
zaaknummer:	531027
afdelingsnaam:	B en O
steller:	Gaston Crolla
telefoonnummer	035 629 2188
onderwerp:	Verantwoording subsidie 2019 Stichting Beeld en Geluid

Voorstel

Op basis van de evaluatie Dutch Media Week 2019 en de controleverklaring van de accountant, mbt tot de door de gemeente ter beschikking gestelde middelen aan Instituut voor Beeld en Geluid, de subsidie 2019 conform de verlening vast te stellen op € 280.000,-

Samenvatting

De gemeente Hilversum heeft op 11 april 2019 een subsidie van €280.000,- aan Instituut Beeld en Geluid verleend (zaaknummer 531027). Beeld en Geluid heeft deze subsidie verantwoord middels een controleverklaring van de accountant, een activiteiten verslag en een overzicht van in-kind bijdragen. Voorgesteld wordt om de subsidie, conform de verlening, door het college te laten vaststellen.

Inleiding

De gemeente Hilversum heeft de ambitie om de Dutch Media Week (DMW) te laten uitgroeien tot een (inter)nationaal toonaangevend event voor gebruikers en makers in de creatieve industrie. Deze ambitie deelt zij met Beeld en Geluid, herbevestigd in de recentelijk afgesloten samenwerkingsovereenkomst. In 2019 is de organisatie van DMW geheel onder regie van B&G georganiseerd. Hiermee is een eind gekomen aan de versnippering van initiatieven en een strakkere aansturing en programmering bereikt.

Verantwoording 2019

In de beschikking is naast de standaardvoorwaarden een aantal extra voorwaarden benoemd. De door DMF ingediende verantwoording bestaat uit een controleverklaring van de accountant (bijlage 2), een activiteiten verslag (bijlage 3) en een overzicht van in-kind bijdragen (bijlage 4). Bijlage 5 is een leeswijzer/ toelichting op tabel in de accountantsverklaring.

In de beschikking zijn de volgende voorwaarden opgenomen:

- Laat de activiteiten die vallen onder DMW 2019 (ook publicitair) bijdragen aan de wens van de gemeente Hilversum om zich landelijk te profileren als mediastad. Hiertoe worden ook landsdekkende communicatiemiddelen ingezet die o.a. leiden tot minimaal 4 grote artikelen/items in landelijke media.
- Legt hiermee de basis voor een jaar planning-programmering waar DMW het slotstuk van vormt.
- Zoekt aansluiting en samenwerking met de programmering van Media Perspectives

- Zet zich in overleg met Stichting Hilversum Marketing (SHM) in voor het maximaal betrekken van de inwoners van Hilversum middels een stadsbrede programmering en stemt de marketingactiviteiten hiervoor af met SHM.
- Stemt de positionering en branding van DMW af met SHM zodat deze goed aansluiten op het merk Hilversum. o.a. door Live Hilversum logo als endorsement in haar marketingcommunicatie uitingen.
- Zorgt samen met Hilversum Marketing voor een ruime branding en zichtbaarheid van de DMW in de binnenstad van Hilversum.
- Betreft Hilversum Marketing bij de opzet van het marketingcommunicatieplan en stemt de activiteiten met haar af zodat deze goed aansluiten op de activiteiten van Hilversum Marketing.
- Zet zich in voor het werven van sponsors/partners (waaronder bedrijven op het Media Park) die zich ook al aan DMW 2020 willen verbinden.
- Zorgt voor een filmpje in de vorm van een compilatie van deelactiviteiten gedurende de week, dat ingezet kan worden voor de fondsenwerving en promotie voor DMW 2020.
- Draagt bij aan de acquisitie doelstellingen van de gemeente.
- Draagt actief bij middels het programma onderdeel “Hilversum nodigt uit” aan het versterken van mediawijsheid in het onderwijsprogramma, te beginnen bij de Hilversumse scholen.
- Zet zich in om, samen met de bedrijven op het Media Park, te komen tot een activiteit tijdens de week waarin vraag en aanbod naar medewerkers en talent voor de media industrie bij elkaar worden gebracht
- Maakt de producten, verslagen van c.q. opbrengsten van de deelactiviteiten zichtbaar op de DMW site en zal relevante programma onderdelen bereikbaar maken voor een bredere doelgroep middels on-line streaming.
- Doet verslag van de activiteiten aan de gemeente na afloop van de DMW waarin in ieder geval opgenomen de deelnemende partijen en waaruit de groei van de bezoekersaantallen per doelgroep blijkt.
- Zorgt voor en geeft na afloop een overzicht van de co-financiering van de activiteiten, waardoor de bijdrage van de gemeente Hilversum maximaal 25% van de totale begroting zal dekken.

1. Inhoudelijke evaluatie DMW 2019;

In het activiteitenverslag, de website en de aftermovie wordt een helder beeld gegeven van de grote diversiteit aan activiteiten die in de DMW zijn uitgevoerd voor de diverse doelgroepen.

Kernachtig samengevat zijn de belangrijkste resultaten:

> 60	Programmaonderdelen
> 50.000	Bezoekers
> 75	Partners
> 75% groei	Mediawaarde Free Publicity
> 7,6	Gemiddelde waardering bezoekers
> +20	Net Promotor Score (NPS)

Toelichting activiteiten

DMW kreeg in 2019 een veel professionelere uitstraling, mede door een bijzonder openingsevent dat toegankelijk was voor een breed netwerk aan bedrijven, kennisinstellingen en bestuurders. De opnames die werden gemaakt, kwamen enkele weken later weer terug in een special op NPO1, waar de Nederlandse kijker Dutch Media Week opnieuw zag langskomen.

Er is een groot scala aan evenementen gerealiseerd verdeeld over de belangrijkste doelgroepen. Naast de basis events (Open Studio Dagen, Mobile Movie Days) waren vaste onderdelen Media Night en het Familiefestival. Er is ook gewerkt aan vernieuwing in de programmering door nieuwe formats te introduceren, oa de Kinderradiofabriek en Makers over de vloer.

Voor de mediaprofessionals hebben diverse samenwerkingen geresulteerd in activiteiten als 100 jaar Radio festijn, Online Radio Days, Immersive Zone etc. Belangrijk nieuw element was de Business Meeting China, een eerste aanzet tot internationalisering van de week.

Voor het onderwijs was een nationale expertmeeting georganiseerd over media in het onderwijs en de aftrap van een landelijke AI les voor voortgezet onderwijs.

Voor jonge professionals en talenten waren er diverse activiteiten oa een talk met John de Mol en match making sessies tussen jong talent en mediabedrijven.

Partners.

In 2019 is de samenwerking met Hilversum Marketing geïntensiveerd op diverse vlakken, onder andere in de afstemming rond de branding en promotie. Ook andere partners als Broadcast Magazine en Spreekbuis zijn aangehaakt.

Inhoudelijke samenwerking met Media Perspectives is versterkt onder andere door de programmering rond het Cross Media Cafe en de Immersive Zone.

De website is geheel vernieuwd met een betere look en feel en gebruiksvriendelijker.

<https://www.dutchmediaweek.nl/>

Conclusies kijkend naar de voorwaarden opgenomen in de beschikking:

2019 is een flinke stap voorwaarts gezet in de professionalisering van DMW. Hierbij is onder andere gebruik gemaakt van samenwerking met partijen om de marketing en publiciteit sterker neer te zetten. De samenwerking met Hilversum Marketing is hier een voorbeeld van. DMW is zeker niet beperkt gebleven tot het Media Park, maar werd ook zichtbaar via publiciteit en activiteiten in de stad.

Het draagvlak van DMW groeit, gezien de toenemende bereidheid van derden om als partner mee te investeren/doen.

Specifieke activiteiten gericht op media in de klas en matchmaking van jong talent en de industrie zijn volwaardige onderdelen van het programma geworden.

Ten aanzien van een nog strakkere uitgelijnde programmering is voor de voorbereiding van 2020 al een programmaraad ingesteld die gaat adviseren over het centrale thema.

Concluderend kan gesteld worden dat aan de voorwaarden die aan de beschikking zijn verbonden is voldaan.

2. Financiële verantwoording

De financiële verantwoording is voorzien van een controle verklaring van de accountant op de besteding van de middelen die door de gemeente ter beschikking zijn gesteld. (Bijlage 2) Het betreft hier de activiteiten die gefactureerd zijn door Beeld en Geluid. Daarnaast heeft de account een verklaring afgegeven op de door B&G ingezette uren voor de organisatie van de week. Daarnaast is er een groot aantal partijen die een in-kind bijdrage hebben geleverd in uren, beschikbaar stellen van ruimten en apparatuur of kortingen (Bijlage 4).

De inkomstenkant laat het volgende beeld zien:

Out of pocket kosten B&G	135.900
Ureninzet B&G	180.000
Subsidie Gemeente Hilversum	280.000
Stadsfonds	105.000
Provincie NH	20.000

Daarnaast is er een inzet gepleegd door een groot aantal partners met een omvang van minimaal: 460.350,-. (stv eind januari).

De totale exploitatie van DMW komt hiermee op ruim 1.181.400, waardoor de bijdrage van de gemeente uitkomt op 23%.

Conclusies kijkend naar de aanvullende voorwaarde in de beschikking:

Op basis van de informatie komt de bijdrage van de gemeente uit op 23%, waarmee tegemoet gekomen wordt aan de randvoorwaarde van 25%.

Concluderend kan gesteld worden dat op basis van de controleverklaring van de accountant en aanvullende toelichting de ter beschikking gestelde subsidie besteed is conform de beschikking.

Uitvoering

DMF wordt over het besluit geïnformeerd middels de vaststellingsbeschikking in de bijlage 6.

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

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage(n)

1. Subsidieverlening Beeld en Geluid 2019
2. Controleverklaring tbv de gemeente Hilversum
3. Activiteitenverslag DMW2019
4. Overzicht in-kind bijdragen
5. Leeswijzer/toelichting accountantsverklaring
6. Vaststellingsbeschikking subsidie 2019 Beeld en Geluid