

# Fotomuseum Hilversum

Jaarverslag 2025



Installatiefoto "Dreamland – Yallah – Bladi" Mounirr Raji 2025

## Inhoud

|   |    |
|---|----|
| Voorwoord directeur.....  | 2  |
| Tentoonstellingsbeleid .....  | 3  |
| Contextprogrammering.....   | 7  |
| Collectiebeleid.....  | 9  |
| Educatie – Fotomuseum Hilversum een leerplek voor jong en oud ..... | 10 |
| Partners .....  | 11 |
| Netwerken.....  | 12 |
| Organisatie en governance.....                                      | 12 |
| Vrijwilligers.....  | 14 |
| Financiën en fondsen .....  | 15 |
| Marketing, media en publieksbereik.....                             | 16 |
| Bezoekersaantallen afgelopen vijf jaar .....                        | 18 |
| Conclusie en vooruitblik.....                                       | 18 |

## Voorwoord directeur

2025 was voor Fotomuseum Hilversum een jaar van groei, verdieping en herpositionering. Met een ambitieus programma van tentoonstellingen, gesprekken, workshops en samenwerkingen hebben wij fotografie ingezet als middel om verhalen te vertellen over de wereld waarin we leven. Dat deden we vanuit de overtuiging dat fotografie meer is dan alleen een artistiek medium. Fotografie maakt zichtbaar, stelt vragen, verruimt perspectieven en verbindt mensen met elkaar. Juist in een tijd waarin beelden ons dagelijks omringen en maatschappelijke ontwikkelingen elkaar snel opvolgen, is het van belang om ruimte te bieden aan verdieping, context en ontmoeting. Het resulteerde in een groeiend aantal bezoekers van 43.463. Zij bezochten een van onze vijftien tentoonstellingen in het museum en/of een van de drie buitenexposities.

In onze tentoonstellingen toonden wij werk van fotografen die reflecteren op actuele thema's zoals identiteit, migratie, geopolitiek, cultuur en sociale verandering. Daarmee hebben wij niet alleen artistiek relevante programma's gepresenteerd, maar ook programma's die midden in de samenleving staan. Wij willen bezoekers uitnodigen om anders te kijken: naar de wereld, naar elkaar en naar de rol die beelden spelen in hoe wij werkelijkheid begrijpen.

Een belangrijke stap in 2025 was de introductie van onze nieuwe naam: Fotomuseum Hilversum. Met deze naam maken wij scherper zichtbaar waar wij voor staan en welke rol wij willen spelen binnen het Nederlandse en internationale fotografielandschap. De nieuwe naam geeft helderheid, richting en herkenbaarheid. Hij markeert niet alleen een communicatieve vernieuwing, maar ook een inhoudelijke aanscherping van onze positionering.

Het realiseren van dit programma was alleen mogelijk dankzij de inzet van een kleine maar zeer betrokken organisatie. Medewerkers, vrijwilligers, bestuur, fotografen, curatoren, partners en fondsen droegen ieder op hun eigen manier bij aan het succes van het museum. Juist die combinatie

van professionaliteit, betrokkenheid en veerkracht maakte het mogelijk om ook in 2025 een sterk en veelzijdig programma te realiseren.

Wij zijn de Gemeente Hilversum en de fondsen die ons ondersteunen dankbaar voor hun vertrouwen. Hun bijdrage maakt het mogelijk om fotografie toegankelijk te maken voor een breed publiek en om een betekenisvolle bijdrage te leveren aan het culturele leven van Hilversum. Met dit jaarverslag leggen wij verantwoording af over onze activiteiten, resultaten en keuzes in 2025. Tegelijkertijd laten wij zien hoe Fotomuseum Hilversum zich verder ontwikkelt als artistiek, maatschappelijk en organisatorisch sterke instelling.

## Tentoonstellingsbeleid

In 2025 organiseerde Fotomuseum Hilversum 15 tentoonstellingen in het museum plus 3 buiten presentaties met werk van 200 zowel Nederlandse als internationale fotografen en beeldmakers. Deze tentoonstellingen werden aangevuld met een breed publieksprogramma met in totaal 18 evenementen zoals zes Beeldverhalen, drie workshops, twee masterclasses en andere participatieve activiteiten. Daarmee heeft het museum zijn functie als presentatie-instelling, ontmoetingsplek en platform voor dialoog verder versterkt.

Het tentoonstellingsbeleid van het museum bestaat uit een combinatie van zelf gecureerde tentoonstellingen en tentoonstellingen die worden ingekocht. Er zijn drie artistiek inhoudelijke beleidslijnen in de programmering van Fotomuseum Hilversum terug te vinden: nieuwsfotografie, documentairefotografie en autonome fotografie.

Fotomuseum Hilversum focust zich hoofdzakelijk op professionele fotografie maar combineert dit met laagdrempelige projecten en tentoonstellingen zoals de Slaapkamer van Sinterklaas en Het Perfecte Plaatje. Ook zijn er tentoonstellingen op het gebied van beeldende kunst. Dit is allemaal mogelijk doordat er gebruik werd gemaakt van de drie grote expositiehallen van de moderne uitbouw en tentoonstellingen te zien waren in de benedenzaal en de voorkamer van het oude stadhuis.

In 2025 was 36% van de getoonde kunstenaars vrouw, 2% non-binair en 62% man.

### Titels tentoonstellingen 2025

1. Cynthia Bol - Onopgemerkt
2. Winnaars Het Perfecte Plaatje 2024 + Het Perfecte Plaatje op Reis Thailand
3. Until we meet again, solotentoonstelling Selma van Bijl
4. Zilveren Camera 2024
5. Dreamland – Yallah – Bladi, solotentoonstelling Mounrir Raji
6. Roman Reuzen
7. Beelden van oorlog en bevrijding
8. Vier de Beeldmix
9. Beelden uit Buitenhof
10. I went on a Holiday to the Country You Fled From, solotentoonstelling Iris Havekamp Begemann
11. World Press Photo 2025
12. Slaapkamer van Sinterklaas
13. 10 jaar het Perfecte Plaatje
14. Winnaars Het Perfecte Plaatje 2024 + Het Perfecte Plaatje op Reis Italië
15. Bloedbanden: Verzoening na de genocide in Rwanda, solotentoonstelling Jan Banning



*Bezoeker bij een foto tijdens de tentoonstelling I went on a Holiday to the Country You Fled From*

#### *Documentair - I went on a Holiday to the Country You Fled From*

Uit een vriendschap tussen fotograaf Iris Haverkamp Begemann en de Mexicaanse schrijver/activist Alejandra Ortiz groeide een bijzondere artistieke samenwerking. Hun gesprekken onthulden zowel parallellen in hun dagelijkse leven in Amsterdam als de scherpe contrasten in hun levenservaringen. Toen Iris een vakantie naar Mexico boekte, voelde ze ongemak over de vanzelfsprekendheid waarmee zij kon reizen naar de plek die Alejandra had moeten ontvluchten. Deze spanning vormde de basis voor een gezamenlijke zoektocht: Iris reisde naar Alejandra's geboorteplaats in Mexico om de plekken vast te leggen die zij moest achterlaten. Zo ontstond een serie beelden die niet alleen gaat over herinnering, verlies en transgenderacceptatie, maar ook over de ongelijkheid in vrijheid en veiligheid tussen een Nederlandse cisgender witte vrouw en een Mexicaanse transgender vrouw van kleur.

Aan de hand van instructies en een uit het hoofd getekende kaart volgt Iris Alejandra's jeugd in Salitral de Carrera, Mexico. In het afgelegen stadje wordt Iris verwelkomd in een gemeenschap waar Alejandra zich zowel geliefd en verzorgd voelde, als ook extreem onveilig, gemarginaliseerd en afgewezen door haar eigen familie. De cinematografische, aardse foto's staan in schril contrast met Alejandra's handgeschreven aantekeningen, die de harde realiteit van haar jeugd op papier zetten.

*Deze tentoonstelling was geprogrammeerd in samenwerking met Stichting Gooische Pride.*



*Opening Beelden uit Buitenhof, in het midden fotograaf Ilvy Njokiktjien*

#### *Nieuwsfotografie – Beelden uit Buitenhof*

Vijf jaar lang werd er (bijna) elke week in het politieke tv-programma Buitenhof een opvallende nieuwsfoto besproken. Samen met een fotografie-expert werd er ingezoomd op de herkomst, compositie en betekenis van het beeld. Zo leerde je anders kijken en ontdekte je hoe gelaagd nieuwsbeelden kunnen zijn. Een selectie was te zien in Fotomuseum Hilversum.

Het tv-programma Buitenhof neemt uitgebreid de tijd voor vakkundig geleide diepte-interviews of discussies over politiek en actuele ontwikkelingen. Iedereen, van links tot rechts, die een rol speelt in het publieke debat is welkom voor professionele duiding van de actualiteit.

Fotografie speelt zo'n grote rol in de spreading en het begrip van het nieuws om ons heen. Daarom nodigde Buitenhof regelmatig fotografie experts Ilvy Njokiktjien, Ahmet Polat en Çigdem Yüksel uit om één specifieke nieuwsfoto nader te bespreken. De foto kon overal vandaan komen. En wat bleek is dat de betekenis van een foto is vaak gelaagder dan je denkt. Beelden uit Buitenhof - Nieuwsfoto van de week leerde je opnieuw kijken en verrijkte je blik.

*Deze tentoonstelling was geprogrammeerd in samenwerking met Buitenhof een unieke hommage aan het beeld.*

#### *Autonome fotografie – Vier de Beeldmix*

*Vier de Beeldmix* was een groepstentoonstelling met meer dan twintig Nederlandse fotografen. Het liet zien hoe rijk en divers de Nederlandse autonome fotografie is. De foto's gaven een nieuwe blik op actuele onderwerpen zoals energietransitie, leefbaarheid, inclusiviteit, diversiteit, gendergelijkheid, artificiële intelligentie, natuur, waterbeheer, duurzaamheid, circulariteit en sociaal en innovatief spelen.

#### *Publiekstrekking – Het Perfecte Plaatje & Slaapkamer van Sinterklaas*

Fotomuseum Hilversum staat in het midden van de samenleving. Toegankelijke tentoonstellingen en evenementen zijn van groot belang om nieuw publiek te bereiken. Het museum werkt al enige jaren

samen met de gemeente rondom Sinterklaas. In het museum is de Slaapkamer van Sinterklaas te zien, te bezoeken en kan men een bericht of tekening achterlaten voor de oude man. Naast de theatrale opzet van de slaapkamer is er een fotografie tentoonstelling waarin historische foto's te zien zijn over de viering van Sinterklaas door de jaren heen. De archieven waar werk uit werd getoond waren: Gemeente Archief Hilversum, Collectie Spaarnestad.

Een andere langlopende samenwerking is die met het tv-programma Het Perfecte Plaatje. Samen met hen zet Fotomuseum Hilversum fotografie op de kaart bij het brede publiek. Het programma heeft een groot bereik en enthousiasmeert niet alleen de deelnemers om de fotocamera ter hand te nemen maar ook haar kijkers. In Fotomuseum Hilversum stellen we tentoonstellingen samen op basis van het werk van de winnaars aangevuld met behind the scene fotografie, beeldfragmenten en andere foto's die hoge cijfers kregen. De opdrachten die de deelnemers hebben moeten uitvoeren variëren van portret-, landschaps-, mode-, product- en documentairefotografie. De tentoonstelling toont die grote variëteit en diversiteit aan thema's.

De samenwerking met tv-programma's die inhoudelijk in het verlengde liggen van de fotografische focus van het museum is zeer waardevol voor de positionering van het museum.



*Sinterklaas en Piet op bezoek in Fotomuseum Hilversum.*

### *Deelnemende fotografen & geografische spreiding*

#### Nederland

Nabil Aoulad Ayad, Mark Baanders, Aran Bade, Selma van der Bijl, Noor Boiten, Cynthia Boll, Sophie Bouquet, Loek Buter, Pierre Crom, April Darby, Ger Dekkers, Ger Dijs, Jasper Doest, Sosha Duysker, Rob Engelaar, Marijn Fidder, Ramon van Flymen, Floris Göbel, Kaj Gorgels, Edson da Graça, Robert de Hartogh, Heleen Haijtema, Bettina Holwerda, Ronald Hoogendoorn, Claes Iversen, Bram Janssen, Stefan Jurriens, Oos Kesbeke, Catherine Keyl, Jelle Krings, Soy Kroon, Kim Kötter, Rhodé Kok, Loiza Lamers, Koen Lenarts, Robin van Lonkhuijsen, Bart Maat, Dingena Mol, Irene Moors, Richard Mouw, Emiel Muijderman, Lykele Muus, Danny de Munk, Hila Noorzai, Amara Onwuka, Kevin Osepa, Wiesje Peels, Toine van Peperstraten, Jilmer Postma, Mounir Raji, Jaap Reesema, Milan Schellingerhout, Johannes Bernardus Schröer, Frits Sissing, Tatiana Stoute, Caroline Tensen, John van der Tol, Lex Uiting, Kadir van Lohuizen, Kees van de Veen, Dwight van van de Vijver, Gallyon van Vessem, Prins de

Vos, Atlynn Vrolijk, Susan Visser, Hannes Wallrafen, Koen van Weel, Kirsten Westrik, Pauline Wingelaar.

#### Internationaal

Maria Abranches (PT), Samar Abu Elouf (PS), Mosab Abushama (SD), Yasin Akgul (TR), Lalo de Almeida (BR), Ebrahim Alipoor (IR), Florian Bachmeier (DE), Mas Agung Wilis Yudha Baskoro (IDN), Carlos Barrera (SV), Jabin Botsford (VS), Alex Brandon (US), Jerome Brouillet (FR), Eric Bouvet (FR), Cinzia Canneri (IT), Noel Celis (PH), Tatsiana Chypsanava (BLR), Siffroy Clarens (HT), André Coelho (BR), Fabrice Coffrini (CH), Anselmo Cunha (BR), Sean Davey (NZ), Suvra Kanti Das (BD), Oliver Farshi (VK), Yuri Gripas (UA), Nanna Heitmann (DE), Rafael Heygster (DE), Jae C. Hong (KR), Kiyana Hayeri (IR), Ali Jadallah (PS), Temiloluwa Johnson (NG), Aliona Kardash (RU), Rebecca Kiger (VK), Ozan Kose (TR), Daniel Leal (ES), Ennio Leanza (CH), Markjian Lyseiko (US), Phil Magakoe (ZA), Hannah McKay (GB), Win McNamee (US), Santiago Mesa (CO), Philip Montgomery (VS), John Moore (VS), Aubin Mukoni (DRC), Samuel Nacar (SP), Go Nakamura (JP), Musuk Nolte (MEX), Ebrahim Noroozi (IR), Gabriela Oráa (BR), Amanda M. Perobelli (BR), Paul Ratje (DE), Federico Rios (CO), Alberto Saiz (ES), Mohammed Salem (PS), Murat Sengul (TR), Fatima Shbair (PS), Ethan Swope (US), Bashar Taleb (PS), Luis Tato (ES), Mikhail Tereshchenko (RU), Chalinee Thirasupa (TH), Ye Aung Thu (MMR), Tommy Trencharc (VK), Angela Weiss (US).

#### Contextprogrammering

Fotomuseum Hilversum organiseerde in 2025 18 events in aanvulling op de tentoonstellingen. Het werd een gevarieerd aanbod aan openingen, gesprekken met makers, rondleidingen, speciale avondopenstellingen, een Iftar, concerten en workshops. Beeldverhalen is het nieuwe lezingenprogramma waarin fotografen en kunstenaars vertellen over hun praktijk en werk. In 2025 organiseerde het museum er zes. Tijdens deze avonden en middagen staan verdieping, reflectie en inspiratie centraal.



*Mounir Rajj Dreamland – Yallah - Bladi*

### *Beeldverhalen uitgelicht; Mounir Raji en Hot Tea, Real Talk – 28 mei*

In het teken van de tentoonstelling *Dreamland – Yallah – Bladi* van fotograaf Mounir Raji organiseerden we een Beeldverhaal waarin Raji werd geïnterviewd over zijn fotografische praktijk door curator Fiepke van Niel. Na het interview werd in de Raadzaal van het museum plaatsgemaakt voor Hot Tea, Real Talk wat we organiseerden met Young Hilversummers en Stichting Present. Dit nagesprek stond in het teken van het thema thuis, dat ook terugkomt in de tentoonstelling van Mounir Raji. Er was ruimte voor het stellen van vragen aan Mounir Raji, maar bovenal om met elkaar in gesprek te gaan. Alle deelnemers waren gevraagd om een foto in te sturen die voor hen een thuisgevoel reflecteert. De foto's werden getoond in een mini-expositie in de Raadzaal en vormden het uitgangspunt voor het gesprek. In groepjes gingen de deelnemers samen in gesprek aan de hand van de foto's en een kletsplot, onder het genot van een kopje atay (Marokkaanse thee). De avond resulteerde in bijzondere gesprekken over cultuur, identiteit en je thuis voelen. De deelnemers waren onder andere jongeren uit Hilversum en nieuwkomers in Hilversum, maar ook vaste bezoekers van het museum deden mee.

#### **Deelnemers Beeldverhalen in 2025 waren:**

Beeldverhalen #1: Mounir Raji

Beeldverhalen #2: Eddy van Wessel

Beeldverhalen #3: 'Tijdloos land' met Harry Cock & Heleen Haijtema

Beeldverhalen #4: 'Natuurlijke verbinding' met Wiesje Peels & Erik van Cuyk

Beeldverhalen #5: 'Identiteit' met Khalid Amakran en Vilain & Gal

Beeldverhalen #6: 'Stroming' met David Vroom & Annegien van Doorn

### *Workshops uitgelicht; Vogue workshop en panelgesprek – 26 Oktober*

Tijdens de tentoonstelling *I Went on a Holiday to the Country You Fled From* organiseerden we samen met Gooise Pride en Dynamic Arts een Vogue workshop en panelgesprek in het museum. Jojo Miyake Mugler, een gevestigd danseres in de Nederlandse ballroom-scene, gaf de workshop. Vogue is een dansstijl die ontstond in New York in de jaren zeventig onder voornamelijk mensen van kleur in de LHBTQIA+-gemeenschap. Ook in Nederland leeft Vogue en wordt het beoefend in houses, waar dansers lid van kunnen zijn. Deze gemeenschappen zijn ook van groot belang voor LHBTQIA+-ers met een migratie- of vluchtachtergrond. Deze thematiek sloot inhoudelijk aan op *I Went on a Holiday to the Country You Fled From*. De tentoonstelling vertelde namelijk het verhaal van Alejandra Ortiz; zij vluchtte als transvrouw uit Mexico naar Nederland. Het panelgesprek met Jojo Miyake Mugler en Ayala 007 gaf meer inzicht in het belang van deze gemeenschappen voor LHBTQIA+-ers met een migratieachtergrond. Na het gesprek werd de Raadzaal omgetoverd tot een dansvloer waar alle deelnemers kennis konden maken met Vogue.

### *OPEN035 lokale samenwerking*

Tijdens Open035, een eendaags cultureel festival op het marktplein van Hilversum, organiseerde Fotomuseum Hilversum en workshop cyanotypie in samenwerking met het Grafisch Atelier. Op deze manier konden op één dag 500 mensen kennismaken met cyanotypie, een van de oudste fotografische technieken. De deelnemers konden zelf een compositie maken met planten.

Vervolgens konden ze aanschouwen hoe hun compositie zich langzaam ontwikkelde in de zon tot een fotoafdruk. Ook was er een mini-expositie waar de deelnemers meer konden leren over de geschiedenis van de cyanotypie.

## Collectiebeleid

In 2025 is het uitdenken van het nieuwe collectiebeleid afgerond. Omdat er gewerkt werd aan nieuwe kaders voor het verwerven van nieuw werk voor de collectie, is ervoor gekozen in 2025 geen nieuwe aankopen te doen. In 2026 zal het nieuwe collectiebeleid actief worden.

Fotomuseum Hilversum beheert een collectie fotografie die voornamelijk hedendaags werk omvat. De collectie is een groeiend onderdeel van het museum en draagt bij aan de presentatie van fotografie als kunstvorm en als document van maatschappelijke ontwikkelingen. Hoewel het tentoonstellingsprogramma voor het publiek het meest zichtbaar is, zal de collectie een inhoudelijke basis gaan vormen voor het werk van het museum.

Het beheer van de collectie richt zich op behoud. Het museum zorgt ervoor dat het werk in de collectie op een professionele manier wordt bewaard en gedocumenteerd. Daarmee wordt niet alleen zorg gedragen voor het fysieke behoud van de werken, maar ook voor de context en kennis die bij de collectie horen. Juist bij fotografie is die context van groot belang, omdat betekenis sterk samenhangt met maker, moment, publicatievorm en maatschappelijke omgeving.

De collectie wordt waar mogelijk ingezet in tentoonstellingen en educatieve activiteiten. Hierdoor blijft het werk zichtbaar voor publiek en krijgt het een actieve rol binnen het programma van het museum. De collectie is daarmee geen statisch bezit, maar een levend onderdeel van de organisatie. Zij voedt de inhoudelijke koers van het museum en ondersteunt de ambitie om fotografie in historische én hedendaagse context te tonen.

Het museum blijft de collectie waar mogelijk uitbreiden met werk dat aansluit bij de inhoudelijke koers van de instelling en dat bijdraagt aan een beter begrip van hedendaagse beeldcultuur. Daarmee investeert Fotomuseum Hilversum niet alleen in het heden van de fotografie, maar ook in de toekomst van fotografisch erfgoed.



*Jonge bezoekers aan het speuren in het museum*

## Educatie – Fotomuseum Hilversum een leerplek voor jong en oud

Educatie vormt een belangrijk onderdeel van de activiteiten van Fotomuseum Hilversum. Fotografie is een toegankelijk medium dat uitnodigt tot kijken, reflecteren en gesprek. Door educatieve activiteiten stimuleert het museum bezoekers om actief met beeldcultuur bezig te zijn en om kritisch te kijken naar de rol van beelden in onze samenleving.

Het museum organiseert regelmatig lezingen, workshops en masterclasses waarin fotografen, curatoren en andere professionals hun kennis delen met publiek. Deze activiteiten bieden verdieping bij tentoonstellingen en geven bezoekers inzicht in de werkwijze van fotografen en de verhalen achter hun beelden. Daarmee draagt het museum bij aan een grotere visuele geletterdheid en aan meer bewustzijn over de werking van beeld in het dagelijks leven.

De educatieve activiteiten richten zich op verschillende doelgroepen. Naast geïnteresseerde museumbezoekers worden ook fotografiestudenten, amateurfotografen en jonge makers bereikt. Door deze brede benadering draagt het museum bij aan kennisontwikkeling en talentontwikkeling binnen de fotografiesector. Het museum biedt niet alleen inspiratie, maar ook concrete verdieping en vakinhoudelijke ontmoeting.

Tijdens workshops en masterclasses worden verschillende aspecten van fotografie behandeld, zoals beeldtaal, storytelling, journalistieke fotografie en artistieke fotografie. Deelnemers krijgen de mogelijkheid om vragen te stellen, ervaringen uit te wisselen en hun eigen werk te bespreken. Daardoor ontstaat een actieve leeromgeving waarin makers en publiek van elkaar kunnen leren.

De in 2025 georganiseerde masterclass fotografie door Fjodor Buis en de masterclass interviewtechniek door Frènk van der Linden zijn hiervan duidelijke voorbeelden. Beide bijeenkomsten boden niet alleen inhoudelijke verdieping, maar ook praktische inzichten in het maken, interpreteren en contextualiseren van beeld. Daarmee sluiten zij goed aan bij de missie van het museum om fotografie niet alleen te tonen, maar ook te duiden.

Door deze activiteiten ontstaat een levendige uitwisseling tussen makers en publiek. Het museum fungeert daarmee niet alleen als presentatie-instelling, maar ook als plek waar kennis over fotografie wordt gedeeld en ontwikkeld. Die educatieve functie versterkt de maatschappelijke betekenis van het museum en draagt bij aan een bredere waardering voor fotografie als discipline.

### *Basis- & Voortgezet onderwijs*

Bij elke tentoonstelling worden er (dankzij de inzet van meerdere vrijwilligers met een didactische achtergrond en de kunsthistorische kennis in het kernteam) speurtochten en kijkwijzers gemaakt. De kijkwijzers zijn gericht op het VO en de speurwijzer op het PO. De kijkwijzers worden ingezet voor schoolbezoeken en ze zijn gratis verkrijgbaar bij de entree voor het algemene publiek.

Het uitbreiden van het onderwijsaanbod, is een aandachtspunt voor de aankomende jaren. De ambitie is om eerder het onderwijsaanbod gereed te hebben zodat scholen het kunnen integreren in hun jaarprogramma.

### *MBO & HBO onderwijs*

MBO & HBO scholieren kwamen in 2025 vooral naar de Zilveren Camera, World Press Photo en Dreamland – Yallah – Bladi. Zij kwamen voornamelijk vanuit de opleidingen journalistiek, fotografie en andere sociale wetenschappen zoals kunstgeschiedenis en curating.

In 2025 zijn er in totaal 2829 scholieren op bezoek geweest in Fotomuseum Hilversum.

### Stageplekken

Het museum als leer-werkplek voor jongeren. Om jongeren en studenten te enthousiasmeren voor de kunst en de museale sector heeft het museum een doorlopende samenwerking met MBO, HBO en universitaire instellingen. De stagiaires in 2025 waren afkomstig van de Universiteit Utrecht, Hogeschool Utrecht en HKU (Utrecht).

In totaal heeft Fotomuseum Hilversum in 2025 drie stagiaires gehad.

### Partners

Fotomuseum Hilversum heeft meerdere samenwerkingspartners die de positionering van het museum versterken en vice versa. In 2025 kwamen er een nieuwe partners bij:

Stichting Present. Present werkt aanbodgericht met groepen mensen. De kennis en kunde van deze deelnemers zijn het vertrekpunt. Dit aanbod koppelen ze aan de hulpvraag van mensen die dit goed kunnen gebruiken in Hilversum. Op die manier zorgen ze voor een mooie dag die aansluit bij de vrijwilligers. De hulpvragen kunnen alleen door maatschappelijke organisaties aangemeld worden. Zo komt de hulp terecht bij de mensen die het écht nodig hebben. Door de koppeling tussen aanbod en hulpvraag ontstaat een project met een waardevolle ontmoeting tussen mensen die elkaar anders niet zo snel zouden tegenkomen.

Samenwerkingen spelen een belangrijke rol binnen de activiteiten van Fotomuseum Hilversum. Door samen te werken met culturele instellingen, maatschappelijke organisaties en lokale partners kan het museum zijn programma versterken en een breder publiek bereiken. Partnerschappen vergroten niet alleen het bereik, maar verrijken ook de inhoud van activiteiten en zorgen voor verbinding met verschillende gemeenschappen in de stad en daarbuiten.

In 2025 werkte het museum onder meer samen met Hilversum Marketing, Gooise Pride, Dynamic Arts, Young Hilversummers en het Grafisch Atelier Hilversum. Deze samenwerkingen maakten het mogelijk om programma's te organiseren die verschillende doelgroepen aanspraken en die bijdroegen aan de maatschappelijke rol van het museum.

De samenwerking met Hilversum Marketing is van belang voor de zichtbaarheid van het museum binnen de stad en de regio. Door aan te sluiten bij stedelijke initiatieven en culturele campagnes wordt het museum beter ingebed in het lokale netwerk. Deelname aan evenementen en gezamenlijke communicatie versterkt de positie van het museum als actieve culturele speler in Hilversum.

Samenwerkingen met partners als Gooise Pride en Dynamic Arts maakten het mogelijk om programma's te ontwikkelen rond thema's als identiteit, inclusie en gemeenschap. Deze partners brengen expertise, netwerken en doelgroepen mee die het museum helpen om zijn maatschappelijke ambities concreet vorm te geven. Daardoor ontstaan programma's die niet alleen artistiek relevant zijn, maar ook sociaal betekenisvol.

Ook de samenwerking met Young Hilversummers en andere lokale partners is belangrijk in het kader van publieksverbreding en maatschappelijke verankering. Door jongeren en diverse gemeenschappen actief te betrekken bij programma's, laat het museum zien dat het openstaat voor ontmoeting en dialoog. Dit versterkt de rol van het museum als publieke ruimte.

Door samen te werken met partners uit verschillende sectoren ontstaat een netwerk waarin kunst, cultuur en maatschappelijke vraagstukken elkaar ontmoeten. Daarmee bouwt Fotomuseum Hilversum aan duurzame relaties die bijdragen aan de kwaliteit, zichtbaarheid en relevantie van het museum.

## Netwerken

Fotomuseum Hilversum is onderdeel van verschillende netwerken.

Lokaal is zij onderdeel van het Cultuurnetwerk Hilversum waarin professionele cultuurorganisaties samenwerken o.a.: MCO, De Vorstin, Filmtheater Hilversum, DAC, Grafisch Atelier Hilversum, Bibliotheek, Beeld & Geluid, Fotomuseum Hilversum, Globe e.a.

Regionaal is er het museale netwerk Regio Gooi en Vechtstreek waar de volgende instellingen onderdeel van zijn: Singer Laren, Museum Weesp, Comenius Museum, Stichting Grote Kerk Naarden, Rijksmuseum Muiderslot, Het Nederlands Vestingmuseum, Huizer Museum, Pinetum Blijdenstein, Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid, Kasteel-Museum Sypesteyn, Dudok Architectuur Centrum, Forteiland Pampus en Fotomuseum Hilversum.

Landelijk is Fotomuseum Hilversum onderdeel van Platform Fotografie Nederland dat is opgegaan in het Nederlands Fotogenootschap medio 2025. Deelnemende organisaties zijn: BredaPhoto, Dupho, Fotodok, Maria Austria Institute, Fotomuseum Hilversum, Nederlands fotomuseum, Noorderlicht, World Press Photo, Paradox, Zilveren Camera en Fotomuseum Den Haag.



*Directeur Fleur van Muiswinkel samen met verzamelaar Robin Gouwswaard en Merle Lammers, secretaris Stichting Hilversum in de Oorlog*

## Organisatie en governance

Fotomuseum Hilversum werkt met een kleine en wendbare organisatie waarin samenwerking centraal staat. Het museum combineert een professioneel kernteam met een grote groep vrijwilligers en werkt daarnaast regelmatig samen met externe curatoren, fotografen en projectleiders. Deze combinatie maakt het mogelijk om met beperkte middelen een ambitieus programma te realiseren.

De organisatie wordt geleid vanuit een duidelijke inhoudelijke en strategische koers. Binnen het kernteam komen verschillende expertisegebieden samen, waaronder programmering, marketing en communicatie, productie, publiekszaken, financiën en organisatie. Juist doordat het team compact is,

is onderlinge afstemming van groot belang. In 2025 bleek opnieuw dat deze manier van werken het museum in staat stelt om flexibel te opereren en snel in te spelen op kansen en ontwikkelingen.

Het kernteam werd in 2025 gevormd door:

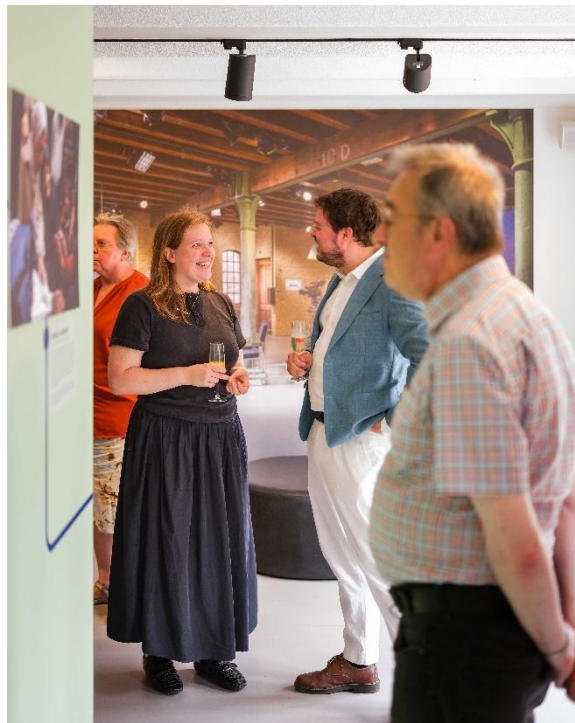
Fleur van Muiswinkel, (Directeur, hoofd curator) 1 fte

*Marc Prüst (Interim-directeur augustus – december) 0,5 fte*

Fiepke van Niel (Conservator, junior curator) 0,8 fte

Maurijn Teunissen (Content creator) 0,3 fte

Het kernteam werd aangevuld met expertises in de functies van event management, facilitair management, communicatie & marketing, coördinatie vrijwilligers en backoffice.



*Curator Fiepke van Niel in gesprek met bezoeker tijdens de opening van Beelden uit Buitenhof*

Het bestuur vervult een toezichhoudende rol en bewaakt de continuïteit van de organisatie. Daarbij ziet het bestuur toe op de strategische koers, de financiële gezondheid en de kwaliteit van het functioneren van de instelling. Het bestuur levert daarmee een belangrijke bijdrage aan de stabiliteit en professionaliteit van het museum.

Het bestuur van Fotomuseum Hilversum bestond in 2025 uit Maarten Pel (voorzitter), Harrie van Boxmeer (penningmeester), Christjan Knijff (secretaris), Eline Deijs (algemeen bestuurslid) en Odette Rabeling (algemeen bestuurslid). Bestuursleden ontvangen geen bezoldiging voor hun functie.

Fotomuseum Hilversum onderschrijft de belangrijkste codes voor goed bestuur binnen de culturele sector: de Governance Code Cultuur, de Fair Practice Code en de Code Diversiteit & Inclusie. Deze codes vormen een belangrijk kader voor de manier waarop het museum werkt en voor de manier waarop het omgaat met medewerkers, partners en publiek.

De Governance Code Cultuur biedt richting voor verantwoordelijk bestuur en adequaat toezicht. De Fair Practice Code onderstreept het belang van eerlijke, duurzame en transparante samenwerking binnen de culturele sector. De Code Diversiteit & Inclusie helpt het museum om bewust te blijven werken aan toegankelijkheid, representatie en ruimte voor verschillende perspectieven.

Door deze codes actief toe te passen draagt het museum bij aan een gezonde en transparante culturele sector. In 2025 liet de organisatie zien dat zij niet alleen artistiek ambitieus is, maar ook bestuurlijk en organisatorisch zorgvuldig opereert. Juist die combinatie is van belang voor een duurzame toekomst.



*Vrijwilligers Frank en Josien*

## Vrijwilligers

Vrijwilligers vormen een onmisbare schakel binnen de organisatie van Fotomuseum Hilversum. Zonder hun inzet zou het museum zijn dagelijkse werkzaamheden, publieksontvangst en een deel van zijn programmering niet op dezelfde manier kunnen realiseren. In 2025 telde het museum 35 vaste vrijwilligers en 5 incidenteel inzetbare vrijwilligers. Daarmee vormen vrijwilligers een substantieel en wezenlijk onderdeel van de organisatie.

Vrijwilligers vervullen uiteenlopende functies. Zij zijn actief als baliemedewerkers, eventhosts, rondleiders en ondersteuners bij tentoonstellingsopbouw en diverse praktische werkzaamheden. Door hun aanwezigheid dragen zij niet alleen bij aan het functioneren van het museum, maar ook aan de gastvrijheid en toegankelijkheid voor bezoekers.

Nieuwe vrijwilligers melden zich aan via het aanvraagformulier op de website, via vacatures op MuseumHelden.nl of via de vrijwilligerscentrale van Versa Welzijn. Daarnaast spelen bestaande vrijwilligers een belangrijke rol in het aantrekken van nieuwe collega's via hun eigen netwerk. Deze informele betrokkenheid laat zien dat er een sterke onderlinge verbondenheid bestaat binnen de vrijwilligersgroep.

Vrijwilligers worden actief betrokken bij de inhoud van het museum. Voorafgaand aan elke nieuwe tentoonstelling ontvangen zij een rondleiding en een inhoudelijke toelichting van de fotograaf of kunstenaar. Hierdoor vergroten zij hun kennis van het programma en kunnen zij bezoekers beter

ontvangen en informeren. Deze aanpak versterkt niet alleen hun rol in de publieksbegeleiding, maar ook hun binding met het museum.

Ook in 2025 is geïnvesteerd in training en ontwikkeling. Een grote groep vrijwilligers volgde een hospitality training in het museum. Daarnaast namen de dagcoördinatoren deel aan een BHV-training inclusief een praktijkoefening voor ontruiming. Daarmee werkt het museum actief aan kwaliteit, veiligheid en professionaliteit.

Maandelijks vindt een vrijwilligersoverleg plaats waarin ervaringen uit de praktijk worden besproken en vooruitgekeken wordt naar komende activiteiten. Deze overleggen zijn belangrijk voor het delen van informatie, het onderling afstemmen van werkzaamheden en het versterken van de betrokkenheid. De vrijwilligers vormen daarmee niet alleen een ondersteunende kracht, maar een wezenlijk onderdeel van de sociale en organisatorische basis van het museum.

### Financiën en fondsen

Fotomuseum Hilversum ontvangt structurele steun van de Gemeente Hilversum en werkt daarnaast samen met verschillende fondsen en partners. Deze mix van financieringsbronnen vormt de basis voor het realiseren van het tentoonstellingsprogramma, de publieksactiviteiten, educatieve programma's en de verdere ontwikkeling van de organisatie.

De subsidie van de gemeente is van grote betekenis voor de continuïteit van het museum. Daarnaast vervult de gemeentelijke bijdrage niet alleen een financiële, maar ook een culturele en publieke functie: zij ondersteunt een instelling die een wezenlijke rol speelt in het culturele leven van Hilversum.

Naast gemeentelijke steun werkte het museum in 2025 samen met verschillende overheidsfondsen (Mondriaan Fonds) en partners (zoals Vriendenloterij en Gooische Pride) die bijdragen aan specifieke projecten en tentoonstellingen. Die aanvullende financiering maakt het mogelijk om programma's te realiseren met extra artistieke en maatschappelijke impact. Fondsenwerving is daarmee een belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering en van de ontwikkelruimte van het museum.

Het museum blijft actief zoeken naar een gezonde balans tussen structurele ondersteuning en projectmatige financiering. Dat vraagt om continue aandacht voor relatiebeheer, verantwoording en het ontwikkelen van programma's die inhoudelijk sterk zijn en aansluiten bij de doelstellingen van fondsen en publieke financiers.

Ook commerciële inkomsten en aanvullende publiekgerelateerde opbrengsten dragen bij aan de financiële basis van het museum. Hoewel de culturele inhoud steeds het uitgangspunt blijft, is het van belang om verschillende inkomstenstromen zorgvuldig te ontwikkelen en te combineren. Daarmee werkt het museum aan een veerkrachtige organisatie die artistieke ambities weet te verbinden met zakelijke duurzaamheid.

In 2025 liet het museum zien dat het in staat is om met een compacte organisatie en in samenwerking met partners een substantieel programma te realiseren. Dat getuigt van efficiëntie, betrokkenheid en ondernemerschap. Het museum blijft erop gericht om zijn financiële basis verder te verstevigen, zodat ook in de komende jaren ruimte blijft bestaan voor kwalitatief sterke en maatschappelijk betekenisvolle programmering.

### Commerciële verhuur

Het museum is gevestigd in het voormalig stadhuis uit 1881. De raadzaal wordt nog steeds verhuurd als trouwlocatie. Ook kunnen commerciële bedrijven het museum of specifieke zalen huren voor

bijeenkomsten en meetings. Er zal echter altijd getoetst worden of de hoofddoelstelling – namelijk tentoonstellingen tonen – niet in het gedrang komt.

#### *Danktanks & nevenfuncties directeur*

Directeur Fleur van Muiswinkel heeft in 2025 zitting genomen in meerdere besturen en jury-activiteiten. Van Muiswinkel is bestuurslid bij Stichting Mediaplein en Stichting Surreal Projects. Van Muiswinkel neemt zitting in bestuurlijk overleg van Stichting Vrienden van Fotomuseum Hilversum en Taskforce Centrum een initiatief van de gemeente Hilversum waarin ondernemers, vastgoedeigenaren, centrummanager, culture organisaties, bewoners, citymarketing en de gemeente samen nadenken over de toekomst van de stad. Verder was Van Muiswinkel juryvoorzitter voor de Open Call van Fotofestival Naarden.



*Opening buitenexpositie Vier de Beeldmix op NS station Hilversum, initiator Rafael Philippen, directeur Fleur van Muiswinkel en wethouder Edwin Göbbels tussen de NS en Pro Rail afgevaardigden.*

#### Marketing, media en publieksbereik

In 2025 heeft Fotomuseum Hilversum belangrijke stappen gezet in het versterken van zijn zichtbaarheid en positionering. De introductie van de naam Fotomuseum Hilversum en de bijbehorende visuele identiteit vormden een belangrijk moment in deze ontwikkeling. Deze vernieuwing maakte het profiel van het museum helderder en beter herkenbaar voor publiek, partners en media.

De nieuwe naam maakt duidelijk waar het museum voor staat en helpt om het museum sterker te positioneren binnen het nationale en internationale fotografielandschap. Daarmee werd een belangrijke stap gezet in de verdere professionalisering van de communicatie. De keuze voor een heldere en directe naam ondersteunt de inhoudelijke koers van het museum en vergroot de eenduidigheid in alle uitingen.

De marketingstrategie van het museum richt zich op een combinatie van regionale, nationale en internationale zichtbaarheid. Regionaal speelt het museum een duidelijke rol binnen Hilversum en de omliggende regio. Tegelijkertijd richt het zich, afhankelijk van de inhoud van tentoonstellingen, ook op landelijke media, culturele platforms en specialistische netwerken binnen de fotografie en

journalistiek. Deze meerlagige aanpak draagt bij aan zowel publieksverbreding als positionering binnen het professionele veld.

De persbenadering werd in 2025 verder geïntensiveerd. Naast het versturen van persberichten werd actiever gewerkt aan persoonlijke contacten met journalisten, redacties en relevante platforms. Hierdoor kon de communicatie beter aansluiten op de inhoud van afzonderlijke tentoonstellingen en programma's. Deze aanpak vergroot de kans op inhoudelijke aandacht in plaats van alleen agenderende publiciteit.

De strategie richtte zich niet alleen op algemene culturele media, maar ook op platforms die aansluiten bij specifieke thema's, zoals maatschappelijke vraagstukken, internationale ontwikkelingen of identiteit. Daardoor werd het mogelijk om per tentoonstelling gericht publiek en media te bereiken. Die inhoudelijk gedifferentieerde aanpak past goed bij de aard van het programma van het museum.

In 2025 is daarnaast begonnen met het ontwikkelen van een meer data gedreven marketingstrategie. Door beter inzicht te krijgen in publieksdata en online gedrag kan het museum zijn communicatie gericht inzetten en publieksgroepen beter bedienen. Deze ontwikkeling vormt een belangrijke basis voor de verdere professionalisering van marketing en publieksanalyse in de komende jaren. Daarmee werkt het museum niet alleen aan zichtbaarheid, maar ook aan duurzame kennis over bereik en betrokkenheid.

#### *Website en digitale strategie*

Digitale communicatie speelt een steeds belangrijkere rol in het bereiken van publiek. In 2025 heeft Fotomuseum Hilversum daarom belangrijke stappen gezet in de ontwikkeling van zijn digitale strategie. Een belangrijk moment was de migratie van de website van museumhilversum.nl naar fotomuseumhilversum.nl. Deze nieuwe domeinnaam sluit beter aan bij de identiteit en positionering van het museum en maakt direct duidelijk wat bezoekers kunnen verwachten.

De website fungeert als een belangrijk platform voor informatie over tentoonstellingen, activiteiten en nieuws. Daarnaast vormt zij een toegangspunt voor bezoekers die zich willen verdiepen in het programma van het museum, tickets willen reserveren of meer willen weten over de organisatie. De website vervult daarmee zowel een informatieve als een positionerende functie.

Sociale media spelen daarnaast een belangrijke rol in het bereiken van publiek en in het delen van verhalen rond tentoonstellingen. Instagram bleef ook in 2025 het belangrijkste kanaal voor het museum. Het platform leent zich goed voor visuele storytelling en voor het opbouwen van een relatie met zowel bestaande als nieuwe publieksgroepen.

In 2025 groeide het aantal Instagram-volgers van 4.898 naar 5.370. Het kanaal realiseerde meer dan 4,1 miljoen weergaven en bereikte ruim 217.000 accounts. Dat laat zien dat het museum online een aanzienlijk bereik weet te genereren en dat de content aanslaat bij een breed publiek. De grootste groep volgers bevindt zich in Hilversum, gevolgd door Amsterdam, Utrecht, Den Haag en Rotterdam. Daarmee weerspiegelt het kanaal zowel de lokale inbedding als de bredere aantrekkingskracht van het museum.

Ook Facebook bleef in 2025 een relevant kanaal, met circa 9.469 volgers en ruim 406.000 weergaven. Hoewel Instagram steeds centraler staat in de visuele strategie van het museum, blijft Facebook waardevol voor specifieke doelgroepen en voor het verspreiden van programmatische informatie.

De nieuwsbrief blijft daarnaast een belangrijk middel om vaste bezoekers en geïnteresseerden te informeren over het programma van het museum. Dit kanaal (ruim 8.500 ingeschrevenen) speelt een belangrijke rol in het onderhouden van een duurzame relatie met publiek en in het stimuleren van

herhaalbezoek. Gezamenlijk laten deze digitale kanalen zien dat Fotomuseum Hilversum bewust werkt aan een zichtbare, herkenbare en toekomstgerichte communicatie-infrastructuur.



*Bezoekers aan de tentoonstelling Vier de Beeldmix*

### Bezoekersaantallen afgelopen vijf jaar

In onderstaand overzicht worden de bezoekersaantallen weergegeven van de afgelopen vijf jaar. Hierin worden meegerekend alle bezoekers die binnen en buiten het museum activiteiten hebben bijgewoond die het museum organiseerde. In 2025 waren dat twee buiten tentoonstellingen: één op de Kerkbrink voor de deur van het museum, één op het NS station en ook de bezoekersaantallen voor OPEN035 en Afrikadag Hilversum zijn hierin meegenomen.

| Jaar     | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Bezoeken | 18.094 | 45.567 | 35.265 | 36.205 | 43.463 |

### Conclusie en vooruitblik

2025 laat zien dat Fotomuseum Hilversum een belangrijke rol speelt binnen het fotografische en culturele landschap. Met een sterk tentoonstellingsprogramma, een breed publieksprogramma en een duidelijke positionering als fotomuseum draagt de organisatie bij aan het culturele leven van Hilversum en daarbuiten.

Het museum heeft in 2025 laten zien dat artistieke kwaliteit en maatschappelijke relevantie elkaar kunnen versterken. Door fotografie te tonen in relatie tot actuele thema's en door die presentaties te verbinden aan gesprekken, workshops en samenwerkingen, heeft het museum een programma gerealiseerd dat betekenisvol is voor verschillende publieksgroepen.

Ook organisatorisch heeft Fotomuseum Hilversum in 2025 veerkracht en professionaliteit getoond. Met een klein kernteam, een grote en betrokken groep vrijwilligers, een toezichthoudend bestuur en een groeiend netwerk van partners is gewerkt aan een stevige basis voor de toekomst. De introductie van de nieuwe naam en identiteit markeert daarbij een belangrijke stap in de verdere ontwikkeling van het museum.

Dankzij de steun van medewerkers, vrijwilligers, partners, fondsen en de Gemeente Hilversum blijft het museum een plek waar fotografie verhalen vertelt over de wereld waarin we leven. Die steun

maakt het mogelijk om niet alleen tentoonstellingen te organiseren, maar ook om ontmoeting, reflectie en maatschappelijke verbinding tot stand te brengen.

In de komende jaren blijft Fotomuseum Hilversum werken aan het versterken van zijn programma, het vergroten van zijn publieksbereik en het verder ontwikkelen van zijn rol als platform voor fotografie. Daarbij blijft het museum inzetten op artistieke kwaliteit, maatschappelijke betrokkenheid en organisatorische duurzaamheid. Vanuit die combinatie kijkt Fotomuseum Hilversum met vertrouwen vooruit.



*Bezoeker tijdens World Press Photo*