

VOORSTEL

zaaknummer: 390030
afdelingsnaam: BO-Regie
steller: Anne Visser
onderwerp: Media in de openbare ruimte

Voorstel

1. Een locatie realiseren op het Stationsplein – als ontvangstplek voor bezoekers en inwoners van de Mediastad, in combinatie met informatie over de ontwikkeling van het Stationsplein – voor een bedrag van € 30.000 ten laste van het programma Centrum (Werken) en een bedrag van € 70.000 ten laste van het begrotingssaldo 2017;
2. De Media Mile realiseren om het Media Park en diverse hotspots in de stad met elkaar te verbinden en media zichtbaar te maken in de openbare ruimte voor een bedrag van € 100.000 ten laste van het begrotingssaldo 2017;
3. Onderstaande begrotingswijziging vast te stellen:

Programma	Programma	2017		
		Lasten	Baten	Saldo
1	Wonen en leven: locatie Stationsplein	70		70
1	Wonen en leven: Media Mile	100		100
	Totale begrotingswijziging	170	0	170

(bedragen in € 1.000)

Samenvatting

In de Mediavisie en de Centrumvisie is vastgesteld dat de Mediastad beter zichtbaar en beleefbaar moet worden om de aantrekkelijkheid van de stad te vergroten en de economie te versterken. Ook in de door de Raad aangenomen Cultuurvisie is structurele focus op programmering, podium en het concept walking city een belangrijk element. In de kadernota van 2016 is een plan aangekondigd om invulling te geven aan zichtbaarheid en beleefbaarheid in de vorm van een Media Mile. We willen dat inwoners en bedrijven trots zijn op de Mediastad en dat beter zichtbaar maken in de openbare ruimte. De voorstellen voor de ontwikkeling van de Media Mile zijn al langer aan de orde, met dit voorstel geeft het college onder andere invulling aan hetgeen bij de kadernota 2016 naar voren is gebracht. Het voorstel om een ontvangstpunt op het Stationsplein te realiseren is het afgelopen half jaar in ontwikkeling gekomen.

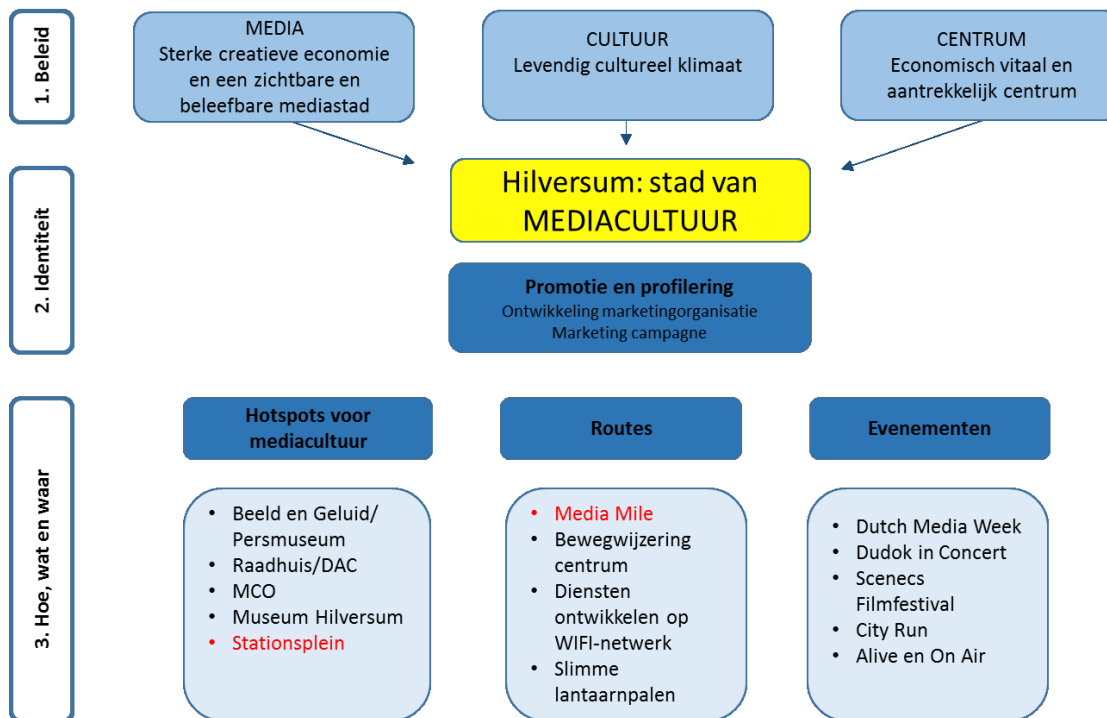
Inleiding

In de kadernota van 2016 is een plan aangekondigd feitelijke invulling te geven aan zichtbaarheid en beleefbaarheid van de Mediastad zoals omschreven in diverse beleidsnota's. Het betreft een Media Mile, die de belangrijkste plekken (waaronder het Media Park) in de stad verbindt. Tijdens de opstelling van de

begroting was nog onvoldoende sprake van en uitgewerkt plan waardoor nog geen budget in de begroting 2017 kon worden opgenomen. (geen plan geen geld). Inmiddels is dat plan er wel, reden waarom Media Mile nu aan u wordt voorgelegd. Het voorstel is als volgt opgebouwd:

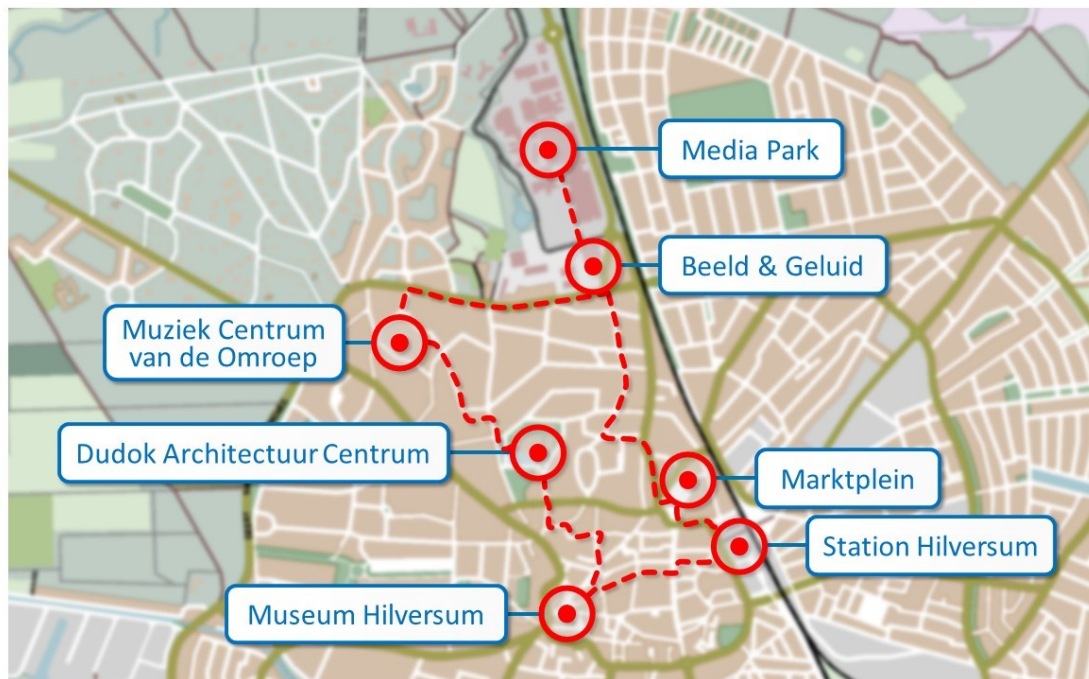
1. Samenhang tussen gemeentelijke beleidskaders
2. Media zichtbaar in de openbare ruimte
3. Financiën
4. Uitvoering

In onderstaande afbeelding is de samenhang van het beleid, de identiteit en de voorgenomen acties weergegeven. Dit voorstel richt zich op het realiseren van de in het schema in rood gemarkeerde acties. Onder Financiën zijn de begroting en het dekkingsvoorstel uitgewerkt.



1. Samenhang tussen beleidskaders

In de afgelopen periode zijn de Centrumvisie (2015), het Cultuurbeleid (2015) en de Mediavisie (2016) door de gemeenteraad vastgesteld. Belangrijke thema's zijn een economisch sterke creatieve sector en aantrekkelijk centrum, een culturele programmering (o.a. op basis van het begrip walking city) die daarvoor een belangrijke drager is – waarin media, muziek en architectuur centraal staan – en een zichtbare en beleefbare Mediastad. Het beleid beoogt de aantrekkelijkheid van de stad en het profiel van de Mediastad te versterken. Als het beleid met elkaar in verband gebracht wordt ontstaan relaties tussen fysieke plekken, doorlopende culturele programmering en kortdurende evenementen. In onderstaande afbeelding worden de zogenaamde hotspots in de stad waar mediacultuur geprogrammeerd wordt of gaat worden weergegeven (wethoudersbrief *Ontwikkeling clusters voor mediacultuur* d.d. 25 januari 2017), aangevuld met een route die op zichzelf interessant en leuk is om te volgen en tegelijkertijd de hotspots verbindt. Een belangrijk gegeven is hierbij ook dat de verbinding tussen het Media Park aanzienlijk versterkt wordt, een wens die al langere tijd gekoesterd wordt.



2. Media zichtbaar in de openbare ruimte

2.1 Doorlopende programmering mediacultuur op hotspots in de stad

Mediacultuur komt primair tot uiting op de hotspots: Beeld en Geluid/Persmuseum, het MCO, Museum Hilversum/Kerkbrink en in de toekomst het Stationsplein. Daarnaast zijn het Raadhuis met het Dudok Architectuur Centrum en het Marktplein als grootste evenementenplein van Hilversum belangrijke locaties om mediacultuur te programmeren. Mogelijk kan Schouwburg Gooiland hier in de toekomst op aansluiten. Vanuit het cultuurbeleid staan hier media, muziek en architectuur centraal. Hotspots zijn fysieke plekken met een specifiek profiel waar een doorlopende programmering is, aangevuld met korte evenementen, activiteiten en debatten. Virtual en augmented reality komen op en rond het Stationsplein, muziek in het MCO, mediakunst, educatie en informatie rond de Kerkbrink en duiding, journalistiek en pers rond Beeld en Geluid / Persmuseum. Iedere hotspot organiseert zich specifiek rond talentontwikkeling, waaronder actieve opleidingen en educatietrajecten, maar ook startup begeleiding. Op iedere hotspot wordt ruimte gemaakt voor zogenaamde living city labs, waar bedrijven, onderwijsinstellingen, kennisinstituten, experts en inwoners samenkomen om ideeën verder te ontwikkelen tot concrete producten (op dit moment zijn succesvol labs in Beeld en Geluid en op het Media Park actief). De ambitie is hotspots te ontwikkelen tot bruisende plekken, waar het prettig vertoeven is en de toekomst gebouwd wordt. (Meer informatie in de wethoudersbrief *Ontwikkeling clusters voor mediacultuur* d.d. 25 januari 2017)

Programmatische verbinding Media Park en Kerkbrink

Beeld en Geluid en Museum Hilversum zijn in 2016 gestart met het afstemmen en samenwerken in de programmering: bijvoorbeeld een verbinding tussen de Youtube (Beeld en Geluid) tentoonstelling en het Festival van het nieuws (Museum Hilversum). Onlangs is het MCO aangesloten op dit overleg, en de komst van het Persmuseum zal een mediacultuurprogramma versterken (wethoudersbrief *Voortgang ontwikkeling mediacultuur: Persmuseum en Museum Hilversum*, d.d. 1 februari 2017). Onderzocht wordt of door middel van een app (zie ook 3.3) en goed ingepaste schermen ook op locatie de programmering van de andere organisaties bekeken kan worden. Dit maakt het mogelijk een dagprogramma samen te stellen, afhankelijk van de behoefte van de bezoeker.

Stationsplein

Het Stationsplein biedt op dit moment nog geen gastvrije ontvangst voor inwoners en bezoekers. In aanloop naar de toekomstige ontwikkeling willen we een hotspot realiseren die als ontvangstpunt in de Mediastad kan dienen: er is informatie over de stad en de (media)culturele programmering inclusief evenementen beschikbaar, routes en rondleidingen starten er, wie wil kan gamen op het scherm voor het station. Naast informatie over activiteiten biedt de locatie voor geïnteresseerden informatie over de planvorming voor het Stationsgebied. Zo wordt een aantrekkelijke en multifunctionele hotspot

toegevoegd, bememd door de marketingorganisatie in combinatie met het verleggen van de ontvangstfunctie die nu nog bij Museum Hilversum gevestigd is. Positief is de ontwikkeling waarbij Mediamonks zich als voortrekker voor innovatieve Virtual Reality en Augmented Reality concepten opstelt. Een gegeven dat het Stationsplein als hotspot versterkt.

Voor de realisatie van een tijdelijke locatie is een bedrag van € 100.000 begroot. Dit gaat om de kosten van een verplaatsbare container/paviljoen en de inpassing op het plein: aansluiting op nutsvoorzieningen. Vergroening van het plein wordt zoveel mogelijk geïntegreerd.

2.2 Verbonden door routes

Hilversum heeft een goede schaal om wandelend en fietsend verschillende plekken te bezoeken: de stad is compact en heeft veel te bieden. In het Cultuurbeleid is het concept van de *walking city* opgenomen. De aantrekkelijkheid van de walking city willen we vergroten door de hotspots sterker met elkaar te verbinden, en zo bezoekers en inwoners te verleiden meerdere plekken te bezoeken.

Media Mile

Hiervoor wordt een Media Mile ontwikkeld: een route die op zichzelf verrassend, innovatief en informatief is, waarin door spelelementen de gebruiker met allerlei aspecten van mediacultuur en -technologie in aanraking komt. Er komen fysieke elementen met een relatie tot media langs de route te staan, die bezienswaardigheid, kunstzinnigheid en spel tot uiting brengen. Er wordt gebruikt gemaakt van virtual reality. Via een app worden gebruikers (dat kunnen zowel inwoners als bezoekers zijn), door Hilversum geleid, primair van de ene hotspot naar de andere. De fysieke elementen onderweg (objecten, mediakunst, projecties etc) zijn toegevoegd om de historie én innovatie van de media laten zien. Tevens wordt gebruik gemaakt van nudging die past bij de Mediastad. Een voorbeeld van nudging is bijvoorbeeld voetstappen op de grond of doorlopende lijnen over vloeren en wanden als attractieve vorm van bewegwijzering. Daar waar de openbare ruimte op de route in de onderhoudscyclus meegenomen wordt zal speciale aandacht besteed aan een onderscheidende uitwerking. De programmering van de verschillende hotspots komt digitaal beschikbaar.

De Media Mile app en fysieke elementen zijn begroot op € 150.000, waarvan € 100.000 is opgenomen in de Kadernota van 2016. € 50.000 is verwerkt in de begroting 2017. Dekking voor het resterende deel van € 100.000 wordt met dit voorstel aan u voorgelegd, zie Financiën.

3. Financiën

De financiële vertaling van het voorstel is in het schema opgenomen. In de Kadernota 2016 is een bedrag voor de Media Mile van € 100.000 opgenomen waarvan € 50.000 is verwerkt in de programmabegroting 2017. De resterende € 50.000 uit de Kadernota is nog niet verwerkt in de programmabegroting. Verdere uitwerking van het plan geeft aan dat het totale budget een verhoging vraagt van € 50.000. Daarom wordt nu ten laste van het begrotingssaldo een bijdrage gevraagd van € 100.000. Zoals onder punt 3 uitgewerkt liggen er inmiddels concrete voorstellen in samenwerking met partijen uit de stad.

Activiteit		Begroting	Ten laste van
Stationsplein	Realisatie ontvangst en informatiepunt	€ 70.000 € 30.000	Begrotingssaldo 2017 Centrum, tlv programma Werken
Media Mile	Realisatie van een interactieve route met fysieke elementen	€ 100.000 € 50.000	Begrotingssaldo 2017 Media, tlv programma Werken
TOTAAL		€ 250.000	

4. Uitvoering

De planning is erop gericht om:

- Voor de zomer een ontvangstfunctie op het Stationsplein te realiseren;
- Tijdens de Dutch Media Week de Media Mile te lanceren.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris a.i., de burgemeester,

mr. P.G. Schulten

P.I. Broertjes

Bijlage(n)