

VOORSTEL

zaaknummer: 1333810
afdelingsnaam: Leefomgeving
steller: Gaston Crolla
telefoonnummer 035 629 2188

onderwerp: Vaststelling subsidie aanvraag Beeld&Geluid Dutch Media Week 2023

Voorstel

1. De subsidie 2023 aan Instituut Beeld & Geluid, conform bijgevoegde vaststellingsbeschikking, ter grootte van €230.000 ter cofinanciering van de activiteiten uitgevoerd tijdens de Dutch Media Week 2023 vast te stellen.

Samenvatting

Op 11 juli 2023 heeft het College aan Beeld & Geluid een [subsidie verleend](#) van €230.000,- ter uitvoering van de Dutch Media Week (DMW) 2023. Beeld&Geluid heeft hiervoor, voorzien van een controleverklaring van de accountant een financiële en inhoudelijke verantwoording ingediend. Daarnaast is er een publieksversie van DMW uitgebracht in de vorm van een [E-magazine](#) en zijn o.a. uitzendingen van [Retro Radio](#) terug te zien via You Tube en [aftermovies](#) via de DWM site. Beeld&Geluid vraagt om een vaststelling van de subsidie over 2023.

De week bouwde door op een aantal bekende pijlers in de programmering, zoals de Dutch Game dag, een tweetal netwerkdiners en de business en innovation days. In 2022 was er de recordpoging podcast maken, dit jaar is gekozen voor de Magische Media stage als PR middel. Nieuw was de samenwerking met o.a. H20 (e-sports) en de ROM regio Utrecht. Groei was er in het aantal deelnemende scholen en studenten. Zo deden ruim 200 leerlingen van basisscholen mee aan workshops in het kader van Sterk Techniekonderwijs. Minder goed uit de verf kwamen de business en innovation days vanwege minder strakke en late programmering. Bezoekers waarden de week met een 7,6. (vergelijkbaar met 2021, in 22 niet gemeten). Het aantal fysiek bezoekers was 17.000 (in 2022 was dit 25.000). Het online bezoek lag op 26.250. (In 2022 was dit 17.500).

De financiële bijdrage van de gemeente komt uit op 17,7% van de totale kosten.

Partners 120 partners 20 kennisinstellingen	Fysiek 17.000 bezoekers, waarvan: 13.000 bij de Xperience days, 900 studenten, 3700 Business & innovation Days Online
--	--

	26.250 unieke bezoekers
Social bereik Diverse kanalen: 339.000 (36% groei m.n. via Meta) 5.400 podcast luisteraars	PR mediawaarde € 215.000,- (gedaald m.n. a.g.v. effect van Podcast record 2022) Beoordeling bezoekers 7.6
	Co-financieringsbijdrage gemeente 17,7% (16,2% in 2022)

Inleiding

Jaarlijks wordt DMW gehouden. In 2023 voor de 8^e keer. Gemeente Hilversum en Beeld&Geluid hebben in hun meerjaren overeenkomst afgesproken samen verder te bouwen aan DMW. Beeld&Geluid voert de regie voor de uitvoering en is subsidieaanvrager.

Probleemstelling/doel

DMW heeft 4 doelen:

- Het publiek en mediamakers betrekken bij media ontwikkelingen en de (maatschappelijke) betekenis en impact van media onderzoeken en bekijken.
- De promotie van de Nederlandse media industrie met Hilversum als belangrijke hub.
- Stimulans bieden voor innovatie in de gehele mediasector.
- Bijdragen aan talentontwikkeling binnen de mediasector.

Net als in 2022 is er gewerkt met themadagen:

- Maandag en dinsdag: Business & Innovation Days
- Woensdag: Game Day
- Donderdag en vrijdag: Talent Day
- Zaterdag: Xperience Days Esports & Gaming
- Zondag: Xperience Days Open Studio's

De week kende een reeks van diverse activiteiten, van twee zeer goed bezochte netwerk diners, inclusief uitreiking van de DMW Award, sprekers van topniveau rond thema's als AI en The Future of New, de finale van het landelijke e-sports event tijdens de Xperience days, een masterclass van Joop van den Ende en 900 studenten die actief waren op de Talent days.

Argumenten

1.1 De activiteiten die vallen onder de programmering van DMW 2023 dienen publicitair, ook landelijk, herkenbaar bij te dragen aan de wens van de gemeente Hilversum om zich sterker te profileren als moderne mediastad.

Via diverse fysieke en online kanalen is regionaal en landelijk aandacht besteed aan DMW activiteiten. Het concept van Magische Media Stage droeg hieraan bij, evenals het e-sports event op zaterdag.

1.2 Meerdere doelgroepen (professionals, onderwijs en het grote publiek) vinden elkaar tijdens Dutch Media Week.

Een sterke profilering van Hilversum Mediastad wordt versterkt door in de programmering aandacht te geven aan diverse doelgroepen. Iedere doelgroep draagt op zijn/haar manier bij aan het profiel en de

kracht van Hilversum. Sterke programmering per doelgroep levert goede resultaten op, gezien het succes van o.a. de Game dag, Talenten dag en de Xperience days (Bezoeker enquête Bijlage 2).

1.3 De toekomst en draagvlak van Dutch Media Week staat of valt met een breed draagvlak en betrokkenheid van verschillende partijen.

Het aantal partners dat zich (meerjarig) verbindt aan DMW groeit gestaag. Vaste belangrijke partner is de Dutch Game Association. Inmiddels staat de teller op 120 partners. Mooi is te zien dat het aantal kennisinstellingen en daarmee betrokken studenten is gegroeid. Een belangrijke nieuwe partner in de organisatie is de Regionale Ontwikkelings Maatschappij (ROM) Regio Utrecht. Het totale partneroverzicht is terug te vinden op de laatste pagina van het [e-magazine](#).

1.4 De accountantscontrole is voorzien van een controleverklaring.

In Bijlage 1 is een goedkeurende controleverklaring opgenomen van de accountant conform de subsidie vereisten. De gehanteerd systematiek is gelijk aan die van 2022.

Kanttekeningen

1.1 Het in overleg met o.a. de Stichting Hilversum Marketing inzetten op een stadsbrede programmering inclusief marketingactiviteiten is beperkt van de grond gekomen.

Door o.a. ziekte en personeelsproblemen is het contact met o.a. Centrum management Hilversum niet goed van de grond gekomen. Activiteiten in het Lab Mediaplein, Studio Mediaplein en SPOT035 waren wel succesvol. Stichting Hilversum Marketing is nu vanaf de start van de voorbereidingen betrokken bij de opzet van DMW 2024.

1.2 De inzet van Beeld&Geluid, zou conform begroting een omvang hebben van € 381.000,-, waarvan minimaal € 125.000,- in geld. Deze verhouding is niet gerealiseerd.

De totale inzet van B&G bedroeg in 2023 € 394.000,-. De verhouding van de inzet van de middelen (minder out of pocket bijdrage (OOP)) is het gevolg van de grotere inzet van de eigen locaties en personeel in plaats van inhuur. De OOP bedroeg € 68.130,-. De totale inzet komt boven het begrote bedrag van € 381.000,-.

1.3 De programmering van het businessdeel was minder herkenbaar en laat beschikbaar.

Geconstateerd is dat de doelgroep makers en professionals niet tot de core doelgroep van Beeld&Geluid behoort. Daarmee bleek het moeilijk een juiste tijdige programmering op te stellen. Inmiddels is daarop geïntervenieerd en zal dit onderdeel met ingang van 2024 onder auspiciën van de ROM en de Campusorganisatie worden vormgegeven.

Financiën, middelen & capaciteit

In de begroting van DMW die is opgesteld voor 2023 is uitgegaan van een totale begroting van € 1.422.000,-. Als gevolg van het feit dat onder andere enkele activiteiten tijdens de Xperience days en de match making sessies niet door konden gaan is de totale begroting 2023 uitgekomen op € 1.296.868,-.

Aan de inkomstenkant zijn de bijdragen van partners gestegen, de inkomsten uit o.a. ticketverkoop zijn echter onder het geprognostiseerde niveau uitgekomen.

Beeld&Geluid heeft in totaal een bijdrage van € 394.000,- gedaan. De inbreng van de gemeente was in 2021 24%, in 2022 16,5% en in 2023 17,7% van de totale begroting.

	Begroting	Realisatie
Kosten	1.422.000	1.296.868

Inkomsten		
Beeld&Geluid	381.000	394.000
Gemeente Hilversum	230.000	230.000
Stadsfonds	90.000	85.000
Provincie NH	25.000	25.000
ROM	20.000	20.000
Overig	603.800	542.868
Totaal	1.422.000	1.296.868
% bijdrage gemeente	16,2	17,7

Uitvoering

Vaststellen van de ter beschikking gestelde subsidie van € 230.000,- ten behoeve van de organisatie en uitvoering van DMW 2023 en het verzenden van de beschikking 'vaststelling subsidie' (bijlage 3).

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris, de burgemeester,

mr. C.P. Torres Barrera dr. ir. G.M. van den Top

Bijlage(n)

1. Bezoekers enquête