

Jaarsubsidieaanvraag Hilversum Mediastad - The Media Ahead

Van Hilversum naar Mediastad – tijd voor een nieuw hoofdstuk

Hilversum is van oudsher hét centrum van de Nederlandse media. De stad groeide uit tot een iconische plek voor radio, televisie en journalistiek, met grote spelers als Talpa, EO en Universal. Gevestigd binnen de stadsgrenzen. Deze reputatie als Mediastad heeft decennialang gefunctioneerd als sterke troef in het aantrekken van mediaprofessionals, producties en landelijke aandacht.

Tegelijkertijd is het medialandschap ingrijpend veranderd. Creatie en distributie zijn gedigitaliseerd, technologie en platforms nemen een centrale plek in en een nieuwe generatie makers zet de toon. Hilversum heeft te maken met toenemende concurrentie van steden als Amsterdam, Rotterdam en internationale hubs die zich actief profileren op het snijvlak van media, tech en talentontwikkeling. Als Hilversum relevant wil blijven, is een krachtige herpositionering essentieel.

De realiteit van nu – tussen trots en transformatie

De associatie met traditionele media biedt onvoldoende aansluiting bij het huidige ecosysteem van digitale storytelling, AI, gaming, immersieve content en crossmediale productie. Jong talent en innovatieve bedrijven herkennen zich niet automatisch in het profiel van Hilversum als mediastad. Hierdoor dreigt de stad haar aantrekkingskracht en leidende positie te verliezen.

Hilversum heeft de afgelopen jaren de Dutch Media Week georganiseerd. Uit evaluatie blijkt echter dat het organiseren van verschillende activiteiten voor diverse doelgroepen binnen een korte periode niet altijd tot de gewenste resultaten leidde. Daarom wordt deze merknaam losgelaten en vervangen door een nieuwe positionering, die beter aansluit bij de langetermijnvisie en de diversiteit van de programmering.

Daarnaast ontbreekt momenteel een structureel programma en platform waarop makers, studenten, bedrijven en publiek elkaar het hele jaar door kunnen ontmoeten en inspireren. De bestaande kennis, infrastructuur en historie bieden veel potentieel, maar vereisen wel een nieuwe context: een dynamische, actuele en toekomstgerichte invulling van het begrip ‘Mediastad’.

The Media Ahead – de nieuwe koers

Om Hilversum opnieuw voorop te laten lopen, is er onder de werktitel *The Media Ahead* een gezamenlijke toekomstvisie ontwikkeld. In samenwerking met het Hilversumse mediabedrijf .Monks is hiervoor een visiedocument opgesteld waarin de nieuwe positionering en programmering zijn uitgewerkt. Deze bouwen voort op de bestaande kracht van Hilversum, met expliciete aandacht voor de toekomst van media waarin technologie, creativiteit en samenwerking centraal staan.

Hilversum wordt gezien als broedplaats en platform, met ruimte voor experiment, ontmoeting en talentontwikkeling. AI-gedreven formats, immersive storytelling, podcasting, digitale cultuur, gamification – het zijn geen niches meer, maar de nieuwe hoofdstukken in het medialandschap. *The Media Ahead* positioneert Hilversum als de plek waar makers van gisteren, vandaag en morgen samenkomen.

Concrete programma's als de *Urban Gallery*, *Dutch Media Discord* en *Together Ahead* vormen een tastbare invulling voor de toekomst. Deze activiteiten laten zien hoe Hilversum kan doorgroeien tot een relevante, inclusieve en inspirerende mediastad met internationale uitstraling.

Het visiedocument van .Monks is opgenomen als Bijlage 1 - Monks - Visie Positionering Hilversum Mediastad

Wat is nodig – de volgende stap

Met het visiedocument is de inhoudelijke basis gelegd. De volgende stap is uitvoering. Hiervoor is een investering nodig in regie, programmering en infrastructuur. De gevraagde subsidie maakt het mogelijk om:

- De merkontwikkeling en publiekscommunicatie rondom *The Media Ahead* uit te bouwen
- De programmering in 2025 te coördineren en uit te voeren (zie verderop)
- Een stevig netwerk van partners en betrokken makers te versterken
- De online en fysieke infrastructuur te realiseren (waaronder de Creator Space en communityplatform Discord)

Regieteam – gezamenlijke verantwoordelijkheid

Voor de uitvoering is een regieteam samengesteld met vertegenwoordiging vanuit:

- Stichting Hilversum Marketing (SHM) – coördinatie, communicatie en branding (**penvoerder**)
- MediaCampus NL (MCNL) – programmering, community en educatie
- Stichting Beeld & Geluid (B&G) – publieksprogrammering en locatie
- ROCvA namens kennisinstellingen – talentontwikkeling en verbinding met onderwijs
- Gemeente Hilversum – toezicht, beleidskoppeling en facilitering (**agenda-lid**)

Het regieteam bewaakt de strategie, stemt af met stakeholders, vertegenwoordigt de achterbannen en fungeert als spreekbuis richting externe partners. Door inzet op gezamenlijke regie, gedeeld eigenaarschap en transparant middelenbeheer is de uitvoering stevig geborgd.

Programmering 2025 – van plan naar praktijk

De programmering in 2025 bestaat uit bestaande én nieuwe activiteiten gericht op jonge creatieve talenten, bedrijven en consumenten. Bestaande formats zoals *Pizza Talks*, de *Dag van de Mediastages* en de grootschalige *Xperience Day* worden inhoudelijk vernieuwd en krijgen expliciet het label '*The Media Ahead*'. Dit gebeurt door het toevoegen van nieuwe invalshoeken, frisse publieksbenaderingen en innovatieve technologieën zoals AI, immersive storytelling en community-building. Hierdoor dragen ze direct bij aan het laden van de nieuwe, toekomstgerichte positionering van Hilversum.

Door bestaande en nieuwe activiteiten samen te brengen onder één herkenbaar merk ontstaat een helder, samenhangend en gelaagd geheel. Dit zorgt voor herkenning én vernieuwing, en maakt bovendien efficiëntere inzet van bestaande middelen en netwerken mogelijk.

In 2025 wordt hiermee het fundament gelegd voor *The Media Ahead* als platform. Alle activiteiten zijn inhoudelijk afgestemd op de nieuwe positionering en vormen samen een krachtige combinatie van community-building, talentontwikkeling, media-innovatie en publieksbeleving:

- **Media Ahead Community:** hybride platform (Discord + Creator Space) met meet-ups, workshops en challenges voor jonge makers
- **Pizza Talks** (maandelijks) en *Three Takeaways Podcast* (12 afleveringen): dialoog en kennisdeling voor studenten en professionals
- **XR Creators Connect** en *Reshape the Future*: evenementen voor XR-makers, onderwijs en technologie
- **Dag van de Mediastages:** matchmaking en innovatieprogramma voor studenten en bedrijven
- **Changemakers Programma & AI 101:** verdieping voor (young) professionals op het snijvlak van media en tech
- **Urban Gallery:** zichtbaarheid van het werk van lokaal talent op prominente locaties in de stad

In samenwerking met **Beeld & Geluid** worden publieke evenementen ontwikkeld zoals:

- **Xperience Day (29 juni 2025):** grootschalige publieksdag met 20.000+ bezoekers, in samenwerking met omroepen en mediabedrijven
- **AI Kennisfestival, REMIX Fest en Podcastfestival:** publiek, media en innovatie samen op de vloer
- **Opening collectiegebouw (eind 2025):** media-erfgoed als levend onderdeel van de stad

Een gedetailleerd overzicht van de programmering is opgenomen in Bijlage 2:
Programmeringsoverzicht 2025.

Beknorte begrotingssamenvatting

Het totale budget voor de uitvoering van *The Media Ahead* in 2025 bedraagt **€ 905.425,-**. De gevraagde bijdrage van de gemeente Hilversum bedraagt **€ 250.625,-**. Het overige bedrag van **€ 654.800,-** wordt gefinancierd via bijdragen van betrokken partners. Hiervan is **€ 115.000** een bijdrage in cash.

	Totaal Begroot	GM	B&G	SHM	MCNL	Onderwijs	.Monks	ROM	Partners
Herpositionering	80.000	45.000		5.000			30.000		
.Monks Merkstrategie, schrijven manifesto	35.000	15.000					20.000		
Ontwikkelen merknaam, logo en visuele identiteit	30.000	20.000					10.000		
Ontwikkelen website	15.000	10.000		5.000					
Centrale Rol Hilversum Marketing	15.300	8.000		7.300					
Administratie	3.400			3.400					
Aansturen projectteam, regieteam, rapportages	11.900	8.000		3.900					
MarCom	62.625	47.625		15.000					
Media-inkoop / online campagnes	25.000	20.000		5.000					
Pers & PR	15.000	15.000							
Ophalen programmering	7.625	2.625		5.000					
Ontwikkelen content (video, beeld, copy)	15.000	10.000		5.000					
Programmering	747.500	150.000	195.000	2.500	56.000	33.000		6.000	305.000
B2C Xperience Day	417.500	80.000	135.000	2.500					200.000
B2B AI Kennisfestival	80.000		30.000						50.000
B2B podcastfestival	80.000		30.000						50.000
B2B & Talent Creator Community	170.000	70.000			56.000	33.000		6.000	5.000
Totaalbedrag	905.425	250.625	195.000	29.800	56.000	33.000	30.000	6.000	305.000

Impact en evaluatie

De verwachte impact van de programmering is:

- Een actieve community van 500 deelnemers, waarvan minimaal 100 actief betrokken
- 1.500+ bezoekers/luisteraars van contentseries en podcasts
- 1.000 deelnemers aan de Dag van de Mediastages
- 20.000+ bezoekers aan de Xperience Day

- Nieuwe samenwerkingen tussen onderwijs, bedrijven en jonge makers
- Sterkere profilering van Hilversum als creatieve en innovatieve mediastad

De voortgang en resultaten worden gemonitord via registratie, bezoekersaantallen, communitydata, publieksfeedback en media-exposure. Deze gegevens worden verwerkt in een jaarlijkse evaluatie die gedeeld wordt met de subsidieverstrekker.

Verankering in beleid en toekomstbestendigheid

Deze aanvraag sluit aan bij de ambities uit de Cultuurvisie Hilversum, de Agenda Economie en Media en de innovatiedoelstellingen van ROM Utrecht Region. Ook draagt het bij aan landelijke beleidslijnen rondom digitalisering, creatief ondernemerschap en cultuureducatie.

De infrastructuur en community die in 2025 worden opgebouwd, vormen het fundament voor een meerjarige programmering. Partners hebben de intentie uitgesproken om *The Media Ahead* structureel te verankeren in hun activiteiten. Hiermee wordt deze subsidie geen eenmalige investering, maar een aanjager van duurzame groei.

Slot – Investeren in de mediahoofdstad van morgen

Met *The Media Ahead* wordt de basis gelegd voor een nieuwe fase in het verhaal van Hilversum. Niet langer uitsluitend het centrum van het verleden, maar de plek waar de toekomst van media wordt gemaakt, gedeeld en beleefd. De gevraagde subsidie maakt het mogelijk om dit verhaal te laten landen in de praktijk, samen met partners, publiek en makers.

Hilversum is klaar om opnieuw het voortouw te nemen. Met visie, regie en programma. Nu is het moment om te investeren.