



**Musea
Brugge**



STRATEGISCH PLAN 2024-28

Managementnota

Musea Brugge kort

MB is een frisse, eigentijdse groep van 13 musea. Binnen de (inter)nationale museumwereld nemen deze musea een bijzondere positie in: ze brengen kunst en erfgoed van wereldklasse op beeldbepalende historische sites in de Unesco Werelderfgoedstad Brugge.

MB beheert een historisch en kunsthistorisch belangrijke collectie die nog steeds wordt aangevuld met spraakmakende aanwinsten. De totale verzameling van meer dan 75.000 erfgoedobjecten is opgedeeld in 32 disciplines. We verwelkomen jaarlijks bijna een miljoen bezoekers, waarvan 80% uit het buitenland. Via o.a. de publiekswerking en evenementen spreken we steeds meer lokale en nationale bezoekers aan.

MB heeft een lange traditie van wetenschappelijk onderzoek. We maken deel uit van duurzame internationale netwerken waarbij we maximaal inzetten op eigen onderzoek en het faciliteren van dat van derden. MB dankt zijn sterke internationale reputatie onder meer aan zijn bakermatfunctie voor grote tentoonstellingen.

Sinds juli 2022 draagt MB met trots het label 'Vlaamse cultureel-erfgoedinstelling' als een inspirerende, gedreven en open organisatie binnen de Vlaamse en internationale museumwereld.

MB maakt deel uit van het Brugse stadsbestuur, waarin het een autonome inhoudelijke werking heeft. Stad Brugge zorgt voor een stevige omkadering o.m. op vlak van infrastructuur, IT, financiën en personeel. Vanuit gedeeld leiderschap voert een driekoppige directie een team van 200 medewerkers aan. Medewerkers die regelmatig worden bevraagd en die internationale culturele partners en musea graag bijstaan met deskundig advies.

2

Een museumgroep in volle ontwikkeling

MB is een organisatie in volle transitie. Sinds de grondige reorganisatie van 2020 werken onze teams hard en gedreven aan een nieuwe en vooral vernieuwende toekomst. Als cultureel-erfgoedinstelling (CEI) wil MB een vuurtorenfunctie opnemen voor de hele sector. Om die ambities te realiseren werkten we verschillende strategische doelstellingen uit. Een leidraad om MB verder uit te bouwen tot sterkhouder in de (inter)nationale museale wereld. Absolute speerpunten daarin vormen de nieuwe fysieke én digitale infrastructuur, en tal van initiatieven om te groeien als eigentijdse, inclusieve en relevante museale speler

Het is de ambitie van MB om verder te groeien en performanter te worden, met meer slagkracht en met een duidelijk strategie rond cultureel ondernemerschap. En dat alles omkaderd door een warm HR-beleid.

Missie

Musea Brugge verbindt zijn rijke en veelzijdige collectie met mens en maatschappij, met verleden, heden en toekomst. MB ontroert en verwondert, inspireert en begeestert, daagt uit tot reflectie en kritisch denken. Maatschappelijke relevantie en impact is wat de organisatie drijft.

Visie & acties

MB zet tijdens de beleidsperiode 2024-2028 in op een aantal beleidslijnen. Deze worden hier kort samengevat en gestaafd met een aantal acties uit het beleidsplan.

Bakstenen

MB realiseert in deze beleidsperiode drie grote infrastructuurprojecten. Deze projecten vormen zonder twijfel de rode draad doorheen onze werking. De nieuwe fysieke infrastructuur moet MB 'incontournable' maken, en zal het mogelijk maken om de bakens te verzetten.

Dé katalysator hierin wordt zonder enige twijfel de nieuwe expohal BRUSK, die in 2025 de deuren opent voor het publiek. Een state-of-the-art museumgebouw dat plaats zal bieden aan tentoonstellingen van wereldniveau én de spil wordt van het vernieuwde Brugse Museumkwartier.

Gekoppeld aan BRUSK zal medio 2025 ook het nieuwe onderzoekscentrum BRON openen. Deze (inter)nationale hub voor collectieraadpleging en -onderzoek zal wereldwijd steeds meer academische blikken op Brugge doen richten.

De rijke collectie van Musea Brugge wordt deels in BRUSK ondergebracht, maar vooral ook in de nieuwe Erfgoedfabriek. Een depot voor het Brugse erfgoed dat een langdurig stabiel beleid garandeert op het vlak van preventieve conservatie.

Digitale bouwstenen

Naast fysieke infrastructuur werkt MB de komende jaren verder aan de digitale fundamenteën. Er werd in de voorbije beleidsperiode al een stevige basis gelegd voor heel wat digitaliseringsprocessen, maar er is nog een weg af te leggen. Een digitale transformatie is noodzakelijk om de internationale ambities en beleidsdoelstellingen als CEI te kunnen realiseren.

Van vitaal belang voor een kwalitatieve digitale werking is een aanzienlijke uitbreiding van het digiteam. Dit uitgebreide team zal nieuwe digitale ecosystemen faciliteren, digitalisering en registratie uitbouwen en de interne werkprocessen optimaliseren met de nodige digitale tools.

De digitale maturiteit van MB moet stijgen binnen de organisatie. Een digitaal sterke(re) organisatie is bovendien beter geplaatst om zijn expertise te delen met het brede veld, om samenwerkingen aan te gaan en zo ook op dit vlak een sterk leiderschap te gaan ontwikkelen.

Tot slot zet MB resoluut in op digitale innovaties zowel op vlak van tentoonstellingen als publieks- én collectie-ontsluiting.

Bouwen aan betrokkenheid

MB houdt als CEI stevig de vinger aan de pols. We investeren in transversale speerpunten die urgent zijn binnen onze maatschappij.

Ecologische duurzaamheid: MB zet dit hoog op de agenda vanuit de uitdrukkelijke ambitie om actief bij te dragen aan een verdere sensibilisering en activering. Met een 'Sustainability Plan' willen we onze ecologische voetafdruk verkleinen.

Maatschappelijke en culturele diversiteit wordt verder verweven in de volledige museumwerking. MB wil een afspiegeling vormen van onze steeds veranderende samenleving en dus focussen we op een breed, inclusief en divers publiek, waar niemand drempels ervaart en iedereen zich welkom voelt. MB zijn open huizen.

Vernetwerking: Het is de ambitie van MB om op verschillende terreinen een invloedrijke rol te spelen binnen het (inter)nationale veld. MB is aanwezig op diverse professionele fora en netwerken. Onze rijke collectie vormt vaak het uitgangspunt voor diverse vormen van samenwerking of uitwisseling. Op lokaal, bovenlokaal en regionaal vlak heeft MB een aantal geprivilegieerde partnerships.

Collectie als fundament

Het collectieplan vormt het kompas voor de komende beleidsperiode: het beschrijft de anatomie van de collectie, bepaalt de onderzoeks- en verzamelpijlers en legt het kwaliteitsniveau vast voor waardering en herbestemming. MB zet versneld in op een volledige digitale registratie van zijn collectie en gedigitaliseerde objectdossiers, beiden raadpleegbaar via de collectiedatabase.

Decennialange achterstanden in de huisvesting van de collectie worden weggewerkt door de bouw van depots in de Erfgoedfabriek en BRUSK. Eind 2026 is nagenoeg de volledige collectie verhuisd. Aansluitend optimaliseert MB zijn preventief en actief conservatiebeleid.

Dankzij de realisatie van BRON concentreert MB het wetenschappelijk onderzoek op één plaats als centrale en internationale onderzoekshub. MB verbreedt zijn wetenschappelijk onderzoek en ontsluit deze actief via o.a. publicaties, lezingen of tentoonstellingen. Studenten en jonge onderzoekers worden aangespoord om met de collectie te werken. BRON biedt bovendien een eigen consultatieruimte voor het Prentenkabinet.

Tentoonstellingen en vaste presentaties in de steigers

De komende beleidsperiode blijft MB inzetten op spraakmakende, innovatieve presentaties van internationaal topniveau, die vanaf 2026 in BRUSK zullen plaatsvinden. Met onze vernieuwde tentoonstellingssignatuur brengen we (inter)nationale, multidisciplinaire kunst en erfgoed vanaf de 14de eeuw tot vandaag.

5

In een aantal vaste presentaties in het Museumkwartier wordt gewerkt aan de optimalisatie van de publieksbeleving, al dan niet digitaal. Vanuit een publieksgerichte visie stemt MB zijn 13 musea qua aanbod en beleving meer af op specifieke doelgroepen en publieksmotivaties.

Musea Brugge, open huizen

Vanuit een publieksgedreven visie blijft MB verder evolueren naar een open huis met een breed, inclusief en divers (inter)nationaal publieksbereik en een optimale bezoekerservaring. Daarom zetten we in op state-of-the-art publieksbemiddeling, hospitality op hoog niveau en gerichte en vernieuwende communicatie via onze typerende branding. We zoomen de komende periode daarbij extra in op vier doelgroepen : generatie Z, gezinnen, groepen en cultureel diverse bezoekers.

BRUSK staat hierin centraal: het wordt hét ultieme open huis van MB met een krachtige dynamische vibe, een plaats waar we connecteren met de stad en de maatschappij, met bezoekers, partners en diverse sectoren.