

IEDEREEN MEE IN MEDIA

MEERJARENBELEIDSPLAN 2022-2026

BEELD EN GELUID



INHOUD

Voorwoord 3

LEVEN IN MEDIA

Missie, visie en kernwaarden 5

Maatschappelijke impact 10

DOELSTELLINGEN VOOR 2027

Strategische koers: vier cirkels 14

HOEDER VAN HET NEDERLANDSE MEDIA-ERFGOED

1. Open voor archiefvormers 16

2. Betrouwbare, duurzame opslag
en dienstverlening 17

3. Maximaal toegankelijke collectie 19

ERFGOED LEVEND HOUDEN

4. Professionalisering door kennisdeling 23

5. Versterken nationale infrastructuur voor cultureel
erfgoed, onderwijs en onderzoek 23

6. Pluriformiteit van perspectieven
in collectie en aanbod 24



WE VIEREN DE MEDIA 26

7. Dé plek om jouw leven in media te vieren 27

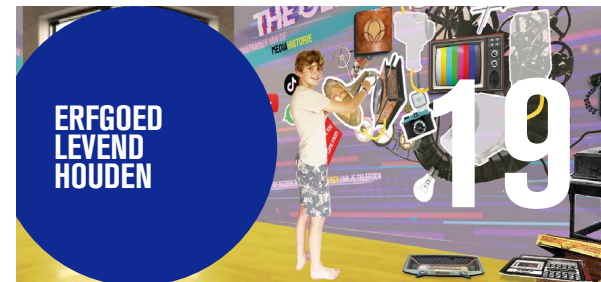
8. Een leven lang leren met media 28

9. Dáár zijn waar het gesprek over
media plaatsvindt 29

VERSTERKEN MEDIA-ECOSYSTEEM 30

10. Verbinden en voeden stakeholders van
de vrije pers 31

11. Bevorderen van de nieuwswijsheid 31



PARTNERING 33

ORGANISATIE 35

Bestuursmodel en gedragscodes 37

Financieel 38

Colofon 39



VOORWOORD

Meer dan tachtig procent van de Nederlandse bevolking kent Beeld en Geluid als museum. In de afgelopen 15 jaar van zijn bestaan heeft één op de vijf Nederlanders ons museum ook daadwerkelijk bezocht. Daar zijn wij als instituut uiteraard heel blij mee. Maar Beeld en Geluid is veel meer dan alleen een museum. Het museum is onze speelvloer om te laten zien waar we voor staan: we zijn een van de grootste audiovisuele media-archieven ter wereld. Een media-archief dat niet alleen oude beelden en radio's bewaart, maar dat 24 uur per dag, zeven dagen per week een belangrijke bijdrage levert aan het vullen van de zendtijd van de omroepen. En niet alleen dat. Beeld en Geluid zorgt ook voor de duurzame opslag van veel wat online of in de vorm van games wordt uitgebracht. En niet voor even. Wij slaan op voor de eeuwigheid. Zodat alle generaties letterlijk kunnen kijken hoe media zich ontwikkelen.

Daar doen we ook veel onderzoek naar. Met name naar hoe de mens zich verhoudt tot de media. De afgelopen vijf jaar hebben we ongeveer 40 miljoen euro besteed aan onderzoek naar de impact van die media. Technisch, als het gaat om bijvoorbeeld de inzet van kunstmatige intelligentie in de vorm van beeldherkenning. Sociaal, als het gaat om iets als hergebruik van erfgoed of de invloed van fakenieuws. Dat doen we met allerlei internationale en nationale partners. Daarmee zijn we het grootste nationale onderzoeksinstituut dat zich specifiek bezighoudt met media van vroeger, nu en de toekomst. We stimuleren, inspireren, agenderen en organiseren alles rondom media. Van entertainment tot nieuws, voor alle leeftijden en alle achtergronden. Met een reden. De snelle ontwikkeling van het digitale medialandschap vraagt om een goed begrip van de werking van dat landschap door iedere Nederlander.



Als we dat niet versterken, dreigt een zevende deel van onze bevolking buiten de digitale boot te vallen. COVID-19 heeft bewezen dat dit van het grootste belang is. Daarom zijn cruciale verbindingen in onze samenleving nodig om zaken als mediawijsheid op de agenda te zetten.

Beeld en Geluid is al jaren het clubhuis voor het Netwerk Mediawijsheid, maar ook kernpartner en motor achter de Alliantie Digitaal Samenleven, Podiumkunst.net, PublicSpaces en het Netwerk Digitaal Erfgoed. Daarnaast hebben we een snel groeiende onderwijspoot. We zijn inmiddels op meer plekken dan alleen in Hilversum te vinden. Zo is het voormalig communicatiemuseum in Den Haag met een prachtig gebouw en fantastische collectie door ons overgenomen. Muziekweb, de grootste digitale muziekcollectie van Nederland voor de openbare bibliotheek, is ook een nieuwe loot aan onze boom. En ja, we bouwen ook aan een nieuw museum. Een

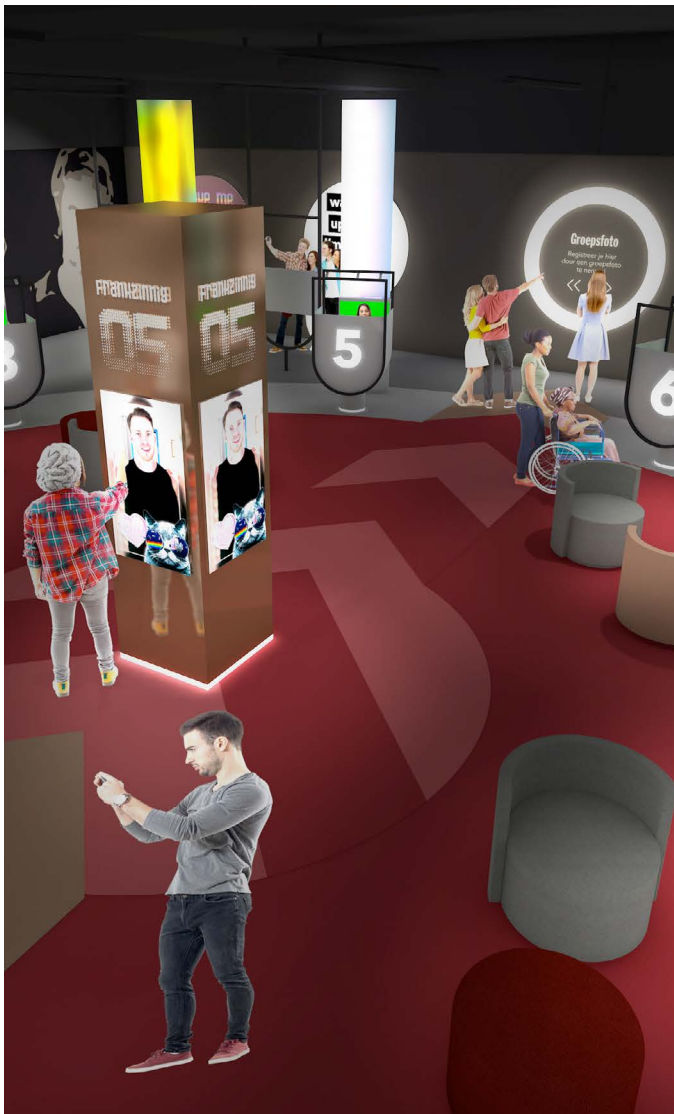
state-of-the-art ontmoetingsplek voor jong en oud waar je op een unieke manier leert kennismaken met de wereld van de media van vroeger, nu en de toekomst. Op deze manier hopen we elke Nederlander te bereiken en in het hart te raken. Niet alleen in ons museum, maar met alles wat we doen. Dat laten we graag zien met wat hier voor u ligt. Met trots. Meer dan 500 mensen en instanties zijn geraadpleegd om tot ons meerjarenbeleidsplan 2022 – 2026 'Iedereen mee in media' te komen. In de geest van een wijs Afrikaans gezegde dat luidt: *Als je niet weet waar je naar toe moet, kijk dan waar je vandaan komt*. Vijf jaar vooruit kijken met 500 mensen met af en toe een blik achterom in en met ons rijke archief.

Het was ons een genoegen om eraan te werken.
We wensen ieder veel leesplezier.

Eppo van Nispen tot Sevenaer
directeur-bestuurder

IEDEREEN MEE IN MEDIA





IEDEREEN MEE IN MEDIA

Het televisietoestel van vroeger zit tegenwoordig in je broekzak. Radio is een draadloos wit stokje in je oorschelp geworden. En je fiets krijgt wifi. De wereld van media verandert onvoorstelbaar snel. Er zijn nieuwe publieke omroepen en commerciële zenders, grote online aanbieders en internationale tech platforms met een gigantische impact op de Nederlandse samenleving. De consumptie van media is enorm: de halve wereld gamet, we brengen uren door op social media en streamen video van meerdere aanbieders tegelijk. In het snel digitaliserende onderwijs zijn media niet meer weg te denken. Kranten brengen een doorlopende nieuwsstroom op onze telefoons. Techniek en kunstmatige intelligentie stuwen de productie en consumptie van media op en bepalen de actuele agenda's: hoe werken algoritmes, welke impact hebben zij op ons leven?

We kijken en luisteren wat, waar, wanneer en naar wie we maar willen. We zijn ook zelf mediamaker geworden met onze camera en microfoon op zak: opstandige burgers protesteren met de camera in de hand en een werkstuk voor school is steeds vaker een videopresentatie. Een vrijdagmiddagborrel of verjaardag vieren we tegenwoordig net zo makkelijk via een scherm. Kinderen lijken welhaast geboren met een mobiele telefoon in hun hand en nemen op steeds jongere leeftijd deel aan een samenleving die bijna totaal 'gemediatiseerd' is. Media zijn volop aanwezig geraakt in het dagelijks leven van jong tot oud, van leerling tot professional. We leven niet meer mét media maar we leven er allemaal middenin, zoals vissen niet leven met water maar in water.¹

De komende vijf jaar zal dit 'leven in media' nog meer en vanzelfsprekender aanwezig zijn dan hiervoor.

¹ Beeldspraak ontleend aan prof. dr. Mark Deuze, *Leven in media* (Amsterdam University Press 2017).



Met alle uitdagingen van dien, waarbij ieder individu recht heeft op een gelijke behandeling door, en begrip van, die media. Van jong tot oud, van hooggeleerd tot laaggeletterd. Dat vraagt om een sterk veld dat oog en oor heeft voor het mediagebruik van alle Nederlanders. In al zijn diversiteit en complexiteit. Beeld en Geluid is de uitgelezen plek om ieders leven in media maximaal te versterken. Met onze unieke collectie, het gloednieuwe museum in het prachtige gebouw in Hilversum, onze geweldige locatie in Den Haag, onze vele nationale en internationale onderzoeksprojecten, onze voor die media onmisbare diensten en onze netwerken en vele partners, en alle mensen die bij ons werken, dragen we daar met het grootste plezier aan bij.



MISSIE, VISIE EN KERNWAARDEN

MISSIE EN VISIE

Missie

Wij versterken ieders leven in media.

Visie

Door media-erfgoed levend te houden, verantwoord mediagebruik te stimuleren en het vrije woord in tekst, beeld en geluid te bevorderen, dragen wij bij aan een pluriforme, creatieve en democratische samenleving.

KERNWAARDEN

Verbindend

Bij Beeld en Geluid bouwen we, samen met partners, aan het Nederlandse mediageheugen. Het beschikken over inlevingsvermogen is hierbij essentieel. We maken nieuwe verbindingen tussen mensen, verhalen en organisaties.

Verrassend

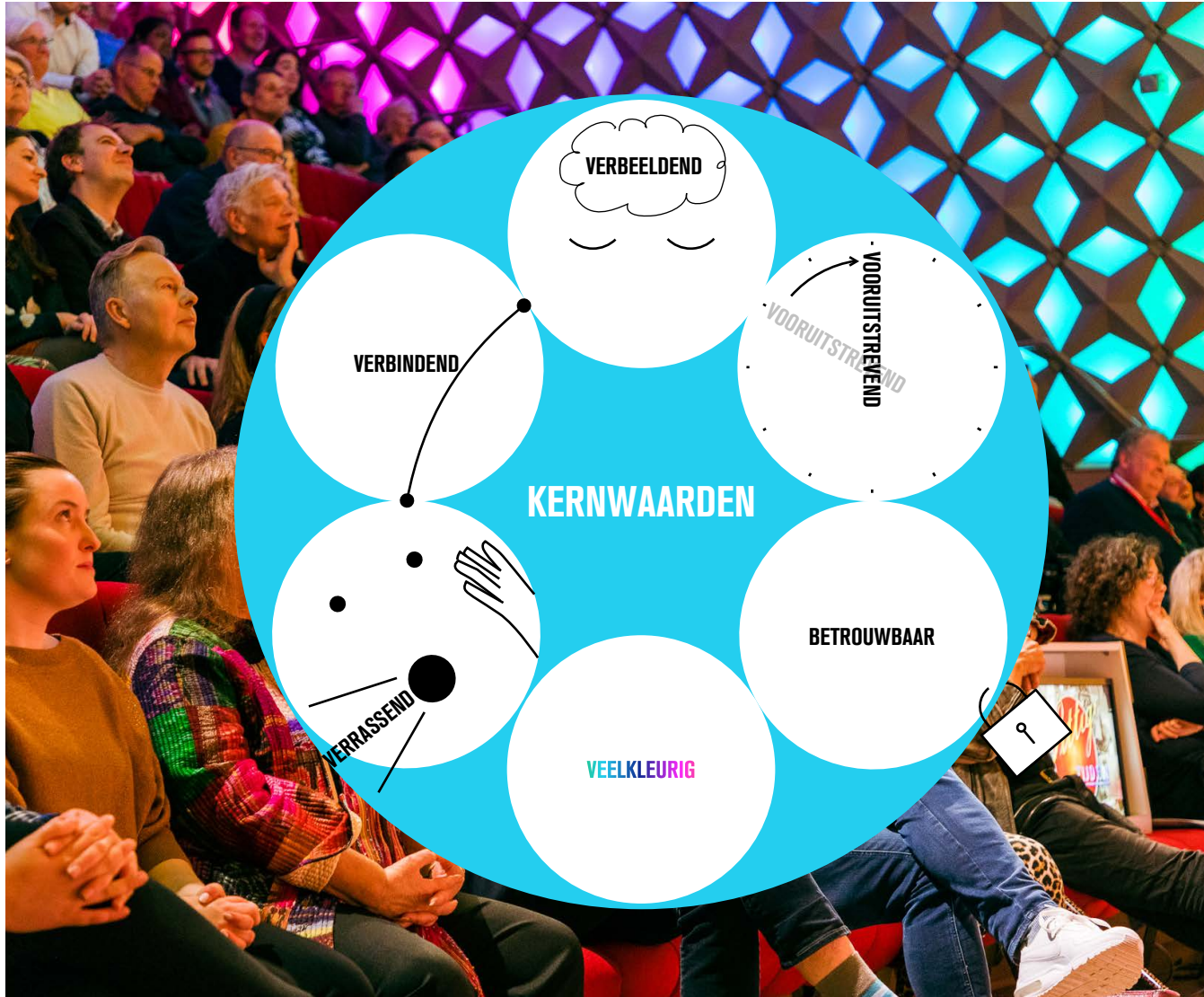
Beeld en Geluid verrast en inspireert publiek, partners en zichzelf met constant nieuwe en onverwachte creatieve producten, programma's, diensten en inzichten.

Vooruitstrevend

Beeld en Geluid is voortdurend bezig zichzelf te ontwikkelen en te verbeteren. Dat geldt voor het beheer en behoud van onze collecties, de museale presentaties, de educatieve diensten, de kennisontwikkeling, de relatie met publiek en partners.

Betrouwbaar

Beeld en Geluid opereert als onafhankelijk knooppunt in het Nederlandse medialandschap, waar het Nederlands media-erfgoed duurzaam bewaard wordt en in veilige handen is. We duiden de ontwikkelingen in het medialandschap en betrekken hier vanuit vele perspectieven externe deskundigheid bij.



Veelkleurig

Het kleurrijke gebouw van Beeld en Geluid verwijst naar onze rijke en gevarieerde collectie die verhalen uit de Nederlandse mediageschiedenis bevat. Deze verhalen worden vanuit verschillende perspectieven belicht, rekening houdend met de verschillende culturele, religieuze en sociaal-maatschappelijke waarden.

Verbeeldend

Beeld en Geluid schept ruimte voor verbeelding en stimuleert nieuwe verhalen, zowel binnen als buiten de organisatie. Fantasie en creativiteit zorgen ervoor dat vanuit ons historisch erfgoed verbindingen worden geslagen met het heden.



MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Media spelen een prominente rol in het dagelijks leven van alle inwoners van Nederland. Een positief gegeven want media maken ons wereldbeeld vaak groter en vrolijker. Door creatief, bewust gebruik van media kan iedereen zich zichtbaar, hoorbaar en kenbaar maken. Maar het vraagt ook om kritisch bewustzijn. De (on)betrouwbaarheid van nieuws en informatie is wereldwijd terecht een zeer actueel onderwerp, dus ook in de Nederlandse samenleving. Betrouwbare informatie zoals nieuws is gebaat bij een sterke en onafhankelijke mediasector en een groot nieuwswijs vermogen van alle Nederlanders. Maar voor een aanzienlijk deel van de Nederlanders is digitaal samenleven een opgave.² Kennis over de werking van media en bewustzijn van de krachten

die daarin spelen zijn noodzakelijk om iedereen betrokken te houden.

Ons huidige leven in media werpt vele vragen op, bijvoorbeeld over de inzet en ontwikkeling van kunstmatige intelligentie, kortweg AI: hoe zorgen we voor maatschappelijk verantwoorde AI? Hoe gaat het onderwijs belangrijke onderwerpen als goed burgerschap en mediawijsheid de plek geven in de curricula die het verdient? Op welke manier kan media het leren en lesgeven verrijken? Hoe ontwikkel en herken je talent voor een creatief makersklimaat van eigen bodem dat internationaal concurrerend blijft? En natuurlijk de vraag hoe ons digitale geheugen ook echt een volledig geheugen is en blijft. Hoe gaan we om met de onmetelijke hoeveelheid media-uitingen uit de Nederlandse samenleving en zorgen we dat die

² Zo'n 2,5 miljoen Nederlanders vinden het bijvoorbeeld moeilijk om te werken met digitale apparaten (bron: Digitale Inclusie - iedereen moet kunnen meedoen, [Digitaleoverheid.nl/digitale-inclusie](https://digitaleoverheid.nl/digitale-inclusie) 2018).

voor de eeuwigheid bewaard, levend en toegankelijk kan blijven? Wat moet bewaard blijven, wie bepaalt de selectie en hoe zorgen we dat iedereen erbij kan? Samenwerkend met tal van partners zoekt Beeld en Geluid naar goede antwoorden op deze vragen met behulp van verschillende activiteiten, producten en diensten, zoals beschreven in dit plan.

Impact

De relevantie van Beeld en Geluid als nationaal instituut komt tot uiting in het inspringen op diverse maatschappelijke mediavraagstukken. In de komende vijf jaar richten we ons op vier strategische cirkels waarbinnen elf concrete doelstellingen zijn opgesteld. Deze staan in het vervolg van dit stuk uitgebreid omschreven. De komende jaren zullen we het in kaart brengen en meten van de impact van onze activiteiten verder ontwikkelen.

³ Zie ook <https://www.sdg-nederland.nl/sdgs/>

Onze bijdrage aan een pluriforme, creatieve en democratische samenleving zorgt voor een duurzame en positieve verandering voor mens en maatschappij. Onze maatschappelijke impact raakt tevens aan vijf Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG) zoals benoemd door de Verenigde Naties:³

1. Wij versterken de mediasector door het Nederlandse media-erfgoed tot in de eeuwigheid veilig te stellen. (SDG 11.4)
2. Wij bevorderen de inzet van media in leren en lesgeven en streven naar het vergroten van media- en nieuwswijsheid bij leerlingen, studenten,



docenten en opvoeders en dragen zo bij aan kwaliteitsonderwijs. (SDG 4.7)

3. Wij bevorderen inclusiviteit en diversiteit in onze eigen organisatie, in onze presentatie en programmering en in collectievorming. (SDG 10.2 en 10.3)
4. Wij stimuleren innovatie en creativiteit door te investeren in onderzoek en talent, samen met partners. (SDG 9.5)
5. Wij versterken de democratische samenleving door als archief het media-erfgoed voor iedereen maximaal toegankelijk te maken en desinformatie te bestrijden. (SDG 16.6)

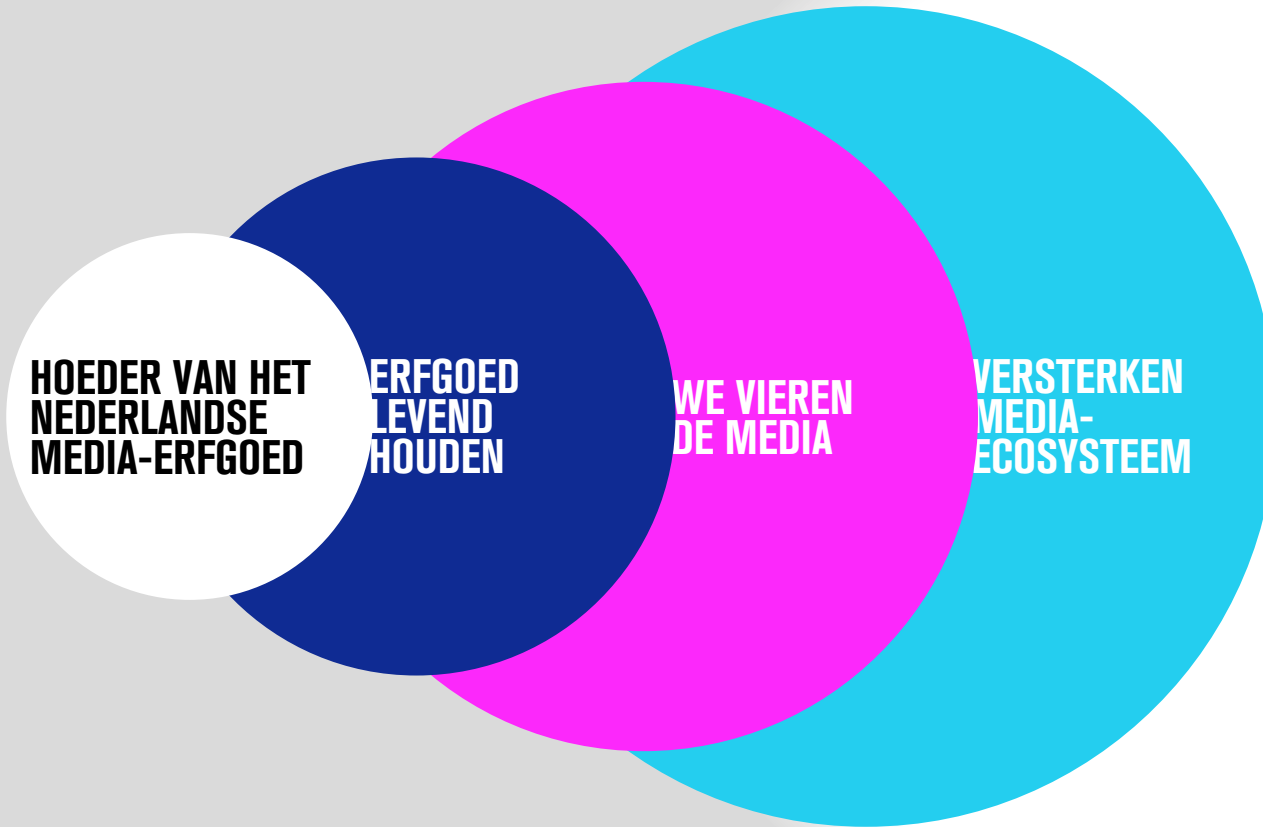


DOELSTELLINGEN VOOR 2027

STRATEGISCHE KOERS: VIER CIRKELS

In 2027 is Beeld en Geluid het modernste media-archief ter wereld. In de komende vijf jaar werken we daar naartoe door ons op vier strategische thema's te concentreren, in vier cirkels. We richten ons in eerste instantie op onze rol als hoeder van het Nederlandse media-erfgoed. Die rol als hoeder vormt het hart van de cirkels, de kern van onze archieftaak, en vormt de basis voor onze aanjagende, naar buiten gerichte activiteiten, als 'drijver' van media-erfgoed. De tweede cirkel betreft het levend houden van media-erfgoed. Als derde vieren we de media en in de vierde cirkel versterken we het media-ecosysteem door het bevorderen van persvrijheid en nieuwswijsheid.

Vanuit deze cirkels zijn elf concrete doelstellingen opgesteld die ervoor zorgen dat wij in 2027 het modernste media-archief ter wereld zijn.



HOEDER VAN HET NEDERLANDSE MEDIA-ERFGOED

1.

Open voor archiefvormers

2.

Betrouwbare, duurzame opslag
en dienstverlening

3.

Maximaal toegankelijke
collectie

HET LEVEND HOUDEN VAN MEDIA-ERFGOED

4.

Professionalisering door
kennisdeling

5.

Versterken nationale infra-
structuur voor cultureel erf-
goed, onderwijs en onderzoek

6.

Pluriformiteit van
perspectieven in collectie en
aanbod

WE VIEREN DE MEDIA

7.

Dé plek om jouw leven in
media te vieren

8.

Een leven lang leren met media

9.

Dáár zijn waar het gesprek
over media plaatsvindt

VERSTERKEN MEDIA- ECOSYSTEEM

10.

Verbinden en voeden
stakeholders van de vrije pers

11.

Bevorderen van de
nieuwswijsheid



HOEDER VAN HET NEDERLANDSE MEDIA-ERFGOED

HOEDER VAN HET NEDERLANDSE MEDIA-ERFGOED

Beeld en Geluid zorgt ervoor dat media van nu worden gearcheveerd en bewaard voor de toekomst. Ook nieuwe, vluchtige media moeten op tijd en kundig bewaard worden, zodat we later terug kunnen zien hoe onze mediawereld er begin 21ste eeuw uitzag. Wij zijn hoeder van het Nederlandse media-erfgoed en vangen zo een representatief beeld van de wereld waarin we leven. We bieden iedere Nederlander de kans diens eigen geschiedenis in beeld en geluid te kennen en ervaren. Zo versterken wij ieders leven in media.

In 2027 omarmt Beeld en Geluid het gehele Nederlandse media-erfgoed. Dit betekent dat wij betrouwbare beschermer en beheerder van de audiovisuele collectie van Nederland zijn, bestaande uit onze eigen collectie en de collecties van anderen die bij ons zijn ondergebracht in het modernste media-archief. Daarnaast zullen wij een baken van kennis en faciliteiten zijn voor audiovisuele collecties die



elders zijn ondergebracht. Dat doen we vanuit onze mediawettelijke taak om het erfgoed van de publieke omroepen te archiveren en beschikbaar te maken voor de hele maatschappij. Maar vooral vanuit een breed perspectief op erfgoed en collecties, kijkend naar ontwikkelingen in media en met bijzondere aandacht voor inclusiviteit en diversiteit van alle doelgroepen.

In de nieuwe beleidsperiode van 2022 tot en met 2026 zal Beeld en Geluid het Collectieplan 2019 aanscherpen en waar nodig aanpassen aan ontwikkelingen in de media, de maatschappij en onze organisatie. Denk aan onze (her)nieuw(d)e aandachtsgebieden muziek en podiumkunsten, de integratie met Beeld en Geluid Den Haag, en meerstemmigheid in de maatschappij die terug te zien moet zijn in de collectie. Daarnaast hebben wij vanuit onze rol als

hoeder onderstaande drie concrete doelstellingen geformuleerd voor de komende beleidsperiode:

1. Open voor archiefvormers

Het modernste media-archief willen zijn, begint bij het toegankelijk maken ervan. Dit is noodzakelijk om relevant te zijn voor álle inwoners van Nederland. De mogelijkheid om materiaal onder te brengen in ons archief is vooral interessant voor professionele mediamakers, producenten en omroepen, maar ook het werk van amateur-mediamakers nemen we in het archief op en bij particulieren komt regelmatig een doos van zolder die een plek vindt in het archief. Voor al deze doelgroepen staan wij open om hun archiefmateriaal onder te brengen.

In 2027 kan Beeld en Geluid alle collecties die wij in DAAN⁴ conform het collectiebeleid willen opnemen

⁴ DAAN is het state-of-the-art Media Asset Management (MAM) systeem van Beeld en Geluid. Het systeem dat digitale media assets opslaat, beheert en op eenvoudige wijze toegankelijk maakt.



direct verwerken. De doorlooptijden en technische mogelijkheden voor opname in het archief worden - meetbaar - verbeterd. We selecteren nieuwe, experimentele mediavormen en -formaten in een vroeg stadium. Terwijl zij het archief instromen, doen we onderzoek naar de mogelijkheden voor instroom en beschikbaarstelling.

We maken onderscheid tussen drie type collecties die in ons archiefsysteem DAAN landen:

1. Het audiovisuele archief van de publieke omroepen
2. Overige collecties conform het Collectieplan
3. Collecties van derden zoals van de Tweede Kamer en ESPN/Eredivisie

Voor publieke omroepen is de archivering van al het materiaal dat verschijnt op aanbodkanalen van de NPO automatisch ingeregeld. Materiaal dat niet op aanbodkanalen verschijnt, wordt opgenomen indien

het Collectieplan daar reden toe geeft. Media van commerciële omroepen en producenten zijn echter minstens zo relevant voor ons wereldbeeld en maken onlosmakelijk onderdeel uit van ons erfgoed. Indien dit materiaal niet structureel gearchiveerd wordt, dreigt een belangrijk deel van ons nationale geheugen verloren te gaan. Vanuit de commerciële zenders en mediabedrijven is er vraag naar archivering van hun collecties. Ook andere mediaprofessionals zouden dit materiaal graag in het archief terugvinden. In de komende beleidsperiode wordt daarom gezocht naar mogelijkheden om dit materiaal te kunnen archiveren. Hetzelfde geldt voor media-erfgoed van regionale en lokale omroepen.

2. Betrouwbare, duurzame opslag en dienstverlening

Betrouwbaar zijn betekent voor ons het garanderen van toegankelijkheid voor de lange termijn en voor de hele maatschappij. Dat doen we op drie niveaus:

1. **Betrouwbaar als duurzame opslag:** we hebben een preserveringsbeleid en voldoen aan de hoogste kwaliteitsstandaarden op gebied van beveiliging en opslag, waaronder iso-normen zoals voor informatiebeveiliging (iso27001), alsook de unieke Core Trust Seal (CTS) certificering. Ons modernste media-archief is gehuisvest in een duurzaam gebouw, met een 4* BREEAM certificering. Zo zorgen we ervoor dat onze collecties ook fysiek duurzaam beschermd en beheerd zijn.
2. **Betrouwbaar als collectiebeheerder:** wij hebben overzicht over wat zich in het archief bevindt en kunnen dat, helder presenteren aan de buitenwereld, bijvoorbeeld middels de modernste data-analyse. Voorwaarde is dat alle collecties in een betrouwbare centrale catalogus worden geregistreerd en opgeslagen. Vervolgens moet inzichtelijk zijn wat de opbouw van de collecties is voor zowel interne bedrijfsvoering als voor de

externe gebruikers van het archief. We garanderen maximale terugvindbaarheid en afspeelbaarheid van media.

3. **Betrouwbaar in dienstverlening:** door duidelijke richtlijnen en afspraken is helder wat archiefvormers en -gebruikers kunnen verwachten en kunnen we aan ons woord gehouden worden. Voor organisaties met media-collecties en voor gebruikers van archiefmateriaal zijn wij de meest transparante en betrouwbaarste dienstverlener. We anticiperen op de behoeften van onze gebruikers. Natuurlijk zijn we diezelfde betrouwbare partner in nationale digitale infrastructuren in erfgoed, onderzoek en onderwijs die gebruik willen maken van ons media-archief.

ICT infrastructuur als fundament

Onmisbaar voor dit modernste en betrouwbare media-archief is een op de toekomst berekend

fundament: innovatief en flexibel ingerichte ict-infrastructuur met gestroomlijnde processen. DAAN, ons MAM-systeem, wordt continu doorontwikkeld zodat het niet alleen meegroeit met de eisen die de media en de maatschappij stellen maar ook standaarden kan ontwikkelen. De kwaliteit van de basissystemen is in lijn met verwachtingen van onze klanten en is in staat om een brede variatie aan doelgroepen te bedienen. We zijn bovendien met onze faciliteiten aanwezig op de plekken en systemen waar onze doelgroepen al werken en helpen hen pro-actief hun werk te versterken.

De toegankelijkheid van onze applicaties voldoet aan wettelijke verplichtingen en doet recht aan veranderende verwachtingen of inzichten rond maatschappelijke verantwoordelijkheid en transparantie. Bij de inrichting van onze basissystemen en collectiebeleid hebben we afgewogen keuzes gemaakt over het opnemen van nieuwe type



60%

In 2027 is 60 procent van de collectie in het archief online toegankelijk voor iedereen. Dit bereiken we door archiefmateriaal dat volgens de nieuwe Auteurswet out-of-commerce is, online te publiceren op ons eigen platform conform de voorwaarden die de wet stelt. Daarnaast werken wij samen om een groot en breed publiek te bereiken met gecureerde content via NPO Start.

Voor specifieke doelgroepen zoals wetenschappers, onderwijs- en mediaprofessionals is er nog meer materiaal online te bekijken achter een inlog.

dragers en media, waarbij de garantie op betrouwbare dienstverlening en toegankelijkheid steeds het uitgangspunt is.

3. Maximaal toegankelijke collectie

In 2027 weerspiegelt onze collectie de maatschappij in al haar stemmen en kleuren en maken we de toegang tot de collecties in het archief voor iedereen laagdrempeliger. Zo wordt het makkelijker om je eigen geschiedenis in het archief terug te vinden. We vergroten de toegankelijkheid van onze collecties door materiaal dat *out of commerce*⁵ is online te publiceren. De nieuwe Auteurswetgeving die in 2021 ingaat, biedt daar mogelijkheden voor. Vanzelfsprekend doen we dit in overleg met rechthebbenden, omroepen en NPO - zij zijn immers onze stakeholders.

⁵ Letterlijk: 'niet meer in de handel zijnde'. Zie voor een toelichting op dit begrip: https://www.ivir.nl/publicaties/download/AMI_2020_1_VanGompel.pdf



Daarnaast werken we samen met NPO om via hun kanalen een groot publiek te bereiken door geselecteerde online content uit ons archief te laten zien. Ook faciliteren wij omroepen, mediamakers, musea en andere maatschappelijke initiatieven in het gebruik van het archief, zodat zij nieuwe verhalen kunnen vertellen met onze unieke collectie.

De *place to be* om met onze collectie op een ongekende manier kennis te maken is ons eigen, nieuwe museum in Hilversum. Ook in Beeld en Geluid Den Haag kan iedereen de media uit onze collectie bewonderen. De samenwerking met de grootste publieke instelling van Nederland, de bibliotheek, wordt geïntensiveerd. Via hun bestaande landelijke infrastructuur gaan we laagdrempelig toegang bieden tot onze collectie en kennis erover.

Voor mediaprofessionals, onderwijs en andere erfgoedinstellingen wordt onze collectie ook

toegankelijker. Daarmee helpen we de sector en bereiken we een veel grotere maatschappelijke impact. Voor mediaprofessionals gebeurt dit onder andere door een uitstekende zoekinterface te bieden, en door trainingen te bieden op gebied van auteursrecht en research in het archief. Voor onderwijs is er het platform Beeld en Geluid op school. Erfgoedinstellingen bieden we, samen met partners, de mogelijkheid tot innovatieve technische en inhoudelijke uitwisseling van collecties via bijvoorbeeld Linked Open Data en API's (application programming interfaces).



ERFGOED LEVEND HOUDEN

Onze tweede strategische cirkel zet in op het levend houden van media-erfgoed. Beeld en Geluid selecteert en stelt media-erfgoed beschikbaar en is daardoor naast hoeder ook 'drijver'. Wij treden naar buiten met het media-erfgoed en laten zo zien wat voor waardevols zich allemaal in onze archieven bevindt. Als kernpartner in de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed⁶ promoten we de inzet van innovatieve digitale middelen, zodat niet alleen nieuwe verhalen gemaakt kunnen worden, maar zij ook nog eens makkelijk hun publiek vinden binnen het almaar uitdijende medialandschap. Als partner binnen de nationale onderzoeksinfrastructuur voor de geesteswetenschappen CLARIAH⁷ zorgen we er daarnaast voor dat onze erfgoedcollecties optimaal toegankelijk worden voor wetenschappelijk onderzoek. Zowel inhoudelijk als met het oog op de

⁶ Zie voor meer informatie <https://netwerkdigitaal erfgoed.nl/activiteiten/nationale-strategie-digitaal-erfgoed/>

⁷ Zie voor meer informatie <https://www.clariah.nl/>



Wat is levend erfgoed?

Gedigitaliseerd audiovisueel erfgoed blijft levend als het verbonden is met behoeften uit de samenleving. Zo stimuleert bewegend beeld boeken lezen onder jongeren. Audiocollecties inspireren makers van nieuwe elektronische muziek. Verbonden digitale collecties ondersteunen brongebruik door journalisten. Docenten, studenten en leerlingen gebruiken dagelijks historische en actuele media. En een museumbezoek wordt rijker door via een linkje ook te kunnen neuzen in de collecties van andere musea.

ontwikkeling van kunstmatige intelligentie, waarmee met behulp van onze bijzondere en uitzonderlijke hoeveelheid data nieuwe verhalen gemaakt en ontdekt kunnen worden.

De komende jaren groeien we verder uit als onmisbare expert, partner, en aanjager van het gebruik en hergebruik van media-erfgoed. Om het media-erfgoed levend te houden, formuleren wij voor de komende vijf jaar de volgende drie concrete doelen (nr. 4, 5, 6). Het eerste doel is professionalisering door kennisdeling, het tweede het versterken van de nationale infrastructuur voor cultureel erfgoed en onderzoek, en als laatste het stimuleren van pluriformiteit van perspectieven in collectie en aanbod.

4. Professionalisering door kennisdeling

Ten eerste zetten wij in op professionalisering van de sector om het media-erfgoed levend te houden. Dat doen we door actief kennis op te bouwen en te delen met de media, erfgoed en creatieve sector, het onderwijs en de wetenschap.

Meer specifiek investeren we in kennisvergaring over de totstandkoming van de bestaande audiovisuele collectie en de historische ontwikkeling van het medialandschap in relatie tot de bestaande collectie. Daarbij onderzoeken we de (beperkte) representativiteit en diversiteit in onze collectie en mogelijkheden die te verbeteren. Inzicht in de keuzes en werkwijzen om audiovisueel materiaal te bewaren is namelijk essentieel om dit erfgoed levend te houden.

Het tweede onderwerp betreft digitale transformatie, en de kansen die dit biedt aan de erfgoedsector en aanpalende sectoren zoals de creatieve industrie, het onderwijs en wetenschap. Denk aan digitale duurzaamheid, het meten van impact, vernieuwende modellen voor collectie toegang en de inzet van AI om collecties fijnmazig te beschrijven. Deze kennis en inzichten delen we via online kanalen en andere uitingen zoals events, workshops, masterclasses, publicaties en symposia met als doel het gebruik van media-erfgoed te voeden met de expertise van Beeld en Geluid als innovatieve, toonaangevende archiefdienstverlener.

5. Versterken nationale infrastructuur voor cultureel erfgoed, onderwijs en onderzoek

We bouwen mee aan en maken gebruik van de nationale infrastructuren voor cultureel erfgoed, onderwijs en onderzoek als dienstverlener en

netwerkpartner. We zorgen ervoor dat archiefdiensten eenvoudiger worden om te gebruiken en dat het makkelijker wordt om nieuwe partijen aan te sluiten op de infrastructuur. We gaan actief de samenwerking aan met commerciële producenten en aanbieders van content die nog niet, of beperkt, de weg hebben gevonden naar onze archiefdiensten maar hier wel in grote mate van kunnen profiteren. Zo wordt onze propositie financieel rendabeler.

We vergroten de zichtbaarheid van erfgoedcollecties. In samenwerking met collectiebeherende instellingen en partners in het onderzoeksveld, maken we collecties beschikbaar via bewezen en veel gebruikte kanalen voor onderzoekers, mediaprofessionals en onderwijs, (mede) mogelijk gemaakt door Beeld en Geluid. Denk aan de CLARIAH Media Suite en Data Stories, de professionele portal DAAN en Beeld en Geluid op School. Door onze back-end infrastructuur direct aan te sluiten op kanalen van



derden - uiteenlopend van NPO Start tot YouTube en PeerTube - genereren we extra zichtbaarheid van onze collectie.

De inzet en ontwikkeling van kunstmatige intelligentie (AI) speelt binnen erfgoed, onderzoek en onderwijs een steeds belangrijkere rol. We zorgen ervoor dat we binnen de nationale infrastructuur ethische, juridische en maatschappelijk verantwoorde AI faciliteren, om zo onze collectie op een veilige manier beschikbaar te blijven stellen.

Tevens bieden we gericht ondersteuning aan thematische community's, van de Molukse gemeenschap via het Moluks museum tot de actieve gebruikers van Muziekweb en Podiumkunst.net, bij het archiveren van hun geschiedenissen. Zo kunnen we een diversiteit aan 'stemmen' laten horen via de verschillende publicatiekanalen van Beeld en Geluid en daarmee inclusiviteit te stimuleren.

Tot slot dragen we bij aan belangrijke Europese infrastructuurle initiatieven zoals Europeana en Time Machine om zo onze collecties in een internationale context toegankelijk te maken. Hiermee bevorderen we de groei van de pan-Europese verzameling erfgoeddata.

6. Pluriformiteit van perspectieven in collectie en aanbod

We zorgen voor een goede afspiegeling van de samenleving en staan open voor kritische blikken van buitenaf. Dat doen we door onze unieke presentatie en voortdurende productontwikkeling.

Presentatie

Voor uiteenlopende doelgroepen maken we helder inzichtelijk wat we doen en wat we beschikbaar hebben. Als kennisinstituut ontwikkelen en delen we expertise over media in alle facetten, en dat doen we samen met onze doelgroepen. We intensiveren,



zowel kwalitatief als kwantitatief, onze interactie met de eindgebruikers en scheppen de juiste voorwaarden om meerstemmigheid en kennis van buiten zichtbaar te maken. Zo betrekken we community's direct bij de processen van selecteren, het maken van beschrijvingen en toevoegen van contextuele informatie, om zo recht te doen aan meerstemmigheid rondom onze collectie. We staan open voor al dan niet kritische blikken van buitenaf en stimuleren onderzoek van de collectie door samenwerkingen in extern gefinancierde projecten en zogeheten wetenschappelijke research residencies.

Om hergebruik van de collectie te stimuleren met als doel nieuwe interpretaties en verhalen aan de collectie toe te voegen, zoeken we actief de samenwerking op met makers, docenten, studenten en onderzoekers. Hierdoor wordt de collectie in een nieuwe, verrassende en hedendaagse context geplaatst.

Productontwikkeling

We zetten in op strategische partnerschappen en productinnovaties die bijdragen aan diversiteit en zichtbaarheid. Onder meer binnen de culturele sector, bijvoorbeeld middels het landelijke initiatief 'Musea Bekennen Kleur', het netwerk van bibliotheken en binnen het onderwijs. Ook dragen we bij aan de campagne het 'Geheugen van Nederland' waarin uiteenlopende verhalen uit alle provincies bijeen gebracht en gedeeld worden. Door een fijnmazige onderzoeksinfrastructuur te bieden, zorgen we ervoor dat maatschappelijke thema's in de context van ons media-erfgoed goed kunnen worden onderzocht.

WE VIEREN DE MEDIA

De derde strategische cirkel voor de komende jaren betreft het vieren van de media. Beeld en Geluid viert de open, krachtige mediacultuur die wij op dit moment in ons land kennen. Het geheel van nieuws, games, entertainmentplatforms en online media maakt ons meer onderling verbonden, beter geïnformeerd en in staat om ons eigen geluid te laten horen. Door aan te sluiten bij ieders veranderende mediagedrag, kunnen we met elke doelgroep een betekenisvolle dialoog hebben én hen de rijkdom van media laten ervaren. We streven ernaar om bij zoveel mogelijk mensen een positief-kritische houding ten opzichte van media te ontwikkelen, middels programmering, ons onderwijsaanbod en door samen te werken met mediamakers, docenten, studenten en onderzoekers. Met het laten zien van de kracht en de schoonheid van media dragen we op een positieve manier bij aan een mediawijzere samenleving. Beeld en Geluid bouwt hiervoor verder

aan zijn kennis, netwerken, de omvangrijke collectie en het vertrouwen van het publiek.

De komende vijf jaar zorgt Beeld en Geluid ervoor dat het omgaan met media nog leuker wordt, nog meer mensen verbindt en je wereld nog verder vergroot. Wij worden daarvoor dé plek waar makers, scholen, studenten, museumbezoekers en de creatieve industrie graag samen komen - of het nu bij ons in huis is, online of op locatie. Hier vier je de media en laten we elkaar zien hoe je er op een mediawijze manier mee omgaat. Dat doen we door ons portfolio inclusiever, leuker en toegankelijker te maken. We zoeken de verbinding met onze doelgroepen op om zo een plek in hun harten te veroveren. Ook bedenkt onze inhoudelijke redactie telkens actuele prikkelende thema's om actief op al onze verschillende platformen uit te zetten. Met als uiteindelijke doel om ons bereik, en daarmee onze maatschappelijke impact, onze financiële

onafhankelijkheid en onze zichtbaarheid flink te vergroten. We formuleren dat in de volgende drie concrete strategische doelstellingen voor 2027 (nr. 7, 8 en 9).

7. Dé plek om jouw leven in media te vieren

Wij zijn in 2027 voor het algemeen publiek, het onderwijs, onderzoekers en mediaprofessionals dé plek waar zij samenkomen om hun leven in en met media te vieren. Dat doen ze bij Beeld en Geluid omdat wij het gebouw, de podia, de content, het publieksbereik en het betrouwbare merk hebben om die verbindende rol te kunnen spelen. We blijven innoveren op het gebied van inhoud, vorm en samenwerking met partners om die ontmoetingen tussen de verschillende doelgroepen te faciliteren.

In het nieuwe mediamuseum dat in 2022 open gaat, krijgt je leven in media vorm middels

een persoonlijke reis door vijf thematische werelden. Samen met de nieuwe medialounge, onderwijsruimtes, event-vloer en depots hebben we een fysieke basis die we de komende vijf jaar ten volle gaan vermarkten, updaten en benutten. Dat doen we door te investeren in aansprekende publieksprogrammering, onderwijsprogramma's, arrangementen, congressen, makers over de vloer en verhuur. Volop reuring in het gebouw, volop zichtbaar voor het publiek. Volle zalen en volle kassa's!

Inhoudelijk ontwikkelen we onze programma's door te werken met verhaallijnen die we uitwerken volgens de vijf thematische werelden: delen, informeren, verkopen, vertellen en spelen. Deze verhaallijnen worden uitgezet door de centrale redactie van Beeld en Geluid. Het vieren van deze verhalen doen we zowel in beeld, geluid en tekst als muziek. Door vanuit centrale verhaallijnen te werken

Vijf thematische werelden

In het nieuwe museum en op onze online platformen adresseren we vijf mediathema's die samen jouw leven in media vormen:

Thema Delen

We delen lief en leed via onze media. Ons sociale contact is er door opgezweept en verrijkt. Het liefst staan we altijd aan. Maar weten we altijd wat we delen en met wie?

Thema Informeren

Nieuwsmedia verbinden ons en bepalen ons gesprek van de dag. Door de toename van massamedia en -platforms zijn we van passieve nieuwsconsumenten actieve opiniemakers geworden. Wie bepaalt ons wereldbeeld, de media of wijzelf?

Thema Verkopen

Door media leven we ín de verleiding. Merken en influencers kennen ons persoonlijk en zijn een deel van ons leven geworden. We kopen en verkopen ook zelf van alles online. Is in een wereld van big data elke aankoop nog echt een vrije keus?

Thema Vertellen

Met verhalen geven we betekenis aan ons leven. Ze verlopen langs oeroude lijnen en toch is elk verhaal uniek. Media hebben de mogelijkheden en het bereik van de verteller sterk uitgebreid. Welk verhaal vertel jij op welke manier?

Thema Spelen

Spelen en media gaan samen: van de puzzels in de eerste krant, via spelshows op TV tot multiplayer games online. Door media kunnen we nu met de hele wereld spelen. Superleuk of sluiten we ons op in een parallelle wereld?

voor meerdere producten en doelgroepen, verhogen we de efficiëntie maar vooral ook de signatuur en zichtbaarheid van Beeld en Geluid op deze thema's.

8. Een leven lang leren met media

Wij versterken het leven in media van alle Nederlanders, door hen op alle sleutelmomenten in hun leven bij Beeld en Geluid media te laten ontdekken en hen verantwoord met die media te leren omgaan. Van 'my first mobile' activiteiten voor kinderen tot mediaworkshops voor senioren die willen blijven meedoen in de digitale maatschappij: bij Beeld en Geluid blijf je je hele leven de media vieren en ontdekken.

We bouwen bestaande arrangementen en partnerschappen uit, zoals 'mediawijs voor vijftigplussers' met SeniorWeb, en gaan nieuwe partnerschappen aan. Ook zullen we de komende vijf jaar de educatieve doelstellingen voor het onderwijs,

particulieren en mediamakers sterker op elkaar afstemmen. In een wereld waar iedereen maker is, waar men nooit te oud of te jong is om te leren en waar leraren, producenten, onderzoekers en hobbyisten kunnen leren van elkaars inzichten, is Beeld en Geluid de plek waar we die kruisbestuiving stimuleren.

9. Dáár zijn waar het gesprek over media plaatsvindt

Om alle inwoners van Nederland de media te laten vieren bij Beeld en Geluid, willen we dáár zijn waar het gesprek over media plaatsvindt. Dat doen we middels laagdrempelige, inclusieve en schaalbare activiteiten. Die bieden we aan op onze museum-locaties in Hilversum en Den Haag, online op onze innovatieve platformen en op locatie zoals in bibliotheken en op scholen. Zo kunnen we ongeacht leeftijd, geografie, opleiding of culturele achtergrond ieders leven in media betekenis geven.

We streven naar een grotere landelijke dekking met onze collectie en activiteiten. Dat betekent dat we online maximaal zichtbaar en toegankelijk willen zijn voor alle doelgroepen. Op onze online platformen vertellen we interactieve en actuele media-verhalen en ook na bezoek aan het museum willen we het gesprek met ons publiek over media blijven voeren. En we nemen ín de media deel aan het debat, op basis van onze kennis en positie als het modernste archief.

Het is onze ambitie dat mensen de komende vijf jaar niet alleen online, maar ook fysiek met Beeld en Geluid in aanraking komen, ongeacht waar ze wonen. Daarvoor investeren we verder in vier locatietypen: Beeld en Geluid Den Haag, het Media-plein in het centrum van Hilversum, op scholen en in bibliotheken. Op al deze locaties willen we toegang tot onze collectie realiseren en onze media-programmering aanbieden. Daarnaast is het onze wens om uit te breiden naar lokale centra in de

provinciehoofdsteden, denk aan cultuurcentra en VVV's, om ons bereik nog verder te vergroten. Tenslotte willen we graag verbinding zoeken met een publiek dat niet snel musea bezoekt. Dit doen we met een aantal extra grote events en festivals zoals de Dutch Media Week, en door samen te werken met bibliotheken, om zo op een laagdrempelige manier te luisteren naar ons publiek en in gesprek te gaan over ieders leven in media.

VERSTERKEN MEDIA-ECOSYSTEEM

A photograph of a man with a beard and a microphone, speaking at an event. He is wearing a light blue shirt. In the background, there is a large, abstract sculpture made of driftwood and gold-colored spheres. A large blue circle is overlaid on the right side of the image, containing the text 'VERSTERKEN MEDIA-ECOSYSTEEM' in white capital letters.

VERSTERKEN MEDIA- ECOSYSTEEM

In onze vierde en laatste strategische cirkel draagt Beeld en Geluid als modernste media-archief en -museum bij aan de ontwikkeling van het media-ecosysteem in Nederland. Daarmee bedoelen we het samenspel van alle betrokkenen in de wereld van media: zoals mediaconsumenten, -makers, -aanbieders, -distributeurs en -ontwikkelaars. We spannen ons in voor een sterk en divers media-ecosysteem dat bijdraagt aan de democratische samenleving en een inclusieve en meerstemmige publieke ruimte. Beeld en Geluid geeft hieraan invulling door vanuit een onafhankelijke en toegankelijke positie het gesprek tussen mediamakers en mediagebruikers te initiëren en voeden. Een gesprek over een gezonde ontwikkeling van de media op maatschappelijk, technologisch en persoonlijk niveau. We ontwikkelen daarvoor - samen met partners - trainingen, workshops en programma's. In de komende vijf jaar richten we ons daarbij in het bijzonder op de meest urgente kwestie in het media-ecosysteem van dit



moment: de betrouwbaarheid van en het vertrouwen in nieuws en informatie in het publieke domein. We zetten in op deze twee laatste doelstellingen (nr. 10 en 11):

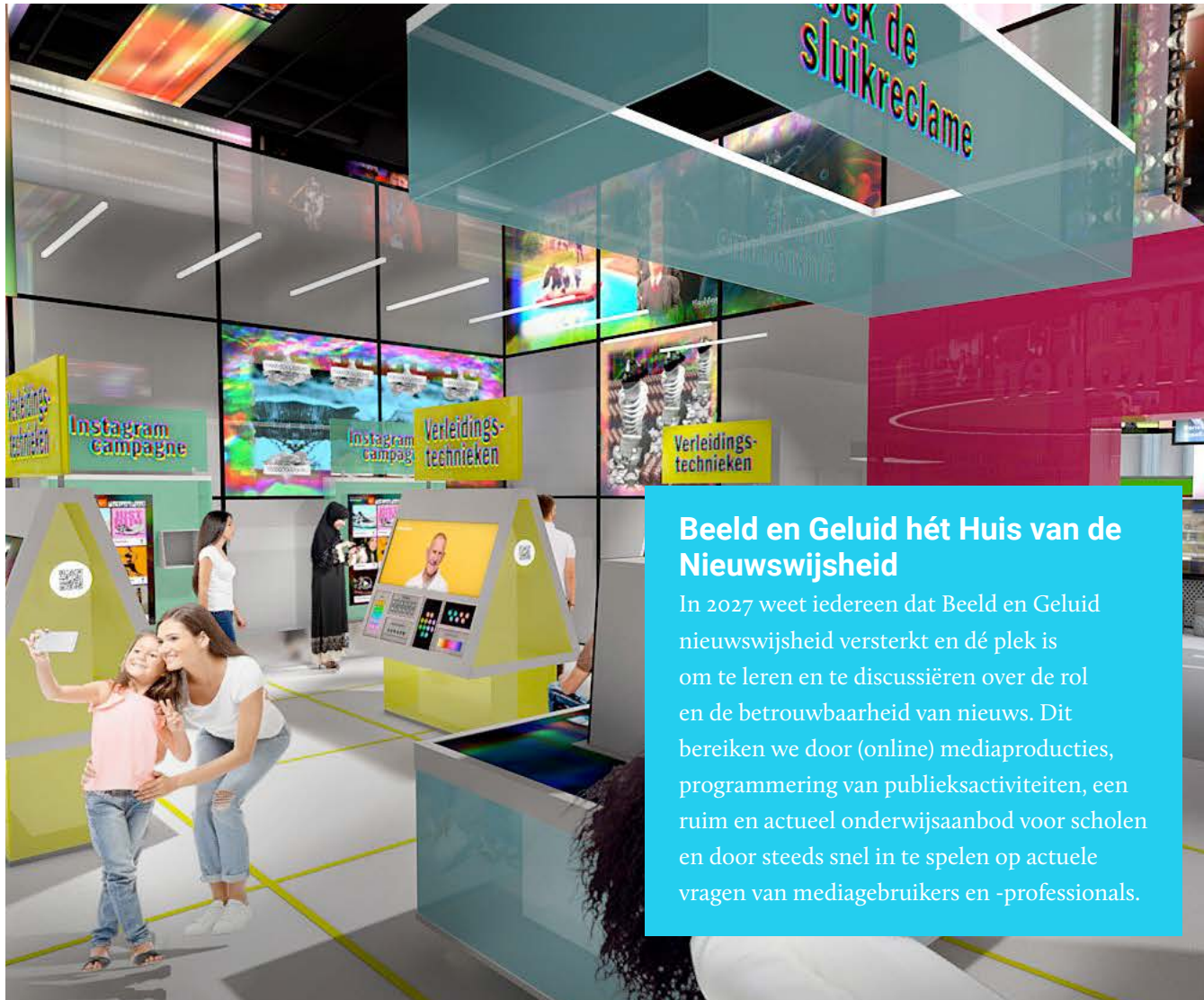
10. Verbinden en voeden stakeholders van de vrije pers

Het Plein van de Vrije Pers worden: dat is ons doel. We streven ernaar het beste fysieke en online podium in Nederland te worden voor kennisvergaring over vrije, pluriforme pers. Belangrijke stakeholders als publiek, journalisten en onderzoekers brengen we bij elkaar op het Plein om daar het gesprek te voeren over de verantwoordelijkheid en de prestaties van de vrije pers in Nederland. In dat kader bieden we cursussen aan op het gebied van persvrijheid en diverse publieksprogramma's, maar ook journalistieke standaarden voor mediaprofessionals. En we initiëren, faciliteren en stimuleren collectie-ontwikkeling en -onderzoek op het gebied van journalistiek & maatschappij.

De unieke en omvangrijke collectie van het voormalige Nederlands Persmuseum is een belangrijk middel om de waarde van een vrije en veelzijdige pers in verleden, heden en toekomst te kunnen laten zien. De samenwerking met Beeld en Geluid Den Haag zal met ingang van 2022 een vaste vorm krijgen om de aandacht voor de vrije pers te versterken.

11. Bevorderen van de nieuwswijsheid

Desinformatie, nepnieuws, herkomst en authenticiteit van bronnen: het zijn de uitdagingen van deze tijd in het bestaan van een betrouwbare nieuwsvoorziening. Daarom is het belangrijk dat inwoners van Nederland nieuwswijzer worden. Wie de inhoud van nieuws kritisch bekijkt en gebruikt, weet hoe het nieuws tot stand komt en zich bewust is van de eigen rol bij het consumeren en verspreiden van nieuws, is nieuwswijs. Het vergroten daarvan vraagt om structurele samenwerking van spelers uit media, onderwijs, wetenschap en overheid.



Beeld en Geluid hét Huis van de Nieuwswijsheid

In 2027 weet iedereen dat Beeld en Geluid nieuwswijsheid versterkt en dé plek is om te leren en te discussiëren over de rol en de betrouwbaarheid van nieuws. Dit bereiken we door (online) mediaproducties, programmering van publieksactiviteiten, een ruim en actueel onderwijsaanbod voor scholen en door steeds snel in te spelen op actuele vragen van mediagebruikers en -professionals.

Ons doel is in 2027 als Huis van de Nieuwswijsheid te fungeren waarin de samenwerking tussen deze partijen gestalte krijgt. In dat Huis zullen vernieuwende en wetenschappelijk onderbouwde methoden en interventies op het gebied van nieuwswijsheid worden ontwikkeld en verbeterd. Journalisten, mediaprofessionals en educatieve ontwikkelaars worden er uitgedaagd om hun eigen rol kritisch te bekijken en hun aanpak te verbeteren. Beeld en Geluid bevordert binnen deze doelstelling het volgen van educatieve workshops door docenten en leerlingen, bouwt aan het Innovatielab voor Nieuwswijsheid en zet in op intensieve samenwerking binnen (inter) nationale projecten zoals European Digital Media Observatory. Ook stellen we (data)collecties en functionaliteiten van de Media Suite ter beschikking aan onderzoeksjournalisten.

PARTNERING





PARTNERING

Ook komende beleidsperiode zetten we in op samenwerking met (nieuwe) partners en stakeholders die actief zijn op hetzelfde inhoudelijke domein als Beeld en Geluid of waarmee we onze missie, ambitie en kernwaarden delen. Door samen te werken met partners vergroten we ons bereik en genereren we meer impact. Daarnaast draagt het introduceren van productinnovaties die we samen met onze partners realiseren, zoals het toegankelijk maken van collecties op platforms van derden, bij aan een groter verdienvermogen van Beeld en Geluid. Door voortdurend in dialoog te zijn met onze ambassadeurs en stakeholders kunnen we beter voorspellen welke initiatieven kansrijk zijn en impact zullen hebben. Zo kunnen we de input voor onze verschillende doelgroepen preciezer afstemmen, in directe samenwerking met onze partners: van bedrijven in de private sector, het maatschappelijk middenveld tot overheden en kennisinstellingen.

We zetten verschillende vormen van partnering in. Zo initiëren en coördineren we nieuwe partnerships met nationale en internationale (cultuur)fondsen en corporate foundations. We verwerven particuliere giften (fondsen op naam) in het kader van een - in deze beleidsperiode te realiseren - grote-giften-programma. Specifiek voor partnering binnen het onderzoeksdomein is dat we actief bijdragen aan de vorming van onderzoekscalls, door directe betrokkenheid binnen wetenschappelijke organisaties zoals CLICKNL, de Nationale Wetenschapsagenda, de Nationale Onderzoeksraad Erfgoed en de Nationale AI Coalitie.



ORGANISATIE



ORGANISATIE

Beeld en Geluid wil maximaal toegankelijk zijn voor iedereen om zo een bijdrage te leveren aan het succes van onze gebruikers, partners en werknemers. Beeld en Geluid wil daarom meer zijn dan alleen een werkplek. Als het modernste archief ter wereld is Beeld en Geluid vooral een plaats van ontmoeting, een huiskamer waar iedereen welkom is, zowel op locatie als online, met ons archief als basis.

We zijn een organisatie die iedere werknemer en gebruiker weet te stimuleren en uit te dagen om het beste uit zichzelf en Beeld en Geluid te halen. Dat doen we door voortdurend met elkaar en onze omgeving te herijken wie we zijn en wat we doen. We zijn een open, lerende organisatie. Als we ergens bij stilstaan is dat om de dingen te begrijpen en beter te doen. We staan met onze voeten in de maatschappij van nu en de toekomst. We streven daarom in alle opzichten naar een diverse samenstelling van ons bedrijf. Ieder voelt

zich veilig om zich uit te spreken. Ieder voelt zich gekend. Vallen en opstaan is een onderdeel van ons succes. We zijn nieuwsgierig, niet bang, waar nodig zelfs ondeugend en vooral ondernemend. De lijnen zijn kort en we doen het werk samen met inachtneming van onze kernwaarden. Voortdurende competentie-ontwikkeling en strategisch HR-beleid maken vast onderdeel uit van het versterken van onze organisatie. Waar nodig maken we gebruik van de inzet van de nieuwste technieken, methodes en inzichten, bijvoorbeeld op het gebied van AI. Dit leidt tot een hoger rendement van middelen en een hogere effectiviteit en snelheid in het bereiken van de doelen.

Beeld en Geluid zorgt voor maatschappelijke en economische impact voor verschillende doelgroepen. De organisatie is ingericht naar deze doelgroepen. Mediaprofessionals, docenten en leerlingen, particulieren, erfgoedinstellingen en onderzoekers

hebben ieder hun eigen belangen bij een betrouwbaar en toegankelijk media-archief. Door in zorgvuldig samengestelde teams voor deze doelgroepen te werken, houden we een open blik van binnen naar buiten en andersom. Daarnaast helpen we waar mogelijk anderen met onze inzichten.

Bestuursmodel en gedragscodes

Beeld en Geluid past natuurlijk de richtlijnen van diverse culturele codes toe, onder meer de Governance Code Cultuur. De organisatie is transparant over zijn bestuursmodel en bijbehorende verantwoordelijkheden; hierover maken wij melding op onze website en leggen we verantwoording af in het jaarverslag. We zorgen voor kritische reflectie tussen bestuur en toezichthouders door jaarlijks een zelfevaluatie uit te voeren. De Raad wordt hierbij om het jaar ondersteund door een gespecialiseerde externe partij. Om zijn toezichthoudende rol op professionele en onafhankelijke wijze uit te

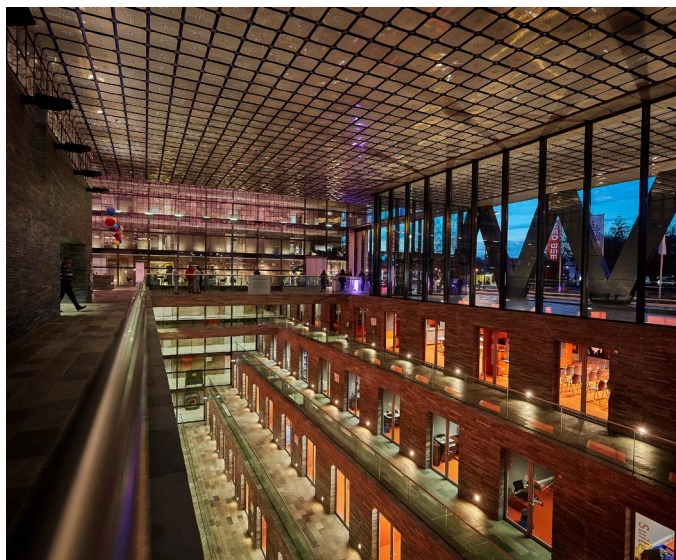
kunnen blijven voeren, heeft de Raad van Toezicht er voor gezorgd dat alle aandachtsgebieden binnen het vastgestelde profiel in de Raad zijn vertegenwoordigd, door twee nieuwe leden te werven die kennis en expertise op juridisch gebied inbrengen en digitalisering, ICT en nieuwe media in de Raad vertegenwoordigen.

De Code Diversiteit en Inclusie is een hulpmiddel voor culturele instellingen om structurele verbeteringen te realiseren in het inclusieve denken en werken van de organisatie, op het vlak van de vier P's: Personeel, Publiek, Programma en Partners. Beeld en Geluid geeft invulling aan de code door op al deze gebieden verbeterplannen op te stellen en te realiseren. Naast de vier P's uit de code, is de C van collectie voor Beeld en Geluid een belangrijk speerpunt. Ons doel is om de diversiteit aan media en perspectieven in de collectie sterk te verbeteren in de komende vijf jaar, net als een inclusief en

toegankelijk gebruik en presentatie van de collectie. Dat monitoren we middels de Scan van de Code Diversiteit en Inclusie, een nulmeting is uitgevoerd in 2020.

De Fair Practice Code is een gedragscode gericht op werken en ondernemen in de kunst-, cultuur- en creatieve sector. Beeld en Geluid gedraagt zich in dat veld voornamelijk als opdrachtgever en streeft naar een gezonde en toekomstbestendige beroepspraktijk. De Code is voor onze organisatie dan ook voornamelijk van toepassing bij het aangaan van contracten bij inkoop- en contractmanagement, aanbestedingen en externe inhuur.

Financieel



Staat van baten en lasten

(in euro's x €1000)

Baten

Eigen inkomsten

Directe inkomsten

Opbrengsten

Sponsorinkomsten

Overige inkomsten

Totaal eigen inkomsten

Bijdragen/subsidies

Structurele subsidie OCW

Subsidie culturele basisinfrastructuur

Subsidie Erfgoedwet

Jaarlijkse bijdrage OCW

Overige bijdragen/subsidies

Totaal bijdragen/subsidies

Totale Baten

Lasten

Beheerlasten materieel

Beheerlasten personeel

Beheerlasten totaal

Activiteitenlasten materieel

Activiteitenlasten personeel

Activiteitenlasten totaal

Totale lasten

Saldo uit gewone bedrijfsvoering

Saldo rentebaten/-lasten

Exploitatieresultaat

Mutatie bestemmingsreserves

Netto resultaat

	2022	2023	2024	2025	2026
Baten					
Eigen inkomsten					
Directe inkomsten					
Opbrengsten	5.161	7.557	7.669	8.085	8.161
Sponsorinkomsten	954	1.171	1.204	1.238	1.274
Overige inkomsten	778	1.673	1.880	2.141	2.185
Totaal eigen inkomsten	6.893	10.401	10.753	11.464	11.620
Bijdragen/subsidies					
Structurele subsidie OCW	24.679	25.049	25.550	26.061	26.582
Subsidie culturele basisinfrastructuur	232	235	240	245	250
Subsidie Erfgoedwet	116	118	120	122	125
Jaarlijkse bijdrage OCW	25.027	25.402	25.910	26.428	26.957
Overige bijdragen/subsidies	9.281	9.816	9.995	10.315	10.326
Totaal bijdragen/subsidies	34.308	35.218	35.905	36.743	37.283
Totale Baten	41.201	45.619	46.658	48.207	48.903
Lasten					
Beheerlasten materieel	4.258	4.562	4.644	4.732	4.995
Beheerlasten personeel	2.944	3.003	3.063	3.140	3.218
Beheerlasten totaal	7.202	7.565	7.707	7.872	8.213
Activiteitenlasten materieel	16.043	16.952	17.235	18.272	18.526
Activiteitenlasten personeel	17.777	18.453	19.052	19.569	19.773
Activiteitenlasten totaal	33.820	35.405	36.287	37.841	38.299
Totale lasten	41.022	42.970	43.994	45.712	46.512
Saldo uit gewone bedrijfsvoering	179	2.649	2.664	2.495	2.391
Saldo rentebaten/-lasten	(2.874)	(2.787)	(2.664)	(2.495)	(2.391)
Exploitatieresultaat	(2.695)	(138)	-	-	-
Mutatie bestemmingsreserves	2.695	138	-	-	-
Netto resultaat	-	-	-	-	-



Colofon

Tekst: Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

Redactie: Jette Pellemans

Ontwerp: Knoeff communicatie-ontwerp

CC-BY

Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

Media Parkboulevard 1

Postbus 1060

1200 BB Hilversum

T 035 677 55 55

communicatie@beeldengeluid.nl



PHOTOGRAPH BY JEFFREY M. HARRIS
STYLING BY JESSICA HARRIS
HAIR BY JESSICA HARRIS
MAKEUP BY JESSICA HARRIS
DRESSING ROOM BY JESSICA HARRIS
PROP STYLING BY JESSICA HARRIS
SET DESIGN BY JESSICA HARRIS
COSTUME DESIGNER BY JESSICA HARRIS
PRODUCTION DESIGNER BY JESSICA HARRIS
EXECUTIVE PRODUCERS BY JESSICA HARRIS
PRODUCED BY JESSICA HARRIS
WRITTEN BY JESSICA HARRIS
DIRECTED BY JESSICA HARRIS