

## PROJECTPLAN

### De Brueghel-dynastie. Het succesgeheim van de familie Brueghel ontrafeld.

*Ontdek het succesgeheim van een van de belangrijkste families in de kunstgeschiedenis. Maar liefst vijf ondernemende generaties maakten van Brueghel een internationaal succesvol familiebedrijf. Voor het eerst zijn al deze generaties verbonden in een tentoonstelling, waarbij thema's zoals familiebanden, samenwerking, innovatie en ambitie centraal staan.*

30 september 2023 tot en met 7 januari 2024



Jan Brueghel de Jonge, *Allegorie op de schilderkunst*, JK Art Foundation

### Het project

Na het enorme succes van de tentoonstelling over Jheronimus Bosch in 2016, is Brueghel de tweede grote naam in de vroegmoderne schilderkunst uit de Zuidelijke Nederlanden waar Het Noordbrabants Museum een spraakmakende monografische tentoonstelling aan wijdt.

Schilders met de achternaam Bruegel (of Brueghel) speelden een dominante rol in de Europese schilderkunst van halverwege de zestiende tot en met het einde van de zeventiende eeuw. Deze naam als signatuur op een kunstwerk stond garant voor uitzonderlijke kwaliteit en/of bijzonder hoge amusementswaarde. De wortels van deze dynastie liggen in het hertogdom Brabant.

### Een unieke tentoonstelling van een wereldberoemde Brabantse kunstenaarsfamilie

Met de werken uit onze eigen collectie aangevuld met exclusieve bruiklenen uit meer dan 40 musea en particuliere collecties uit elf Europese landen, alsmede uit de Verenigde Staten, brengen we het complete, niet eerder vertelde verhaal in beeld van deze wereldberoemde Brabantse kunstenaarsfamilie, laten we de bezoekers van de tentoonstelling kennismaken met de verschillende leden en generaties van de familie en tonen we de verbondenheid van dit familiebedrijf met Brabant en de Zuidelijke Nederlanden en de wereld van nu.

Deze tentoonstelling is anders dan andere oude kunsttentoonstellingen, omdat bezoekers een nooit eerder vertoonde combinatie van werken van maar liefst vijf generaties Brueghel te zien krijgen. De laatste tentoonstellingen over de Brueghels dateren uit 1980 (Brussel) en 1998 (Essen/Wenen/Antwerpen).

### **Een tentoonstelling die verbindt**

Voor de tentoonstelling kiezen we niet voor de gebruikelijke chronologische lijn om het verhaal te vertellen, maar worden persoonlijke verhalen rondom thema's verteld die aansprekend zijn in de wereld van nu. Zo kunnen bezoekers zich herkennen in het leven van de Brueghels en verbanden leggen met hun eigen leefwereld anno 2023. Thema's zijn bijvoorbeeld het familiebedrijf, de kunstenaar als influencer, de belangrijke rol van de vrouw in het familiebedrijf en het internationale bereik van de familie.

Met deze voor iedereen herkenbare en aansprekende thema's zoeken we de verbinding met het publiek om het kunstenaarsfamilieverhaal te delen. Daarnaast zoeken we de verbinding met (potentiële) samenwerkingspartners en familiebedrijven om de tentoonstelling, het museum en de provincie nog beter op de kaart te zetten. Wij ambiëren duurzame, structurele samenwerkingen op verschillende vlakken om onze naamsbekendheid en reputatie te verstevigen en daarmee het Brabantse cultuursysteem te versterken.

De tentoonstelling belooft een grote publiekstrekker te worden waarmee we zowel de lokale, de nationale en de internationale bezoeker verrassen. We streven naar een bezoekersaantal van 120.000. De gemiddelde doelstelling voor een reguliere tentoonstelling van 14 weken is 40.000 bezoekers.

Voor deze tentoonstelling is Het Noordbrabants Museum actief op zoek naar financiële ondersteuning door en samenwerking met derde partijen. Brabant C benaderen we met de vraag financieel bij te dragen aan de totstandkoming van deze tentoonstelling.

### **Aanleiding en belang**

#### **Cultuurstad van het Zuiden**

Het Noordbrabants Museum is diep geworteld in de stad 's-Hertogenbosch, waar het museum zich heeft ontwikkeld van een provinciaal tot landelijk museum met een sterk positieve invloed op zijn omgeving. Met de gemeente 's-Hertogenbosch, Festival Boulevard, VVV en andere organisaties wordt sinds 2018 invulling gegeven aan *'s-Hertogenbosch, Cultuurstad van het Zuiden*. Met dit initiatief claimt Het Noordbrabants Museum samen met de culturele partners de stad 's-Hertogenbosch nadrukkelijk als de plek in het zuiden van Nederland waar cultuur op vele manieren beleefd kan worden.

Het verhaal van de familie Brueghel wordt gedeeld met een groot publiek. Een laagdrempelige tentoonstelling over oude kunst met tevens een diepe(re) laag voor een breed publiek, die het museum, de stad 's-Hertogenbosch en provincie Noord-Brabant wederom sterk op de kaart zal zetten en zal zorgen voor veel toestroom van kunstliefhebbers en cultuurtoeristen naar onze stad en provincie.

#### **Een doorlopende lijn**

Het Noordbrabants Museum programmeert jaarlijks zo'n elf tentoonstellingen. Ook in 2023 wordt het reguliere aantal tentoonstellingen geprogrammeerd, inclusief de uitzonderlijk kostbare tentoonstelling over de Brueghel-dynastie. We zijn ervan overtuigd dat een tentoonstelling over de Brueghel-dynastie bijdraagt aan de meerjarenstrategie van Het Noordbrabants Museum met als doel uit te groeien tot het belangrijkste museum buiten de Randstad. Deze tentoonstelling zal de reeds opgebouwde positie, met de Boschtentoonstelling en de door Brabant C mede mogelijk gemaakte tentoonstelling *Van Goghs intimi. Vrienden, familie, modellen*, verder verstevigen.

In een doorlopende lijn besteden we aandacht aan de top drie Brabantse kunstenaars: Bosch, Van Gogh en Brueghel, en in de nabije toekomst zullen we daar tentoonstellingen over de Bourgondiërs, de Delauney's en de belegering van Brabant aan toevoegen. Met het toevertrouwen van de collectie van de JK Art Foundation ontstaan vele mogelijkheden om nieuwe tentoonstellingen samen te stellen en wordt de bruikleenpositie van het museum verder versterkt. Het toont de ambitie van het museum om met grote regelmaat tentoonstellingsprojecten van internationale betekenis te programmeren en daarmee een blijvende positie te verwerven als museum van nationaal en internationaal belang.

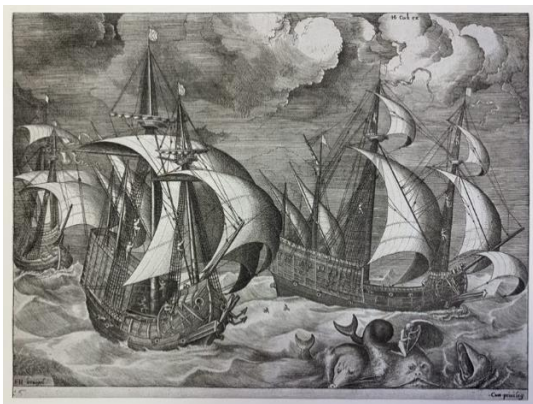
### Artistieke visie

De Brueghel-dynastie omvat vijf generaties succesvolle schilders waarvan Pieter Bruegel de Oude de bekendste is. Zij beoefenden bijna alle verschillende soorten schilderkunst. Van plaatselijke en buitenlandse landschappen en taferelen uit het alledaagse boerenleven tot allegorieën, mythische verhalen, historiestukken, dieren en bloemstillevens; de Brueghels waren van alle stijlen en technieken thuis.

De vijf generaties van de Bruegelfamilie vormden samen een echt familiebedrijf, zoals Brabant nu ook nog vele familiebedrijven kent. Het is bijzonder interessant om te kijken naar de marketing en branding van de Brueghel-dynastie en de wijze waarop hun familienetwerken positieve resultaten genereerden. Ook de vrouwen van de familie speelden een nadrukkelijke rol en hebben een echte voorbeeldfunctie. We brengen de familie vanuit verschillende invalshoeken in beeld en werpen zo een nieuwe blik op hen.

### De nieuwe Bosch

De wortels van de Brueghel-dynastie liggen in het hertogdom Brabant. Volgens Karel Mander, één van de vroegste biografen, werd Pieter Bruegel de Oude in de buurt van Breda geboren. Tijdgenoten noemden hem ook wel de nieuwe Jheronimus Bosch. Dankzij zijn bijzondere band met Brabant én 's-Hertogenbosch, bezit het museum een aanzienlijke collectie van zowel het grafische oeuvre van Pieter de Oude als schilderijen van zijn zonen Pieter de Jonge en Jan de Oude, zijn kleinzoon Jan de Jonge en van David Teniers de Jonge en Jan van Kessel de Oude. Deze schilderijen sluiten naadloos aan bij de focus die het museum al decennia heeft op schilderfamilies met een Brabantse achtergrond, vroegmoderne schilderkunst uit de Zuidelijke Nederlanden én bloemstillevens.



*Frans Huys naar Pieter Bruegel de Oude, Three Caravels in a rising squall with Arion on a Dolphin, c. 1561-1565, ets en gravure, Het Noordbrabants Museum (verworven december 2021)*

Recent heeft het museum haar collectie uitgebreid met grafiek van Pieter Bruegel de Oude en bestaat, in aanloop naar de tentoonstelling, de wens om daar nog een werk van Pieter Brueghel de Oude aan toe te voegen. Deze aankopen laat zien hoe zeer het museum het werk van de Brueghels waardeert en bevestigt dat het museum naast het creëren van een prachtige tentoonstelling ook de focus op de lange termijn houdt. Brueghel blijft speerpunt in de vaste collectie.

### **Team**

Een deskundig team geeft de tentoonstelling vorm. De wetenschappelijke én toegankelijke insteek van de tentoonstelling en de catalogus wordt verzorgd door conservator en projectleider dr. Nadia Baadj.



Dr. Nadia Baadj (1983) is sinds 2021 conservator oude kunst bij Het Noordbrabants Museum. Ze behaalde haar Master of Arts aan de Williams College en haar PhD aan de University of Michigan in de Verenigde Staten. Ze is gespecialiseerd in zestiende- en zeventiende-eeuwse Nederlandse kunst, vooral uit de Zuidelijke Nederlanden. Nadia Baadj is gepromoveerd met een proefschrift over het oeuvre van Jan van Kessel, een belangrijke figuur binnen de Brueghel-dynastie.

Voor meer informatie verwijzen wij u naar het curriculum vitae van Nadia Baadj.

In de tentoonstellingscatalogus wordt het familieverhaal wetenschappelijk belicht met nieuwe perspectieven en wordt ingezoomd op bepaalde objecten en thema's, wat de toegankelijkheid ten goede komt. Dr. Manfred Sellink, directeur van het Museum voor Schone Kunsten in Gent en auteur van diverse Brueghelwerken, is als gastschrijver bij de catalogus betrokken. Vakmanschap bij het samenstellen en de uitvoering van de tentoonstelling en catalogus is hiermee verzekerd.

### **Aanpak**

#### **Het project getuigt van cultureel ondernemerschap**

Het is een ambitieuze tentoonstelling. Om de inhoud van de tentoonstelling goed te kunnen laden zijn veel bruiklenen uit binnen- en buitenland noodzakelijk. Bruiklenen die deels nog niet eerder in Nederland te zien waren, of slechts zelden en nooit in deze combinatie. Het transport en de verzekering van de bruiklenen is bijzonder kostbaar, de tentoonstelling overstijgt daarmee ruim het budget van een reguliere tentoonstelling.

#### **Eigen bijdrage**

Het Noordbrabants Museum maakt gemiddeld zo'n elf tentoonstellingen per jaar, ook in 2023. Normaliter bedragen de kosten voor een grote tentoonstelling 150.000 tot 200.000 euro. De kosten van de Bruegheltentoonstelling liggen, door de transport- en verzekeringskosten van de vele bruiklenen, fors hoger. Daarom is de eigen bijdrage voor deze tentoonstelling 850.000 euro, ruim de helft van de totale begroting. Hiermee laat Het Noordbrabants Museum het belang zien dat deze bekende Zuid Nederlandse familie verbonden blijft aan het museum en wordt gepromoot.

Wij dienen aanvragen tot financiële ondersteuning in bij diverse landelijke en regionale (particuliere) vermogensfondsen. Bij Prins Bernard Cultuurfonds en Coovels Smits Stichting zijn aanvragen ingediend, met andere fondsen zijn wij in gesprek zodat wij ruim voor aanvang van de tentoonstelling onze aanvragen voor steun indienen. Van Stichting Turing Foundation ontvingen we recent de toezegging tot financiële steun van 50.000 euro. Van Cultuurfonds Landelijk Onderscheidend van de gemeente 's-Hertogenbosch ontving het museum de toezegging tot financiële steun van 100.000 euro. De commissie maakte daarbij de volgende opmerkingen, die wij graag met u delen:

*'De bovenstedelijke bekendheid van deze tentoonstelling staat voor de commissie buiten kijf. De naam Brueg(h)el is internationaal bekend en zal publiek van buiten de regio trekken. De commissie noemt de tentoonstelling een trekker voor de stad. Het past volgens haar eveneens in de ambitie van de organisatie om het belangrijkste museum buiten de randstad te worden.'*

*'De commissie is overtuigd van de artistieke zeggingskracht van de expositie door de uniciteit van het werk van de verschillende generaties, mogelijk gemaakt door de verschillende internationale bruiklenen.'*

Het Noordbrabants Museum hecht veel waarde aan deze tentoonstelling, die bijdraagt aan de positionering van het museum en past in de lange ambitielijn, en neemt daarom nadrukkelijk ook zelf risico bij de totstandkoming van de tentoonstelling. Uit het Ambitiefonds (een revolverend fonds) en Het Noordbrabants Museum Fonds samen wordt 500.000 euro vrijgemaakt om de tentoonstelling mogelijk te maken, 1/3 deel van de totale begroting. Daarnaast bestaat de eigen bijdrage uit exploitatieopbrengst en opbrengsten van verwachte extra ticketverkoop.

*Zie bijlage voor een uitgebreide toelichting op de begroting en het dekkingsplan en een doorkijk naar de financiële toekomst van het museum.*

### **Brabantse familiebedrijven als partner**

Buiten de fondsen benaderen we Brabantse familiebedrijven om de tentoonstelling te omarmen en in kind of financieel te ondersteunen. Het verhaal van de Brabantse Brueghelfamilie sluit perfect aan op de doelstellingen en uitgangspunten van hedendaagse familiebedrijven. Onze ambitie is de Brabantse familiebedrijven te enthousiasmeren en te verbinden met de tentoonstelling met als uiteindelijk doel een langdurig partnerschap met Het Noordbrabants Museum aan te gaan. Hierdoor bestendigen en verstevigen wij ons Brabantse netwerk, dat de afgelopen jaren sterk is gegroeid. Tentoonstellingen over Bosch, Van Gogh en Bruegel, recente verwerving van vier werken van Van Gogh en hedendaagse kunstenaars en het langdurig bruikleen van JK Art Foundation zetten het museum nadrukkelijker op de kaart. Sponsors voelen zich hiertoe aangetrokken en langjarige partnerschappen komen binnen bereik. Met de bijdragen van fondsen en sponsors worden uitzonderlijke aankopen en tentoonstellingen mogelijk.

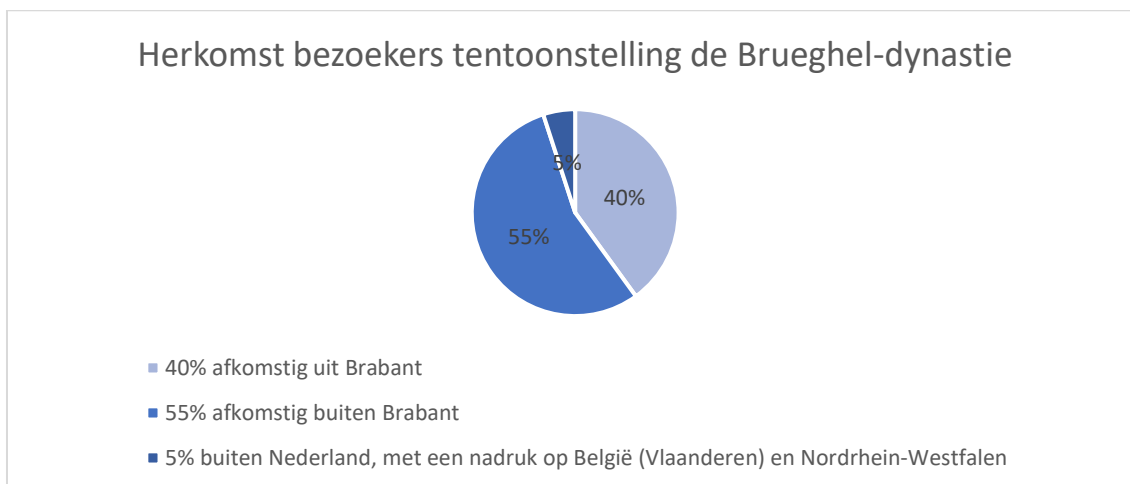
In de gesprekken met Brabantse familiebedrijven gaan we ook op zoek naar samenwerkingsvormen om de tentoonstelling op een andere manier te belichten, extra inkomsten te genereren en nieuwe doelgroepen te bereiken. Denk daarbij aan: inspreken van audiostops waarin eigenaren van familiebedrijven een kunstwerk en/of thema linken met het bedrijfsleven van nu, promotie van de tentoonstelling via de kanalen van de familiebedrijven en kortings- en/of winacties.

### **Doelstellingen**

De doelstellingen van de Bruegheltentoonstelling zijn:



- bijdragen aan de naamsbekendheid en bezoekenintentie van Het Noordbrabants Museum;
- bijdragen aan het imago als een museum met kwalitatief hoogstaande en laagdrempelige tentoonstellingen;
- 120.000 bezoekers waarvan:



- een gemiddelde bezoekerswaardering van 8,5 en
- 140.000 bezoeken landingspagina, met een gemiddelde duur van minimaal 1,3 minuut.

### Publieksbereik

De tentoonstelling belooft een grote publiekstrekker te worden, waarbij we een breed publiek aanspreken. Enerzijds de echte kunstliefhebbers die warm worden gemaakt voor een primeur, waarbij maar liefst vijf generaties Brueghel in één tentoonstelling zijn gebundeld. En anderzijds de cultuurtoeristen op zoek naar een dagje uit. Zij laten zich inspireren door de prachtige werken en herkennen zich in de belangrijke rol van de verschillende generaties en familiebanden. Beide groepen worden verrast door het succesgeheim van de bekende familie Brueghel. Dit vraagt om een marketing- en communicatieplan waarin de volledige klantreis van de potentiële bezoekers optimaal wordt ingericht.

Om de doelgroepen zo goed mogelijk te bereiken vraagt dit om een through the line-aanpak, waarbij de focus ligt op televisie, online media en pers, uiteraard zowel op landelijk niveau alsook met aandacht voor België. Besloten is om voor de tentoonstelling extra marketingbudget in te zetten om daarmee meer bezoekers te bereiken.

*Zie bijlage voor het marketing- en communicatieplan.*

### Educatie en participatie

Educatie is een integraal onderdeel van de permanente en tijdelijke tentoonstellingen van Het Noordbrabants Museum. Educatie vatten wij hierbij op in een brede definitie: hoe vertellen wij de verhalen achter de getoonde objecten aan de diverse doelgroepen. Wij werken hierbij vanuit onze educatie visie *Zalen vol verhalen*, kom en zet je verbeelding aan, waarbij niet alleen de verhalen achter de kunstwerken, maar ook de verhalen van bezoekers aan bod komen.

De tentoonstelling De Brueghel-dynastie bevat veel verhalende informatie over deze kunstenaarsfamilie. De wijze waarop we deze verhalen overdragen aan het publiek is van cruciaal



belang voor het slagen van deze tentoonstelling. We vinden het belangrijk dat ook in het ontwerp van de tentoonstelling de thema's en de verhalen echt tot leven komen.

Enkele ideeën op educatie- en participatiegebied die we in aanloop naar de tentoonstelling verder onderzoeken en uitwerken:

- Talentontwikkeling en ontmoetingsplek voor toptalent: ontwikkelen van masterclasses in samenwerking met het Grafisch Atelier Den Bosch en alumni van Avans Creative Innovation.
- Educatieprogramma: in een educatieprogramma voor jongvolwassenen (vo/mbo) gaan we in gesprek over wat generaties (kunnen) betekenen, welke voor- en nadelen generatie-denken met zich mee brengt en hoe we eventuele generatiekloven kunnen overbruggen.
- Publieksparticipatie: de tentoonstelling is een uitgelezen kans om met het publiek te reflecteren over wat het betekent om als familie samen te leven en te werken. Denk aan een interactieve display aan het einde van de tentoonstelling waar bezoekers deelnemen aan een persoonlijkheidstest over familie-opvattingen gekoppeld aan de Brueghel-dynastie.
- Museum treedt naar buiten: *Kunst op die pui*, een samenwerking met het Mauritshuis om kunst via murals naar het publiek te brengen. Een hedendaagse kunstenaar laat zich inspireren door de Brueghel-dynastie.

*Zie bijlage voor het educatie- en participatieplan met een toelichting op bovenstaande ideeën.*

## Planning

*(op hoofdlijnen en onder voorbehoud van wijzigingen)*

| Fase                         | (Tussen)resultaten / producten                               | Doel van de fase  | Startdatum     | Einddatum      |
|------------------------------|--|---|----------------|----------------|
| <b>1. Initiatiefase</b>      | Projectmandaat goedgekeurd                                   | Vaststellen globale projectopdracht en afbakening   | 2019           | maart 2022     |
| <b>2. Definitiefase</b>      | Projectvoorstel goedgekeurd                                  | Definiëren wensen / eisen / criteria. Heldere beschrijving doelstelling en resultaat  | maart 2022     | mei 2022       |
| <b>3. Ontwerpfase</b>        | Projectgroep wordt samengesteld en projectplan wordt gemaakt | Formuleren projectresultaat. Duidelijke rolverdeling. Oplevering deelproductbeschrijvingen projectplan  | maart 2022     | september 2022 |
| <b>4. Voorbereidingsfase</b> | Projectleden leveren informatie aan op basis van afspraken   | Opleveren definitief ontwerp (vormgeving) Opstellen plan van aanpak: deelplannen zoals businessplan, marketing en communicatie en partnerschappen | september 2022 | juli 2023      |

|  |   |  |           |                |
|--|---|--|-----------|----------------|
| <b>5. Realisatiefase</b>                 | Oplevering tentoonstelling  | Realisatie (bouw) en opening van de tentoonstelling<br>Uitvoering van de deelplannen<br>Voortgangsbewaking en bijsturing | juli 2023 | september 2023 |
| <b>6. Implementatie/nazorg/evaluatie</b> | Communicatie naar de organisatie.<br>Overdracht naar de lijn. Afbouw, evaluatie en financiële afronding | Communicatie naar leidinggeevenden en medewerkers<br>Terugbrengen ruimte naar 'oude' staat                               | 2024      | 2024           |

## Voortzetting na projectperiode

### Monitoren en evalueren

Van eerdere grote tentoonstellingen (zoals Bosch en Van Gogh) is veel geleerd. We zijn vertrouwd met het opschalen, organisatie breed, als het aantal bezoekers toeneemt. We weten hoe we via online ticketverkoop de bezoekers kunnen beïnvloeden en een gevoel van urgentie kunnen creëren. Daarnaast hebben we veel ervaring opgedaan met het organiseren van evenementen voor partners, het inzetten van een efficiënte helpdesk, digitale communicatie, de kracht van de televisiecommercial en het gebruiken van bezoekersrouting in het museum. Al deze ervaringen benutten wij optimaal bij de organisatie van een opnieuw grootse tentoonstelling over de Brueghel-dynastie.

Gedurende de tentoonstelling wordt gemonitord hoe met name de kwantitatieve doelstellingen met betrekking tot bezoekersaantallen verlopen. Een deel van het marketingbudget wordt, zoals ook gebruikelijk bij andere tentoonstellingen, gereserveerd om tussentijds impulsen te kunnen geven mochten bezoekersaantallen bij de verwachting achterblijven.

Aan het einde van de tentoonstelling vindt een overkoepelende evaluatie plaats. Op basis van gegevens uit onze eigen administratie, zoals online kaartverkoop, (verloop) bezoekersaantallen vanaf de opening, web statistieken en bezoekersonderzoek wordt een rapportage over de kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen van de tentoonstelling gemaakt. De eindrapportage is natuurlijk te zijner tijd ook voor onze financiële partners beschikbaar.

### Brueghel blijft speerpunt in de collectie

De tentoonstelling over de Brueghel-dynastie is de voortzetting van een reeds ingezette lijn van ambities, een verdere investering in een succesvolle toekomst die Het Noordbrabants Museum steeds steviger op de museale kaart van Nederland zet met bewezen internationale reikwijdte.

Deze tentoonstelling, in deze opzet met de vele, kostbare en bijzondere binnen- en buitenlandse bruiklenen, is niet mogelijk zonder de steun van velen. Wij hopen dan ook van harte dat Brabant C samen met Het Noordbrabants Museum de totstandkoming van de tentoonstelling over de Brueghel-dynastie mogelijk maakt.