

VOORSTEL

zaaknummer: 715167
afdelingsnaam: BenO-Leef- & Vestigingsklimaat
steller: Lotte Volz
telefoonnummer: 035 629 2819

onderwerp: Subsidietoekenning Stichting Media Perspectives 2021

Voorstel

- 1.1 Een subsidie van € 250.000,- toe te kennen aan Stichting Media Perspectives voor de uitvoering van het jaarprogramma 2021.
- 1.2 Deze subsidie te dekken uit het budget voor het programma Economie, taakveld 3.1 Economische ontwikkelingen van programma 3 Werken.

Samenvatting

Stichting Media Perspectives heeft op 30 september 2020 een subsidieaanvraag ingediend om uitvoering te kunnen geven aan haar activiteitenprogramma 2021 (bijlage 1). De stichting vraagt €250.000,- subsidie aan de gemeente Hilversum. Dat is 23 procent van haar totale begroting voor 2021; het overige deel wordt gefinancierd vanuit mediabedrijven en kennisinstellingen, een indicatie van waardering voor de kwaliteit van en relevantie van het werk van Media Perspectives. Het jaar 2020 is in alle opzichten zeer turbulent. Het zal geen verrassing zijn dat covid-19 op de mediasector veel impact heeft gehad en dat zal doorwerken tot in 2021 en verder. Waar het begon als een jaar vol beloften met grote producties zoals het WK Voetbal en het Eurovisie Songfestival, ontwikkelde 2020 zich tot een jaar waarin de hele mediaketen in een onvoorstelbare turbulentie raakte. Dat betekent voor het jaarprogramma 2021 van Media Perspectives dat de focus op talent en innovatie onverminderd belangrijk blijft, maar dat er ook een noodzaak is om huidige en toekomstige ontwikkelingen in beeld te brengen en te duiden. Dit wordt gedaan via een scenariostudie waar een belangrijk gedeeld belang met de gemeente ligt, namelijk het behoud van werkgelegenheid en versterken van mensen en werkgevers en de samenwerking in ons mediacluster. Daarom wordt het college voorgesteld de gevraagde subsidie toe te kennen.

Proces

In het Bestuurlijk Overleg op 20 augustus 2020 heeft de directie van Media Perspectives met de wethouder en ambtenaren Economie en Media gesproken over de ontwikkelingen die de mediasector sterk beïnvloeden. Deze ontwikkelingen zijn richtinggevend geweest voor de invulling van het jaarprogramma 2021. In hetzelfde gesprek heeft gemeente de directie van Media Perspectives een bezuinigingsrichting aangegeven van €50.000,-. Een grotere bezuiniging achten wij niet verantwoord, zeker niet nu de coronacrisis een reële dreiging vormt voor 12.000 banen in onze mediasector. Een bezuiniging op Media Perspectives leidt op termijn tot verlies van banen en innovatiekracht. Op 30 september 2020 heeft Media Perspectives een subsidieaanvraag ingediend. In het Bestuurlijk Overleg op 22 oktober 2020 is het jaarplan dat ingediend is besproken, waarna nog enkele aanpassingen zijn gedaan.

Probleemstelling

Nergens anders is zo'n grote concentratie van mediabedrijven te vinden als in Hilversum. De creatieve industrie is goed voor ruim 12.000 banen - een kwart van de totale werkgelegenheid in Hilversum¹, en

¹ Monitor Creatieve Industrie 2019.

zorgt indirect voor werk bij toeleveranciers zoals horeca en schoonmaak². Ons sterke mediacluster is een *unique selling point* en kracht, maar ook een zwakte omdat een dominante sector onze economie kwetsbaar maakt voor crises. De mediasector was al sterk in transitie maar covid-19 heeft dat in een stroomversnelling gebracht. Digitalisering, veranderende mediaconsumptie, veranderende verdienmodellen en internationale concurrentie vragen veel van mediabedrijven en mensen die in de sector werken. Bedrijven die niet innoveren lopen het risico zichzelf uit de markt te prijzen en werkenden (in loondienst en zzp) zullen zich moeten blijven ontwikkelen om mee te komen in de veranderingen. Allemaal zaken die een bedreiging vormen voor het behoud van werkgelegenheid bij Hilversumse mediabedrijven. Maar ook kansen bieden voor innovatie en groei en versterking van werklocaties zoals het Media Park.

De meest recente Monitor Creatieve Industrie (2019) liet zien dat de werkgelegenheid in Hilversum niet vanzelfsprekend toeneemt. Redenen hiervoor zijn o.a. dat Hilversum relatief veel traditionele broadcast heeft en deze bedrijven nog een transitie zullen moeten maken naar 'nieuwe' media. Afgelopen jaar is te zien dat sommige mediabedrijven, mede door de coronacrisis, nieuwe wegen zijn ingeslagen en sterker inzetten op digitalisering, data/AI en nieuwe proposities zoals online events. Kansen zijn er dus zeker, maar dat vraagt om investeringen in mensen (werkenden bijscholen en nieuw talent aantrekken en opleiden) en nieuwe producten/diensten en businessmodellen. De coronacrisis vergroot de urgentie om in te blijven zetten op het versterken van de mediasector.

Activiteiten 2021

Het activiteitenplan voor 2021 bestaat uit drie onderdelen: een scenariostudie om te kunnen anticiperen op de impact van de coronacrisis en de twee vaste pijlers talent en innovatie.

Scenariostudie

Media Perspectives schetst in de inleiding van haar subsidieaanvraag hoe de coronacrisis een versnelling teweeg heeft gebracht in ontwikkelingen in de sector, maar benadrukt dat nog niet duidelijk is wat de impact van ontwikkelingen van binnen (zoals veranderende verdienmodellen) en buiten de sector (zoals demografische of politieke ontwikkelingen) is. Ook is niet helder welke aangrijpingspunten er zijn om op deze ontwikkelingen te anticiperen. Daarom wil zij een professioneel opgezette scenariostudie coördineren, die zowel mediabedrijven als overheden zoals gemeente Hilversum en het ministerie van OCW, helpen om zich voor te bereiden op 'zekere onzekerheden', onverwachte ontwikkelingen, kansen en risico's. Deze scenariostudie zal invloed hebben op de wijze waarop sommige activiteiten van de pijlers talent en innovatie vorm krijgen, zoals het voorstel voor het Nationale Groeifonds dat benoemd wordt onder 'innovatie'.

Talent

Media Perspectives legt voor de pijler Talent in 2021 de nadruk op de volgende doelen:

1. behoud en stimuleren van nieuwe werkgelegenheid: met name het AI-ready maken van starters en werkenden in de mediasector;
2. aantrekkelijk werkgeverschap van de mediasector voor met name IT-ers en andere techtalenten;
3. versterken van de positie van de grote flexibele laag aan werkenden in de creatieve sector (met name op vlak redactie, design, digitale marketing en media) die door Covid-19 onder druk is komen te staan.

Om voortgang te boeken op deze doelen blijft Media Perspectives werknemers in de media ondersteunen en stimuleren om zich te ontwikkelen en voor te bereiden op toekomstig werk, o.a. via het HR-overleg, inhoudelijke nieuwsbrieven, scholing, coaching en kennisevents. Een greep uit de activiteiten op talent:

- onderzoek naar de positie van zzp'ers in de sector om vervolgens adequate steun te bieden om hun positie te versterken. In elk geval wordt gedacht aan een koppeling met de MKB deal 'SPOT 035' door freelance mediaprofessionals te verbinden aan MKB-bedrijven uit de regio die hulp nodig hebben bij digitalisering.
- Hulp aan jonge schoolverlaters (mbo en hbo). Zij hebben mede door de coronacrisis een lastige start op de arbeidsmarkt en krijgen hulp bij hun oriëntatie op de arbeidsmarkt maar ook wanneer ze eenmaal een baan hebben bemachtigd.

² 25% van de omzet die de Hilversumse mediasector genereert. Bron: NEO, De flexibele kracht van de verhalenfabriek, onderzoek in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, mei 2018.

- Schaars IT-talent wordt via Media Hack Days aan interessante casussen van mediabedrijven gekoppeld. Een succesvol concept waarbij het mes aan twee kanten snijdt: opdrachtgevers krijgen innovatieve concepten en studenten krijgen een beeld van de mogelijkheden in de mediasector en kunnen in contact komen met potentiële werkgevers.
- Met het MBO College Hilversum en het Mediacollege Amsterdam heeft Media Perspectives afgelopen jaren twee leerbedrijven ontwikkeld (RIF MBO project Take X). Zij helpt hen met het verwerven van opdrachten bij mediabedrijven en denkt mee over het verduurzamen van het project voor de toekomst.
- Tot slot vervult Media Perspectives een belangrijke rol om het onderwijs te helpen vernieuwen, zodat studenten optimaal voorbereid zijn op hun start in de mediawereld. Dat doet zij o.a. door bijscholing aan docenten, Media Park Safari's voor studenten maar ook door zitting te hebben in diverse werkveldcommissies van hbo-opleidingen en het landelijke mbo sectorinstituut SBB, dat zich onder andere inzet voor een goede invulling en beschikbaarheid van stages.

Innovatie

De pijler Innovatie heeft tot doel om de mediasector, die geconcentreerd is in Hilversum, te helpen innoveren en transformeren. Dat kan alleen in samenwerking van mediabedrijven met elkaar en met relevante opleidingen en kennisinstellingen. Hiermee kunnen bedrijven gezond, relevant en internationaal concurrerend blijven. De transformatie gaan we terugzien op meerdere manieren.

Voor een gezonde mediasector is het van belang dat bedrijven in staat blijven om hun inkomstenstroom op peil te houden door de advertentie-inkomsten op peil te houden. Content is daarbij nog steeds essentieel. Weten hoeveel en hoe er naar content wordt gekeken is van groot belang om de slag om de advertentie-inkomsten met de dominante buitenlandse online platforms aan te kunnen gaan. Belangrijk hierin is de ontwikkeling en productie van online concepten. Dat bouwt voort op aanwezige kennis in de industrie, maar zet specifiek in op de online ontwikkeling.

De vraag hoe je ook in de toekomst met gebruikers/klanten kunt blijven communiceren geldt niet alleen voor de media-industrie, maar ook voor bedrijven uit andere sectoren. Dat maakt dat de kennis uit de media industrie ook toepasbaar is in andere sectoren. Hierbij zijn data en kennis om met Artificial Intelligence van groot belang daarop in te spelen en de gebruiker beter te bedienen. Dat sluit goed aan op de nationale ambities in de zogenaamde AI agenda. Hilversum en het Media Park kunnen daarbij een cruciale positie innemen door het (door)ontwikkelen van de high-tech AI campus.

Er zijn vier doelen binnen de innovatie pijler,

- Implementatie van nieuwe oplossingen en processen
- Experimenteerruimte
- Netwerkvorming
- Hilversum als aantrekkelijke vestigingslocatie voor bestaande en nieuwe bedrijven.

Activiteiten die hierbij horen zijn o.a.:

- Koppeling van scale-ups met nieuwe (digitale) oplossingen aan vraagstukken van andere bedrijven uit de industrie.
- Standaardisatieplatformen rond mediatechnologie, zoals HbbTV en programmasignalering waar alle bedrijven van kunnen profiteren.
- Een field lab voor AI en datavraagstukken door onderzoekers, studenten en professionals
- De industrietafel met ceo's van de belangrijkste mediabedrijven faciliteren en verenigen.
- Aanbod van Hilversum en het Media Park als hightech AI campus in het landelijke AI programma verankeren.
- Cross Media Cafés organiseren, online of offline waarmee het netwerk van en voor de industrie wordt versterkt.
- Partneren in Dutch Media Week om professionals kennis te laten verwerven.
- Samenwerking met lectoraten en kennisinstellingen versterken en zichtbaar maken in Hilversum.
- Monitor Creatieve Industrie 2021 publiceren, een belangrijke onderlegger voor landelijk, regionaal en lokaal beleid.
- Meewerken aan een voorstel richting het Nationale Groeifonds voor het ontwikkelen van de vernieuwing van het Media Park naar een multifunctionele hightech Media Campus.

Aansluiting ambities gemeente

In de coronabrief van 21 oktober jl. wordt toegelicht hoe de gemeente anticipeert op de economische recessie als gevolg van de coronacrisis. Het eerste aandachtsgebied gaat over ondernemers en zzp'ers die in zwaar weer zitten en over de verwachte toestroom in uitkeringen. De activiteiten van Media Perspectives voor 2021 sluiten aan op de ingezette koers om zoveel mogelijk banen te behouden en het bedrijfsleven te versterken.

Eerdere ambities die de gemeente t.a.v. economie heeft geformuleerd zijn daarbij nog steeds van kracht, namelijk om kansen voor werkgelegenheidsgroei te benutten en clustervorming in de media te bevorderen via netwerken, innovatie en talentontwikkeling. Daarnaast benadrukt het coalitieakkoord het belang van een goed vestigingsklimaat waarin er oog is voor een brede diversiteit van bedrijvigheid: van zzp'er en MKB'er tot multinational en van praktijk- tot hogeschoold werk. Deze bandbreedte is terug te vinden in het bereik van de activiteiten van Media Perspectives. Zij werken zowel met directies en management van de grote spelers in de media, maar hebben ook aandacht voor innovatieve start-ups en scale-ups. Zzp'ers krijgen standaard korting op scholing en met HR-managers van bedrijven worden afspraken gemaakt over de ontwikkeling van medewerkers. Tot slot wil de gemeente de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt versterken, zodat jongeren een soepele overgang van opleiding naar werk kunnen maken. Media Perspectives zet hier extra op in omdat jongeren door de coronacrisis een kwetsbare positie hebben wanneer zij starten op de arbeidsmarkt.

Argumenten

- **Samenhangend activiteitenprogramma**

De subsidieaanvraag bevat een samenhangend geheel aan activiteiten om de Hilversumse mediasector te versterken en de inzetbaarheid van mensen te vergroten. Het activiteitenplan 2021 helpt bij het realiseren van de ambities van het gemeente t.a.v. vestigingsklimaat, arbeidsmarkt en onderwijs en ontwikkeling van het Media Park.

- **Coronacrisis**

Nu de coronacrisis sterk ingrijpt op de economie en arbeidsmarkt, is de verbindende kracht van Media Perspectives nodig om de belangen van ruim 12.000 mensen die in de Hilversumse creatieve industrie werken te behartigen en zowel werkenden als bedrijven vitaal te houden.

- **Betrouwbare partner en verbinder**

Er is vertrouwen in de uitvoeringscapaciteit van Media Perspectives. De resultaten van de stichting tussen 2018-2020 zijn positief; ten aanzien van de subsidie doet zij wat beloofd is en overlegt tijdig met de gemeente in geval van voortschrijdend inzicht of actuele kansen. Ze weet veel bedrijven (MKB en grootbedrijf), individuele professionals, studenten en docenten te bereiken en wordt herkend als autoriteit op het gebied van talentontwikkeling, (technologische) trends en innovatieprocessen.

In de collegebrief van 10 november jl. werd het bereik van scholing- en kennisevents en online bezoekers als volgt weergegeven. Deze cijfer geven aan dat Media Perspectives een groot bereik heeft. De voortgangsrapportages die de gemeente elk kwartaal ontvangt geven een nog breder beeld van de resultaten die worden geboekt, zoals ook op het vlak van positionering van de Hilversumse mediasector en de aanwezigheid van studenten en onderwijsinstellingen op het Media Park.

	2018	2019	2020
Deelnemers scholing- en kennisevents	1.807	1.906	2.295
Online bezoekers	58.209	95.888	69.296

- **Gunstige verhouding subsidie versus overige inkomsten**

Het feit dat Media Perspectives naast gemeentelijke subsidie substantiële financiering uit andere, veelal private, bronnen weet te halen, is een bevestiging van de kwaliteit en relevantie van de activiteiten. Sinds de start in 2018 is te zien dat de subsidie van de gemeente Hilversum een dalende lijn laat zien t.o.v. de totale inkomsten; de stichting weet steeds meer financiering van derden te verwerven.

	2018	2019	2020	2021 *
--	------	------	------	--------

Subsidie gemeente	€ 240.000,-	€ 300.000,-	€ 300.000,-	€ 250.000,-
Percentage subsidie gemeente t.o.v. begroting Media Perspectives	31%	26%	21%	23%
Totale begroting Media Perspectives	€ 1.098.229,-	€ 1.138.686,-	€ 1.399.270,-	€ 1.103.540,-

* in behandeling

Kanttekeningen

Het speelveld van media met daarbinnen arbeidsmarkt en innovatie is complex. De resultaten van Media Perspectives zijn goed te monitoren en meten, maar de daadwerkelijke impact op de werkgelegenheid, innovatie, duurzame inzetbaarheid, beschikbaarheid van talent en vestigingsklimaat laat zich lastig uitdrukken. Hierop zijn namelijk tal van factoren van invloed. Dit alles kan echter geen reden zijn om niets te doen aan talent en innovatie in de mediasector en daarmee de kansen te laten liggen om deze pijler onder de Hilversumse economie te versterken. Het vraagt echter wel om goede afstemming en een open dialoog met Media Perspectives, mediabedrijven en kennisinstellingen. Een publiek-private samenwerking met een duidelijke richting maar wel de ruimte om dingen uit te proberen en bij te sturen waar nodig. Door vast te houden aan regelmatige voortgangsrapportages vanuit de stichting en terugkerend ambtelijk en bestuurlijk overleg, blijft de gemeente goed zicht houden op de voortgang en resultaten.

Financiën, middelen & capaciteit

Er is €250.000,- beschikbaar binnen het budget voor het programma Economie, taakveld 3.1 Economische ontwikkelingen van programma 3 Werken. Het accounthouderschap vanuit de gemeente vraagt ambtelijke capaciteit die binnen de huidige formatie wordt uitgevoerd.

Governance en monitoring

Sinds het ontstaan van Media Perspectives in 2018 heeft de gemeente een goede samenwerkingsrelatie. Vier maal per jaar wordt in een bestuurlijk overleg de voortgang besproken aan de hand van voortgangsrapportage op activiteitsniveau. Ook is het bestuurlijk overleg de plek om te delen waar actuele kansen of bedreigingen zijn, welke ontwikkelingen bij de gemeente of in de regio invloed hebben en om de samenwerking met andere partijen te bespreken. Wanneer de voortgang stagneert of er voortschrijdend inzicht ontstaat over de activiteiten, wordt dit besproken en kunnen aanpassingen gedaan worden.

Uitvoering

Na een positief besluit wordt de subsidiebeschikking (bijlage 2) verzonden en de al bestaande cyclus van bestuurlijk overleg voortgezet.

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

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage(n)

1. Subsidieaanvraag Media Perspectives 2021 (incl. begroting)
2. Concept subsidiebeschikking