

Evaluatie Subsidieregeling lokale media 2020

18 mei 2021

Inhoud

1. Wat vooraf ging	3
2. De regeling aangepast op corona: twee Categorieën	4
3. Beoordeling en afwegingskader	7
4. Overzicht ontvangen aanvragen	13
5. Aanvragen in Categorie I: behoud bestaande lokale media	14
6. Aanvragen in Categorie II: versterking lokale media	16
7. Financieel	24
8. Inzet Stadspanel media	25
9. Samenvattende conclusie	27

Bijlagen

1. Wat vooraf ging

Al enkele decennia zet Hilversum in op sterke lokale media en journalistiek. Dit gebeurt vanuit de ambitie dat een goede nieuwsvoorziening en lokale journalistiek bijdraagt aan een gezonde lokale democratie. Ook speelt mee dat Hilversum sinds jaar en dag de Mediastad is en wil blijven. Daar horen goed functionerende lokale media bij, met name een kwalitatief goede en innovatieve lokale omroep.

In de jaren tot 2008 was Omroep Hilversum onze lokale omroep, daarna werd het RTi Hilversum. Deze laatste omroep ontving, net zoals Omroep Hilversum een jaarlijkse bijdrage op grond van de Mediawet (€ 1.29 per Hilversums huishouden) plus een flinke aanvulling vanuit de gemeente. Het doel van deze aanvulling was kwaliteitsverbetering. In het geval van RTi bedroeg de aanvulling € 125.000 per jaar. De kwaliteitsverbetering bleef echter uit en vanaf 2015 verschoof de gemeentelijke ambitie; er werd ingezet op het tot leven wekken van een streekomroep.

Streekomroep en reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)

Publieke en private lokale media uit de regio zouden in die streekomroep moeten samenwerken. Zo konden partijen leads en content delen, wat de slagkracht als het bereik van elke partij zou vergroten. Dit samenwerken zou ook kansen bieden op innovatie en op, wederom: kwaliteitsverbetering. Om de streekomroep mogelijk te maken werd de reserve Regionaal mediacentrum (RMC) ingericht. Daarvoor werd in 2016 een bedrag beschikbaar gesteld van € 376.000, afkomstig uit de overeenkomst die Ziggo en de gemeente dat jaar sloten.

Ondanks diverse pogingen van 2016 tot en met 2018, waarbij ook de regio werd betrokken, is de streekomroep zoals we die voor ogen hadden er niet gekomen. Het bleek lastig om mediaorganisaties tot samenwerking te bewegen. Cultuurverschillen en persoonlijke belangen speelden een rol, maar ook lukte het niet om de verschillende verdienmodellen op elkaar te laten aansluiten. De reserve Regionaal Mediacentrum bleef daardoor onbenut.

Een mooie opbrengst uit die periode is er overigens wel. Een nieuw bestuur van RTi Hilversum stelde intern orde op zaken en zocht de samenwerking met 6FM, de lokale omroep uit Huizen. Later werd dit aangevuld met NH Media, en de partijen opereren vandaag de dag onder de naam NH Gooi. Het Commissariaat voor de Media verleende aan de bijbehorende stichting LO HHBEL een uitzendlicentie voor Hilversum tot 8 december 2023.

Subsidieregeling lokale media 2020

Eind 2018 was de reserve Regionaal Mediacentrum was nog altijd niet ingezet. In december 2018 werd motie [M18-109](#) aangenomen, waarin het college werd verzocht een mediafonds in te richten en een toekomstplan te schrijven gericht op behoud van lokale en regionale media en journalistiek. Het verzoek was de reserve Regionaal Mediacentrum was daarvoor in te zetten. Na onderzoek en gesprekken met alle betrokken partijen werd een afwegingskader opgesteld. Ook werd in plaats van een fonds gekozen voor een subsidieregeling. Dit had te maken met de hoge overheadkosten die zo'n fonds met zich mee zou brengen.

Ondersteuning voor professionele mediamakers

Met de subsidieregeling zette de gemeente na een periode van vier jaar weer in op het behoud van de lokale media en journalistiek. Met de traditie van het inzetten op kwaliteitsverbetering bij de lokale omroep was echter gebroken. Op grond van deze subsidieregeling kon elke professionele mediamaker met een nieuw en passend plan een aanvraag indienen. Daarnaast was de regeling aangepast op corona.

Op 19 mei 2021, ongeveer een jaar nadat de regeling van kracht werd wordt deze ingetrokken, zoals afgesproken in de gecombineerde commissie van 16 april 2020.

2. De regeling aangepast op corona: twee Categorieën

Na de uitbraak van corona in maart 2020 werden lokale en regionale media geconfronteerd met sterk verminderde advertentie-inkomsten. De bedreiging voor het voortbestaan was groot; steun- en herstelpakketten waren nog niet beschikbaar. Omdat de Subsidieregeling lokale media 2020 als doel had het behouden van lokale media en journalistiek werd coronasteun tot specifiek onderdeel gemaakt, genoemd Categorie I. Hierbij speelde mee dat juist in tijden van crisis lokale media een cruciale positie innemen.

Daarnaast was er het oorspronkelijk doel van de regeling: het versterken en aanvullen van lokale media en journalistiek. Dit doel is in de regeling verwerkt als Categorie II, en ook dit werd verrijkt met het thema corona. Aanvragen konden nu worden ingediend in één van twee Categorieën:

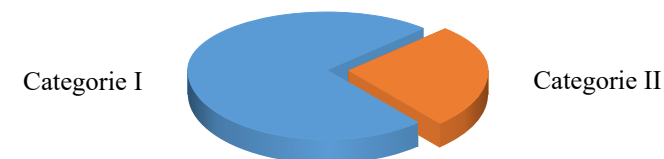
Categorie I:	Gericht op het in stand houden van het bestaand aanbod lokale media dat dreigt te verdwijnen als gevolg van de coronacrisis
Categorie II:	Gericht op het versterken en aanvullen van de lokale nieuwsvoorziening door projecten te ondersteunen die aansluiten bij de behoeften die in Hilversum door de coronacrisis ontstaan.

Zie ook: Subsidieregeling lokale media 2020, preambule, P. 1

Verdeling van middelen tussen de Categorieën

Bij het opstellen van de regeling was onduidelijk hoe lang de coronacrisis zou duren en wat de impact op de advertentiemarkt zou zijn. Ook was niet bekend op welke termijn andere vormen van ondersteuning beschikbaar zouden zijn, in hoeverre deze de vermindering in omzet zouden dekken en hoelang ze beschikbaar zouden zijn. In eerste instantie was een bedrag beschikbaar van € 176.000. Op basis van een ruwe inschatting in april 2020 is dit bedrag als volgt aan de twee Categorieën toegewezen. Dit overigens met het voorbehoud dat het college van deze verdeling zou kunnen afwijken (Artikel 3.6 van de regeling).

Categorie		toegewezen aan Categorie	verhouding	
I	In stand houden bestaand aanbod	€ 132.000	75 %	
II	Versterken bestaand aanbod	€ 44.000	25 %	



Achteraf is het in totaal verleende bedrag in Categorie I lager uitgevallen. Het in totaal verleende bedrag in Categorie II viel hoger uit. Er is dus relatief meer besteed aan het oorspronkelijk doel van de regeling dan was ingeschat:

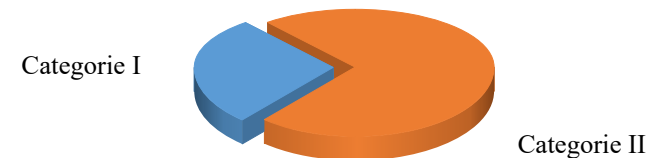
Categorie		totaal verleend per Categorie	verhouding	
I	In stand houden bestaand aanbod	€ 54.958	40,2 %	
II	Versterken bestaand aanbod	€ 81.585	59,8 %	



Hoeveelheid ontvangen aanvragen per Categorie

Na een jaar kunnen we vaststellen dat in Categorie I veel minder aanvragen werden ontvangen dan in Categorie II. Er waren dus meer aanvragen die betrekking hadden op een nieuw initiatief, dan aanvragen die voortkwamen uit een noodsituatie door sterk verminderde advertentie-inkomsten:

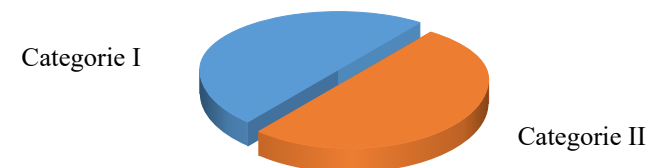
	aantal ontvangen aanvragen	percentage	
Categorie I	4 aanvragen (aanvragen 2, 3, 17, 23)	17 %	
Categorie II	19 aanvragen (aanvragen 1, 4 tm 16, 18 tm 22)	83 %	



Verhouding tussen et aantal verleende en geweigerde aanvragen in Categorie I

In Categorie I was het aantal verleende en geweigerde aanvragen gelijk:

	aantal aanvragen verleend / geweigerd Categorie I	percentage	
Verleend	2 aanvragen (aanvragen 2 en 3)	50 %	
Geweigerd	2 aanvragen (aanvragen 17 en 23)	50 %	



Verhouding tussen het aantal verleende en geweigerde aanvragen in Categorie II

In Categorie II lag de verhouding anders; er werden bijna drie keer zoveel aanvragen geweigerd dan verleend:

	aantal aanvragen verleend / geweigerd Categorie II	percentage	
Verleend	5 aanvragen (aanvragen 4, 5, 6, 12, 16)	26 %	
Geweigerd	14 aanvragen (aanvragen 1, 7 tm 11, 13 tm 15, 18 tm 22)	74 %	



3. Beoordeling en afwegingskader

Bij de beoordeling van de aanvragen is nagegaan of deze in overeenstemming zijn met de Algemene Subsidie Verordening van de gemeente Hilversum uit 2011, de Subsidieregeling uit 2017 en de Subsidieregeling lokale media 2020. Bij het toetsen aan deze laatste regeling werd een daarvoor opgesteld afwegingskader gehanteerd. Daarin zijn per Categorie twee soorten criteria opgenomen: criteria waaraan een aanvraag *moet* voldoen om te kunnen worden verleend, en criteria die bij de beoordeling *positief kunnen worden meegewogen*. De criteria voor Categorie I en II komen deels overeen. Ze worden toegelicht in het overzicht op de volgende pagina.

De aanvragen werden binnen de organisatie gewogen en beoordeeld. Daarmee is afgeweken van het gevraagde in motie M18-109, waar sprake is van een externe commissie. Voor het intern wegen is (tijdelijk) gekozen omwille van het snel kunnen beoordelen van aanvragen in Categorie I waarbij tijdsdruk voor de aanvrager een rol kan spelen. Voor het wegen was een interne commissie samengesteld met vertegenwoordigers uit de teams Communicatie, Buurten, Economie en Media en Business control. Ook werd burgemeester Broertjes bij het wegen betrokken vanwege zijn ruime journalistieke ervaring. Bij een vervolg op de subsidieregeling zal externe expertise wel worden betrokken.

Gesprekken met de aanvragers

Na een eerste lezing van een aanvraag volgde vaak meerdere gesprekken met de aanvrager. Dat had soms te maken met het ontbreken van informatie. In vele gevallen was een toelichting op de aanvraag nodig. Ook was bij de aanvragers behoefte aan overleg vooraf over de insteek van een project.

Ontwikkeling van de beoordeling

De subsidieregeling is van kracht geworden toen corona ons had overvallen. Zij is aangepast op corona, maar was daar oorspronkelijk niet voor bedoeld. Gedurende het jaar werd voorzien in steun- en herstellepakketten, waarvan aanvragers in Categorie I na verloop van tijd op de een of andere manier gebruik konden maken. Dit is meegenomen in het wegen van de aanvragen.

Andere factoren die invloed hadden op de beoordeling waren de factoren *nieuwsgaring* en *lokale content*. Het begrip lokale content was in het de regeling en het Afwegingskader betrekkelijk ruim omschreven. Er ontbrak een hard criterium, bijvoorbeeld in de vorm van een percentage. Gedurende het jaar werden de eisen aan de hoeveelheid lokale content die een aanvraag moest bevatten verscherpt. Zo kon het gebeuren dat een aanvraag in 2020 vanuit de regeling werd ondersteund, maar een aanvraag in 2021 werd afgewezen. Er bleek bestuurlijk behoefte aan een sterkere inzet op de factor nieuwsgaring. Hierop is de regeling in een vroeg stadium aangepast. Een andere factor die van invloed was op het strenger beoordelen is het gevolg van de derde vereiste in het Afwegingskader bij Categorie II. Deze stelt dat het project een aanvulling op / versterking van het bestaand aanbod is. Een gewenst neveneffect is dat naar een bepaalde verzadiging wordt toegewerkt; lokale media kunnen niet onbeperkt worden aangevuld/versterkt.

Afwegingskader

Over het algemeen voldeed dit goed, maar een enkel onderdeel was te ruim geformuleerd wat leidde tot discussie bij de beoordeling. Hieronder is per onderdeel aangegeven hoe de toepassing verliep en wat eventuele verbeterpunten zijn. Deze worden meegenomen in het vervolgtraject, waarbij in overeenstemming met de genoemde motie een Toekomstplan wordt ontwikkeld. De onderdelen zijn wat anders weergegeven dan in de subsidieregeling zelf om ze hier gemakkelijker te kunnen bespreken.

Categorie	Nr.	Gewicht	Onderdeel, toepassing bij beoordeling en verbeterpunten
I en II	1	vereiste	Het initiatief richt zich op productie en distributie van lokale content. Deze kan worden verspreid via digitale media, platforms, radio, televisie en geschreven media. De content dient bij te dragen aan de lokale nieuwsvoorziening. <u>toepassing bij beoordeling</u> Dit onderdeel heeft gespeeld een grote rol, met name bij aanvragen 6, 7, 9, 13, 17, 18 en 2 (Zie het overzicht hieronder). De omschrijving ‘lokale’ bleek ruim; er is in het afwegingskader geen precieze bepaling opgenomen over de vereiste hoeveelheid lokale content. Enkele media zijn gericht op de regio Gooi en Vechtstreek en richten zich slechts ten dele op Hilversum. Dit speelde een rol bij de beoordeling van aanvragen 2, 3, 17 en 23. <u>verbeterpunten</u> Preciezer bepalen welke hoeveelheid lokale content vereist is en welk type content vereist is. Deels is dit al ingevuld; na beoordeling van de eerste aanvragen bleek de koppeling met nieuwsgaring onvoldoende, waarna de regeling op 23 juni 2020 werd aangepast. Overigens kan discussie over content niet geheel worden voorkomen. Dit is een terugkerend verschijnsel bij zowel (de financiering van) lokale als van landelijke media.
I en II	2	vereiste	De indiener is professioneel en beschikt aantoonbaar over de vaardigheid en het inzicht om kwalitatief hoogstaand werk te maken. <u>toepassing bij beoordeling</u> Dit onderdeel was goed toepasbaar en leidde niet tot discussie. Alleen aanvraag 11 is op dit onderdeel afgewezen.
I	3	vereiste	De gevraagde bijdrage is noodzakelijk voor het in stand houden van bestaand lokale media aanbod, waarbij geldt dat de noodzaak een direct gevolg is van de coronacrisis. <u>Toepassing bij beoordeling</u> Dit onderdeel is een logische vereiste in Categorie I. In hoeverre een bijdrage noodzakelijk was is vooraf gecontroleerd. De aanvragers hebben daartoe inzicht gegeven in hun verwachte omzet en de gerealiseerde omzet in twee vergelijkingsperioden (peer periods).
I	4	vereiste	Aanvragers dienen de aanvraag te onderbouwen aan de hand van twee peer-periods: de vergelijkbare periode in het voorgaande kalenderjaar en de vergelijkbare periode voor 11 maart 2020, het moment waarop de uitbraak van Covid19 door de WHO als pandemie werd erkend.

Categorie	Nr.	Gewicht	Onderdeel, toepassing bij beoordeling en verbeterpunten
			Voorwaarde voor ondersteuning is dat de afname van inkomsten vergeleken met de twee peer-periods gemiddeld tenminste 20% is, en dat als gevolg daarvan het aanbod niet in stand kan worden gehouden. <u>toepassing bij beoordeling</u> Dit onderdeel was goed toe te passen. Was de regeling van kracht gebleven dan had de eerste peer-period wellicht moeten worden aangepast omdat deze inmiddels na het moment valt waarop de pandemie werd erkend. Bij het opstellen van de regeling was de verwachting niet dat corona langer dan een jaar zou duren.
II	5	vereiste	De aangevraagde bijdrage is een versterking van / aanvulling op bestaand aanbod, die aansluit op behoeften die voortkomen uit de coronacrisis. <u>toepassing bij beoordeling</u> Ook dit onderdeel was goed toepasbaar. De component ‘aansluit op behoeften die voortkomen uit de coronacrisis’ was achteraf overbodig; corona is sinds de uitbraak van de pandemie top-of-mind bij alle mediamakers en doelgroepen. Het onderdeel ‘aanvulling op bestaand aanbod’ voldeed. Aan de voorkant leidde dit tot oorspronkelijke, eigentijdse ideeën in Categorie II. Met name de aanvragen 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16 en 19 zijn zeer origineel. Aan de achterkant, dus bij de beoordeling leidde het toepassen van dit onderdeel niet tot discussie. Alleen aanvragen 9 en 20 zijn op dit onderdeel afgewezen.
II	6	vereiste	De aanvraag gaat in op presentatie, vindbaarheid en promotie. De aanvrager toont aan dat de uitingen/uitzendingen voor de Hilversummer gemakkelijk vindbaar zullen zijn. <u>toepassing bij beoordeling</u> Van dit onderdeel is ‘vindbaarheid’ de kern. Aan de voorkant is moeilijk te bepalen of een aanvrager hierop voldoende inzet. Zelfs als een medium via de reguliere kanalen wordt verspreid, zoals bij aanvraag 5, kan de vindbaarheid tegenvallen. Dat blijkt in dit geval uit de respons van het Stadspanel media. Op dit criterium zijn vier aanvragen afgewezen: 8, 10, 15 en 21. <u>verbeterpunten</u> Aanvrager strenger op dit onderdeel wegen kan helpen. Binnen het te ontwikkelen Toekomstplan kan promotie als zelfstandig onderdeel worden meegenomen zodat we dit beter kunnen coördineren.
I en II	7	pre	Het initiatief biedt aanknopingspunten voor talentontwikkeling van een jonge generatie makers. <u>toepassing bij beoordeling</u> Dit onderdeel is geen vereiste maar een ‘pre’; het kan positief meewegen bij de beoordeling. Er zijn aanwijzingen dat dit een effect heeft gehad aan de voorkant, dus bij het ontwikkelen van een nieuw format. In de meeste aanvragen was talentontwikkeling terug te vinden. Dit is met name het geval bij aanvragen 10, 11, 16, 19, 20, 21 en 22.
I en II	8	pre	Het initiatief draagt bij aan de verkenning van nieuwe verdienmodellen <u>Toepassing bij beoordeling</u>

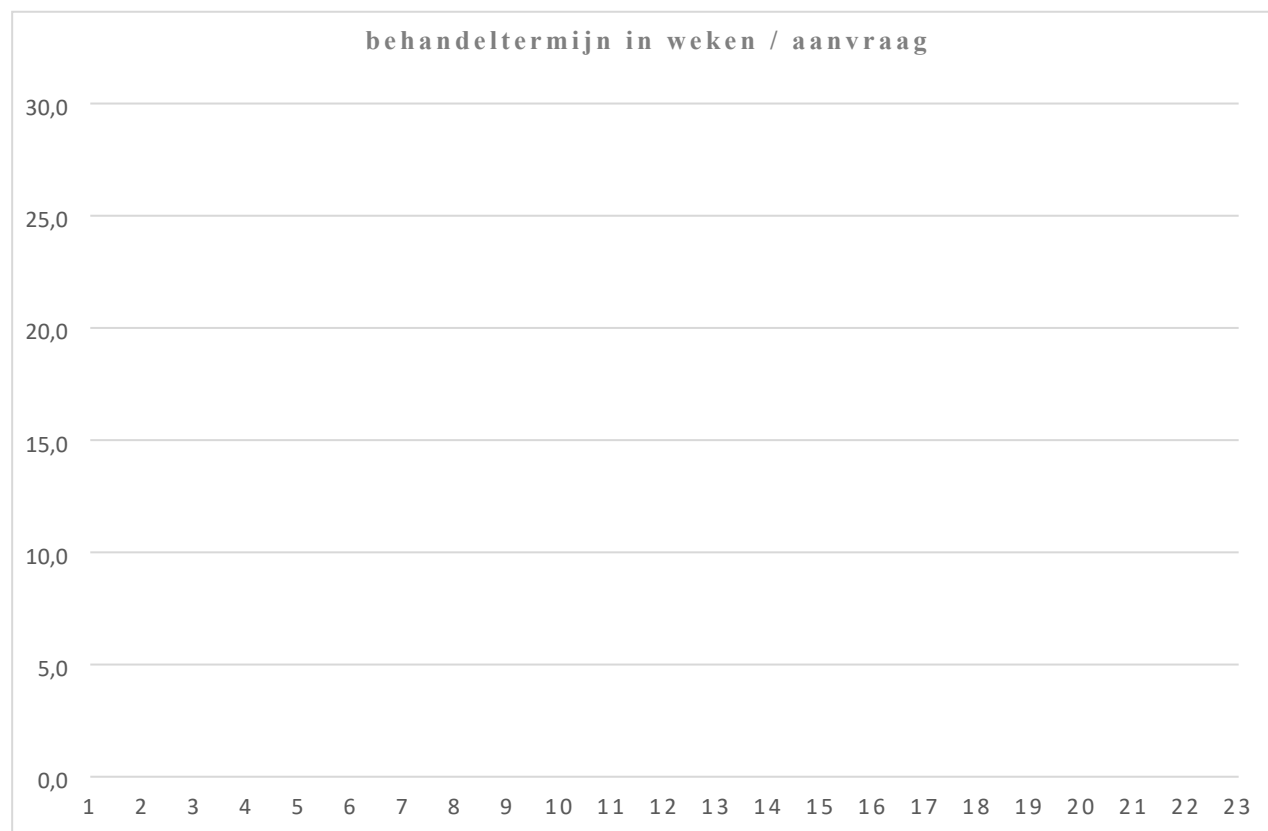
Categorie	Nr.	Gewicht	Onderdeel, toepassing bij beoordeling en verbeterpunten
			Aanvragers hebben hierop aan de voorkant goed ingezet, met name aanvragen 4, 6, 12, 13, 15, 16 en 18. In de praktijk blijkt echter dat het ontwikkelen van verdienmodellen en het zoeken naar cofinanciering in dit eerste coronajaar ondoenlijk was. Enkele private partijen kwamen noodgedwongen terug op eerdere toezeggingen aan structurele ondersteuning vanwege het onzeker economisch klimaat.
I en II	9	pre	Gevraagde bijdrage is tijdelijk, kan later op eigen kracht verder <u>toepassing bij beoordeling</u> Voor aanvragers in Categorie I is dit vanzelfsprekend -het gaat om tijdelijke ondersteuning. Aanvragers in Categorie II hebben op dit onderdeel ingezet, dat geldt met name voor aanvragen 4, 6, 13, 15 en 16. De kans dat projecten uit Categorie II op eigen kracht kunnen blijven bestaan is echter klein. Daarbij speelt mee dat private partijen terughoudend zijn om te financieren vanwege een onzekere economie. Partijen zijn teruggekomen op eerdere toezeggingen.
I	10	pre	De indiener verricht inspanning om uit meerdere bronnen ondersteuning te verkrijgen <u>verbeterpunt</u> Dit onderdeel heeft de vorm van een ‘pre’, waardoor er beperkt op kan worden gewogen. Dit onderdeel had een vereiste moeten zijn voor aanvragen in Categorie I. In de praktijk hebben de aanvragers in Categorie I deze inspanningen noodgedwongen wel verricht.
II	11	pre	Binnen het project wordt media zoals tekst, audio, video en apps ingezet om bewoners, bedrijven en organisaties te verbinden, informatie en ideeën te delen en innovatie te stimuleren. <u>toepassing bij beoordeling</u> Vrijwel alle aanvragers hebben hierop ingezet. Er werd actief verbinding gezocht met inwoners, organisaties en bedrijven. <u>verbeterpunten</u> Voor wat betreft het onderdeel ‘verbinden’ is het goed om bij toekomstige regelingen of programma’s na te gaan in hoeverre dit criterium samen gaat met journalistieke vrijheid.
II	12	pre	Het initiatief is schaalbaar en uit te breiden; het is levensvatbaar op locaties buiten Hilversum. <u>toepassing bij beoordeling</u> Opvallend is dat alle aanvragers op dit onderdeel scoren. De initiatiefnemers van aanvragen 4 en 6 zijn actief benaderd door geïnteresseerden van buiten Hilversum. Omdat het geen vereiste betreft is het effect van het onderdeel beperkt. Wel kan dit onderdeel de kwaliteit van het uiteindelijke format/project vergroten, omdat initiatiefnemers het verwerken in de aanvraag.
I en II	13		Hardheidsclausule Deze is niet toegepast.
algemeen	14	algemeen	Voldoende dekking voor het verlenen van de aanvraag, deugdelijke begroting bijgevoegd. <u>toepassing bij beoordeling</u>

Categorie	Nr.	Gewicht	Onderdeel, toepassing bij beoordeling en verbeterpunten
			Deze algemene onderdelen hebben in drie gevallen tot afwijzing geleid. Het gevraagde bedrag was in die gevallen hoger dan het bedrag dat in de reserve aanwezig was en in de regeling zelf wordt genoemd (aanvragen 10 en 15). Bij aanvraag 1 ontbrak de begroting.

Behandeltermijn

Als behandeltermijn geldt hier de tijd tussen de dag waarop een aanvraag compleet is en het collegebesluit. Gemiddeld duurde de behandeling van een aanvraag 10,3 weken.

Er is gestreefd naar een zo kort mogelijke behandeltermijn van maximaal 12 weken. Dit is niet in alle gevallen gelukt; 10 van de 23 aanvragen zijn langer in behandeling geweest. Dit had verschillende oorzaken. De verlening van dit type subsidie was voor de gemeente nieuw, de beoordeling van aanvragen was bewerkelijk. Ook werden de aanvragen behandeld in het college. Dit leidde soms tot een heroverweging van de ambtelijke beoordeling.



4. Overzicht ontvangen aanvragen

nr.	Cat.	aanvrager	project	aangevraagd Categorie I	verleend Categorie I	aangevraagd Categorie II	verleend Categorie II	aanvraag compleet op	besluit	college	Behandeling (weken)
1	II	'Aanvrager 1' ¹	Interviews mediabedrijven			€ 40.000		8 mei 2020	afgewezen	26 mei 2020	2,6
2	I	Gooische Tam Tam	Gooische Tam Tam	€ 15.100	€ 15.100			8 mei 2020	verleend	26 mei 2020	2,6
3	I	Enter Media	Gooi en Eembode	€ 39.858	€ 39.858			10 mei 2020	verleend	26 mei 2020	2,3
4	II	De Radiofabriek/YPCA	Podcast Hilversum (10 afleveringen)			€ 15.000	€ 15.000	12 mei 2020	verleend	26 mei 2020	2,0
5	II	Kijk op jouw Wijk	Stadsbrede corona-editie			€ 5.835	€ 5.835	12 mei 2020	verleend	26 mei 2020	2,0
6	II	Events in Business	Coronaproof on stage in De Vorstin			€ 22.250	€ 22.250	12 mei 2020	verleend	9 juni 2020	4,0
7	II	'Aanvrager 7'	Tekst-to-speech functionaliteit			€ 20.000		26 jun 2020	afgewezen	22 sept 2020	12,6
8	II	'Aanvrager 8'	video's Hilversum op Facebook			€ 21.600		12 jun 2020	afgewezen	22 sept 2020	14,6
9	II	'Aanvrager 9'	Videoplatform Hilversumse verenigingen			€ 43.000		13 mei 2020	afgewezen	22 sept 2020	18,9
10	II	'Aanvrager 10'	Hilversum Stories, stadslogger			€ 158.468		15 mei 2020	afgewezen	22 sept 2020	18,6
11	II	'Aanvrager 11'	'Mijn Straat' -podcast door leerlingen			€ 4.750		17 mei 2020	afgewezen	10 aug 2020	12,1
12	II	Mooie Gesprekken	De 100 van Hilversum			€ 17.500	€ 17.500	13 mei 2020	verleend	22 sept 2020	18,9
13	II	'Aanvrager 13'	Participatieplatform buurten en gemeente			€ 17.006		18 mei 2020	afgewezen	22 sept 2020	18,1
14	II	'Aanvrager 14'	Zang-coaching			€ 14.400		2 jun 2020	afgewezen	10 aug 2020	9,9
15	II	'Aanvrager 15'	Platform 035 met Hilversumse video's			€ 100.000		8 aug 2020	afgewezen	22 sept 2020	6,4
16	II	Pakkend Media Producties	Media Foyer / Dudok Radio			€ 20.000	€ 20.000	28 aug 2020	verleend	8 dec 2020	14,6
17	I	'Aanvrager 17'	Magazine GooiZaken	€ 13.087				20 okt 2020	afgewezen	8 dec 2020	7,0
18	II	'Aanvrager 7'	Tekst-to-speech functionaliteit			€ 15.600		26 okt 2020	afgewezen	20 april 2021	25,1
19	II	'Aanvrager 19'	One take Away (streams cultuur)			€ 15.000		21 jan 2021	afgewezen	20 april 2021	12,7
20	II	Kijk op jouw Wijk	Stadsbrede corona-editie			€ 12.137		22 feb 2021	afgewezen	20 april 2021	8,1
21	II	De Radiofabriek/YPCA	Podcast Hilversum (10 afleveringen)			€ 20.000		23 feb 2021	afgewezen	20 april 2021	8,0
22	II	Events in Business	Coronaproof on stage in De Vorstin			€ 25.000		22 feb 2021	afgewezen	20 april 2021	8,1
23	I	Gooische Tam Tam	Gooische Tam Tam	€ 13.000				2 mrt 2021	afgewezen	20 april 2021	7,0
TOTAAL				€ 81.045	€ 54.958	€ 587.546	€ 80.585				

Categorie I	aangevraagd (4 aanvragen)	€ 81.045	67,8% van het in Categorie I aangevraagde bedrag
Categorie I	verleend (2 aanvragen)	€ 54.958	
Categorie II	aangevraagd (19 aanvragen)	€ 587.546	13,9% van het in Categorie II aangevraagde bedrag
Categorie II	verleend (5 aanvragen)	€ 80.585	
Categorie I + II	aangevraagd (23 aanvragen)	€ 668.519	20,3 % van het in beide Categorieën aangevraagde bedrag
Categorie I + II	verleend (7 aanvragen)	€ 135.543	

¹ Van aanvragers aan wie geen subsidie is verleend zijn de namen niet weergegeven.

5. Aanvragen in Categorie I (behoud bestaande lokale media)

Van de vier ontvangen aanvragen zijn er twee verleend en twee afgewezen. De afwijzingsgrond was in beide gevallen onvoldoende Hilversumse content.

Aanvraag 2 door Gooische Tam Tam

medium: [Gooische Tam Tam](#)

verleend op 26 mei 2020

Inhoud aanvraag

Op 4 mei 2020 heeft Gooische Tam Tam subsidie aangevraagd van € 15.100 voor de periode van 21 juni 2020 tot 22 september 2020. Als gevolg van de coronacrisis zijn de advertentie-inkomsten sterk teruggelopen en het magazine wordt in het bestaan bedreigd.

De Gooische Tam Tam is een glossy-magazine voor en over het Gooi met een hoog feelgood-gehalte. Het magazine verschijnt in print en online. Het verdienmodel is gebaseerd op het binden van de lezer met lichte informatie en de verkoop van advertentieruimte. Er wordt geadverteerd voor duurdere producten en diensten. Qua stijl sluiten de advertenties goed aan bij de content, die gaat over bijvoorbeeld ontwerpen, dineren, de Gooische natuur, fotografie, woninginrichting, wijnsoorten, musea, en dieren.

De content in de Gooische Tam Tam is gericht op het Gooi. Uit een analyse van de laatste drie print jaargangen blijkt dat per magazine enkele pagina's specifiek op Hilversum zijn gericht. Uit een analyse van het online aanbod blijkt dat bij zoeken op plaatsnaam als trefwoord Hilversum na Laren en Bussum de meeste zoekresultaten oplevert.

Verlening

De aanvraag voldeed aan de voorwaarden en is verleend. Het verschil tussen de verwachte inkomsten en de gemiddelde inkomsten in de twee peer-periods was hoger dan 20%. Uit de verantwoording blijkt dat de inkomsten in de periode waarvoor ondersteuning is verleend lager waren dan verwacht.

Opmerking

Sinds andere ondersteuningsmogelijkheden bereikbaar werden zijn we de aanvragen in Categorie I strenger gaan beoordelen. Ook zijn we hogere eisen gaan stellen aan de hoeveelheid op Hilversum gerichte content. Een latere aanvraag van De Gooische Tam Tam (aanvraag 23) werd daarom afgewezen.

Aanvraag 3, door Enter Media

Medium: [Gooi en Eembode](#)

verleend op 26 mei 2020

Inhoud aanvraag

Op 10 mei 2020 heeft de Gooi en Eembode een subsidie van € 39.858 aangevraagd voor de periode van 26 mei tot 26 augustus 2020. De advertentie-inkomsten verminderden sterk terwijl de vaste kosten voor druk, verspreiding en personeel onverminderd door bleven lopen. Zonder ondersteuning zou de krant niet kunnen verschijnen.

De Gooi en Eembode wordt in Hilversum wekelijks huis-aan-huis verspreid en is online te raadplegen via de website. Het medium is een belangrijk onderdeel van de lokale informatievoorziening. De krant bevat lokale nieuwtjes, human interest, politiek nieuws, gemeentelijke informatie, sportnieuws, achtergronden en advertenties. Het verdienmodel is gebaseerd op het binden van de lezer met informatie en de verkoop van pagina's aan adverteerders. Ook worden inkomsten gegenereerd door een deel van het online aanbod achter een betaalmuur te plaatsen.

Verlening

De aanvraag voldeed aan de voorwaarden en is verleend. Het verschil tussen de verwachte inkomsten en de gemiddelde inkomsten in de twee peer-periods was hoger dan 20%.

Aan de verlening is de voorwaarde gesteld dat in de periode waarvoor de subsidie wordt verstrekt de betaalmuur wordt opgeheven zodat alle nieuws online kosteloos toegankelijk is.

Aanvraag 17, door Aanvrager 17
medium: [Magazine GooiZaken](#)
afgewezen op 8 december 2020

Inhoud aanvraag

Op 16 oktober 2021 heeft Aanvrager 17 een subsidie aangevraagd van € 13.087 voor het in stand houden van het magazine GooiZaken in de periode van november 2020 tm januari 2021. Kort na de uitbraak van Covid 19 bleven klanten advertentieruimte inkopen, deels uit loyaliteit. Na enkele maanden liep de inkoop sterk terug. Dit zou een nieuwe uitgave verliesgevend maken. Het magazine GooiZaken bedient de zakelijke markt in het Gooi. Het verdienmodel is gebaseerd op het binden van de lezer met zakelijke informatie en de verkoop van advertentieruimte. De content loopt uiteen van nieuws van de Kamer van Koophandel, columns over auto's, nieuws over vestigingslocaties, sociaal kapitaal en golfstoernooien. In laatste edities verscheen ook veel nieuws over de wijze waarop ondernemers kunnen omgaan met de gevolgen van corona.

Afwijzing

GooiZaken is gericht op regio en bevat vooral regionale content. Uit een analyse de laatste drie jaargangen van het print-aanbod blijkt dat het magazine onvoldoende Hilversumse content bevat. Online is het aanbod meer gericht op Hilversum dan op de andere Gooische gemeenten, maar alles overwegende wordt de hoeveelheid aanwezige lokale content beoordeeld als onvoldoende. De aanvraag voldoet daarmee niet aan het vereiste dat het medium zich richt op de productie en distributie van lokale content. Hierbij speelt mee dat we sinds andere vormen van corona-ondersteuning bereikbaar zijn, aanvragen in Categorie I strenger zijn gaan beoordelen. De aanvrager heeft op 24 maart 2021 bezwaar gemaakt tegen de afwijzing.

Aanvraag 23 door Gooische Tam Tam
medium: [Gooische Tam Tam](#)
afgewezen op 20 april 2020

Inhoud aanvraag

Op 2 maart 2021 heeft Gooische Tam Tam een subsidie van € 13.000 aangevraagd voor de periode april tot en met juni 2021. Als gevolg van de coronacrisis zijn de advertentie-inkomsten sterk teruggelopen en het magazine kan zonder ondersteuning niet verschijnen. Zie ook Aanvraag 2. De content in de Gooische Tam Tam is gericht op het Gooi. Uit een analyse van de laatste drie print jaargangen blijkt dat per magazine enkele pagina's specifiek op Hilversum zijn gericht. Uit een analyse van het online aanbod blijkt dat bij zoeken op plaatsnaam als trefwoord, Laren en Bussum beter scoren dan Hilversum.

Beoordeling

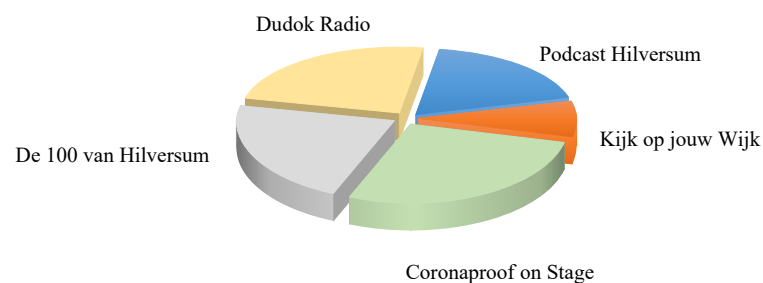
Het verschil tussen de verwachte inkomsten en de gemiddelde inkomsten in de twee peer-periods was hoger dan 20%. Echter, sinds steun- en herstellepakketten voorhanden zijn beoordelen we de aanvragen in Categorie I strenger. Bovendien zijn we hogere eisen gaan stellen aan de hoeveelheid op Hilversum gerichte content. De eerdere aanvraag van de Gooische Tam Tam (aanvraag 2) werd verleend, deze aanvraag wordt geweigerd.

6. Aanvragen in Categorie II: versterking lokale media

De aanvragen in Categorie II betreffen nieuwe initiatieven ter versterking van de bestaande lokale media. Van beide Categorieën sluit Categorie II het best aan bij de oorspronkelijke bedoeling van de regeling.

In Categorie II zijn negentien aanvragen ontvangen waarvan er vijf zijn verleend. Hieronder is weergegeven wat per aanvraag is besteed en hoe de bestedingen zich verhouden:

nr.	aanvrager	project	status project	Verleend in Categorie II
4	De Radiofabriek/YPCA	Podcast Hilversum (10 afleveringen)	Gerealiseerd in december 2020	€ 15.000
5	Kijk op jouw Wijk	Stadsbrede corona-editie	Gerealiseerd in oktober 2020	€ 5.835*
6	Events in Business	Coronaproof on stage in De Vorstin	Gerealiseerd in juli 2020	€ 22.250
12	Mooie Gesprekken	De 100 van Hilversum	Te realiseren in juni 2021	€ 17.500
16	Pakkend Media Producties	Media Foyer / Dudok Radio	Te realiseren in juni 2021	€ 20.000
TOTAAL				€ 80.585



Aanvraag 4, door YPCA / De Radiofabriek
medium: [Podcast Hilversum \(10 afleveringen\)](#)
verleend op 26 mei 2020
gerealiseerd op 11 december 2020

Inhoud aanvraag

De Radiofabriek, een Hilversums bedrijf dat online radio maakt en daarvoor eigen verdienen modellen ontwikkelt, heeft op 12 mei 2020 subsidie van € 15.000 aangevraagd voor het project Podcast Hilversum. Het ging om een serie van tien podcasts gemaakt voor en met Hilversummers. Door de makers is ingezet op de mogelijkheid voor organisaties en bedrijven om een podcast te sponsoren, overigens zonder dat zij zeggenschap krijgen over de inhoud.

Verlening

De aanvraag voldeed aan de voorwaarden en is verleend.

Resultaat

De reeks van tien podcasts is verspreid via de platforms Soundcloud, Spotify, Apple Podcasts, Stitcher Podcast, en Google Podcasts.

De content van de podcast betrof positief, opbouwend nieuws. Voor het vergaren van content zijn de twee belangrijkste makers van de podcast zelf Hilversum in gegaan om contact te leggen met inwoners en organisaties. De onderwerpen waren licht van toon, wat voor de makers een bewuste keuze was. De makers geven aan open te staan voor kritische journalistieke onderdelen in een eventuele toekomstige reeks.

afl.	release	titel en link	onderwerpen
1	9 okt. 2020	Lang leve Hilversum	- De Dutch Media Week met Eppo van Nispen tot Sevenaer - De drive-in bioscoop in het Mediapark en het A. Roland Holst College
2	16 okt. 2020	Een Stad met Ballen	- De Hilversum Rainbow Week met Marco Altena - De Gooische Rainbow Award met het Roland Holst College - Een kijkje in Hilversum-Noord met Monique Buis
3	23 okt. 2020	Jeugd in Overvloed	- De geschiedenis van Hilversum met Cees Wijburg - Tentoonstelling "De Achterkant Van Hilversum" met fotograaf Erik Borst
4	30 okt. 2020	Spanning tussen media en mens	- De geschiedenis van Hilversum met Cees Wijburg - Museum Hilversum met directeur Stef van Breugel - Backstage bij STEK Coffee met Amber en David
5	6 nov. 2020	Geen stad maar een gezellig dorp	- De geschiedenis van Hilversum met Cees Wijburg - Tentoonstelling "The Circle of Life" van fotograaf Lieve Blancquaert
6	13 nov. 2020	Het grootste bewaarde geheim van Hilversum	- De geschiedenis van Hilversum met Cees Wijburg - Het Muziekcentrum van de Omroep - Kijk Op Jouw Wijk - In het Kamrad met William Poutsma
7	20 nov. 2020	Een gedicht van Sinterklaas en de burgervader	- Muziekcentrum van de Omroep met het Dudok-kwartet - Burgermeester Pieter Broertjes - Geheime aankomst van Sinterklaas
8	27 nov. 2020	't Mooiste rondje van Hilversum	- Het jubileumjaar van het Radio Filharmonisch Orkest - De mooiste hardlooproutes van Hilversum
9	4 dec. 2020	Beeld en Geluid op de schop	- Verbouwing van Beeld en Geluid - Stadsdichter Mieke van Zonneveld geeft tips en tricks voor de leukste sinterklaasgedichten
10	11 dec. 2020	Laat je verrassen door kunst in eigen stad	- Buitenkunstroute van Hilversum met Diederick Kraaijeveld - Jeugd in coronatijd met de Jong Belegen Jongens Teun en Ewout

Bevindingen van het Stadspanel media

Uit enquête Stadspanel media blijkt dat weinig respondenten de podcast kennen. De reacties zijn gemengd; ongeveer een derde is positief en een derde is negatief. 41,4 % vindt Podcast Hilversum een meerwaarde voor Hilversum, 21,8 % vindt dat niet. Daarbij wel de kanttekening dat [onderzoek laat zien](#) dat podcasts met name populair zijn onder jongeren. Jongeren zijn in het Stadspanel media niet vertegenwoordigd. Zie voor meer informatie bijlage 3.

Opmerkingen

1. Ondanks enkele toezeggingen (door één bedrijf en één organisatie) is het niet gelukt om een nieuwe serie gesponsord te krijgen. Hierbij speelde het onzekere economische klimaat als gevolg van Corona een rol. ondanks het voornemen dat dit samen met Stichting Hilversum Marketing zou worden opgepakt. Er is niet krachtig ingezet op promotie van de podcast,
2. De makers hebben een nieuwe aanvraag ingediend voor een langere reeks van Podcast Hilversum (aanvraag 21). Deze is afgewezen omdat uit de aanvraag niet blijkt dat wordt ingezet op promotie en vindbaarheid, juist bij dit medium essentieel.
3. Mogelijke aanbevelingen voor een nieuwe reeks:
 - De content aanpassen op de jongere Hilversummer biedt kansen. Podcast wordt door jongeren beluisterd en jongeren zijn via lokale media maar moeilijk te bereiken;
 - Aansluitend op de wens met name de lokale journalistiek te versterken zou een journalistiek onderdeel goed passen. Dit zou door de makers redactioneel kunnen worden opgepakt, maar het zou ook in afstemming kunnen met bijvoorbeeld NH Media, Gooi en Eembode of de Gooi en Eemlander;
 - Een duurzame inzet op promotie en vindbaarheid en een reeks voor een langere periode;
 - Een sterke inzet op cofinanciering.

Aanvraag 5, door Kijk op jouw Wijk

medium: [Kijk op jouw Wijk Extra – Stadsbrede Corona-editie \(print en online\)](#)

verleend op 26 mei 2020

gerealiseerd op 20 oktober 2020

Inhoud aanvraag

De Hilversumse wijkkrant Kijk op jouw Wijk heeft op 12 mei 2020 subsidie aangevraagd van € 5.835 voor een eenmalige stadsbrede editie met als thema corona. De Kijk op jouw Wijk is sinds drie jaar de wijkkrant van Hilversum Oost, Noordwest en Centrum. Toen de aanvraag werd ontvangen was corona een betrekkelijk nieuw verschijnsel.

De krant verscheen nog voor de 2^e golf en roept nu al een gevoel van nostalgie op. De onderwerpen voelen dichtbij, zoals de makers hadden bedoeld. De krant heeft ingezet op het verzamelen en delen van ideeën en plannen die de Hilversummers zouden helpen samen de coronacrisis het hoofd te bieden.

pagina	inhoud
1	Hilversum in coronatijd 2020 (algemeen artikel)
2	Lichtpuntjes in coronatijd: verslag van en student beeldende therapie
1	Voorwoord door hoofdredacteur Pieter Broertjes
3	Interview: Hilversumse maakt noodgedwongen carrière switch van KLM naar gezondheidszorg
4	Burenirritaties tijdens corona? Vijf tips van buurtbemiddeling
4	Een veertienjarige Hilversummer deelt pakketjes uit: 'Donald-Duck-helpt-je-de-dagen-door'. Hij deelt zijn verzameling van 595 Donald Ducks met kinderen van wie de ouders niet zomaar extra speelgoed kunnen aanschaffen.
5	Verslag maatschappelijk werker over eenzaamheid, inclusief een pitch over een belcirkel om eenzaamheid te doorbreken.
6/7	Interview met een bestuurder van een sportvereniging: Wat als sport ineens wegvalt? Over flexibel zijn, vooruitdenken en voorzichtig zijn.

8	Cats Catering Team uit de Jacob Catsstraat verzorgt maaltijden voor ouderen. Inclusief muzikale omlijsting en een door kinderen versierde menukaart.
9	Interview met twee wijkagenten Hilversum Centrum over ondermeer de maatregelen, hoe ga je daarmee om?
10	Stilte in de Morgenster: over het wegvallen concerten in de Seinstraat, en hoe de organisatie alvast vooruitkijkt naar een extra zomerconcert in juli 2021.
11	Interview met voorganger van het Apostolisch Genootschap. Wegvallen van fysieke bijeenkomsten en de grote switch die je als kerk moet maken. Hoe bied je troost op afstand?
12	Mijn buur verdient een bloemetje: Interview met bedenker van een WhatsApp groep die buurtbewoners verbindt.

Bevindingen van het Stadspanel media

Slechts een klein deel van de respondenten (11,2%) geeft aan deze stadsbrede editie te hebben ontvangen. Dit kan samenhangen met het gebruik van Nee-Nee stickers, met gebrekkige verspreiding (de krant werd meegestuurd met de Gooi en Eembode). Ook lijkt het waarschijnlijk dat een aantal respondenten de krant wel heeft ontvangen maar over het hoofd heeft gezien. Slechts een klein deel van de respondenten (13,3 %) gaf aan de krant een meerwaarde voor Hilversum te vinden.

Opmerkingen

- Door corona liep de uitgave vertraging op en verliep de distributie moeizaam. Na bemoeienis van het team communicatie van de gemeente en het bijspringen van uitgever Enter Media is de krant samen met de Gooi en Eembode huis aan huis bezorgd;
- De redactie heeft voor deze stadsbrede editie samengewerkt met andere wijkkranten.
- Kijk op jouw Wijk heeft in februari 2021 een nieuwe aanvraag gedaan voor een stadsbrede editie (aanvraag 20). Deze aanvraag is geweigerd. Mede door de resultaten van de bovenstaande enquête is het oordeel dat de stadsbrede editie geen versterking is van de Hilversumse lokale media.

Aanvraag 6, door Events in Business

medium: [Coronaproof on Stage in De Vorstin](#)

verleend op 9 juni 2020

gerealiseerd op 1 juli 2020

Inhoud aanvraag

Het Hilversumse bedrijf Events in Business heeft op 12 mei 2020 een subsidie aangevraagd van € 22.250 voor een mediaproject waarbij eindmusicals van basisscholen zouden worden uitgevoerd en via een meercamera-registratie zouden worden opgenomen in De Vorstin. Omwille van de privacy stelt het project bijzondere eisen aan de distributie; niet alle ouders stemmen ermee in dat hun kind voor iedereen zichtbaar is. Het bijzondere aan het project is dat de musicals zonder dit project vanwege de coronabeperkingen zouden zijn afgeblazen; uitvoering met publiek was immers onmogelijk.

Uitvoering

school	wijk	musical	opnamedatum
Wilhelminaschool	Zuidoost	Film: Hotel Hillywood	15, 16, 17, 22 juni 2020
Violenschool	Zuid	De Diamantroof	19 juni 2020
Titus Brandsmaschool	Noordoost	De Feestplaneet	19 juni 2020
De Wilgetoren	Oost	Het Dak Eraf (2 groepen)	23 juni 2020
Fabritiussschool	Zuidoost	Van AA naar BB	25 juni 2020

De Sterrenwachter	Hilversumse Meent	Corona de musical	25 juni 2020
Elckerlycschool	Zuid	Jungle Beat	26 juni 2020
Jan van Rijckenborghschool	Noordoost	Het vreemde, misschien wel waargebeurde verhaal van Co en Vid	26 juni 2020
De Gooische Daltonschool	Hilversumse Meent	Jungle Beat	26 juni 2020
Montessorischool- Zuid	Zuid	De beer is los	29 juni 2020
De Groen van Prinstererschool	(Katwijk)	De Diamantroof	30 juni 2020
Montessorischool- Centrum	Centrum	Op een onbewoond eiland	1 juli 2020

opbrengst

De aanvrager heeft samengewerkt met de organisatie Heel Hilversum Helpt, De Vorstin, Hof Broadcast Services, Metropole Orkest, Beeld en Geluid, FC Klap, NH Gooi en NH Nieuws. Het project verkreeg landelijke bekendheid door een item in het NOS Journaal. Een korte reportage werd uitgezonden op NH Nieuws.

bevindingen Stadspanel media

Een relatief groot aantal respondenten (56,7%) vindt het project Coronaproof on Stage gezien de beperkingen door corona een meerwaarde voor Hilversum. Ongeveer de helft (55,7%) is er voorstander van dat het project ook na corona aan de Hilversumse basisscholen wordt aangeboden. Een groot deel (78%) is er voorstander van dat dit project ook in het schooljaar 2020-2021 doorgang vindt.

opmerking

Over deze aanvraag ontstond veel discussie. Het betreft lokale media maar geen nieuwsgaring, en het project sloot naar het gevoel niet goed aan bij de intentie van de subsidieregeling. Naar aanleiding hiervan is de regeling op 23 juni 2020 aangepast. De koppeling met nieuwsgaring is in de laatste versie van de regeling geborgd, ook is daarin een hardheidsclausule opgenomen. Wel is deze aanvraag verleend, omdat deze voldoet aan het (toenmalig) afwegingskader. Een nieuwe aanvraag voor dit project (aanvraag 21) volgde een jaar later. Deze aanvraag is geweigerd.

Aanvraag 12, door Talk Radio: de 100 van Hilversum
medium: Podcast / Online Radio
verleend op 22 september 2020
verwachte release: juni 2021

Inhoud aanvraag

Talk Radio heeft op 18 mei 2020 een subsidie aangevraagd van € 17.500 voor het project 'De 100 van Hilversum'. Talk Radio wil 100 zeer uiteenlopende Hilversummers met elkaar in gesprek brengen vanuit de vragen: Wie ben je? Wat wil je? Wat heb je nodig? Hoe kun je helpen? De gesprekken gaan over verleden, heden en toekomst en worden verwerkt tot inspirerende podcasts. Als mogelijke samenwerkingspartners worden genoemd: Versa welzijn, ROC Hilversum, de lokale horeca, Hilverzorg, zelfstandige mediamakers op het Mediapark, Gooi en Eembode, NH Gooi, Gooi en Eemlander, Hilversum Marketing en verschillende buurtverenigingen. De aanvrager dekt zelf de personele inzet t.b.v. het station.

De aanvraag is verleend, het project start in juni 2021.

Aanvraag 16, door Pakkend Media Producties: Media Foyer / Dudok Radio
medium: Online Radio
verleend op 8 december 2020
verwachte release: juni 2021

Inhoud aanvraag

Het Hilversumse bedrijf Pakkend Media Producties heeft op 28 augustus 2020 een subsidie aangevraagd van € 20.000 voor het project Media Foyer / Dudok Radio.

Dit initiatief betreft een online radiostation waarbij creatieve initiatieven van inwoners, ondernemers en verenigingen rond corona worden belicht. Het station zet in op dagelijkse live uitzendingen die ruimte bieden voor Hilversumse ondernemers, sportverenigingen, verenigingen en organisaties (sport, politiek, theater, cultuur, kunst, sociaal domein etc. Content wordt structureel betrokken uit regionale bladen, omroepen, belangenorganisaties, ondernemersverenigingen e.d. Gemaakte content wordt aangeboden als open source.

Het initiatief wordt gestart vanuit het Silverpoint gebouw tegenover het Centraal station.

De aanvraag is verleend, het project start in juni 2021.

Geweigerde aanvragen in Categorie II

nr.	aanvrager	project	Afwijzingsgrond	collegebesluit
1	Aanvrager 1	Interviews mediabedrijven	Een begroting ontbreekt, daarnaast is het initiatief niet gericht op de Hilversummer maar op de media-industrie en voldoet het niet aan het vereiste uit het afwegingskader: 'productie en distributie van lokale content'.	afgewezen, 26 mei 2020
7	Aanvrager 7	Tekst-to-speech functionaliteit	Het initiatief betreft innovatie maar er wordt geen content gecreëerd. Daarmee voldoet het niet aan het vereiste 'productie en distributie van lokale content'. Daarnaast mist het initiatief de verbinding met de behoeften die in Hilversum door de coronacrisis ontstaan.	afgewezen, 22 sept 2020
8	Aanvrager 8	Video's Hilversum op Facebook	Uit de aanvraag blijkt niet dat de video's voor de Hilversummer gemakkelijk vindbaar zullen zijn. Na gesprekken met de aanvragers kwam ook geen overtuigend plan voor het promoten van de video's. Hierdoor voldoet de aanvraag niet aan de voorwaarden.	afgewezen, 22 sept 2020
9	Aanvrager 9	Videoplatform Hilversumse verenigingen	Er zijn meerdere platforms waarbinnen het verenigingsleven inclusief coronanieuws goed kan worden ondergebracht. Ook websites van verenigingen zelf vervullen deze functie. Daarmee voldoet de aanvraag niet aan het vereiste dat het een versterking is van / een aanvulling is op het bestaand media-aanbod.	afgewezen, 22 sept 2020
10	Aanvrager 10	Hilversum Stories, stadsvlogger	De regeling biedt geen dekking voor het gevraagde bedrag. Ook zet de aanvraag onvoldoende in op vindbaarheid en promotie.	afgewezen, 22 sept 2020
11	Aanvrager 11	'Mijn Straat' -podcast door leerlingen	De aanvrager voldoet niet aan de eisen, omdat alleen rechtspersonen en natuurlijke personen met aantoonbare ervaring op het gebied van media en/of journalistiek een aanvraag kunnen indienen.	afgewezen, 10 aug 2020
13	Aanvrager 13	Participatieplatform buurten en gemeente	Dit initiatief richt zich op het vergaren van data en informatie, en betreft geen media. Daarmee voldoet de aanvraag niet aan de gestelde voorwaarden.	afgewezen, 22 sept 2020
14	Aanvrager 14	Zang-coaching	Een vereiste is dat het initiatief zich richt op de productie en distributie van lokale content. Dit initiatief richt zich op vocaal coaching en muziek, waardoor het niet aan de voorwaarden voldoet.	afgewezen, 10 aug 2020
15	Aanvrager 15	Platform 035 met alle Hilversumse video's	Het budget beidt geen dekking voor het aangevraagde bedrag. Daarmee voldoet de aanvraag niet aan de voorwaarden.	afgewezen, 22 sept 2020
18	Aanvrager 7	Tekst-to-speech functionaliteit	Het initiatief betreft innovatie maar er wordt geen content gecreëerd. Daarmee voldoet het niet aan het vereiste 'productie en distributie van lokale content'. Daarnaast mist het initiatief de verbinding met de behoeften die in Hilversum door de coronacrisis ontstaan. Zie ook aanvraag 7.	afgewezen, 20 april 2021
19	Aanvrager 19	One take Away (streams cultuur)	Het project richt zich op het streamen van culturele uitingen en draagt niet bij aan de lokale nieuwsvoorziening.	afgewezen, 20 april 2021
20	Kijk op jouw Wijk	Stadsbrede corona-editie	Uit een in januari 2021 gehouden enquête blijkt dat slechts een klein deel van de respondenten (13,3%) de in oktober 2020 verschenen stadsbrede editie van Kijk op jouw Wijk beschouwt als	afgewezen, 20 april 2021

nr.	aanvrager	project	Afwijzingsgrond	collegebesluit
			een duidelijke meerwaarde voor Hilversum. Dit resultaat beschouwen wij als onvoldoende. We zien de extra editie niet als aanvulling op bestaande lokale media. De inzet van jongeren is een krachtig idee, omdat juist zij moeilijk door lokaal nieuws worden bereikt. De vraag is wel of zij de krant zelf ook zouden lezen; jongeren worden vooral bereikt via mobiele telefoons.	
21	De Radiofabriek / YPCA	Podcast Hilversum (10 afleveringen)	Het project zet niet in op promotie en vindbaarheid. Uit een enquête over de eerdere reeks podcasts (aanvraag 4) blijkt dat promotie bij dit medium erg belangrijk is. Slechts 11,5% van de respondenten bleek Podcast Hilversum te kennen, slechts 6,9% had de podcast weleens beluisterd. In de nieuwe aanvraag wordt niet op promotie en vindbaarheid ingegaan.	afgewezen, 20 april 2021
22	Events in Business	Coronaproof on stage in De Vorstin	Dit mediaproject betreft het registreren en distribueren van eindmusicals van basisscholen. Het betreft culturele uitingen en draagt niet bij aan de lokale nieuwsvoorziening. In 2020 is deze aanvraag wel verleend. De subsidieregeling is naar aanleiding van deze aanvraag aangepast. In de nieuwe versie van de regeling wordt sterk ingezet op nieuwsgaring.	afgewezen, 20 april 2021

7. Financieel

Reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)

Voor de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) is in totaal een bedrag beschikbaar van € 376.000. Op 9 september 2020 heeft de gemeenteraad middels een begrotingswijziging een bedrag van € 260.000 beschikbaar gesteld voor de uitvoering van de Subsidieregeling lokale media 2020, gedekt door een onttrekking uit de reserve Regionaal Mediacentrum. Van het beschikbare bedrag van € 260.000 is op dit moment € 135.543 besteed. Zoals weergegeven in het onderstaande overzicht is nog een bedrag beschikbaar van € 124.457.

Beschikbaar in reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)

A	Beschikbaar ten laste van de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)	€ 260.000	100 %
B	In totaal verleend tm aanvraag 23	€ 135.543	52 %
C	Beschikbaar in reserve RMC na subsidieverlening 1 t/m 23 (A minus B)	€ 124.457	48 %

Voor de reserve is nog een bedrag beschikbaar van € 116.000 zoals weergegeven in het onderstaand overzicht:

In de toekomst toe te voegen aan reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)

D	Totaal beschikbaar voor reserve Regionaal Mediacentrum (RMC)	€ 376.000
E	Beschikbaar gesteld door de raad middels begrotingswijziging op 9 september 2020	€ 260.000
F	In de toekomst nog toe te voegen aan de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) (D minus E)	€ 116.000

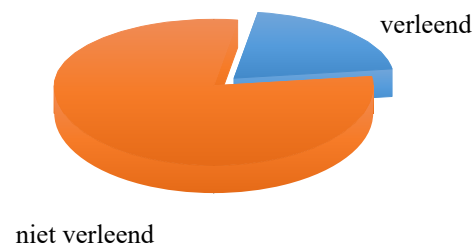
Niet aangesproken deel van het voor de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) beschikbare bedrag

G	Beschikbaar in reserve RMC na subsidieverlening 1 t/m 23 (A minus B)	€ 124.457
H	In de toekomst nog toe te voegen aan de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) (D minus E)	€ 116.000
I	Niet aangesproken deel van het voor de reserve RMC beschikbare bedrag (G plus H)	€ 240.457

Uitgaven versus aanvragen

Hieronder is weergegeven welk deel van het in totaal aangevraagde bedrag is verleend. Het gaat om ongeveer een vijfde.

		bedrag	percentage	
A	Aangevraagd totaal (zie Overzicht ontvangen aanvragen)	€ 668.519	100,0 %	
B	Verleend totaal (zie Overzicht ontvangen aanvragen)	€ 135.543	20,3 %	
C	Niet verleend (A minus B)	€ 532.976	79,7 %	



8. Inzet Stadspanel media

Om een beter inzicht te krijgen in de opbrengst van de subsidieregeling is een Stadspanel media samengesteld. De 300 respondenten uit dit panel zijn afkomstig uit het burgerpanel Hilversum. In mei 2020 hebben zij tijdens een burgerpeiling over lokale media desgevraagd aangegeven te willen meedenken over nieuwe lokale media-initiatieven.

De enquêtes zijn uitgevoerd in de periode van januari tot en met maart 2021, en waren gericht op de drie gerealiseerde projecten uit Categorie II: Podcast Hilversum (aanvraag 4), Kijk op jouw Wijk Extra (aanvraag 5) en Coronaproof on Stage (aanvraag 6). Twee projecten zijn nog niet aan het Stadspanel voorgelegd omdat ze nog niet zijn gestart: De 100 van Hilversum (aanvraag 12), en Media Foyer/Dudok Radio (aanvraag 16).

nr.	aanvrager	project	Bevindingen Stadspanel media
4	De Radiofabriek/YPCA	Podcast Hilversum (10 afleveringen)	• 11,5 % van de respondenten had voor de enquête al van Podcast Hilversum gehoord • 31,8 % had een <i>positieve eerste indruk</i> van Podcast Hilversum • 32,9 % had een <i>negatieve eerste indruk</i> van Podcast Hilversum • 41,4 % vindt Podcast Hilversum <i>een meerwaarde</i> voor Hilversum • 21,8 % vindt Podcast Hilversum <i>geen meerwaarde</i> voor Hilversum • 47,1 % vindt het <i>een goed idee</i> als de reeks in de toekomst wordt voortgezet • 18,4 % vindt het <i>geen goed idee</i> als de reeks in de toekomst wordt voortgezet NB: -Het medium podcast is met name populair is onder jongeren. Deze groep is niet in het panel vertegenwoordigd; slechts één van de respondenten was jonger dan 31 jaar. -Aan deze enquête deden 105 respondenten mee. De respons is ongewogen weergegeven. Meer gegevens staan in bijlage 3.
5	Kijk op jouw Wijk	Stadsbrede corona-editie	• 14,5 % van de respondenten was bekend met de stadsbrede corona-editie • 11,2 % had de corona-editie <i>per post ontvangen</i> • 13,3 % vindt deze editie <i>een meerwaarde</i> voor Hilversum • 15 % vindt deze editie <i>geen meerwaarde</i> voor Hilversum • 30,6 % vindt het <i>een goed idee</i> als de editie meerdere keren per jaar zou verschijnen • 24,3% vindt het <i>misschien een goed idee</i> als de editie meerdere keren per jaar zou verschijnen NB: -De Kijk op jouw Wijk Extra is huis-aan-huis bezorgd, tegelijk met de Gooi en Eembode. Meerdere huishoudens blijken de krant niet te hebben ontvangen. -Aan deze enquête deden 197 respondenten mee. De respons is ongewogen weergegeven. Meer gegevens staan in bijlage 3.
6	Events in Business	Coronaproof on stage in De Vorstin	• 14,4 % van de respondenten was op de hoogte van Coronaproof on Stage voor de enquête werd gehouden

nr.	aanvrager	project	Bevindingen Stadspanel media
			• 56,7 % vindt Coronaproof on Stage gezien de corona-beperkingen <i>een meerwaarde</i> voor Hilversum • 8,3 % vindt het project gezien de corona-beperkingen <i>een beetje / misschien een meerwaarde</i> voor Hilversum • 78 % is er <i>voorstander van</i> dat dit project dit schooljaar als gevolg van corona opnieuw doorgang zou vinden • 2,1 % is er <i>geen voorstander van</i> dat dit project dit schooljaar als gevolg van corona opnieuw doorgang zou vinden • 55,7 % is er <i>voorstander van</i> dat dit project ook na corona jaarlijks aan Hilversumse basisscholen wordt aangeboden • 16,5 % is er <i>geen voorstander van</i> dat dit project ook na corona jaarlijks aan Hilversumse basisscholen wordt aangeboden NB: -Aan deze enquête deden 111 respondenten mee. De respons is ongewogen weergegeven. Meer gegevens staan in bijlage 3.
12	Mooie Gesprekken	De 100 van Hilversum	Enquête volgt na de start van het project.
16	Pakkend Media Producties	Media Foyer / Dudok Radio	Enquête volgt na de start van het project.

Een meer uitgebreide weergave staat in bijlage 3.

9. Samenvattende conclusie

Met de Subsidieregeling lokale media 2020 is een jaar lang ingezet op het behoud van de Hilversumse lokale media en journalistiek, met de gevolgen van corona in gedachten. Vanuit de regeling hebben we na de start van de pandemie twee bedreigde lokale media kunnen ondersteunen. Daarnaast hebben we vijf nieuwe initiatieven ondersteund die het lokale media aanbod versterken. Deze laatste ondersteuning sluit het best aan bij de oorspronkelijke doelstelling van de regeling. Van deze vijf projecten starten er twee in de komende maanden, drie projecten zijn inmiddels afgerond. Gezien het feit dat het ontwikkelen van een format een ingewikkelde en tijdrovende bezigheid is, is deze opbrengst hoog te noemen.

Vijf nieuwe projecten

Podcast Hilversum is voor zover we kunnen nagaan de eerste stadspodcast van Nederland. Hierin zijn wordt de veelzijdigheid van het dorp / de stad Hilversum belicht. Een stadsbrede editie van wijkkrant Kijk op jouw Wijk, waarmee de makers bewezen hebben dat het nieuws van de hoek van de straat kan worden verspreid in heel Hilversum. Het project Coronaproof on Stage, waarbij musicals van basisschoolleerlingen die anders niet waren uitgevoerd, nu voor leerlingen, ouders en vrienden permanent online beschikbaar zijn. Twee nieuwe projecten volgen nog in juni 2021: radiostation Dudok Radio start vanaf een locatie tegenover het Centraal station. Zowel scholieren als jong talent worden daar ingezet om het nieuws en het gesprek van de dag Hilversum-kundig te maken. Daarnaast is er de Talk Radio variant 'De 100 van Hilversum' waarbij de meest uiteenlopende Hilversummers op een spannende manier met elkaar in gesprek gaan.

De Hilversumse initiatiefnemers zetten sterk in op samenwerking, zowel onderling als met organisaties en bewoners. Dit is opvallend omdat in het verleden samenwerking tussen makers van lokale media maar moeilijk van de grond kwam. Ook valt op dat bij de initiatieven jongeren en jong talent worden betrokken. Het is niet onmogelijk dat enkele van de nieuwe projecten in de toekomst een vast onderdeel vormen van het Hilversums aanbod aan lokale media.

Er zijn ook kanttekeningen. Zo is het cofinancieren van projecten slechts ten dele gelukt. Gezien de onzekere economische situatie door corona is dat niet vreemd. Daarnaast is er de scope van de content. Waar het gaat om ondersteuning willen we heldere kaders stellen, tegelijkertijd willen we niet sturen op journalistieke inhoud. Het beperken van de inzet tot (onderzoeks) journalistiek is een legitieme keuze, maar het gevolg is dat veel media-uitingen buiten boord vallen. In dat verband valt op dat vrijwel alle media-platforms, magazines en zenders juist inzetten op een mix verschillende soorten content. Tenslotte is er de meer algemene kwestie van promotie en bereik. Hoe zorgen we ervoor dat nieuwe, maar ook bestaande initiatieven een zo groot mogelijk Hilversums publiek bereiken?

Het afgelopen jaar is duidelijk geworden dat er in Hilversum waar het lokale media betreft verrassend veel ideeën zijn, en veel kennis en kunde is om deze ideeën goed vorm te geven en de juiste spirit is om de initiatieven gezamenlijk te ontwikkelen. Aanbevelingen van een vervolg zijn: een sterke inzet op cofinanciering, scherp afbakenen van gewenste content met borging van redactionele en journalistieke vrijheid, en het inzetten van een meer programmatisch instrument om ten eerste versnippering te voorkomen en ten tweede structureel in te zetten op een goed bereik van nieuwe initiatieven.

Bijlagen

1. Motie M18-109, Wethoudersbrief 8 juli 2019
2. Subsidieregeling lokale media 2020
3. Enquête Stadspanel media