

Convenant Gemeente Hilversum met Museum Hilversum 2019- 2020

Vergezicht:

Om de betekenis van Museum Hilversum voor de stad en de positionering van het museum te versterken, heeft Museum Hilversum de ambitie de komende jaren letterlijk en figuurlijk buiten de bestaande kaders te gaan werken. Het museum breekt door de muren van het museum heen. Dit betekent het aangaan van allianties met partners in de stad, het zichtbaar maken van Mediakunst- en cultuur in de openbare ruimte en de herkenbaarheid van het museum vergroten als plek van reflectie en verbeelding op het leven in een wereld omgeven door media.

1. Opgaven

Het museum richt zich in de convenantperiode op zes brede opgaven. Deze opgaven komen voort uit een koppeling van de kernwaarden van het museum aan haar maatschappelijke betekenis voor Hilversum. Museum Hilversum heeft als culturele instelling een belangrijke rol in en voor Hilversum en de regio. Museum Hilversum is een belangrijke partner in de ontwikkeling van het profiel Hilversum Mediastad en in de ontwikkeling van een Media Cultuurcluster op de Kerkbrink.

In de volgende paragrafen is een en ander uitgewerkt en daarbij zijn ook de ontwikkelstappen aangegeven:

1. Versterken mediaprofiel:
 - Kernwaarde Presentaties en manifestaties.
 - Kernwaarde Reflectie/ Forum Kerkbrink
2. Cultuureducatie en innovatie mediacultuureducatie, talentontwikkeling:
 - Kernwaarde Leren&Educatie
3. Versterken van de museale functie en profiel:
 - Kernwaarde Opbouwen Collectie mediakunst
4. Samenwerking met het Nederlands Instituut voor Beeld&Geluid
5. Rol en bijdrage in ontwikkeling Media Cultuurcluster Kerkbrink
6. Gezonde bedrijfsvoering en financiële positie

1.1. Versterken mediaprofiel

Kernwaarde: Presentaties en manifestaties

Museum Hilversum realiseert een programmering in het museum en een ruimtelijke programmering buiten het museum.

De programmering binnen het museum richt zich met name op het organiseren van (multimediale) tentoonstellingen en interactieve events, deels in samenwerking met anderen zoals de Mobile Movies (samenwerking met Beeld&Geluid en the Dutch Media Week), World Pressfoto en Zilveren Camera (samenwerking met landelijke organisaties). Daarnaast biedt het museum expositieruimte aan Hilversumse Media kunstenaars.

De programmering buiten het museum heeft tot doel verlevendiging van de stad, laagdrempelige kennismaking met mediakunst en -cultuur, en vindt onder andere plaats in samenwerking met het Media Cultuurcluster en de MediaMile.

Ontwikkelstap: Het museum

- organiseert op korte termijn een presentatie over actuele ontwikkelingen in de nieuwe media voor alle (potentiële) partners. Hiermee positioneert het museum zich als spil in het cultuurbeleid.
- benut de openbare ruimte en andere locaties in Hilversum minimaal 5 keer per jaar als expositie- en of manifestatieplek.
- maakt inzichtelijk met welke huidige en nieuwe partners binnen en buiten Hilversum het museum gaat samenwerken en welke (nieuwe) doelgroepen hiermee worden bereikt.
- geeft een overzicht van nieuwe werkvormen die Museum Hilversum introduceert voor reflectie en verdieping en door welke partners deze activiteiten mede gedragen worden.

Kernwaarde : Reflectie/ Forum Kerkbrink

Museum Hilversum laat de technologische ontwikkelingen zien op het gebied van mediakunst en -cultuur en de effecten daarvan op onze cultuur, op sociale media (hoe ze werken, wat ze bereiken en te weeg brengen), op de mediawijsheid en (on)geletterdheid, en ten aanzien van identiteitsvorming, wetenschap, robotisering en bijv. kunstmatige intelligentie. Vanuit deze programmalijn ambieert Museum Hilversum een platform en wil het bouwen aan een community waar nagedacht en gediscussieerd wordt over ontwikkelingen in de mediakunst en -cultuur. Het wil het publiek, mediaprofessionals en kunstenaars in de gelegenheid stellen met elkaar van gedachten te wisselen, opdat er richting het publiek educatie gepleegd kan worden (red: wat voorheen inzicht heette) en er richting makers en mediaprofessionals feedback kan worden gegeven door de bezoekers (red: voorheen recenseren). Op deze manier biedt het forum een platform voor interactie en uitwisseling voor wederzijds leren. In deze programmalijn wordt samengewerkt met onder andere Beeld&Geluid en het Media Cultuurcluster.

Ontwikkelstap: Het museum

- concretiseert debatfunctie en daarbij duidelijk omschrijven wat de rollen en bijdragen zijn van Museum Hilversum, Beeld&Geluid en het Media Cultuurcluster.
- versterkt op het gebied van programmeren de inhoudelijke samenwerking en daarbij externen met expertise uit de mediacultuur aantrekken als curator.
- maakt inzichtelijk met welke activiteiten nieuwe publieksgroepen worden bereikt en welke partners daarbij betrokken zijn (denk aan omroepen, mediabedrijven, onderwijsinstellingen, verwante culturele organisaties) .

1.2. Cultuureducatie en innovatie mediacultuureducatie, talentontwikkeling

Kernwaarde: Leren&Educatie

Museum Hilversum laat zien wat mediakunst en -cultuur is, hoe deze zich ontwikkelt en wat de invloed is op de samenleving en ons gedrag. Daarnaast kent het museum voor elke tentoonstelling een speciaal aanbod voor kinderen genaamd Mediakids en bijvoorbeeld de Zilveren Camera Junior. Om de kwaliteit van amateurkunstenaars en -fotografen te vergroten organiseert het museum Medialabs. Deelname aan educatieve programma's draagt bij aan inzicht in de betekenis van mediakunst en -cultuur en het bewust ervaren daarvan. Ten aanzien van deze programmalijn vindt afstemming plaats met Beeld&Geluid en Bibliotheek Hilversum zodat voor het onderwijs een gemeenschappelijk en ook complementair aanbod bestaat. Voor leerkrachten van het voortgezet

onderwijs is een speciaal programma ontwikkeld genaamd Art Based Learning om docenten te inspireren en te ondersteunen in hun professionele ontwikkeling.

Ontwikkelstap: Het museum

- ontwikkelt en onderhoudt een heldere positionering van Museum Hilversum in het netwerk van landelijke instellingen op het gebied van mediakunst & -cultuureducatie.
- ontwikkelt in samenwerking met verwante instellingen een samenhangend educatieprogramma met aandacht voor de verschillende disciplines binnen de mediacultuur.
- trekt aantoonbaar meer jonge bezoekers uit de regio Gooi- en Vechtstreek door de organisatie van specifieke activiteiten.
- stimuleert in samenwerking met relevante partners talentontwikkeling binnen de mediacultuur.

1.3. Versterken van de museale functie en profiel

Kernwaarde: Opbouwen Collectie mediakunst

Museum Hilversum ziet haar collectietaak in het licht van de actuele, hedendaagse mediakunst (inclusief fotografie). Het opbouwen van een eigen collectie versterkt het mediaprofiel van het museum en haar herkenbaarheid en positie in de museale wereld. Daarin hanteert het museum een regionale en een landelijke focus.

o Regionale focus

Vanuit een regionale focus verzamelt Museum Hilversum mediakunst die in de regio Gooi en Vechtstreek gemaakt wordt. De regionale focus past bij het streven naar regionalisering van het cultuurbeleid waarvoor het Rijk geld vrijmaakt en waarvoor de Mondriaanwerkgroep in het leven is geroepen. De regionale focus richt zich daarbij ook op fotografielcollecties. In relatie tot bijvoorbeeld de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en het in Hilversum gevestigde ROC Media van de Hogeschool van Amsterdam geldt dat het werk van jonge, pas afgestudeerde mediakunstenaars interessant kan zijn om te verwerven.

o Landelijke focus

Museum Hilversum kan uit hoofde van haar werkterrein mediakunst met een nationale uitstraling verwerven. Door aanschaf en verwerving versterkt het dan de dynamiek van de in Nederland gemaakte mediakunst. Bij het overwegen hiervan moet de relatie gelegd worden met de Collectie Nederland. Tegen deze achtergrond geldt het initiatief van LIMA, mei 2018, voor een online catalogus mediakunst. Met medewerking van het Frans Hals Museum, Stedelijk Museum Amsterdam, Van Abbemuseum en de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, is er vijftig jaar Mediakunst verzameld. Museum Hilversum sluit zich bij dit initiatief aan. Museum Hilversum rekent daarbij fotografie ook tot mediakunst; met nieuwsfotografie als specifiek onderdeel daarvan. De prijswinnende foto's van de Zilveren Camera worden tot op de dag van vandaag niet verzameld. Dat is een omissie in de collectie Fotografie die hersteld kan worden door de betreffende foto's te verwerven en collectioneren.

Museum Hilversum zal haar collectietaak uitoefenen in een samenwerkingsverband met het Streekarchief Gooi en Vechtstreek (fotografie) en het Nederlands Instituut voor Beeld&Geluid (multimediaal, audiovisueel). Aankopen met een landelijk karakter worden gedaan in samenhang met de Collectie Nederland.

Museum Hilversum zal benodigde expertise op het gebied van behoud en beheer van mediakunst inkopen bij de landelijke organisatie Lima. Indien nodig en gewenst zal Museum Hilversum depotruimte bij externe partijen huren.

Ontwikkelstap: Het museum

- bereidt de collectieopbouw voor en start met de realisatie.

1.4. Samenwerking met het Nederlands Instituut voor Beeld&Geluid

Museum Hilversum bouwt vanuit haar drie kernwaarden/programmalijnen aan een vast partnership met Beeld&Geluid vanuit de gedachte dat de programmering complementair is aan elkaar. Beide organisaties zijn van betekenis voor elkaars netwerk; door vermenging worden deze versterkt, zowel ten aanzien van het publiek als ten aanzien van de makers. De samenwerking krijgt concreet vorm in een meerjarig programma.

- o *Fotografie en journalistiek* (ontwikkelen van complementaire programmering: Museum Hilversum (World Press Photo, Zilveren Camera) en Beeld&Geluid (documentaire en video, persmuseum)
- o *Pioniers van de media* ("oude meesters uit de media" koppelen aan de actuele ontwikkeling en nieuwe hedendaagse makers)
- o *Uit de Collectie* van Beeld&Geluid (format vergelijkbaar met VPRO Zomergasten waarbij een bekend persoon op het gebied van mediakunst- en cultuur als een curator kan putten uit voorwerpen, audiovisueel materiaal en fotografie, gerelateerd aan de programmering en collectie van zowel Museum Hilversum als Beeld&Geluid.)

Bij het programmeren binnen deze thema's zal gebruik worden gemaakt van elkaars organisatiekracht, en wordt de slagkracht van bijvoorbeeld het marketingbudget vergroot doordat dit gezamenlijk kan worden ingezet. Een gezamenlijke redactie plant de uitvoering van deze programmering, ook waar het gaat om de avondevenementen/randprogrammering en de afstemming met de partners vanuit het Media Cultuurcluster.

Dit partnership speelt ook een belangrijke rol in de media-educatie waarbij Beeld&Geluid zich vanuit de mediawijsheid richt op de gebruiker en Museum Hilversum richt zich op de mediakunsteducatie vanuit de verbeelding. Daarnaast wordt in gezamenlijkheid ingezet op Research en Development. Na vaststelling van dit convenant wordt de samenwerking met Beeld&Geluid in de tweede helft van 2018 concreet ingericht.

Ontwikkelstap: Het museum

- stelt een gezamenlijke activiteitenagenda op die een zo divers mogelijk spectrum van de mediacultuur omvat, gebaseerd op een meerjaren overeenkomst in de museale driehoek Museum Hilversum, Beeld&Geluid en persmuseum, waarin taken, rollen en resultaten helder zijn verwoord.
- verkent hoe de instellingen organisatiekracht kunnen bundelen en in samenwerking met City Marketing Hilversum Mediastad kunnen versterken.

1.5. Rol en bijdrage in ontwikkeling Media Cultuurcluster Kerkbrink

Het Media Cultuurcluster heeft de ambitie om sterke media-educatieprogramma's te ontwikkelen waarin vakmanschap en talentontwikkeling centraal staan. Ook wil het cluster onderscheidend zijn in het presenteren en reflecteren op mediakunst en -cultuur. En het profiel van Hilversum als

verhalenfabriek van Nederland versterken en een actieve rol spelen in de ontwikkeling van de MediaMile. Daarmee heeft het Media Cultuurcluster niet alleen een inhoudelijke doelstelling, maar is het ook ruimtelijk en facilitair van betekenis in de zin dat het met deze ontwikkelingen wil bijdragen aan een levendige Kerkbrink waar het ook fysiek als “Third Space” in de stad een plek is tussen wonen, werken en ontspannen, voor zowel inwoners van Hilversum als bezoekers en werkenden. Museum Hilversum is een van de partners van het in ontwikkeling zijnde Media Cultuurcluster, samen met Bibliotheek Hilversum, Grafisch Atelier, Scenecs Filmfestival, RTI en twee vastgoedontwikkelaars.

Ontwikkelstap: Het museum

- geeft vorm en inhoud aan programma mediacultuur op de Kerkbrink. Museum Hilversum neemt het voortouw om de podiumfunctie van de Kerkbrink voor maatschappelijke en culturele initiatieven te profileren.

1.6. Gezonde bedrijfsvoering en financiële positie

Museum Hilversum is een kleinschalig georganiseerd en een door de Nederlandse MuseumVereniging erkend museum. Museum Hilversum werkt flexibel. Het museum kent geen vaste medewerkers maar werkt momenteel met professionals die zelfstandig gevestigd zijn. Vrijwilligers zijn daarnaast een onmisbare schakel voor de huidige bedrijfsvoering van Museum Hilversum.

Het heeft een bereik van 35.000 bezoekers op jaarbasis (2017). Het streven is om niet alleen het aantal bezoekers te verhogen naar 40.000 bezoekers, maar ook om mede vanuit haar bezoekers een community te bouwen rondom mediakunst en -cultuur. En de krachten te bundelen met de aan het museum gelieerde Vriendenstichting. Het aantal bezoeker is grofweg te verdelen naar 20 % volledig betalende bezoeker, 65% museumjaarkaarthouders en 15 overige bezoekers via openingen, cultuureducatie e.d..

Het bestuur van de stichting is primair verantwoordelijk voor de inhoudelijke koers van het museum. Sinds de verzelfstandiging van het museum in 2013 heeft het museum een gezonde exploitatie. Ook voor de komende jaren realiseert Museum Hilversum haar inhoudelijke doelstellingen binnen de financiële kaders zoals in de meerjarenbegroting 2018-2022 zijn vastgesteld. In de convenantperiode streeft het museum ernaar het aandeel van sponsoring te vergroten alsmede de bijdrage van cultuurfondsen.

De nieuwe samenwerking met Beeld&Geluid zal van invloed zijn op de bedrijfscultuur van beide organisaties. Het museum kenmerkt zich door een snelle wendbaarheid en korte horizon als het gaat om de planning van de programmering, terwijl Beeld&Geluid naast een vaste opstelling de programmering ver vooruit plant en een vast ritme heeft waardoor de fondsenwerving en de marketing in een vroeg stadium kunnen worden ingezet. Beide organisaties verwelkomen deze dynamiek van een verschillende werkwijze en zullen deze inzetten om de samenwerking te versterken.

Ontwikkelstap: Het museum

- Houdt de organisatie flexibel en passend bij de ontwikkeling.
- vergroot de financiële armslag voor de doorontwikkeling onder andere door middel van fondsenwerving en samenwerkingsverbanden.

2. Monitoren prestaties Museum Hilversum en match met cultuurbeleid gemeente

De prestaties passend bij de genoemde ontwikkelstappen worden jaarlijks benoemd in het jaarplan van Museum Hilversum. Daarnaast is een overzicht van prestaties naar de vier domeinen van het cultuurbeleid (culturele, economische, sociale en/of fysieke domein) uitgewerkt in een matrixtabel. Dit overzicht wordt inhoudelijk jaarlijks in een ambtelijk overleg tussen het museum en de gemeente besproken, beoordeeld en geactualiseerd (zie bijlage 1).

3. Afspraken over samenwerking Gemeente – Museum Hilversum

Museum Hilversum en de gemeente spreken het volgende af ten aanzien van de samenwerking.

Ontwikkelingen:

Het museum en de gemeente zijn gezamenlijk betrokken bij de ontwikkeling van Hilversum Mediastad. Beide zullen zorgen dragen voor de onderlinge uitwisseling van informatie en het betrekken bij ontwikkelingen die positie van het museum raken. Zowel bij ruimtelijke ontwikkelingen zoals de herinrichting Kerkbrink en omgeving, als bij inhoudelijke ontwikkelingen zoals de MediaMile en het convenant tussen de gemeente en Beeld&Geluid. Gemeente zal daarbij haar kennis en netwerk inbrengen ten bate van het museum.

Wederkerigheid

Het museum spant zich in vanuit het oogpunt van wederkerigheid. De gemeente vindt het belangrijk dat ontvangers van subsidie een maatschappelijke tegenprestatie leveren. Die tegenprestatie moet betrekking hebben op iets aanvullend, maar mag aansluiten op de eigen waarde (artistiek en zakelijk) van de organisatie. In de subsidieaanvraag wordt aangegeven welke culturele, economische, sociale en/of fysieke meerwaarde het museum voor Hilversum heeft.

Overlegstructuur:

Overleg vindt minimaal eenmaal per jaar plaats op bestuurlijk niveau waarbij ook de samenwerking met Beeld&Geluid en het Media Cultuurcluster besproken worden. Minimaal twee keer per jaar is er een ambtelijk overleg waarbij naast (recente) ontwikkelingen ook het monitoren en de voortgang van de prestaties wordt besproken.

Stadsmerk en stadsredactie

Museum zal in haar uitingen aansluiten bij het stadsmerk livehilversum.nl , en afstemming zoeken met Stichting Hilversum Marketing over de wijze waarop dit het best mogelijk is.

Het museum committeert zich aan de toelevering van de programmeringsgegevens ten behoeve van de stadsredactie (onderdeel van Stichting Hilversum Marketing) en houdt deze up to date.

4. Basis- en programmasubsidie:

Museum Hilversum hanteert de volgende opbouw in haar begroting:

1. Vaste kosten voor het in stand houden van de voorziening (voorbereiding realisatie programmering) €382.000,-.
2. Meerjarige kosten vanwege de programmering op basis van huidige programmalijnen (realiseren programmering) €257.000,-.

Totaal €639.000,-. Dit bedrag is in beginsel als subsidie beschikbaar vanuit de gemeentelijke meerjarenbegroting. Het college beslist jaarlijks op de aanvraag van het museum onder voorbehoud van goedkeuring van de gemeentelijke begroting voor het betreffende kalenderjaar.

5. Monitoring en indicatoren:

Jaarlijks wordt het Museum beoordeeld op:

- Het bereiken van -dan wel voortgang in- de afgesproken ontwikkelstappen.
- De mate van verbinding met de stad o.a.:
 - blijkend uit samenwerking binnen o.a. het Mediacultuurcluster en Beeld&Geluid
 - het aantal vrienden van het Museum
- De betekenis van het Museum voor de stad o.a.:
 - bezoekersaantallen
 - bezoekerswaardering
 - samenstelling bezoekersgroepen.
- De gerealiseerde prestaties op het gebied van o.a.:
 - het aantal exposities en manifestaties, de kwaliteit daarvan en de inhoudelijke diversiteit
 - leren en educatie.
- Een gezonde bedrijfsvoering.

Bijlage:

Overzicht prestaties match Museum Hilversum – Cultuurbeleid gemeente Hilversum