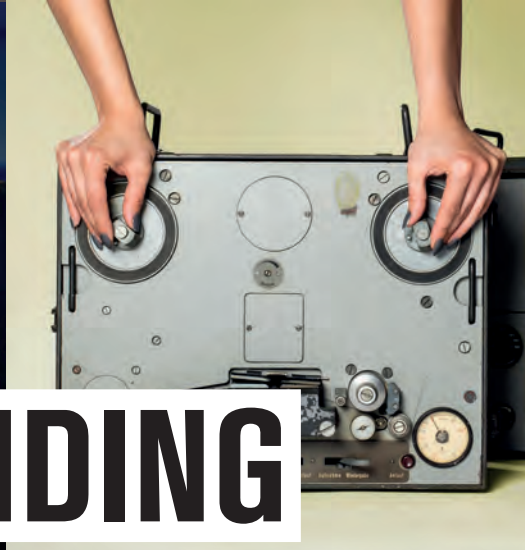




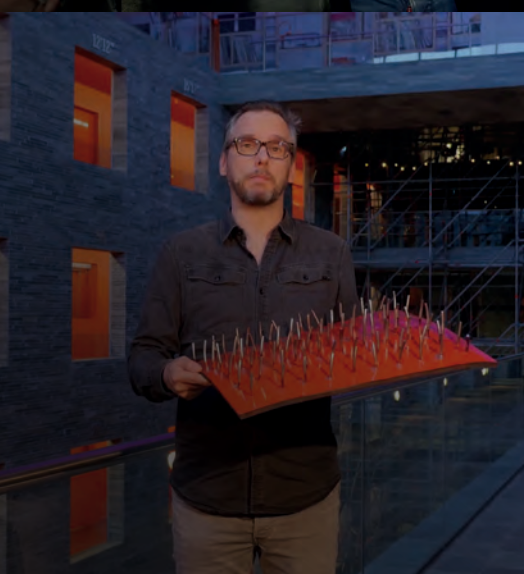
JAARVERSLAG 2018



BEELD EN GELUID



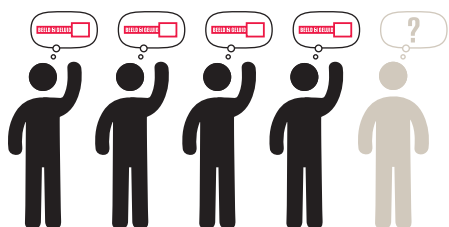
VERBINDING



DASHBOARD

PUBLIEK

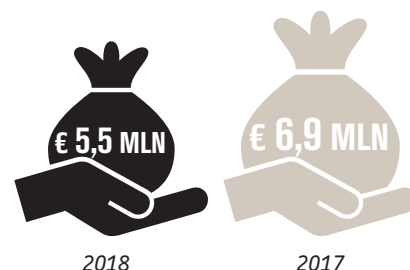
BEKENDHEID EN WAARDERING



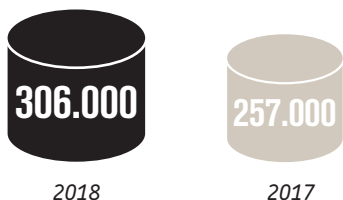
Vier op de vijf Nederlanders kent Beeld en Geluid.



Beeld en Geluid wordt **gewaardeerd** met een 7,8 door bezoekers

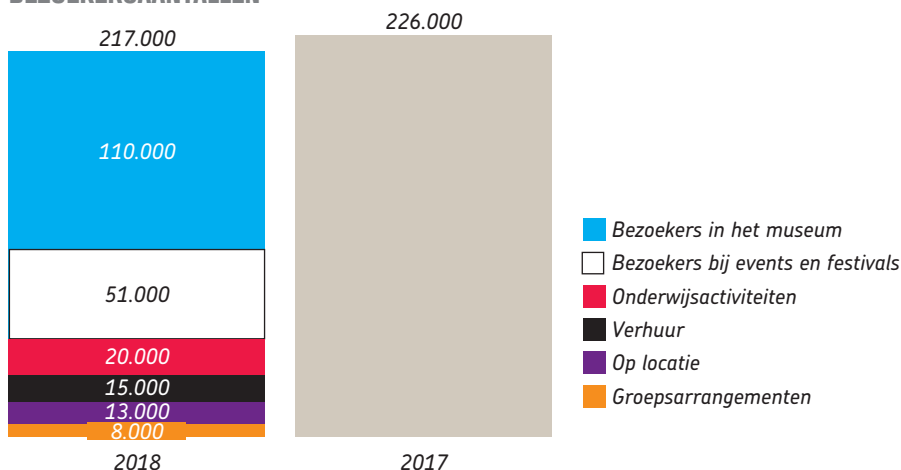


Mediawaarde inclusief radio en TV



Groei klantendatabase: in 2018 kon Beeld en Geluid 306.000 klanten rechtstreeks bereiken (171.000 vanuit de database en 135.000 volgers op social) tegen 257.000 in 2017. Dit is een stijging van 19%.

BEZOEKERSAANTALLEN



MEDIA-AANDACHT

TOP 3 VOOR EVENTS WAAR BEELD EN GELUID GASTHEER/FACILITATOR WAS

- 1 Top 2000 Café
- 2 Giro 555 actie voor Sulawesi
- 3 Omroepman en omroepvrouw van het jaar

TOP 3 VOOR EIGEN ACTIVITEITEN VAN BEELD EN GELUID

- 1 De totempaal van Mies Bouwman
- 2 Hommages aan Guus Verstraete en Tineke de Nooij
- 3 Dutch Media Week

TOP 3 MEEST BEZOCHTE EVENEMENTEN

in aantal bezoekers

1 Top 2000 Café
33.121

Het hoogste aantal in het bestaan van de tijdelijke muziekkroeg in Beeld en Geluid.

2 Dutch Media Week
22.680

De Dutch Media Week ontving 40.361 bezoekers, waarvan 22.680 bezoekers in huis bij Beeld en Geluid.

3. SpangaS viert Herfstvakantie
13.805

SpangaS viert Herfstvakantie met 13.805 bezoekers tussen 13 en 28 oktober, met vrijdag 26 oktober als topdag met 2.034 bezoekers.

ONDERWIJS

22.000 LEERLINGEN

De belangstelling uit de onderwijsdoelgroep voor ons educatieve aanbod was in 2018 het grootst in het Voortgezet Onderwijs, ruim 15.000 leerlingen bezochten ons dit jaar. Onze Experience werd door ruim 12.000 leerlingen van alle niveaus (WO tot PO) bezocht. Bijna 10.000 leerlingen volgden een masterclass of workshop, waarbij onze workshop Nieuws of Nonsens het meest populair bleek.

ONLINE

ONLINE COLLECTIEBEREIK VIA WEBSITES

in unieke sessies

Totaal online bereik van onze websites

2018	2.626.264
2017	2.776.296

De lancering van onze nieuwe website www.beeldengeluid.nl eind 2017 met significant minder pagina's (van 8.000 naar 800) resulteerde in een lager bezoekersaantal in 2018.

Door de grote schoonmaak zien we op de portal een tijdelijke dip in traffic, maar nu ook alweer een groei van kwalitatief hoogwaardiger publiek die op inhoudelijk actuele- en fraai ogende sites komen. Verkeer via social media verdubbelde en mail steeg met 50%.

Met de komst van de nieuwe archiefdienst DAAN was het tot de lancering van de GPP (General Public Portal, de publieke toegang tot DAAN) enkele maanden niet mogelijk om materiaal aan te vragen via zoeken.beeldengeluid.nl, waardoor bezoek ook hier lager is uitgevallen.

LANCERING NIEUWE WEBSITE WWW.BEELDENGELUID.NL

De nieuwe portal beeldengeluid.nl (actief eind 2017) heeft een herkenbare, modernere en meer eenduidige uitstraling dan zijn voorganger en wenst een eenvoudige gids te zijn voor alle kerndoelgroepen die er informatie komen zoeken. Het design is visueel gedreven en geeft de unieke mediacollectie en activiteiten alle ruimte, met een grote weergave van video's en stills. Op de nieuwe website staan drie pijlers centraal: museum, collectie en kennisinstituut. Zij bedienen ieder type gebruiker. Museumbezoekers vinden gemakkelijk praktische informatie en docenten ontdekken het onderwijsaanbod. Geïnteresseerden in de collectie krijgen toegang tot de diverse collectieplatforms, terwijl onderzoekers en erfgoedprofessionals kennis kunnen ophalen en delen.

GROEI OP ONZE SOCIAL MEDIA KANALEN

aantal volgers/abonnees



Wat betreft content hebben we het afgelopen jaar een aantal formats verbeterd en nieuw ontwikkeld. Hiermee versterken we via onze social media-kanalen onze positie als instituut voor media en kunnen we ons beter verbinden met ons publiek en makers. Met formats als *de Archiefdienst* (onze eigen talkshow/vlogcast), *video's van onze conservators* (videoverhalen door onze eigen conservators

over het archief), *TILT en Mediawijze* maandag maken we mensen mediawijzer en bieden we context en duiding van onze collectie en het (Nederlandse) medialandschap. Ook blijven al onze social kanalen een belangrijke plek om te communiceren over al onze evenementen en het delen van collectie materiaal.

TOP 3 POPULAIRSTE SOCIALE MEDIA BERICHTEN

in views

1 Automatische winkel

964.665

<https://www.facebook.com/beeldengeluid/videos/913434298855779/>

2 Glazenwasser (1940)

590.416

<https://www.facebook.com/beeldengeluid/videos/10155180316016688/>

3 Amsterdam krijgt verkeersles (1948)

573.933

<https://www.facebook.com/watch/?v=10155249192046688>

Automatische winkel



TOP 3 YOUTUBE BEELD EN GELUID (COLLECTIEKANAAL)

<https://www.youtube.com/user/BeeldenGeluid>

1 Nederland ingesneeuwd (1979)

161.173

<https://www.youtube.com/watch?v=ZLGfZIOE5C0>

2 50 jaar DAF (1978)

106.880

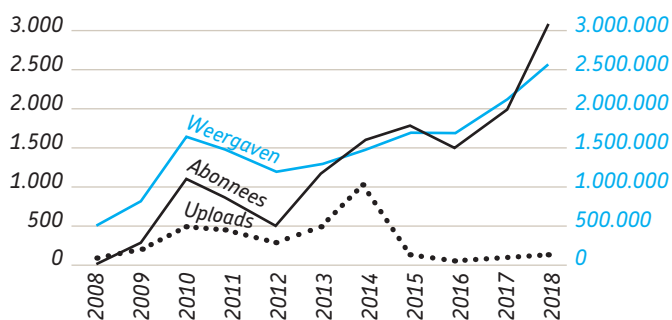
<https://www.youtube.com/watch?v=jUUX7hm88e0>

3 De hete zomer van 1976 (1976)

40.635

<https://www.youtube.com/watch?v=Qq3UVzAis6w>

STATISTIEKEN VAN HET YOUTUBE COLLECTIEKANAAL



TOP 3 VIDEO'S YOUTUBE BEELD EN GELUID ALGEMEEN

https://www.youtube.com/channel/UCfr4EVIGj6TePJ_WeMg_Jiw?

1 StukTV geeft les en Concentrate Fandag... in 360!

1.040

<https://www.youtube.com/watch?v=yzi-LIMWyJU>



2 Jeugdjournaal Masterclass Verslaggeving met Lucas en Siham

827

<https://www.youtube.com/watch?v=J62li69LYXk>

3 SLIJM CHALLENGE met Nick! DIY Droomshow

826

<https://www.youtube.com/watch?v=M9YFP5Dsagq>

Nederland ingesneeuwd



BEELD EN GELUID YOUTUBE KANAAL FUTURE PROOF!

YouTube is met wereldwijd meer dan een miljard gebruikers het grootste online videoplatform. Als audiovisueel archief kan YouTube daarom een belangrijke rol spelen in het presenteren van de collectie en het bereiken van (nieuwe) doelgroepen. In 2017 onderzochten we dit en de uitkomsten van het onderzoek hebben we in 2018 omgezet naar acties.

	2018	2017
Abonnees	3.060	1.967
Kijktijd	4.929.690	4.007.881
Weergaven	2.520.953	2.193.333

Ons kanaal vullen we volgens een vaste planning actief aan. Nieuwe publicaties zijn beter vindbaar op YouTube en bieden daarnaast waarde voor abonnees. Om relevantie te verhogen sluiten we het materiaal waar mogelijk aan op *actuele onderwerpen* zoals nieuws of trends, bijvoorbeeld:

- Om *future proof* te zijn bieden wij al het materiaal in de hoogst beschikbare kwaliteit aan.
- Elke video krijgt het Beeld en Geluid- logo en stijl-elementen voor visuele herkenbaarheid.
- Ook gebruiken wij YouTube-functionaliteiten, zoals eindschermen en kaarten, om gerelateerd materiaal beter vindbaar te maken voor de kijker.
- De functionaliteit om video's te vertalen zetten wij in voor materiaal dat relevant kan zijn voor internationale bezoekers en daarbij wordt ook de vindbaarheid bevorderd.
- Door de video's in afspeellijsten te sorteren kunnen kijkers snel inhoud over het gewenste onderwerp terugvinden.

ARCHIEF

GROEI VAN HET ARCHIEF

DAGELIJKSE AANWAS RADIO EN TV

Onder dagelijkse aanwas verstaan we de instroom van door publieke en commerciële omroepen uitgezonden televisie- en radioprogramma's in het archief van Beeld en Geluid.

Publieke omroep TV en Radio

TV: Tot september 2006 werd een selectie gemaakt van het nieuw uitgezonden omroepmateriaal. Vanaf de invoering van de DDV (De Digitale Voorziening) in september 2006 worden alle Nederlandse producties in het archief opgenomen. In 2018 zijn 7.678 uur aan tv-uitzendingen ingestroomd. 100% van het uitgezonden Nederlandse materiaal (zonder herhalingen) op de landelijke publieke netten op de juiste wijze ingestroomd bij Beeld en Geluid.

Radio: Tot 2014 (vanaf 2001 is Radio 1 al wel integraal opgenomen) werd eveneens geselecteerd in de uitgezonden radioprogramma's maar sinds begin 2014 worden de radiozenders Radio 1 t/m 6 (vanaf 2016 Radio 1 t/m 5 en FunX) integraal, dus elke dag 24 uur, opgenomen. Voor 2018 betekent dit 53.187 uur radio.

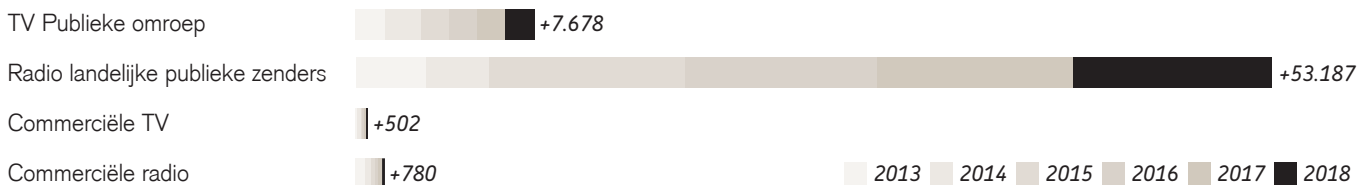
Commerciële TV en Radio

Om een zo breed mogelijk beeld te schetsen van het radio- en televisielandschap en om de ontwikkelingen binnen deze media vast te leggen, neemt Beeld en Geluid ook commerciële radio- en televisieprogramma's in de collectie op.

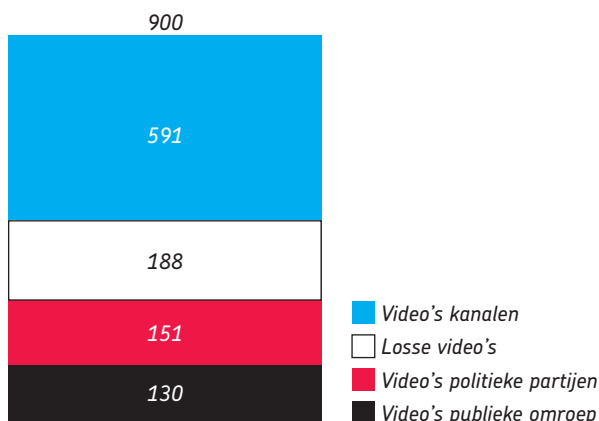
TV: Jaarlijks selecteren we ca. 500 uur van de zenders RTL 4, 5 en 7, SBS 6, NET 5 en Veronica. Hierbij richten we ons ook op het Nederlandse product. We nemen van elke reeks minimaal 1 aflevering op en letten bij het selecteren verder vooral op: de opbouw van een reeks, bijzondere gasten en onderwerpen, spraakmakende uitzendingen en kijkcijfers. Bovendien nemen we maandelijks een aantal nieuws- en showbizz-uitzendingen op.

Radio: Jaarlijks selecteren we enkele honderden uren van de zenders BNR, Veronica, Radio 538, SLAM!, 100%NL en Qmusic. Hierbij concentreren we ons op nieuwe titels en bijzondere uitzendingen. In 2018 selecteerden we 780 uur aan commerciële radioprogramma's.

Aanwas radio en TV in uur



WEBVIDEO'S GEARCHIVEERD IN 2018



Glazenwasser (1940)



PROFESSIONEEL HERGEBRUIK

Professioneel gebruik van de collectie, dat wil zeggen in nieuwe mediaproducties, is de belangrijkste manier om een breed publiek te bereiken met de schat aan materiaal. De meeste mediaproducties bereiken immers op hun beurt een publiek van

honderdduizenden mensen, door uitzending of online.

In 2018 werden er meer dan 128.000 keer iets gedownload uit de digitale catalogus. Daarvan werden 63.119 downloads gedaan door de publieke omroep, en 21.629 downloads door andere mediapartijen. De overige downloads werden door medewerkers van Beeld en Geluid zelf gedaan, waarvan meer dan de helft voor professionele klanten was en andere voor doeleinden zoals onze eigen websites.

Tussen de omroepen wisselt het gebruik van de collectie sterk. De grootste gebruikers van de archiefcollectie zijn WNL en AVROTROS met ieder ruim 11.000 downloads in 2018.

Opvallend is dat de overgang naar het nieuwe MAM-systeem DAAN niet voor een terugname in het aantal downloads heeft gezorgd. Deze vrijwel vlekkeloze overgang en de sterk verbeterde player zorgden er in 2018 voor dat professionele gebruikers nog beter bij het archief konden dan voorheen. Bovendien is het aantal professionele aansluitingen op de digitale catalogus sterk gestegen, omdat het met het nieuwe systeem beter mogelijk is om ook vanuit huis te zoeken. Zelfs zonder actieve promotie leidde dit tot ca. 50 nieuwe accounts in 2018.

Downloads uit de digitale catalogus

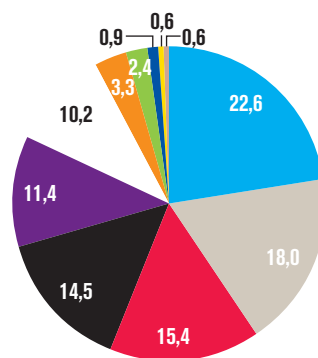


LICENTIE INKOMSTEN

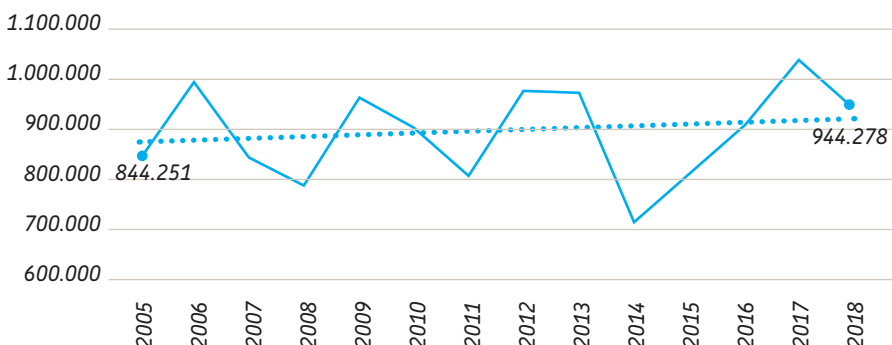
De licenties die gegeven worden bij verkoop van archiefmateriaal leveren inkomsten op voor de rechthebbenden. In 2018 werden er voor ruim 944.000 euro aan licenties verstrekt namens omroepen. Het gaat hier om materiaal dat door deze omroep is geproduceerd, en aan een 'derde' wordt verkocht voor professioneel gebruik. Gemiddeld genomen is er over de afgelopen

13 jaar een licht stijgende trend in licentie inkomsten voor de publieke omroepen te bespeuren.

Ook hierbij geldt weer dat het sterk verschilt hoeveel een omroep aan licenties verkoopt. 'Jongere' omroepen hebben nu eenmaal een kleiner archief om uit te putten. Dat blijkt uit de verhoudingen in dit diagram.



Totaal licentiafdrachten publieke omroepen in EUR



WNL AVROTROS NTR BNNVARA NOS KRO-NCRV MAX EO VPRO HUMAN POWNERD

Naast de licentie inkomsten voor publieke omroepen, ontvangt Beeld en Geluid ook licentie inkomsten voor eigen collecties en collecties waarvan derden rechthebbenden zijn. In 2018 bedroeg de totale omzet voor deze licenties 67.000 euro. Hiervan wordt nog een deel afgedragen naar de rechthebbenden.

GEbruik EDUCATIEVE PORTALS 2018



In 2018 had meer dan 70% van de scholen voor basis-, voortgezet- en beroepsonderwijs in Nederland toegang tot Teleblik. Het basisonderwijs kent de meeste aangesloten scholen met 2616 scholen die één of meerdere actieve accounts hebben op Teleblik.

Het voortgezet onderwijs kent procentueel de meeste aansluitingen op Teleblik, namelijk 99% van de voortgezet onderwijsinstellingen heeft toegang tot Teleblik. Gevolgd door Beroepsonderwijs en Volwasseneneducatie (BVE) met 76%. In het hoger onderwijs heeft 75% van alle hoger onderwijsinstellingen toegang tot de onderwijscollectie. Het aantal licentiehouders is in 2018 van 40 naar 47 instellingen gegroeid en daarmee hebben 780.260 (2017: 708.506) studenten toegang tot de collectie.

FABELTJESLAND: AANWINST EN BIJZONDER BRUIKLEEN!

Een bijzonder aanwinst in onze archiefcollectie zijn scripts van de Fabeltjeskrant en de programma's (Fabels) vanaf 1985, de tijd dat er nieuwe dieren (zoals Chico Lama) uit het 'derde dierenbos' in de serie kwam. Een schenking van mevrouw Schoenmakers en een mooie aanvulling op het vele aanwezige materiaal, zoals de poppen, merchandise en oudere scripts. In de schenking zitten ook reacties van kijkers op de Fabeltjeskrant en geeft een mooie blik op de beeldvorming over het programma destijds.

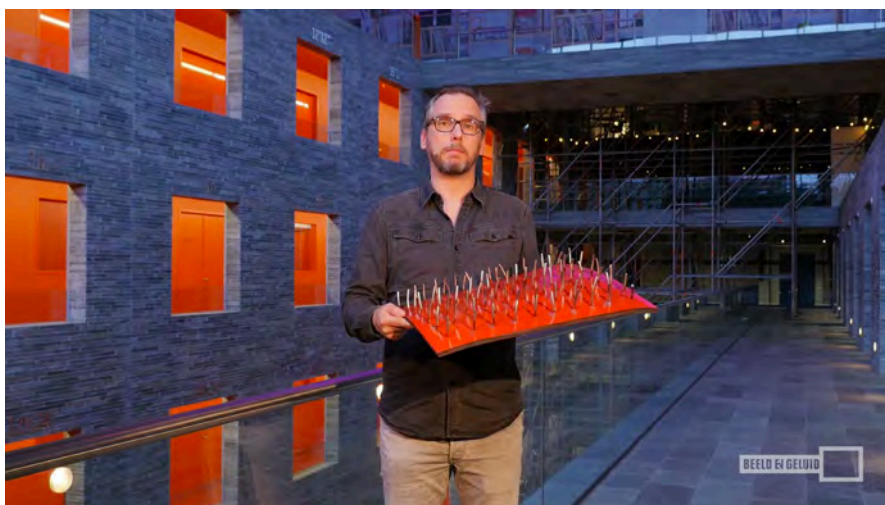
Daarnaast verzorgde Beeld en Geluid in 2018 een grote bruikleen aan de tentoonstelling 50 jaar Fabeltjeskrant in Rotterdam. Vele poppen, merchandise en andere zaken rond de Fabeltjeskrant waren daar tijdelijk te zien. In navolging van Rotterdam wordt in Kasteel Groeneveld in Baarn nu ook aandacht besteedt aan de Fabeltjeskrant en leende daarvoor vier van onze poppen. Ook Stichting Philadelphia benaderde Beeld en Geluid in verband met bruikleen rondom de Fabeltjeskrant.



OUDE EN NIEUW: ONZE FAVORIETE AANWINSTEN IN ONS ARCHIEF UIT 2018

We hebben ze vastgelegd op video, bekijk 'm [hier](#)!

Daarnaast namen we een schitterende radio collectie Borjeson op die door de erven aan Beeld en Geluid zijn aangeboden. Wij hebben zo'n 51 toestellen geselecteerd (van de 150!) met daarbij een heel speciaal exemplaar: de uiterst zeldzame Waldorp Insulinde ontvanger uit 1941. De geselecteerde toestellen zijn zeldzaam, bijzonder door hun techniek of vormgeving of de combinatie daarvan.



Medewerkers van Beeld en Geluid vertellen over hun favoriete aanwinsten, zoals een deel van de pijnbank waar Hans Teeuwen op heeft gelegen, brieven uit Athene of de Toeterix.

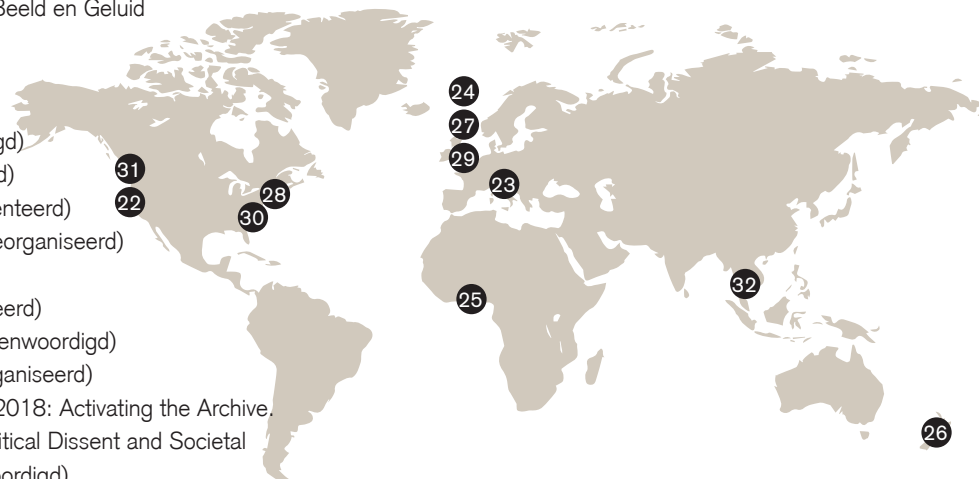
KENNISDELING

BEELD EN GELUID ABROAD

In totaal 32 kennisactiviteiten in 2018 waar Beeld en Geluid de organisator van was, waar wij presenteerden, in een panel zaten en/of een workshop organiseerden of Beeld en Geluid hebben vertegenwoordigd.

Nationaal

- 1 100 jaar Hilversum (vertegenwoordigd)
- 2 AVA_Net Symposium (georganiseerd)
- 3 Canon netwerkbijeenkomst (gepresenteerd)
- 4 Conferentie webarchivering NDE (georganiseerd)
- 5 DEN conferentie
- 6 DH Benelux conferentie (gepresenteerd)
- 7 Europeana Tech Conference (vertegenwoordigd)
- 8 Expertisedag Web archivering (georganiseerd)
- 9 EYE International Conference P&P 2018: Activating the Archive. AV Collections and Civic Action, Political Dissent and Societal Change (georganiseerd/vertegenwoordigd)
- 10 kickoff Europees Jaar van het cultureel erfgoed & expert sessie (vertegenwoordigd)
- 11 KVAN-dagen 2018/Archiefdagen (vertegenwoordigd)
- 12 Marketing & Insights Event (MIE) (vertegenwoordigd)
- 13 Media van Morgen (vertegenwoordigd)
- 14 Museumcongres 2018 (vertegenwoordigd)
- 15 NECS Conferentie (workshop, gepresenteerd)
- 16 NWO religion renegotiated (vertegenwoordigd)
- 17 Open Set Conference @ Beeld en Geluid (georganiseerd)
- 18 ReTV kickoff meeting (vertegenwoordigd)
- 19 Rewire Festival RE:VIVE (georganiseerd)
- 20 Transformation Digital Art 2018 (vertegenwoordigd)
- 21 Winter School for Audiovisual Archiving (georganiseerd)



Internationaal

- 22 Portland; Amia conference in USA (panel, gepresenteerd)
- 23 Venetië; FIAT/IFTA World Conference (gepresenteerd)
- 24 London; Focal International Awards (jury, gepresenteerd)
- 25 Accra; IASA Conference | Archival Policies and Barriers in the Age of Global Information Exchange
- 26 Wellington; IIPC GA & Conference (gepresenteerd)
- 27 London; ILI Conference (panel, gepresenteerd, workshop)
- 28 Boston; iPRES 2018 (co-chair)
- 29 London; MuseumNext (vertegenwoordigd)
- 30 New York; MuseumNext (vertegenwoordigd)
- 31 Vancouver; Museums and the web (vertegenwoordigd)
- 32 Bangkok; SEAPAVAA Conference (gepresenteerd)

BEELD EN GELUID ONTVANGT

Beeld en Geluid ontvangt jaarlijks ook bezoekers die meer dan gemiddeld geïnteresseerd zijn in ons mooie instituut. Zo kregen we vragen over duurzame archivering en digitalisering en metadata, over het renoveren van archieven en organiseerden we rondleidingen in het depot. In 2018 ontvingen we in totaal 35 bezoeken en 24 adviesverzoeken, zowel nationaal als internationaal; een greep hieruit:

- De Vlaamse Televisie Academie
- Bradford National Media Museum
- Het Nationaal Ballet
- National Film Archive of India
- The Institute for Language and Folklore (Zweden)
- National Swedish Library (Göran Konstenius)
- Ministry of Communications and Information and the National Library Board (Singapore)
- National Archives of Trinidad and Tobago
- Maidan Museum in Kiev
- Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (Wenen)
- Europese Centrale Bank - Frankfurt
- Sociale Verzekeringsbank
- Ministry of Culture, Community & Youth (Singapore)
- TVRI (Televisi Republik Indonesia)
- Bournemouth University
- National Digital Archives Poland
- University of Washington
- Hankuk University of Foreign Languages (Zuid-Korea)

JOURNALS EN BLOGS

- VIEW Journal - Online wetenschappelijk tijdschrift over Europese televisiegeschiedenis en cultuur. In 2018 verscheen er 1 nummer met 11 peer reviewed artikelen.
- Tijdschrift voor Mediageschiedenis (TMG). In 2018 verschenen er 2 nummers met respectievelijk 5 en 7 peer reviewed artikelen en enkele interviews, boekbesprekingen en andere artikelen.
- In 2018 publiceerde Beeld en Geluid 20 blogs met in totaal 10.336 unieke views. Onze blog over het beschikbaar stellen van de NSB Propaganda Films was de best gelezen blog met 1112 unieke weergaven.

View Journal



Tijdschrift voor Mediageschiedenis (TMG)



Still uit 'Hagespraak van de NSB te Lunteren (ACTE 1)' (1940)



ERKENNING VOOR JONG TALENT BIJ BEELD EN GELUID!

Onze archivaris *Jasper Snoeren* is in 2018 genomineerd voor Jonge Archivaris van het jaar. Jasper is werkzaam als kennismakelaar bij Beeld en Geluid. Vanuit die functie is hij inmiddels onmisbaar voor de activiteiten van het AVA-Net, is hij aanjager van het KIA Kennisplatform Audiovisueel Erfgoed en aanzwengelaar van discussies over het vak.



En *Brigitte Jansen* onze specialist interactieve presentatievormen werd genomineerd voor Museum Talent 2018. Haar missie is om zoveel mogelijk jonge creatieve makers los te laten op de collectie en het archiefmateriaal van Beeld en Geluid.

