

Startnotitie samenwerkingsagenda Media Park



Conceptversie 1.2

November 2023

1. Inleiding

1.1 Media Campus in 2040

De Media Campus 2040

Wat ooit een eenvoudig Media Park was, is getransformeerd tot een inspirerende omgeving waar de toekomst van de digitale media wordt geschreven. Het is de bruisende spil van de Nederlandse mediawereld, internationaal bekend als één van de toonaangevende knooppunten in Europa. Het is het epicentrum van de digitale evolutie, met ultramoderne technologie en infrastructuur. Young professionals beginnen op loopafstand van hun flexwoningen aan de rand van de Campus hun dag in één van de koffiebars, laptops opengeklapt. Zij werken samen met de op het park aanwezige digital media companies aan de volgende grote doorbraak voor de toekomst van de digitale samenleving.

Het in de Gateways aanwezige kennis en innovatiecentrum met diverse leerbedrijven en kennislabs van MBO tot WO is een magneet voor grote aantallen studenten. Het European Institute for Digital Trust, onderdeel van een Europees netwerk, doet baanbrekend onderzoek om innovatieve diensten verder te ontwikkelen. De startup community, wars van de gevestigde orde, heeft zijn eigen plek in een eigen broedplaatsomgeving. De Media Campus is het kloppend hart van de nieuwe digitale samenleving, een magneet voor de visionaire digitale mediamakers. Hier komen disruptieve start-ups en gevestigde namen samen om de grenzen van wat mogelijk is te verleggen. Deze bedrijven zijn de pioniers van de 21e-eeuwse media, waar ze met behulp van baanbrekende technologieën verhalen vertellen en op een verantwoorde manier informatie en nieuws produceren. Deze kennis vindt zijn toepassing in een groot aantal andere sectoren.

In 2040 is de Media Campus een voorbeeld van ecologische verantwoordelijkheid. De Campus is energieneutraal door een state of the art warmtenet, duurzame gebouwen en maximaliseert de energie-efficiëntie door klimaatbewust content te produceren. Door in te zetten op duurzame vormen van ketenmobiliteit wordt de milieuoetadruk verder verkleind.

Wordt dit beeld de realiteit? Alleen gezamenlijk kunnen we de toekomst vormgeven. Het opstellen van de samenwerkingsagenda is daarbij een belangrijk hulpmiddel.

Doel startnotitie

Voor u ligt de startnotitie voor het opstellen van de samenwerkingsagenda voor het plangebied Media Park in Hilversum. Deze startnotitie heeft tot doel het op hoofdlijnen vaststellen van de aanpak, het (participatie-)proces, het tijdpad en de kosten voor dit proces. Daarnaast wordt in deze notitie beschreven welke rol en positie de gemeente heeft en op welke wijze de raad wordt betrokken bij dit proces. Ook worden de raakvlakken met andere lopende trajecten geschetst en hoe daarmee rekening wordt gehouden in dit proces.

Het opstellen van een samenwerkingsagenda voor het Media Park is een ambitie die breed gedragen wordt door een groot aantal partijen. Zo staat in het coalitieakkoord 2022 – 2026; “We steunen dan ook de verdere ontwikkeling van het Media Park tot hightech campus met ruimte voor nieuwe bedrijven, het uitbreiden van het mbo en hbo-onderwijs, aanvullende voorzieningen en wonen. Met deze ontwikkeling krijgen jongeren ook meer kansen”. “We gaan aan de slag met het opstellen van een gebiedsagenda voor het Media Park en het realiseren van de hierin te benoemen maatregelen.” Ook is de ambitie uitgesproken om “HBO onderwijs op het gebied van media en ICT aan te trekken”. Daarnaast: “Ook stimuleren we initiatieven voor broedplaatsen in de stad en zien we het vernieuwde Beeld & Geluid als goed startpunt voor toeristen om meer te doen in Hilversum en hen te verleiden tot een langer verblijf.”

Deze startnotitie markeert het startpunt voor dit proces.

Door het vaststellen van deze startnotitie is het college en raad gecommitteerd om dit proces te doorlopen en zijn op hoofdlijnen de kaders gedefinieerd waarbinnen de samenwerkingsagenda tot stand komt.

2. Belang van de Media voor Hilversum, de regio en Nederland.

2.1 Belang van de media-sector

Economisch belang

De mediasector is toonaangevend en bepalend voor Hilversum en de regio Gooi en Vecht. Meer dan 25% van de directe werkgelegenheid in Hilversum is te vinden in de creatieve industrie. Daarnaast levert de aanwezigheid van de media industrie werk aan vele andere toeleverende bedrijven in de stad en regio. Denk aan hotelovernachtingen, congressen, bestellingen bij lokale leveranciers, vergaderfaciliteiten, schoonmaak, beveiliging etc etc.

De industrie is daarmee een belangrijke en onmisbare pijler onder de welvarendheid van de stad en haar inwoners. Alle reden om in te blijven zetten op ook in de toekomst gezonde media sector in de stad. Inmiddels telt de creatieve industrie zo'n 13.000 banen in Hilversum. In de Monitor Creatieve Industrie 2021¹ wordt ook vastgesteld dat Hilversum Mediastad met afstand het meest gespecialiseerd is in de creatieve industrie en ICT gezamenlijk. Ruim een kwart van de banen valt in een van beide sectoren. Hilversum, de 37e stad van Nederland als het gaat om aantal inwoners, bekleedt daarmee de zevende positie in de top 10-steden van creatieve industrie en ICT.

Het Media Park² is daarin het fysieke hart en het kristallisatiepunt van de ontwikkelingen in de mediasector. Het gebied heeft een oppervlakte van circa 57 hectare. Per 2022 zijn daarop 116 bedrijven met in totaal meer dan 6.000 banen gevestigd.

De sector ontwikkelt zich in een razendsnel tempo en krijgt steeds meer relaties met aanverwante (sub)sectoren, zoals Ed-tech (onderwijs), e-sports, digital design agencies. De Regionale Ontwikkelings Maatschappij (ROM) Regio Utrecht heeft een eerste inventarisatie van gemaakt (Bijlage). Deze ontwikkelingen zullen en kunnen ook deels een plek krijgen op het Media Park.

Meer dan in het verleden is de media wereld een globale wereld geworden. Dat betekent dat wil de media industrie in Hilversum ook toekomst hebben de internationale positionering moet worden versterkt. Deze ontwikkelingen zien we nu zowel bij de publieke omroepen³ als al langer bij de private partijen.⁴

De mediasector en het Media Park zijn daarmee de economische motor van Hilversum en de regio Gooi en Vechtstreek.

Onderwijs en kennisontwikkeling

De mediasector ontwikkelt zich in een razend tempo. Deze ontwikkelingen worden gevoed door veranderend mediagebruik, verdere digitalisering, het gebruik van AI en sterke buitenlandse concurrentie. Een gezonde toekomstbestendige mediasector kan niet zonder nieuw talent, continue

¹ <https://mediaperspectives.nl/publicationdoc/monitor-creatieve-industrie-2021/>

² <https://www.mediapark.nl/>

³ <https://pers.npo.nl/persberichten/meer-europese-topfictie-bij-de-publieke-omroep-door-nieuwe-samenwerking-new8>

⁴ <https://www.broadcastmagazine.nl/radio-televisie/televisie/talpa-entertainment-productions-wordt-talpa-studios/>

innovatie, een goed vestigingsklimaat en een intensief netwerk/ecosysteem. Samenwerking tussen bedrijven (publiek en privaat), kennisinstellingen en overheden (triple helix) is hierin essentieel.

De gemeente zet zich al enige jaren in om het aantal onderwijsinstellingen op en verbonden aan het Media Park te vergroten. Dit heeft geleid tot de vestiging van onder ander de Hogeschool van Amsterdam met het Make IT programma, het MBO college met al haar media beroepsopleidingen en de Beroepshavo, en de Meta Verse Werkplaats waar een zestal grafische lycea samenwerken. Dit jaar is een driejarig convenant met de Hogeschool Utrecht afgesloten wat heeft geleid tot een immersive design lab waar studenten hun opleiding kunnen volgen. De noodzakelijke continue kennisontwikkeling die de ontwikkeling van de industrie met zich meebrengt biedt kansen voor de ontwikkeling van een nieuw kennisinstituut gericht op digitaal vertrouwen. De eerste stappen hierin worden gezet.

Nieuw talent aantrekken en huidige medewerkers de kans geven zich te blijven ontwikkelen is cruciaal voor een aantrekkelijk Media Park.

Het Media Park vormt door deze clustering van media (gerelateerde) bedrijven en kennisinstellingen een sterk ecosysteem en heeft daardoor een magneetfunctie voor andere mediabedrijven en kennisinstellingen die zich op het Media Park willen vestigen.

In de huidige samenwerking zijn en worden vele stappen gezet. Zo heeft de gezamenlijke media-industrie een landelijke innovatie-agenda gelanceerd rond drie thema's, te weten:

- data(-kluis) (<https://www.datakluis.nl/>)
- 'immersive content' (<https://www.clicknl.nl/immersive-content/>); en
- 'the future of news'.

Met deze innovatie agenda werkt de industrie aan het oplossen van belangrijke maatschappelijke vraagstukken rond het vertrouwen in nieuws, informatie en daarmee ook de overheid en politiek. Via de innovaties in de media zoals de datakluis kunnen ook vraagstukken rond bv de dataprivacy van medische gegevens worden opgepakt of het delen van data om de netcongestie te helpen oplossen.

2.2 Belang en doel van een Samenwerkingsagenda

Zoals hierboven geconstateerd ontwikkelt de mediasector zich in een razend tempo. De sector wordt steeds mondialer, mede ook door de digitalisering en AI ontwikkelingen. De sterke positie van de media in Hilversum is geen reden om achterover te leunen, sterker nog het vraagt om continue investeringen, publiek en privaat.

Ook het recentelijk gelanceerde Nationaal Programma Ruimte voor Economie van het Ministerie van EZK (oktober 2023)⁵ breekt een lans voor het faciliteren van gebiedsontwikkelingen i.s.m. marktpartijen waarbij campussen en campusorganisaties een belangrijke onderdeel vormen.

Campussen in Nederland, zoals de High Tech Campus in Eindhoven, doen het goed. Ze slagen erin om veel bedrijven aan te trekken en de groeiperspectieven zijn prima. Deze campussen zijn meer dan een bedrijvenpark. Meer dan de optelsom van locatie, bedrijven en faciliteiten. De bepalende factor is volgens velen de mens.

De succesvolle campus is dus een plaats waar talent graag komt en wil blijven. Niet alleen vanwege de prettige werkomgeving, maar ook door de mogelijkheden om te netwerken, van gedachten te wisselen met vakgenoten, relevante bijeenkomsten te bezoeken en deel te nemen aan sociale activiteiten. In een tijd waar er schaarste is aan talent, en dat is zeker aan de hand in de mediasector, kan een campus daar een oplossing voor bieden.

⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2023/10/13/ezk-programma-ruimte-voor-economie>

Ook internationaal zien we voorbeelden als Media City Bergen⁶ en MediaCityUk⁷ waar een meer multifunctionele omgeving zorgt voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Hilversum Media Campus kan en moet een sterkere rol gaan spelen op het internationale niveau.

In Hilversum is een campusorganisatie in ontwikkeling die zich gaat inzetten voor een vitaal Media Park.

De ambitie van deze campusorganisatie is: (Bijlage)

“In 2030 is het Media Park dé werk- en ontmoetingsplek voor innovatieve bedrijven, start-ups, scale-ups en kennisinstellingen actief in de media. Deze organisaties werken op de campus samen om maatschappelijke en economische waarde te creëren met innovatieve producten en diensten. Om het Media Park als knooppunt in de media sector te versterken is de campus naar buiten gericht. Op de campus vindt kennisuitwisseling plaats en wordt debat gefaciliteerd. Het Park is aantrekkelijk voor (toekomstige) medewerkers en voor gasten die horecagelegenheden, studio's en de experience van Beeld en Geluid bezoeken”.

Dit doet zij door zich te richten op vier doelen:

- 1) sterker Human Capital;
- 2) aantrekkelijker Media Park;
- 3) sterker knooppunt in de sector;
- 4) beter faciliteren van onderzoek en innovatie.

Wat hiervoor nodig is, is een ruimtelijke koers met type bestemmingen voor de verdere ontwikkeling van het plangebied, zijnde het huidige bestemmingsplan Media Park. Dat kan door het opstellen van een gezamenlijke lange termijn koers/ontwikkelrichting in combinatie met een meer uitvoeringsgerichte agenda voor de eerste vier jaren, 2025-2028. De maatregelen zullen na vier jaar worden geactualiseerd.

⁶ <https://mediacitybergen.no/>

⁷ <https://www.mediacityuk.co.uk/>

3. Achtergrond plangebied en actoren

3.1 Plangebied van het huidige bestemmingsplan.

Het plangebied omvat drie delen; het Media Park, de percelen rond de TV toren en een deel langs de Lage Naarderweg. Dit plangebied is ook het werkingsgebied van de samenwerkingsagenda.



Ontwikkeling Media Park

Na de ontwikkeling van de radio, voortkomend uit de Nederlandse Seintoestellen fabriek, werd al snel de sprong gemaakt naar televisie. In 1961 werd een vergunning afgegeven aan de Nederlandse Televisie Stichting voor de bouw van een televisie studio op de Hilversumse Eng in Hilversum Noord. In 1962 werd de eerste studio geopend op wat van toen onder de naam Omroepkwartier door het leven ging. De jaren volgend werden meerdere radio en tv studio's gebouwd en ook het Muziekpaviljoen werd ontwikkeld. Met het decorcentrum en schakel en uitzendcentrum werd deze ontwikkelfase afgerond. In 1969 werd als gevolg van de Mediawet een facilitair bedrijf opgericht dat vanaf 1988 als zelfstandig bedrijf, het Nederlands Omroep Bedrijf door het leven ging. Het NOB werd ook eigenaar van de locatie, vanaf die tijd onder de naam Mediapark.

In die periode werden nog enkele gebouwen aan de Noordkant van het park ontwikkeld. In 2003 ging het eigendom over naar Media Park Enterprise BV. In de jaren daarna werd het Masterplan Mediapark verder ontwikkeld, met o.a. de bouw van Beeld&Geluid, meerdere vestigingen van commerciële partijen en twee nieuwe ontsluitingen aan de noord en zuidkant van het park. Niet het hele park was in eigendom van Media Park Enterprise BV. Meerdere omroeporganisaties zoals NPO, NOS en BNN/VARA zijn eigenaar van hun eigen plot. (Bijlage)

In 2012 werd Europa Capital de nieuwe financier. Deze investeerdersmaatschappij heeft na enkele jaren het park in de verkoop gezet. Het park werd begin 2019 verkocht aan de vastgoedonderneming Pinnacle.

Het gebied heeft een oppervlakte van circa 57 hectare. Per 2022 zijn daarop 116 bedrijven met in totaal meer dan 6.000 banen gevestigd.

Bestemmingen

Het overgrote deel van de ruimte is bestemd voor de bestemming multi-media. Dit is een breed scala aan activiteiten (in)direct gekoppeld aan de media industrie. Daarnaast zijn er mogelijkheden voor

horeca, detailhandel, opleidingsinstituten en oa evenementenproducties. (Bijlage Ruimtelijke structuur vigerend bestemmingsplan).

3.2 Actoren

Het gebied kent een groot aantal gebruikers, één grote eigenaar (Pinacple/Media Park Enterprise) en een tiental kleinere eigenaren. (Bijlage eigendomssituatie Media Park). Het grootste ontwikkelpotentieel zit bij de grote eigenaar.

Er zijn ongeveer 120 bedrijven gevestigd op het park, waaronder enkele grote bedrijven, diverse kennisinstellingen, waaronder het MBO college, de Hogeschool van Amsterdam en de Hogeschool van Utrecht en enkele restauratieve voorzieningen. Beeld&Geluid is een grote publiekstrekker en tevens kennis en onderzoeksinstituut dat sterk bijdraagt aan de herkenbaarheid en profilering van het park.

Er zijn meerdere ringen van betrokkenen.

Er is een Campusorganisatie in oprichting. De Campusorganisatie wordt ondersteund door een groot aantal partners; het MBO College, NEP, RTL, NPO, STER, Beeld&Geluid, Hogeschool Utrecht, Hogeschool van Amsterdam, Vodafone Ziggo, Media Park Beheer. De betrokken partners committeren zich voor minimaal 3 jaar, ook in financiële zin, aan deze ontwikkeling. De gemeente Hilversum ondersteunt deze ontwikkeling mede door co financiering van de Campusorganisatie.

Betrokkenheid van de partners is essentieel in het opstellen van de samenwerkingsagenda.

Andere belangrijke doelgroepen zijn omwonenden, Goois Natuurreservaat, NS, onderwijsinstellingen en sportverenigingen. Omwonenden zijn deels georganiseerd, onder andere in buurtvereniging Trompenberg-Oost. Hoe we deze partijen willen betrekken bij de samenwerkingsagenda wordt uiteengezet in hoofdstuk 5 waarin op hoofdlijnen het communicatie- en participatieproces staat beschreven.

3.3 Rol en positie van de gemeente

Wat het Media Park specifiek maakt ten opzichte van andere gebiedsontwikkelingen is dat de gemeente zowel wat betreft de kavels als de openbare ruimte geen eigenaar is. Dat maakt de rol en positie van de gemeente anders dan in de andere gebiedsontwikkelingen zoals bijvoorbeeld het Stationsgebied of Sportpark.

De gemeentelijke inzet vindt plaats vanuit 3 rollen:

- Faciliterende rol: via een helder participatie- en communicatie proces met de relevante spelers komen tot een gezamenlijke samenwerkingsagenda.
- Kaderstellende rol: zo nodig via het aanpassen van het vigerende bestemmingsplan de gekozen ontwikkelingsrichting planologisch mogelijk maken.
- Sturende rol: realiseren van reeds vastgestelde gemeentelijk doelen uit thematische programma's (hoofdstuk 4)

4. Gemeentelijke doelen en raakvlakken met andere lopende processen

4.1 Gemeentelijk beleid en doelen

Economisch perspectief 2040

In het Economisch Perspectief 2040 is aangegeven dat het Media Park wordt doorontwikkeld tot een

innovatie-ecosysteem, waar naast werken als hoofdactiviteit ook plek is voor onderwijs, wonen en een verbetering van de verblijfskwaliteit. Nieuwe media bieden ook kansen voor nieuwe werkgelegenheid. Zo liggen er kansen op hoogwaardige digitale technologie en data/AI. De uitwerking hiervan zien we terugkomen in diverse initiatieven zoals de Media Innovation Hub.

Mobiliteitsvisie 2040 en Uitvoeringsprogramma

Het huidige mobiliteitsbeleid is op 21 april 2021 door de raad vastgesteld in de Mobiliteitsvisie 2040. Dit is uitgewerkt in het op 19 juli 2023 vastgestelde Uitvoeringsprogramma. Voor een slimmere verdeling van het verkeer en het verlagen van de parkeerdruk wordt onder andere ingezet op ketenmobiliteit. Hierbij speelt het Media Park door haar goede verbinding met het naastgelegen NS-station een belangrijke rol. Knooppunten worden aantrekkelijker gemaakt en het gebruik van deelvervoer wordt gestimuleerd. Vrachtverkeer wordt beter verdeeld en gefaciliteerd door middel van logistieke hubs. De gemeente Hilversum wil in samenwerking met de bedrijven bovendien meer inzetten op hybride werken om het aantal verkeersbewegingen te verminderen. Er wordt onderzocht wat de effecten zijn van verdieping van de spoorweg onderdoorgang van de Lage Naardeweg icm afsluiting van de Sumatralaan zuid waardoor de ontsluiting Media Park wordt verbeterd. Ook zal onderzoek worden gedaan naar Park&Ride Hubs onder andere aan de A1, dit mede ter verbetering van de bereikbaarheid van het Media Park.

Programma Groen Hilversum 2040

Voor groen, natuur, landschap en ecologie is het Programma Groen Hilversum 2040 het kader voor de samenwerkingsagenda Media Park. De doelen van het Programma Groen zijn het vergroten van de biodiversiteit, het klimaatadaptief inrichten van de openbare ruimte en zorgen dat groen beter bijdraagt aan de vitaliteit van inwoners en werknemers. In toekomstige ontwikkelingen zien we het liefst nog een toename van de hoeveelheid groen op het bebouwde en bestrate deel van het Media Park. Het Medianatuurpark, de groene westrand van het Media Park, is onderdeel van één van de zogenaamde groene vingers die de verbinding vormt tussen buitengebied en de stad en is bovendien onderdeel van de verbindingzone stadsecologie voor kruidenvegetaties. Dit zijn belangrijke waarden die waar het kan worden versterkt. De vijvers zijn plekken die nog verder kunnen worden benut voor het vergroten van de biodiversiteit. Het Medianatuurpark en omgeving zijn ook een zoekgebied voor hemelwaterinfiltratie. Het Media Park en haar omgeving zijn daarnaast aangeduid als gebied waar mogelijkheden voor sporten en bewegen in de openbare ruimte kunnen worden versterkt.

Gemeentelijk Watermanagementplan Hilversum 2021-2026

Met het watermanagementplan wordt invulling gegeven aan de wettelijke gemeentelijke zorgtaken voor afvalwater, hemelwater, grondwater en klimaatadaptatie. Het Media Park heeft een eigen vuilwaterinzameling, in daluren wordt het ingezamelde vuilwater naar het gemeentelijke rioolstelsel gepompt. Het hemelwatersysteem van inzameling, berging en infiltratie is een op zichzelf staand systeem dat niet is aangesloten op het systeem van de gemeente. Op meerdere plaatsen zijn bergingsvoorzieningen en vijvers aangelegd voor hemelwater. Dit systeem is in eigen beheer. Het maaiveld ligt lager dan de omgeving waardoor al het hemelwater binnen het terrein afstroomt. Dit heeft in juli 2019, toen in korte tijd veel regen viel, tot hevige wateroverlast geleid. Optimalisatie van de hemelwaterafvoer heeft hierna plaats gevonden.

Om te kunnen voldoen aan de effecten van klimaatverandering wordt de opgave voor hemelwaterberging steeds groter. Om wateroverlast te voorkomen is inzicht in het huidige functioneren van het hemelwatersysteem en toetsing ervan aan klimaateisen noodzakelijk.

Programma Energietransitie

De mediasector is energie-intensief. Naar aanleiding van de Greendeal 2016-2020 is volop ingezet om het energie verbruik terug te dringen. Met het verduurzamen van het stroomverbruik op en nabij het Media Park is een grote stap gezet in het verduurzamen van de Hilversumse stroomvoorziening. De

gemeente heeft een Green Deal Media Coach aangesteld om dit te coördineren en aan te jagen. Zijn rol is zorgen dat partijen met elkaar aan tafel komen. Een goed voorbeeld zijn de vernieuwing van het warmtenet tot een vrijwel aardgasvrije infrastructuur, en de stappen die momenteel worden gezet om tot een nieuw contract met EnNatuurlijk te komen. Het streven is om een nieuwe Greendeal Mediapark te sluiten o.a. om deze processen te versterken. Het vraagstuk van netcongestie is zeer actueel. De gevolgen daarvan zullen ook voor het Media Park consequenties kunnen hebben.

Omgevingsvisie

De Omgevingsvisie wordt naar verwachting in april 2024 ter vaststelling aan de raad voorgelegd. Bij het opstellen van de samenwerkingsagenda sluiten we aan op de inzichten uit de Omgevingsvisie. In de concept Omgevingsvisie wordt gesproken over:

“Hilversum zet in op een duurzame, weerbare economie zonder negatieve effecten voor de leefomgeving. We houden rekening met de veranderende samenstelling van de bevolking en een kleinere beroepsbevolking.

Onze doelen voor 2040 zijn:

- Meer ruimte voor werk op werklocaties, in het centrum en de wijken
- Meer innovatie en een sterkere relatie tussen bedrijven en onderwijs
- Binden en boeien van jongeren en middengroepen
- Een compact en aantrekkelijk centrum voor Hilversum en de regio

Voor een gezonde economie willen we onze belangrijkste economische sector (media en ICT) verder ontwikkelen en moderniseren.”

Ten aanzien van mogelijke bouwambities is daarnaast in het coalitie akkoord afgesproken dat: “De groene contouren van Hilversum ons dierbaar zijn, evenals het illusielandschap”.

Bovendien heeft Media Park Beheer naar aanleiding van de ontwerp-omgevingsvisie een uitgebreide zienswijze ingediend. Deze wordt meegenomen in het opstellen van de samenwerkingsagenda.

Bij het opstellen van de samenwerkingsagenda zullen de kaders van bovengenoemde beleidsdoelen worden meegenomen.

4.2 Relatie met andere visies

In het verleden zijn er meerdere studies gedaan naar de ontwikkelkansen van het Media Park. Het betreft hier bijvoorbeeld ‘Onderzoek naar campusontwikkeling Media Park’ (PWC, 2017), ‘De flexibele kracht van de verhalenfabriek’ (Ministerie van Economische Zaken/NEO 2018), “NL Media Park” (UNStudio 2018), ‘Campusontwikkeling Media Park’ (2021). De inzichten van deze studies worden meegenomen.

5. Proces samenwerkingsagenda

5.1 Aanpak en thema's

In samenwerking met direct betrokkenen wordt er na een intensieve periode van werkateliers, participatie momenten, gefaciliteerd door een extern bureau, een ontwerp-samenwerkingsagenda opgesteld. De samenwerkingsagenda Media Park zal bestaan uit de volgende onderdelen:

- Visie en ambitie;
- Opgaven;
- Uitgangspunten/kaders;
- Thema-/opgavegerichte uitwerking;
- Uitvoeringsagenda

Bij het opstellen van de samenwerkingsagenda wordt in ieder geval een vijftal thema's verder uitgewerkt. Deze bouwen voort op de ingezette koers uit het Economisch Perspectief 2040 en de onderwerpen die o.a. in de gesprekken met de initiatiefnemers van de campusorganisatie naar voren zijn gekomen.

1. Identiteit en imago;
2. Functiemix: ruimte voor werken, onderwijs, wonen en voorzieningen; (gezonde verblijfskwaliteit)
3. Duurzaamheid: waaronder klimaatadaptatie, waterhuishouding en energietransitie;
4. Mobiliteit;
5. Veiligheid.

5.2 Communicatie- en participatieproces

Het communicatie- en participatieproces wordt, na vaststelling van deze startnotitie, samen met een extern bureau verder uitgewerkt. Op hoofdlijnen zien we nu het communicatie- en participatieproces als volgt voor ons:

De gemeente informeert belanghebbenden en een aantal specifieke doelgroepen in en rond het plangebied en betreft ze bij de totstandkoming van de samenwerkingsagenda. Daarnaast organiseren we binnen dit proces aparte (informele) bijeenkomsten met de leden van de raad om ze te informeren en te betrekken bij de uitwerking van de samenwerkingsagenda (zie ook hoofdstuk 6).

Het beoogd participatieniveau voor de campusorganisatie en grootste eigenaar (Pinnacle) is co-produceren. Zij zullen een belangrijke rol hebben in de totstandkoming van de concept agenda. Daarnaast worden de overige gebruikers en eigenaren intensief betrokken bij zowel het vormgeven van het participatieproces als het opstellen van de samenwerkingsagenda zelf. We organiseren hiervoor onder andere een aantal werkateliers. In termen van de participatieladder adviseren.

Vanuit de gemeentelijke organisatie wordt een werkgroep betrokken bestaande diverse disciplines.

Overige doelgroepen (3.2) worden in eerste instantie op het niveau van raadplegen betrokken. Dit toetsen we bij de startfase. Mocht een van de andere genoemde doelgroepen willen adviseren, dan staan we hiervoor open. Tijdens bijeenkomsten zullen we hiervoor informatie delen over bovengenoemde thema's en opgaven en ideeën uitwisselen over bijvoorbeeld de visie en opgavegerichte acties. Ook kunnen we online ideeën delen. Input hieruit

kan worden meegenomen in de samenwerkingsagenda. Bij een afwijkende beslissing motiveren we dit. Tot slot is er natuurlijk altijd de mogelijkheid voor betrokkenen om formeel te reageren op de ontwerp samenwerkingsagenda.

We benutten de website www.bouwenaanhilversum.nl om betrokkenen en andere geïnteresseerden op de hoogte te houden van de voortgang van het proces. Daarnaast versturen we nieuwsbrieven.

6. Betrokkenheid raad, planning en kosten

6.1 Gemeenteraad

De komende periode wordt de raad op drie momenten betrokken:

- Er wordt een werkbezoek aan het Media Park georganiseerd waarin raadsleden worden geïnformeerd over de ontwikkelingen op het Media Park;
- De raad wordt in een Beeldvormende Sessie geïnformeerd over de voortgang van het participatieproces en de contouren van de ontwerp samenwerkingsagenda;
- De raad stelt de samenwerkingsagenda vast.

6.2 Planning

• Werkbezoek raad aan het Media Park	midden november
• Commissie CRK&M	medio december/eerste helft januari
• Commissievergadering	17 januari 2024
• Besluitvorming raad over startnotitie	31 januari 2024
• Uitvraag extern bureau en start proces	februari/maart 2024
• Participatieproces	april/mei /juni 2024
• Opstellen ontwerp-samenwerkingsagenda	juni/juli 2024
• Beeldvormende sessie	eind augustus 2024
• Advies commissie CRK&M	eind augustus 2024
• Besluitvorming college ontwerp agenda	september 2024
• Ter inzage leggen ontwerp samenwerkingsagenda	oktober 2024
• Verwerken reacties & opstellen samenwerkingsagenda	november 2024
• Besluitvorming raad over de samenwerkingsagenda	november/december 2024

6.3 Kosten

Een budget van €25.000,- voor het opstellen van de samenwerkingsagenda is voor 2023 opgenomen in de programmabegroting, ondernemende stad taakveld 3.1 Economische ontwikkeling. In 2024 is €100.000,- voor het proces beschikbaar. Het budget wordt onder andere ingezet voor de inhuur van een extern bureau dat het participatieproces faciliteert en op basis hiervan de samenwerkingsagenda opstelt. De inzet vanuit de interne organisatie, waaronder projectleiderscapaciteit en domeinkennis komt beschikbaar vanuit de bestaande capaciteit.

Mogelijke kosten gerelateerd aan de vast te stellen uitvoeringsagenda zijn niet meegenomen. Hiervoor zal t.z.t een apart begrotingsvoorstel worden ingediend.

7. Overzicht Bijlagen

- Overzicht ecosysteem New Digital Society
- Concept Inzet Campusorganisatie
- Hoofddlijnen vigerend bestemmingsplan
- Eigendomsoverzicht Media Park