

BELEIDSPLAN MUSEUM HILVERSUM 2024-2027



Inhoud

Museum Hilversum, een nieuwe koers.....	3
1.1. Introductie.....	3
1.2 Wat is een museum? De nieuwe definitie.	3
1.3 Missie & visie Museum Hilversum	4
Missie Museum Hilversum	4
Visie Museum Hilversum.....	4
2. Doelstellingen 2024-2027.....	4
2.1 Huidige situatie en gewenste positionering publieksbereik (A).....	4
Van regionaal naar nationaal museum	4
Van nieuwsfotografie & nieuwe media naar fotografie & beeldende kunst	6
Samenwerken en coproducties	6
Collectie achterstand wegwerken, collectiebeleid opstellen en nieuwe aankopen doen.....	7
Educatie aanbod VO en PO	7
2.2 Huidige situatie en gewenste positionering bedrijfsvoering (B)	8
A. Personeel, vrijwilligers en bestuur	8
B. Communicatie & Marketing	9
C. Huisvesting museum & verduurzaming & crowd management	10
2.3 Financiën toekomstplannen	11
3. Codes	12
4. Stakeholder management	12
5. Hoe evalueren we?.....	14

Foto cover: Peesdoek: Sander van Wettum, foto uit de serie 'Hybernation'.

© Hans Peter Föllmi

Museum Hilversum, een nieuwe koers

1.1. Introductie

Museum Hilversum is opgericht in 2005. Na de verzelfstandiging volgde een sterke groei en is gezocht naar een eigen plek in het museale bestel. Het museum heeft zich de afgelopen jaren sterk gepositioneerd als museum voor nieuwsfotografie. Met het aantreden van de nieuwe directeur in 2023 is de tijd aangebroken voor innovatie binnen het museum, zowel op artistiek als bedrijfsmatig niveau.

Vanaf 2023 heeft de programmering van Museum Hilversum een bredere artistieke inhoud gekregen die de aankomende jaren verder wordt uitgebreid. Die verbreding is een aanvulling op de bestaande focus op nieuws- en documentaire fotografie en de hoeveelheid aan exposities. Vanaf 2024 laat Museum Hilversum meer cross-overs zien tussen nieuws, documentaire en autonome fotografie, aangevuld met andere vormen van beeldende kunst, film en video. Thematisch gezien blijven mens en maatschappij centraal staan.

De inhoudelijke focus van het programma sluit aan bij het mediakarakter van de stad Hilversum. Het is een aanvulling op het bestaande aanbod in dé mediastad van Nederland en zorgt voor een verbreding van het cultuur aanbod. Gelegen in het hart van de stad opent het museum haar deuren voor alle Hilversummers en bezoekers van buiten de stad. De ligging van het museum aan de Kerkbrink, waar de komende jaren mooie ontwikkelingen staan te gebeuren zoals de vernieuwing van het plein en de komst van de bibliotheek, maken dat het museum zich meer gaat positioneren als een plek voor iedereen.

Het museum gaat zich op het gebied van bedrijfsvoering verder professionaliseren. Om dit te realiseren wordt het team uitgebreid, het financieel beleid herzien en verdere verduurzaming doorgevoerd op verschillende niveaus. Diversiteit en inclusie vormen een sterk aandachtspunt, ook op het gebied van de bedrijfsvoering. Voor de komende beleidsperiode voorzien we verschillende uitdagingen, niet in de laatste plaats vanwege het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd van meerdere kernteamleden tegelijkertijd.

1.2 Wat is een museum? De nieuwe definitie.

'A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing.'

Tijdens de ICOM General Conference in Praag in 2022 is de hierboven genoemde nieuwe internationale museumdefinitie door de internationale museumgemeenschap met een meerderheid van 92% aangenomen. Museum Hilversum steunt deze definitie, het is een belangrijke graadmeter voor wat een museum is en wat het museum betekent voor de maatschappij.

De nieuwe definitie sluit ook in zijn geheel aan bij de ambities van de gemeente om een stad te creëren waar veel te beleven en te doen is.

1.3 Missie & visie Museum Hilversum

Missie Museum Hilversum

‘Mensen inspireren om te reflecteren op wat er in de wereld speelt.’

Visie Museum Hilversum

Om onze missie te verwezenlijken presenteert Museum Hilversum verschillende exposities, ontwikkelen we een cultuureducatie aanbod, organiseren debatten en reflecteren op de thema's en onderwerpen die spelen in de maatschappij. We ontwikkelen, beheren en behouden een sterk collectiebeleid, met een inclusief, divers en duurzaam museumbeleid als fundament.

Artistiek inhoudelijk richt het beleid van Museum Hilversum zich op een breed scala aan vormen van fotografie aangevuld met beeldende kunst. Met als grootste aandeelhouder de nieuws- en documentairefotografie.

2. Doelstellingen 2024-2027

Het is noodzakelijk om als museum in ontwikkeling te blijven. Op basis van een uitgebreide analyse is gekozen voor de volgende twee doelstellingen voor de aankomende beleidsperiode.

- A. Groter en divers publieksbereik
- B. Bedrijfsvoering professionaliseren

Deze twee doelstellingen realiseert het museum door stappen te zetten op zowel inhoudelijk vlak als op het niveau van de bedrijfsvoering. In de toelichting hieronder wordt per onderdeel de huidige situatie samengevat en de gewenste positionering benoemd. Daarna volgt een bondige opsomming van de te realiseren veranderingen. Alle innovatie stappen dragen bij aan het behalen van de doelstellingen.

Deze doelstellingen van het museum, sluiten naadloos aan bij de ambities van de gemeente Hilversum zoals geformuleerd in het cultuurbeleid 'Momentum'.

'Beleven & Doen' = groter en divers publiek

'Duurzaam & Stevig' = het professionaliseren van de bedrijfsvoering

'Kunst bereikbaar om je heen' = groter en divers publieksbereik dankzij de samenwerkingen die het museum lokaal en boven regionaal aan gaat.

2.1 Huidige situatie en gewenste positionering publieksbereik (A)

Van regionaal naar nationaal museum

De afgelopen jaren is het museum uitgegroeid tot een regionaal bekend museum. Op nationaal en internationaal niveau heeft het museum nog onvoldoende erkenning en zichtbaarheid. Dit werd duidelijk toen de nieuwe directeur aantrad en men in haar netwerk regelmatig moest

bekennen het museum niet te kennen. Ook uit reacties van nieuwe bezoekers bleek dat wij meer bieden dan men had verwacht. Dat laatste is positief maar er valt uit af te leiden dat het museum zich opnieuw moet positioneren om groei in zichtbaarheid te kunnen bewerkstelligen.

Nieuwe stappen:

- Meer tentoonstellingen van verschillend formaat gelijktijdig tonen.
- Meer internationale kunstenaars tonen.
- Re-branding van het museum (zie hoofdstuk communicatie voor meer details).

Concrete inhoudelijke doelstellingen:

- Minimaal acht tentoonstellingen per jaar
- Minimaal tien keer per jaar een lezing, workshop of event
- Bij elke tentoonstelling rondleidingen
- Bij elke tentoonstelling puzzeltochten voor kinderen

Doorlopende artistieke programmalijnen:

1. Nieuwsfotografie

Nieuwsfotografie is een belangrijke pijler in ons programma aanbod. De aankomende jaren tonen we een breed scala aan nieuws- en documentaire fotografie. Dit realiseren we onder andere dankzij de samenwerking met Stichting Zilveren Camera. Museum Hilversum toont als eerste museum in Nederland, de expositie die daarna gaat reizen. Aangezien we in een geglobaliseerde maatschappij leven blijft Museum Hilversum ook de aankomende jaren de World Press Photo tentoonstelling presenteren en samenwerken met organisaties zoals NOORimages en Magnum Photo. Al deze organisaties zetten zich in voor persvrijheid, echt nieuws en het bouwen van bruggen tussen mensen.

2. Beeldende kunst

Beeldende kunst is een brede term die vele vormen van kunst omvat. Voorheen werd in Museum Hilversum de term nieuwe media gebruikt. Deze term is vanaf begin 2023 bij het aantreden van de nieuwe directeur vervangen door de meer algemene term beeldende kunst. Vandaag de dag werken veel kunstenaars op het grensvlak van fotografie, film, video, VR, AI en de meer traditionele kunstvormen zoals schilderkunst, tekenkunst en beeldhouwen. Door een nieuwe terminologie te gebruiken, is er een breder programma aanbod mogelijk en kan het museum aanspraak maken op een grotere hoeveelheid aan fondsen.

3. Commerciële expositie

Om het museum ook bij het grote publiek op de kaart te zetten, heeft het museum de afgelopen jaren meerdere commerciële exposities getoond. Voor de aankomende beleidsperiode continueren wel de organisatie van één commerciële expositie per jaar.

De afgelopen jaren heeft Museum Hilversum een sterke band opgebouwd met ITV, de in Hilversum gevestigde producent van Het Perfecte Plaatje. Elk seizoen wordt er opnieuw bepaald of dit tv-programma wordt voortgezet. Dankzij de prettige samenwerking van de afgelopen jaren, is het aannemelijk dat – als het programma weer wordt opgenomen – Museum Hilversum de expositie kan blijven organiseren.

4. Internationale namen

Binnen de programmering van Museum Hilversum komt in de aankomende beleidsperiode meer aandacht voor internationale fotografen en kunstenaars. In de afgelopen jaren heeft met museum regelmatig lokale makers getoond. Om onze ambitie waar te kunnen maken en op nationaal niveau

meer zichtbaarheid te genereren is het noodzakelijk om werk te tonen van kunstenaars en fotografen die nationaal en internationale naamsbekendheid hebben.

Museum Hilversum sluit zich dankzij de aangescherpte inhoudelijke ambities aan bij de wens van de gemeente Hilversum om ervoor te zorgen dat er altijd iets te 'Beleven & Doen' is en 'Kunst bereikbaar' wordt voor meer mensen.

Van nieuwsfotografie & nieuwe media naar fotografie & beeldende kunst

Museum Hilversum heeft zich de afgelopen jaren gepositioneerd als museum voor nieuwsfotografie en nieuwe media. Binnen de huidige samenstelling van Nederlandse fotografie musea is de nieuwsfotografie een unieke inhoudelijke focus. Maar de term 'nieuwe media' is onduidelijk.

Het nieuwe artistieke beleid van Museum Hilversum gaat zich daarom ook richten op een breder scala aan vormen van fotografie aangevuld met beeldende kunst. De nieuws- en documentaire fotografie blijft een groot aandeel houden in de programmering.

Nieuwe stappen:

- Meer gelijktijdige tentoonstellingen in het museum.
- De collectie activeren en tonen aan het publiek.
- Fotografie tonen in combinatie met andere vormen van beeldende kunst.

Samenwerken en coproducties

Museum Hilversum wil een inclusief & divers beleid voeren. Dit komt overeen met het gemeentelijke cultuurbeleid voor de aankomende jaren. Om dit doel te bereiken worden op het niveau van onze programmering keuzes gemaakt die de inclusie & diversiteit vergroten en bestendigen. Deze doelstelling behalen we door meer samen te werken met culturele en maatschappelijke partners. Maar ook door de volgende nieuwe stappen te zetten op het gebied van programmering:

- Vooruit werken en plannen van tentoonstellingen.
- 1x per jaar een project met een maatschappelijke instelling zoals bijvoorbeeld: Stichting Bartiméus, Stichting Gooi en Vecht Inclusief of Hilversummers.nl.
- 1x per twee jaar een samenwerking met een andere landelijke culturele of maatschappelijke instelling zoals bijvoorbeeld: Hoge School voor de Kunsten Utrecht, HUMAN, Nederlandse Onderwatersport Bond, de Nederlandse Vereniging voor Autisme of Platform Fotografie Nederland.
- 1x per twee jaar samenwerken met internationale culturele instellingen zoals bijvoorbeeld: Gulf Photo Plus (Dubai) of het V&A museum (Londen).

Ook met de hierboven aangegeven samenwerkingen wordt de kunst die we tonen in Museum Hilversum beter bereikbaar (zie cultuurbeleid gemeente Hilversum 'Kunst bereikbaar'). Het museum verstevigt haar positie in de maatschappij en zorgt voor een duurzame aanwezigheid van kunst en fotografie in het centrum van de stad.

Collectie achterstand wegwerken, collectiebeleid opstellen en nieuwe aankopen doen

Museum Hilversum heeft sinds enkele jaren een collectie bestaande uit fotografie en videokunst. Dankzij de extra toegezegde financiële steun van de gemeente is begonnen aan een inhaalslag met betrekking tot het conserveren, registreren en activeren van de collectie.

De collectie is voornamelijk ontstaan uit schenkingen, legaten en enkele aankopen. Met het aantreden van de nieuwe directeur en de in 2023 nieuw aangetreden collectiebeheerder zijn de volgende – nog steeds lopende - processen in gang gezet :

- Collectie licenties achterstand wegwerken.
- Aankoop en schenkingsbeleid opstellen.
- Adviescommissie collectie aankopen aanstellen.
- Meer collectie presentaties fysiek in het museum en online.
- Digitale ontsluiting collectie vergroten.

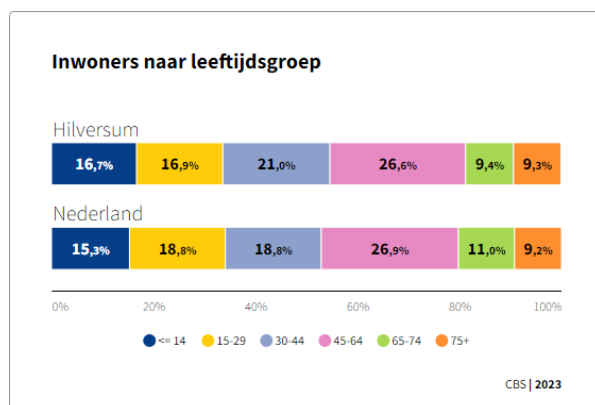
Het is belangrijk dat er een aankoop- en schenkingsbeleid wordt opgesteld omdat er tot nu toe geen helder beleid was voor de collectie. Als museum vinden we het belangrijk dat de (nieuws)fotografie en videokunst collectie een afspiegeling laat zien van wat er in de maatschappij speelt. Daarnaast vinden we het van belang ook binnen de collectie inclusie & diversiteit te waarborgen.

Dit willen we bereiken door een adviescommissie in te stellen die bestaat uit een gevarieerde groep mensen met kennis van fotografie, kunst en hedendaagse maatschappelijke vraagstukken. Een groep die verschilt in leeftijd, cultuur en gender. Daarnaast zijn er kennisuitwisselingsovereenkomsten met het Nederlandse Fotogenootschap en de Museumvereniging op het gebied van collectie management.

Ook online toegankelijkheid past binnen deze doelstellingen. Digitale ontsluiting van de collectie is dan ook een pré. Vanuit de regionale samenwerking van musea in Gooi & Vecht is begin 2022 een collectieportal gerealiseerd waarop, met inachtneming van het auteursrecht, de collectie online gepresenteerd wordt: www.gooisemuseumschatten.nl.

Educatie aanbod VO en PO

Museum Hilversum heeft een beperkt educatie aanbod voor VO en PO, dat wordt gebruikt door een enkele scholen uit Hilversum. Gezien de demografie van Hilversum liggen er kansen om meer bezoekers te genereren door dit aanbod te vergroten.



In de aankomende jaren is de wens om ons educatie aanbod voor VO en PO uit te breiden en meer scholen te bereiken. Daarvoor is nodig:

- Een educatie medewerker.
- Marketingstrategie.
- Netwerk verbreden.
- Samenwerking met Proloog.
- Meer budget via speciale fondsenwerving.

Voor de invulling van de toekomstige positie van educatiemedewerker, is het museum in overleg met het Filmtheater om hierin samen op te trekken. Als culturele partners zien wij een meerwaarde in een samenwerking op dit vlak omdat ons beider programmering mogelijkheden biedt voor leerlingen om meer te leren over film & fotografie en maatschappelijke thema's. Daarom bereiden we samen met het filmtheater een aanvraag voor die we willen gaan indienen bij de gemeente om gezamenlijk het educatie aanbod in de stad en het centrum te vergroten.

2.2 Huidige situatie en gewenste positionering bedrijfsvoering (B)

A. Personeel, vrijwilligers en bestuur

Museum Hilversum heeft een toegewijd kernteam. Dankzij de inzet van het kernteam en de vrijwilligers is het museum zeven dagen per week open voor het publiek.

In 2023 is het museum gestart met het in dienst nemen van mensen, een voortvloeijsel en een vereiste vanuit de museumregistratie procedure. Deze trend wordt verder doorgezet, maar gezien de noodzakelijke wendbaarheid van de organisatie is het belangrijk hierin goede afwegingen te maken.

Kernteam

Museum Hilversum heeft een klein kernteam. Op dit moment ligt de gemiddelde leeftijd in het kernteam boven de 53 jaar en zijn drie leden boven de 60 jaar. Het is dan ook te verwachten dat in de aankomende beleidsperiode meerdere veranderingen in het kernteam plaatsvinden. Een goed moment om ook binnen het personeelsbeleid te streven naar meer diversiteit.

De huidige samenstelling van het kernteam van Museum Hilversum bestaat uit 3,8fte:

Directeur	1 fte	Loondienst
Collectiebeheerder	0,6 fte	Loondienst
MarCom manager	0,5 fte	ZZP
Operationeel manager	0,5 fte	ZZP
Facilitair manager	0,5 fte	ZZP
Vrijwilligers coördinator	0,5 fte	Vrijwilligersvergoeding
Project-assistent	0,2 fte	Loondienst tijdelijk contract
Stagiaires	3 per jaar	

Om de ambities en doelstellingen te realiseren willen we groeien en het team uitbreiden met de volgende posities:

- | | |
|---------------------------|--------------|
| • Educator | parttime |
| • Communicatie medewerker | fulltime |
| • Marketeer | parttime |
| • Curator | projectbasis |
| • Producent | projectbasis |

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn van essentieel belang voor Museum Hilversum. Zij vervullen verschillende rollen in het museum zoals baliemedewerker, medewerker events, teamlid bouwploeg, operationele ondersteuning van de kernteamleden. Ook voor deze groep geldt: de leeftijd ligt gemiddeld hoog en de culturele diversiteit is beperkt. De vrijwilligersgroep is zeer stabiel, behalve binnen de bouwploeg. Goede vrijwilligers vinden voor de opbouw van de tentoonstellingen is moeilijk. Het museum blijft actief opzoek naar nieuwe vrijwilligers ook in samenwerking met de door de regioconservator pakken we dat regio breed op.

Bestuur

De Stichting Museum Hilversum hanteert een klassiek bestuursmodel. Het bestuur bestaat uit een voorzitter (m), secretaris (m), penningmeester (m) en twee algemene bestuursleden (v). Het bestuur volgt de Code Cultural Governance. De bestuursleden vervullen hun functie onbezoldigd. Sinds voorjaar 2023 is er een nieuwe voorzitter aangetreden. Er wordt een termijn aangehouden van vier jaar met de mogelijkheid tot verlenging. In de periode van 2024 – 2027 zal de functie van penningmeester vrijkomen. Verder zijn de posities recent gewisseld. Bij de aankomende wisseling(en) is er bij het aanstellen van nieuwe bestuursleden aandacht voor diversiteit en inclusie. Op dit moment is de gender diversiteit gewaarborgd maar de wens is er om meer leeftijd diversiteit en culturele diversiteit te verwelkomen in het bestuur.

B. Communicatie & Marketing

Hier ligt een belangrijk speerpunt van beleid voor Museum Hilversum. Het museum wil een groter en diverser publieksbereik realiseren. Op het vlak van fysieke bezoekers aan het museum, hebben we als ambitie een groei van 2.500 extra bezoekers per jaar geformuleerd. Dit zullen we goed moeten monitoren en eventueel bijstellen, want begin 2023 liet de Museumvereniging weten dat landelijk de musea in 2022 qua bezoekersaantallen op 76,8% van het niveau van 2019 zaten.¹ Maar doordat er bij Museum Hilversum grote kansen liggen met een nieuw educatie aanbod en de aanpassingen in het marketingbeleid (zie verderop), is deze ambitie op dit moment realistisch.

2022 45.000 bezoekers (*uniek jaar dankzij de zomertentoonstelling van William Rutten*)

Target fysieke bezoekers

2023 40.000 bezoekers (*peildatum 20-9-2023 bezoekersaantal = 24.954*)

¹ <https://www.museumvereniging.nl/de-museumvereniging-ziet-voorzichtig-herstel#:~:text=De%20Museumkaart%20was%20in%202022,laatste%20volledige%20jaar%20v%C3%B3%C3%B3r%20corona.>

2024 42.500 bezoekers

2025 45.000 bezoekers

2026 47.500 bezoekers

2027 50.000 bezoekers

En een online groei op alle sociale media platforms van 15% per jaar.

Peildata december 2022 + september 2023:

Facebook (9.600/9700)

Instagram (3650/3916)

Twitter (2.600/2657)

LinkedIn (357/467)

Deze groei ambitie gaan we nastreven door:

- Een nieuwe collega aan te nemen op communicatie die het team komt versterken.
- Het museum te re-branden > we gaan opzoek naar een nieuwe naam.
- Communicatie en marketingstrategie tegen het licht te houden en verbeteren.
- Doelgroepgerichte marketingstrategie op te zetten.
- Sociale media aanbod uitbreiden naar platforms waar meer jongeren gebruik van maken
- Meer in te zetten op free publicity.
- Een nieuw CMS en marketing systeem te implementeren in 2024.
- Alle communicatie in het museum tweetalig aan te bieden in het Nederlands en Engels
- Expat community actief te benaderen.
- Een nieuwe Google analytics partner.

Belangrijke partners op het gebied van marketing en communicatie zijn: Hilversum Marketing, Gooi en Eemlander, Gooi en Eembode, Focus, Pf Magazine , RTVNoordHolland, Museumvereniging en landelijke kranten.

Zoals aangeven in het cultuurplan van de gemeente Hilversum wil de gemeente meer inzetten op 'Kunst bereikbaar' te maken. Dankzij de uitgebreide verbreding en versteviging van de marketing en communicatiestrategie van Museum Hilversum, zet het museum, de stad Hilversum, de kunst en de cultuur meer op de kaart.

C. Huisvesting museum & verduurzaming & crowd management

De gemeente Hilversum is eigenaar van het pand waarin het museum gevestigd is. Een grote uitdaging is de verduurzaming van het historische pand en de 20 jaar oude moderne uitbouw.

Samen met de gemeente zoekt het museum naar mogelijkheden om stapsgewijs de aankomende jaren aanpassingen te doen die de verduurzaming ten goede komen.

Er zijn meerdere keren per jaar overleg over het onderhoud op korte en lange termijn. Zowel de gemeente als het museum zoekt naar extra financiering om deze aanpassingen te realiseren. De ecologische verduurzaming van de bedrijfsvoering gaat het museum oppakken door interne processen tegen het licht te houden. Zowel op het gebied van ICT, afvalverwerking,

tentoonstellingsbouw en opslag is het noodzakelijk stappen te zetten om bij te dragen aan het verlagen van de CO2 voetafdruk van het museum en het verminderen van andere vormen van vervuiling.

Verder is het voor het museum noodzakelijk het aantal bezoekers goed te spreiden gedurende het jaar. In 2022 heeft het museum een zeer succesvolle zomertentoonstelling gehad met meer dan 20.000 bezoekers in 10 weken. Het is echter gebleken dat het gebouw dit facilitair eigenlijk niet aan kon. De entree van het museum, de toiletgroep en het café konden de grote hoeveel bezoekers niet aan. Daarom streeft het museum naar een spreiding van de bezoekersstromen zodat een goed crowd management haalbaar is en de kwaliteit ervan gewaarborgd.

2.3 Financiën toekomstplannen

Museum Hilversum heeft altijd een gemixte financieringsstructuur gehad, bestaande uit onder andere private en publieke fondsen, subsidie van de gemeente Hilversum, ticketverkoop, verhuur, sponsoring en een bijdrage van de Vriendenstichting.

De realiteit vandaag de dag is stijgende kosten alom: inkoop van materialen, de inflatie, energie- en personeelskosten. En dus een overall stijging in de kosten voor het museum. Daarom is het museum genoodzaakt nieuwe stappen te zetten op het gebied van fondsenwerving, sponsorbeleid, ticketverkoop en verhuur.

Fondsenwerving

Museum Hilversum heeft de afgelopen jaren bij een beperkt aantal landelijke private en publieke fondsen subsidie aangevraagd, hier liggen kansen. Door samen te werken met een professionele fondsenwerfer (ZZP-basis) kan het museum op dit gebied meer stappen maken. Op basis van de plannen voor de aankomende jaren is het te verwachten dat het museum meer aanvragen gaat indienen bij:

- Rijks cultuurfondsen zoals: Mondriaan Fonds, Fonds Cultuurparticipatie of Stimuleringsfonds Creatieve Industrie.
- Provincie Noord-Holland: incidenteel mogelijkheden.
- Private fondsen zoals: VSBFonds, Vriendenloterij, Fonds21, Prins Bernhard Cultuurfonds of Stichting Stokroos.
- Lokale fondsen zoals: Stadsfonds of Rabo Club Support.
- Internationale fondsen zoals bijvoorbeeld: Kunstendecreet Vlaanderen, Culture Ireland of Pro Helvetia.

Sponsorbeleid

Het museum heeft geen duidelijk sponsorbeleid. Sponsors vinden en aan je binden is een vak apart. Maar Museum Hilversum heeft potentiële sponsors genoeg te bieden om hen aan zich te binden. Om nieuwe sponsors aan ons te binden is de volgende actielijst opgesteld:

- Adviesgroep samenstellen bestaande uit huidige netwerk van Vrienden van het museum, netwerk bestuursleden en directeur.
- Sponsorplan opstellen.
- Leden Vriendenstichting Museum Hilversum met een bedrijf actief benaderen.

- Ondernemers in Hilversum actief benaderen.
- Fotografie en kunst gerelateerde bedrijven benaderen zoals Canon en Nikon.
- Mediapartners benaderen.

Ticketverkoop

De financiering van het museum wordt ook deels gerealiseerd door de ticketverkoop. In het 2^e deel van 2023 heeft het museum de ticketprijs voor het volwassen voltarief met 1 euro verhoogt naar 9,50 euro.

Ruim 38% van de bezoekers van Museum Hilversum in 2022, is in het bezit van een museumkaart, de rest van de betalende bezoekers niet. Daarom is het voor Museum Hilversum van groot belang haar bezoekersaantallen te blijven monitoren om stagnatie of krimp te voorkomen.

Om meer ticketinkomsten te realiseren zetten we de volgende stappen:

- Breder tentoonstellingen programma.
- Meer events.
- Ontwikkelen van een uitgebreider educatie aanbod.
- Bezoekers betalen extra voor speciale events en workshops.
- 50% op de toegangsprijs tijdens ombouw weken.

Trouwen, vergaderen en feest

Museum Hilversum is, dankzij het prachtige historische pand, een gewilde locatie voor trouwerijen, partijen en vergaderingen. Incidentele verhuur aan particulieren, non-profit organisaties en commerciële bedrijven heeft altijd voor een mooie aanvulling gezorgd in de exploitatiebaten. Sinds het aantreden van de nieuwe directeur in 2023 worden er realistischer bedragen gevraagd voor het gebruik van de museale- & vergaderruimtes en zijn de kosten voor de horeca verhoogd.

Museumwinkel

Het aanbod in de museumwinkel wordt uitgebreid met fotoboeken, unieke ansichtkaarten en een speciaal aanbod voor kinderen en jongeren.

3. Codes

Museum Hilversum is een volwaardig museum. Het is ingeschreven in het Museumregister, is lid van de Nederlandse Museum Vereniging (NMV) en onderschrijft de diverse codes waaraan leden dienen te voldoen, zoals de Ethische code voor Musea, de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code, de Code voor Diversiteit en Inclusie, en de Leidraad Afstoten van Museale Objecten (LAMO). De implementatie van deze codes worden jaarlijks geëvalueerd in het jaarverslag.

4. Stakeholder management

De gemeente Hilversum is voor Museum Hilversum een buitengewoon belangrijke partner. Voor de ontwikkeling van het cultureel aanbod in de stad en de daarvoor benodigde investeringen is deze samenwerking cruciaal. Daarnaast bevindt Museum Hilversum zich in een stevig netwerk van lokale, regionale, landelijke en internationale partners.

Inhoudelijke partners

Museum Hilversum heeft al jaren een doorlopende en prettige inhoudelijke samenwerking met Stichting De Zilveren Camera. Ook met World Press Photo, NOORImages en StudioPolat wordt op programmaonderdelen samengewerkt.

Kennisdeling en lobby

Museum Hilversum onderhoudt relaties met landelijke netwerkpartners waaronder het Platform Fotografie NL, de Nederlandse Museum Vereniging, het Nederlands Fotogenootschap en de Fotobond. In deze samenwerkingen staat kennisdeling, lobby naar de landelijke overheid en coproductie centraal.

Lokaal en regionale samenwerkingen

Op lokaal en regionaal niveau is Museum Hilversum actief betrokken bij het Cultuur Netwerk Hilversum, Hilversum Marketing en de regionale Mondriaanwerkgroep. In die laatste zijn alle musea uit de regio Gooi en Vecht verzameld. Voor Museum Hilversum zijn collectie-ondersteuning en kennisdeling de motivaties om deel te nemen. Het Cultuur Netwerk Hilversum heeft uitwisseling, ontmoeting, co-creatie en stedelijke programmering tot doel.

Maatschappelijke stakeholders

Museum Hilversum gaat haar netwerk verder uitbreiden om de inclusie en diversiteit nog sterker te kunnen borgen in haar beleid. Daarvoor werken we sinds 2023 samen met maatschappelijke organisaties zoals Stichting Gooi & Vecht Inclusief en Autisme Vereniging Nederland. Ook is er een pilot geweest voor blinden en slechtzienenden die we verder willen opvolgen in samenwerking met Stichting Bartimeus.

Met het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en de Bibliotheek Hilversum heeft Museum Hilversum Stichting Mediaplein opgericht. Het betreft strategische en inhoudelijke samenwerking die bijdraagt aan een sterke de programmering van de Kerkbrink.

Dankzij al deze samenwerkingen ontstaat er een vliegwieleffect met als resultaat een positieve impact op het cultuuraanbod in de stad en daar zijn we trots op.

De Vriendenstichting van Museum Hilversum

Onze Vriendenstichting is belangrijk voor het draagvlak van het museum in de stad en geeft de mogelijkheid de betrokkenheid van het publiek bij het museum te vergroten. De jaarlijkse schenking van de Vriendenstichting wordt besteed aan de collectievorming, bij voorkeur voor de verwerving van nieuwe werken.

Sinds 2023 is de betrokkenheid van de Vrienden bij het museum vergroot, Vrienden willen graag hun kennis en expertise inzetten voor het museum. Daarom worden er vanaf 2024 twee tot drie keer per jaar thema avonden georganiseerd waarbij Vrienden hun expertise en kennis delen om zodoende de geambieerde groei van het museum te ondersteunen.

De bijdrage van de Vriendenstichting van Museum Hilversum komt voornamelijk ten goede aan de collectievorming en incidenteel is er budget om een extra event te organiseren. De Vriendenstichting verwacht door actiever nieuwe leden te werven dat in de toekomst een verhoging

van de bijdrage realistisch is. We gaan het huidige lidmaatschap in 2024 tegen het licht houden en (waarschijnlijk) ophogen.

5. Hoe evalueren we?

Doelstellingen Museum Hilversum:

- A. Groter en divers publieksbereik
- B. Bedrijfsvoering professionaliseren

Om de bovengenoemde doelstellingen en in de in het beleidsstuk geformuleerde ambities te kunnen evalueren en monitoren, zet het museum de volgende stappen:

- Bezoekersaantallen aan het museum wekelijks bijhouden.
- Online volgers jaarlijks vaststellen.
- Financiële doelstellingen jaarlijks evalueren.
- Fondsenwerving continue monitoren en actieve acquisitie plegen.
- Jaarlijks bezoekersonderzoek.
- Samenwerkingen met partners inhoudelijk en financieel evalueren.
- Interne processen monitoren.