

Raadsinformatiebrief

Van	Burgemeester en Wethouder/Burgemeester	Zaak nr.	761064
Aan	Gemeenteraad	RIB nr.	2021 - 45
Portefeuillehouder	G. Kuipers	Datum	21 mei 2021
Informatie bij	René Pauw	Tel. nr.	(035) 629 2675

Onderwerp

Intrekken Subsidieregeling lokale media 2020 en Toekomstplan lokale media en journalistiek.

Kernboodschap

Een jaar geleden is de Subsidieregeling lokale media 2020 versneld ingevoerd om de lokale media in de beginperiode van de crisistijd te ondersteunen. Zoals is afgesproken in de commissie van 16 april 2020 hebben we de regeling ingetrokken op 19 mei 2021, na een periode van een jaar. Voorafgaand daaraan hebben we de evaluatie van de regeling vastgesteld.

Het verlenen van steun in verband met corona vanuit deze regeling is niet langer nodig gezien de landelijke regelingen die beschikbaar zijn. De inzet op het behouden en aanvullen van lokale media blijft wel nodig. Dit zal in de toekomst op een meer gecoördineerde wijze plaatsvinden via het Toekomstplan lokale media en journalistiek. Voor de ontwikkeling daarvan hebben wij een bedrag van € 9.000 beschikbaar gesteld. Dit Toekomstplan zal worden voorgelegd aan de commissie van september ter advisering aan het college. De subsidieregeling en het Toekomstplan geven invulling aan motie [M18-109](#).

Aanleiding

- In motie [M18-109](#) aangenomen op 12 december 2018, worden wij verzocht een onafhankelijk Hilversums mediafonds op te zetten, gericht op het behoud van lokale/regionale media en journalistiek. Het fonds moet conform motie de bevoegdheid hebben projectmatig subsidies toe te kennen ter bevordering van Lokale en Regionale onderzoeksjournalistiek. Dit mediafonds wordt tevens gevraagd trekker te zijn van een Toekomstplan Lokale en Regionale media en Journalistiek. Gevraagd wordt verder de voor het versterken van lokale/regionale media geoormerkte gelden aan dit fonds te doteren. Dit laatste heeft betrekking op de reserve Regionaal Mediafonds (RMC).
- Medio 2019 hebben wij besloten om in te zetten op een subsidieregeling in plaats van op een fonds. Dit als gevolg van de hoge overheadkosten die een fonds met zich mee zou brengen in relatie tot de beschikbare middelen. Zie ook de wethoudersbrief in bijlage 3.
- Het verzoek van de raad voor het opzetten van een mediafonds is daarom door ons ingevuld met de Subsidieregeling lokale media 2020, die op 8 mei 2020 van kracht is geworden en waarbij de uitvoering is aangepast op de coronacrisis.
- In de gecombineerde commissie van 16 april 2020 hebben wij toegezegd de looptijd van de subsidieregeling die op 8 mei van kracht zou worden te verkorten naar één jaar, of korter als dat mogelijk is (toezegging T20-036¹, onderdeel 4).

¹ Toezegging T 20-036:

Wethouder Scheepers zegt toe om de regeling op de volgende onderdelen aan te passen en de nieuwe regeling aan de raad toe te sturen (T20/36): 1. de behandeltermijn van 12 weken wordt verkort (artikel 5.6); 2. er wordt een nuancering aangebracht, daar waar het woord 'rechtspersonen' wordt gebruikt, waardoor helder wordt dat ook kleine zelfstandigen gebruik van de regeling kunnen maken; 3. subjectieve woorden zoals 'saamhorigheid' en 'constructief' worden verwijderd (artikel 1); 4. de werkingsduur van de regeling wordt verkort van drie jaar naar één jaar, of korter als dat mogelijk is (artikel 2.1); 5. artikel 4.1 (volgorde van indienen) wordt aangepast, zodat helder is dat niet de eerste aanvrager alle middelen kan gebruiken maar er rekening wordt gehouden met toekomstige aanvragen.

- Op 23 juni 2020 is de op 8 mei van kracht geworden vigerende subsidieregeling aangepast, omdat het college de subsidie onvoldoende gericht vond op het stimuleren van de activiteit “nieuwsgaring”. In de nieuwe versie van de regeling (23 juni 2020) zijn daarom de criteria aangepast. Daardoor werd de subsidie enkel nog toegekend wanneer er sprake was van de activiteit “nieuwsgaring”. Tevens werd een hardheidsclausule opgenomen. Dit stelde ons in staat een besluit te nemen dat afweek van de beoordeling op grond van de Afwegingskaders.
- Met de op 23 juni 2020 aangepaste regeling werden de volgende twee zaken beoogd. Ten eerste het bestaande lokale media aanbod in stand houden dat dreigde te verdwijnen als gevolg van de coronacrisis. Ten tweede de lokale nieuwsvoorziening versterken of aanvullen met nieuwe projecten. Eén van de voorwaarden aan de projecten was dat deze zouden aansluiten bij de behoeften die door de coronacrisis zijn ontstaan.
- Op 9 september 2020 heeft de gemeenteraad middels een begrotingswijziging een bedrag van € 260.000 beschikbaar gesteld voor de uitvoering van de regeling, gedekt door een onttrekking uit de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC).
- Motie M18-109 is op dit moment deels uitgevoerd. Wat resteert is de formulering en uitvoering van een Toekomstplan Lokale en Regionale media, waarvan het Mediafonds een onderdeel vormt.

Evaluatie Subsidieregeling lokale media 2020

Vanuit de regeling zijn in de beginperiode van de pandemie twee bedreigde lokale media ondersteund. Van de vijf nieuwe initiatieven die met de regeling zijn ondersteund zijn er inmiddels drie afgerond, twee projecten starten de komende maanden.

Voor wat betreft de nieuwe initiatieven is gebleken dat in Hilversum veel nieuwe ideeën leven over het uitbreiden van lokale media. Opvallend is dat nieuwe formats zijn ontwikkeld en dat de initiatiefnemers sterk hebben ingezet op samenwerking, zowel onderling als met organisaties en bewoners. Naast deze opbrengst zijn er ook kanttekeningen. Zo is de cofinanciering van projecten slechts ten dele gelukt, en heeft het beoordelen van aanvragen met betrekking tot content veel aandacht en tijd gekost. Er was wat dat betreft behoefte aan scherpere kaders, anderzijds willen we als gemeente zo min mogelijk bepalend zijn waar het de inhoud betreft. Tenslotte is er de kwestie van promotie en bereik die ook bij bestaande lokale media speelt. Hoe garanderen we dat nieuwe lokale media initiatieven een zo groot mogelijk Hilversums publiek bereiken?

Het bovenstaande wordt meegenomen bij de ontwikkeling van het Toekomstplan.

Toekomstplan lokale media en journalistiek

Het Toekomstplan wordt ontwikkeld op basis van de onderstaande vertrekpunten. Deze zijn gebaseerd op motie [M18-109](#), de op 8 juli 2019 verzonden wethoudersbrief (bijlage 3), de opbrengst van en ervaring met de Subsidieregeling lokale media 2020 (bijlage 1), en diverse onderzoeken, waaronder het [Digital News Report 2020](#), uitgevoerd door Reuters Institute for the Study of Journalism en het Commissariaat voor de Media.

1. Het Toekomstplan beschrijft een programma waarmee diverse partijen de komende drie jaar zichtbaar en gecoördineerd inzetten op Hilversumse lokale media en journalistiek. Het programma is gericht op het behoud en de versterking van de Hilversumse lokale media gezien het belang daarvan voor de lokale democratie en maatschappelijke betrokkenheid. Het programma ondersteunt bestaande en nieuwe mediaprojecten die bijdragen aan het hierboven omschreven maatschappelijk doel.
2. In september 2021 zal aan de raad worden voorgesteld om de beschikbare middelen Regionaal Media Centrum (RMC), zijnde € 124.457,- aan te wenden voor de uitvoering van het Toekomstplan. Tevens zal worden voorgesteld om het restant van de reserve Regionaal Media Centrum (RMC) van € 116.000 beschikbaar te houden voor een eventuele onttrekking in een later stadium. Uitgangspunt is dat de som

van deze bedragen dekking bieden voor uitvoering van het Toekomstplan / het programma voor een periode van drie jaar.

3. De gemeente is eigenaar en aanjager van het programma en stuurt op uitvoering door mediapartijen die zich aan het programma verbinden. De gemeente (co)financiert het programma vanuit het mediafonds/de reserve Regionaal Media Centrum (RMC).
4. Bij de vormgeving van het programma worden externe partijen betrokken, zoals mogelijk: NH Media, Beeld en Geluid, de Gooi en Eembode, de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ), de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ).
5. Het programma wordt voor wat betreft de inhoud gebaseerd op resultaten van nieuw en bestaand onderzoek naar de effectiviteit en het bereik van lokale media, op de inzet van lokale media partijen die in Hilversum actief zijn, op de opbrengst van de Subsidieregeling lokale media 2020 en op journalistieke expertise van binnen en buiten Hilversum.
6. Voor de sturing van het programma wordt een taskforce samengesteld, waarin journalistieke expertise is vertegenwoordigd. Een van de taken van de taskforce is het borgen van journalistieke onafhankelijkheid en het voorkomen van gemeentelijke en politieke inmenging in de berichtgeving die direct of indirect uit het programma voortkomt.
7. Het programma zet in op het actief betrekken van de Hilversummers en hun netwerken bij de uitvoering van projecten, inclusief netwerken van jongeren en netwerken van Hilversummers met een niet-westerse achtergrond. Uit onderzoek, waaronder het [Digital News Report 2020](#) blijkt dat deze beide groepen door lokaal nieuws slecht wordt bereikt. Dit wordt gezien als een belangrijke bedreiging voor het voortbestaan van lokale media en journalistiek.
8. De invloed van datagedreven ontwikkelingen op nieuws is groot, getuige de invloed van filtering door algoritmen bij het non-lineair media-aanbod, maar ook de invloed van datamining en zoek-algoritmen op de journalistiek en de gerichte verspreiding van nepnieuws. Het programma zet daarom in op bewustwording en handelingsperspectief via een programmalijn mediawijsheid.
9. Het programma stimuleert zichtbaarheid van de eruit voortkomende lokale media-uitingen en zet in op vindbaarheid van deze uitingen door Hilversummers. Het programma is transparant en de inzichten zijn beschikbaar als open source, wat (regio) gemeenten de kans biedt onderdelen in te zetten ter versterking van de eigen lokale media.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris,

de burgemeester,

D. Emmer

K.J. Walters, l.b.

Bijlagen:

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

Deze raadsinformatiebrief is digitaal beschikbaar op [internet](#) onder “Vergaderstukken”, B&W-vergadering van 18 mei 2021.

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:

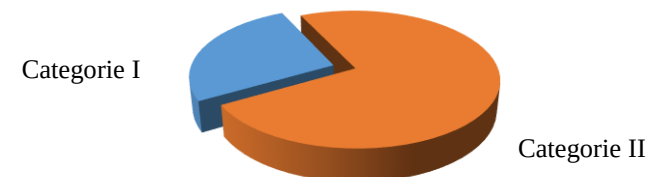
Categorie		totaal verleend per Categorie	verhouding	
I	In stand houden bestaand aanbod	€ 54.958	40,2 %	
II	Versterken bestaand aanbod	€ 81.585	59,8 %	



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:

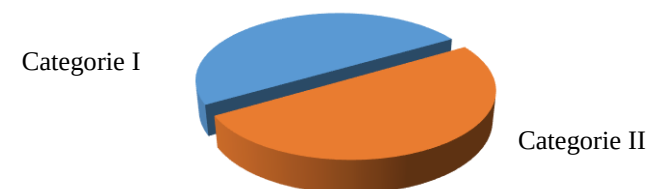
	aantal ontvangen aanvragen	percentage	
Categorie I	4 aanvragen (aanvragen 2, 3, 17, 23)	17 %	
Categorie II	19 aanvragen (aanvragen 1, 4 tm 16, 18 tm 22)	83 %	



Verhouding tussen et aantal verleende en geweigerde aanvragen in Categorie I

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

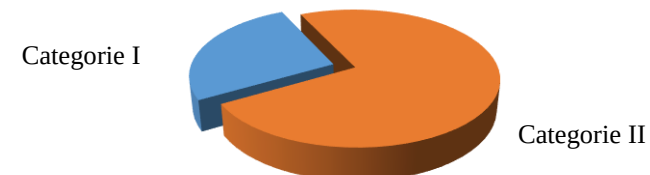
	aantal aanvragen verleend / geweigerd Categorie I	percentage	
Verleend	2 aanvragen (aanvragen 2 en 3)	50 %	
Geweigerd	2 aanvragen (aanvragen 17 en 23)	50 %	



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>

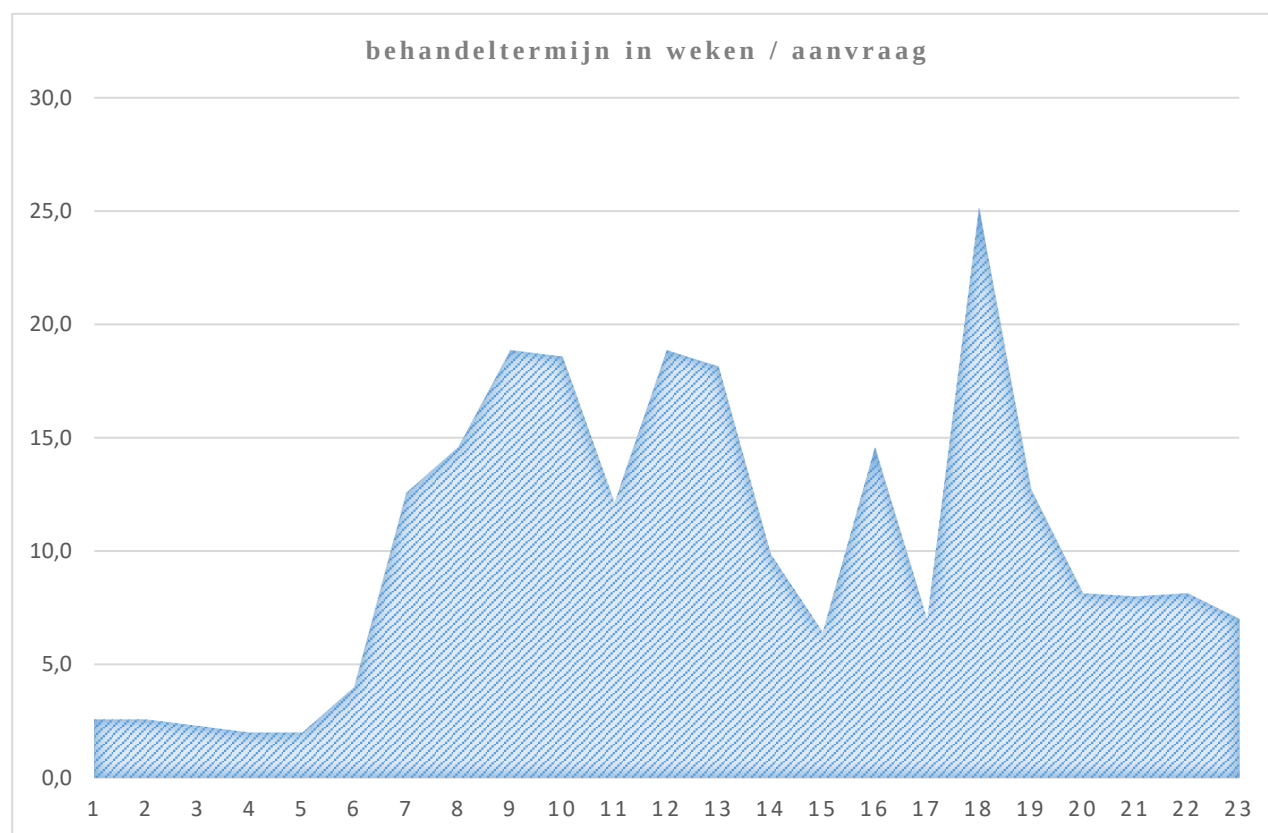
Categorie	Nr.	Gewicht	Onderdeel, toepassing bij beoordeling en verbeterpunten
			Aanvragers hebben hierop aan de voorkant goed ingezet, met name aanvragen 4, 6, 12, 13, 15, 16 en 18. In de praktijk blijkt echter dat het ontwikkelen van verdienmodellen en het zoeken naar cofinanciering in dit eerste coronajaar 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, stadsvlogger			€ 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 golftoernooien. 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

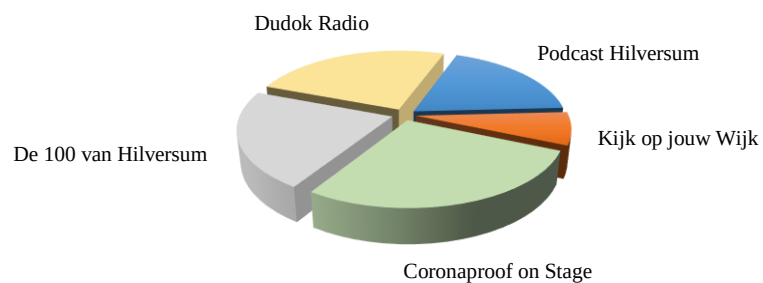
Het verschil tussen de verwachte inkomsten en de gemiddelde inkomsten in de twee peer-periods was hoger dan 20%. Echter, sinds steun- en herstelpakketten voorhanden zijn beoordelen we de aanvragen in Categorie I strenger. Bovendien zijn we hogere eisen gaan stellen aan de hoeveelheid op Hilversum gerichte 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 verdienmodellen 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 maskers 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 Daltonschoon	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 biedt 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

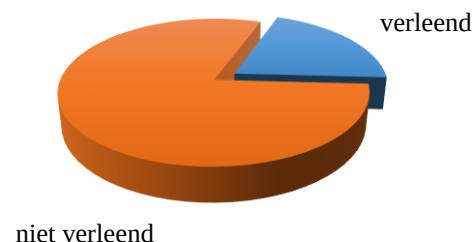
Niet aangesproken deel van het voor de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) beschikbare bedrag

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. Enquêtes Stadspanel media, april 2021



M18/?

HILVERSOMS MEDIAFONDS

De raad van de gemeente Hilversum, in vergadering bijeen op,

Overwegende,

- dat lokale en regionale journalistiek essentieel zijn voor een gezonde democratie en daarmee van publiek -algemeen- belang;
- dat de business case van lokale en regionale media onder druk staat, ook in Hilversum en haar omgeving;
- dat in de commissievergadering over de lokale omroep-licentie bleek dat er een bedrag van minimaal 375.000 beschikbaar is, geoormerkt voor het versterken van lokale en regionale media;
- dat een van de grote vraagstukken is hoe we dergelijke gelden kunnen inzetten, zonder de bestaande (commerciele) lokale en regionale media in de problemen te brengen.

Voorts overwegende,

- dat er door verschillende lokale en regionale overheden met dit vraagstuk wordt geëxperimenteerd, bijvoorbeeld door het oprichten van lokale/regionale mediafondsen om kwalitatieve onafhankelijke (onderzoeks)journalistiek te versterken;
- dat ook de provincie Noord-Holland wil onderzoeken op welke manieren zij kunnen bijdragen aan het versterken van de regionale journalistiek in de provincie;
- dat het past bij het profiel van 'de Mediastad' en haar 'Mediaburgemeester' om in deze discussie een voortrekkersrol te spelen.

Verzoekt het college,

- een onafhankelijk Hilversums mediafonds op te zetten, dat zich richt op de opgave om lokale/regionale media en journalistiek voor Hilversum te behouden;
- dit mediafonds te vragen om de trekker te zijn van een toekomstplan Lokale en Regionale media en Journalistiek', alsmede het kunnen verstrekken van projectmatige subsidies voor lokale (onderzoeks)journalistiek;
- de voor het versterken van lokale/regionale media geoormerkte gelden aan dit fonds te doteren;

en gaat over tot de orde van de dag.

Frits Vogel
VVD Hilversum

Aan leden van de Gemeenteraad en commissieleden
cc. college van B&W
cc. pers

BEZOEKADRES:
RAADHUIS
DUDOKPARK 1
TELEFOONNUMMER 14035
WWW.HILVERSUM.NL

DATUM 8 juli 2019
ONS KENMERK 560743
BEHANDELD DOOR René Pauw
TELEFOON (035) 629 2675
BIJLAGEN motie M18/109 - Hilversums Mediafonds
BETREFT subsidieregeling innovatieve lokale journalistiek

Geachte dames en heren,

Wij zijn voornemens dit najaar te starten met de subsidieregeling innovatieve lokale journalistiek. Deze regeling heeft tot doel ondersteuning te bieden aan lokale journalistieke uitzendingen met een innovatief karakter, gericht op versterking van de kwaliteit van lokale media. Met de regeling willen we de lokale journalistiek een impuls geven en initiatieven ondersteunen die aansluiten bij de mediabeleving van vandaag.

Achtergrond

De subsidieregeling is mogelijk gemaakt door motie M18/109 die op 12 december 2018 door de gemeenteraad is aangenomen. Deze motie zet in op het omzetten van de reserve Reserve Regionaal Mediacentrum in een onafhankelijk mediafonds, gericht op het behoud van lokale/regionale journalistiek. In de afgelopen maanden hebben wij ons georiënteerd op de inrichting van een dergelijk fonds en overleg gevoerd met diverse media partijen.

Vanuit diverse lokale partijen is enthousiast gereageerd. Tegelijkertijd is het beeld bij bestedingen uit het fonds verschillend. Dit varieert van het bijdragen aan eenmalige projecten tot aan het bijdragen van infrastructuur. Van het stimuleren van samenwerkingsverbanden tot het inzetten op nieuwe media.

Omdat het gaat om een begrensd bedrag is een onafhankelijk mediafonds een te zwaar instrument. Een fonds vraagt om eigenstandig bestuur, eigen administratie, etc., hetgeen leidt tot te zware overheadkosten ten opzichte van de grootte van het fonds. In overleg met de indiener van de motie zal ik uw raad -na tussenkomst van het college- daarom voorstellen de motie in te vullen middels een subsidieregeling. Deze regeling wordt dit najaar voorgesteld aan de commissie Economie en bestuur voor advies aan de raad.

Afwegingskader

Het voorstel zal een afwegingskader bevatten dat is gebaseerd op de bovengenoemde motie en de innovatieve kracht van Hilversum als Mediastad. De uitgangspunten van het afwegingskader:

- De regeling is bedoeld voor media informatie met een maatschappelijke informatieve en/of belevingsgerichte onafhankelijke doelstelling. Ook is er sprake van een actieve verbinding met maatschappelijke partijen (scholen, culturele en/sport instellingen, etc.);
- De regeling is bedoeld ter ondersteuning van partijen die uitzendingen maken (content) én uitzenden (distributie). Daarbij kan het gaan om zowel publieke als commerciële organisaties, maar ook om een samenwerkingsverband tussen beide;
- De regeling kan traditionele media als radio en tv ondersteunen, maar de focus ligt op digitale media en platforms. Bij toekenning wordt relatief sterk ingezet op een jonge generatie makers;
- Aan de ondersteuning van een initiatief dragen meerdere partijen bij;
- De regeling is gericht op initiatieven waaruit uitzendingen voortkomen die levensvatbaar zijn en niet financieel afhankelijk zullen blijven van ondersteuning vanuit deze regeling;

- De initiatieven zetten in op innovatie, samenwerking en de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen, zoals passend bij de ontwikkelingen in Hilversum als Mediastad;
- De initiatieven worden beoordeeld op de mate waarin publieke en commerciële partijen in samenwerkingsmodellen de lokale media kunnen versterken;
- De uitzendingen zijn in eerste instantie gericht op Hilversum en bevatten journalistieke content die relevant is voor de Hilversums gemeenschap. Daarnaast kunnen uitzendingen gericht zijn op de regio, aangezien daarmee het bereik wordt vergroot. Dit verbetert de kans op levensvatbaarheid van het initiatief;
- De uitzendingen bieden een fundamentele en structurele kwalitatieve impuls voor de lokale journalistiek, en zetten in op de samenbindende functie van de journalistiek;
- De initiatieven bieden ruimte voor talentontwikkeling van een jonge generatie makers, die mogelijk doorstromen naar landelijke media organisaties;
- De uitzendingen worden door de makers dusdanig gepresenteerd en gepromoot dat ze voor de Hilversummer (en inwoners van de regio) gemakkelijk te vinden zijn. Het bereik van de uitzendingen is te meten in aantallen kijkers / luisteraars / gebruikers.

Tot slot

Voor deze subsidieregeling is een bedrag beschikbaar van maximaal € 375.000. Gelet op het doel is dit bedrag beperkt. Wij willen het de regeling dan ook tevens gebruiken als een hefboom naar verduurzaming van de inzet.

Daarnaast kan de regeling een mooie opstap zijn om te komen tot meer robuuste maatregelen. Om dit mogelijk te maken ga ik het gesprek aan met de lokale media zelf, de regiogemeenten, en betrokken fondsen en organisaties, waaronder het Commissariaat voor de Media. Ook blijven wij inzetten op intensivering van de samenwerking tussen partijen die actief zijn binnen de lokale media, waaronder de NLPO. Bij succesvolle initiatieven zal de gemeente op zoek gaan naar aanvullende financiering.

Het spreekt voor zich dat bij beslissingen rond de toekenning van subsidie externe partijen en externe toetsing wordt betrokken. Binnen een jaar na de start van de subsidieregeling vindt een evaluatie plaats waarvan de resultaten worden gedeeld met de gemeenteraad.

Ik vertrouw erop u hiermee voor dit moment voldoende te hebben geïnformeerd. In het najaar gaan wij met elkaar in gesprek over een definitief voorstel rond deze subsidieregeling en de kaderstelling die daarbij hoort.

Hoogachtend,

Wimar Jaeger
Wethouder Economie & Media

Bijlage 2:

Subsidieregeling lokale media 2020

Wettelijke grondslag(en) of bevoegdheid waarop de regeling is gebaseerd:

- Titel 4.2, titel 4.4 en paragraaf 4.1.3.2 Algemene wet bestuursrecht
- Algemene Subsidieverordening Hilversum 2011
- Subsidieregeling gemeente Hilversum 2017

Gelet op:

- Motie M18/109, aangenomen door uw raad op 12 december 2018
- RIB 72-2015, Regionaal Media Centrum

Datum inwerkingtreding: één dag na bekendmaking

Besluit college: 23 juni 2020

Tekst van de regeling

Preambule

Met de Subsidieregeling lokale media 2020 wil ons college twee zaken bereiken.

Ten eerste wil zij het bestaande lokale media aanbod in stand houden dat dreigt te verdwijnen als gevolg van de coronacrisis. Deze media zijn belangrijk voor de lokale democratie. Ze nemen in tijden van crisis een cruciale positie in, en worden op dit moment geconfronteerd met een grote terugval in inkomsten.

Op dit moment wordt gewerkt aan landelijke regelingen ter compensatie van de gevolgen van de coronacrisis. We volgen deze ontwikkelingen en passen de voorliggende regeling daarop aan wanneer daar aanleiding toe is. De aanpassing kan betrekking hebben op zowel de duur van deze regeling als op de hoogte van de ondersteuning.

Ten tweede wil het college de lokale nieuwsvoorziening versterken of aanvullen, door projecten te ondersteunen die aansluiten bij de behoeften die in Hilversum door de coronacrisis ontstaan.

Analoog aan de twee genoemde doelen zijn aanvragen in twee categorieën mogelijk:

Categorie I gericht op het in stand houden van het bestaand aanbod lokale media

Categorie II gericht op het versterken van het aanbod lokale media

Om snel te kunnen inspelen op de nieuwe uitdagingen kiezen we ervoor de binnenkomende aanvragen niet door een extern orgaan te laten toetsen. In plaats daarvan vindt de toetsing intern plaats, wat resulteert in een advies aan ons college dat daarna op de aanvragen beslist.

Deze subsidieregeling is bedoeld voor professionele organisaties en personen op het gebied van media en journalistiek.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,

April 2020

Hoofdstuk 1 - Algemene bepalingen

Artikel 1 Begripsbepaling

Indiener	De rechtspersoon of natuurlijke persoon die de aanvraag indient. Deze heeft aantoonbare ervaring op het gebied van media en/of journalistiek.
Lokale media	Het geheel van professionele media uitingen die betrekking hebben op Hilversum.
Categorie I: in stand houden bestaand aanbod	De categorie bedoeld voor aanvragen gericht op het in stand houden van het bestaand lokale media aanbod. De gevraagde bijdrage is noodzakelijk voor het voortzetten van de professionele activiteiten van de aanvrager op het gebied van de lokale nieuwsvoorziening, en is aantoonbaar een direct gevolg van de coronacrisis.
Categorie II: versterken bestaand aanbod	De categorie bedoeld voor aanvragen die zijn gericht op het versterken van het lokale media aanbod. Het project waarvoor een bijdrage wordt aangevraagd versterkt het aanbod of vult dit aan, waarbij sterk rekening gehouden wordt met behoeften die voortkomen uit de coronacrisis. Denk daarbij aan de inzet van media zoals tekst, audio, video en apps om bewoners, bedrijven en organisaties te verbinden, informatie en ideeën te delen en innovatie te stimuleren.
Afwegingskader	Het geheel aan uitgangspunten dat dient als instrument om de aanvragen te beoordelen.

Hoofdstuk 2 - Periode waarin deze regeling van kracht is

Artikel 2.1

De regeling wordt aangepast als de coronacrisis naar oordeel van het college voorbij is. Zij heeft een looptijd van maximaal drie jaar.

Artikel 2.2

De regeling is van kracht vanaf de inwerkingtreding tot het moment waarop de reserve Regionaal Media Centrum is besteed.

Artikel 2.3

Indien de landelijke regelingen ter ondersteuning van bedrijven als gevolg van de coronacrisis aflopen voordat de reserve Regionaal Media Centrum is uitgeput, kan het college besluiten de ondersteuning uit Categorie I van deze regeling voortijdig te beëindigen.

Hoofdstuk 3 - Verdeling van het budget

Artikel 3.1

Bij het ingaan van de regeling is vanuit de reserve Regionaal Media Centrum een eenmalig budget beschikbaar van € 176.000.

Artikel 3.2

Van het onder 3.1 genoemde budget is € 132.000 (75%) bestemd voor het honoreren van aanvragen uit Categorie I, zijnde het in stand houden van bestaand aanbod.

Artikel 3.3

Van het onder 3.1 genoemde bedrag is € 44.000 (25%) bestemd voor het honoreren van aanvragen uit Categorie II, zijnde het versterken van het bestaand aanbod.

Artikel 3.4

Aan de indiener van een aanvraag wordt ten hoogste een bedrag van € 100.000 toegekend per kalenderjaar.

Artikel 3.5

Aan de hand van de binnengekomen aanvragen kan het college besluiten van de hierboven omschreven verdeling van het budget af te wijken. Een mogelijke reden om af te wijken is het grote belang van het hoofddoel: het in stand houden van het bestaand aanbod van lokale media.

Hoofdstuk 4 - Volgorde van behandelen

Artikel 4.1

Aanvragen worden behandeld naar volgorde van indiening. Bij het behandelen wordt rekening gehouden met de nog verwachte aanvragen teneinde de beschikbare middelen zo goed mogelijk te verdelen.

Artikel 4.2

We beschouwen een aanvraag als ingediend als het bijbehorende aanvraagformulier volledig en naar waarheid is ingevuld, en aan een eventueel verzoek om aanvullende informatie naar het oordeel van het college is voldaan.

Hoofdstuk 5 - Indiening van de subsidieaanvraag

Artikel 5.1: Indiener

De subsidie kan worden aangevraagd door rechtspersonen of natuurlijke personen.

Artikel 5.2: Professionaliteit

Alleen rechtspersonen en natuurlijke personen met aantoonbare ervaring op het gebied van media en/of journalistiek kunnen een aanvraag indienen.

Artikel 5.3: Wijze van indienen

Een subsidieaanvraag wordt ingediend bij het college van B en W, via het daartoe bestemde portal en formulier op de website www.hilversum.nl. Een deugdelijke begroting van het initiatief maakt deel uit van de aanvraag.

Artikel 5.4: Indienen per categorie

Een subsidieaanvraag kan worden ingediend voor Categorie I, zijnde het in stand houden bestaand aanbod of voor Categorie II, zijnde het versterken van bestaand aanbod.

Een aanvraag kan niet worden ingediend voor beide categorieën. Wel kan een indiener twee verschillende aanvragen indienen waarvan er een betrekking heeft op Categorie I, en een betrekking heeft op Categorie II.

Artikel 5.5: Aanvullende eisen voor aanvraag Categorie I

Ondersteuning in Categorie I wordt aangevraagd voor een bepaalde periode, zijnde maximaal drie maanden.

Artikel 5.5.1

Aanvragers dienen als onderdeel van de aanvraag in Categorie I te aan te tonen dat de lokale content in de periode waarvoor een aanvraag wordt gedaan niet kan worden aangeboden zonder de gevraagde ondersteuning. Bij de onderbouwing dienen twee peer-periods te worden betrokken:

- 1) De inkomsten en uitgaven in dezelfde periode van het vorig kalenderjaar;
- 2) De inkomsten en uitgaven in de periode van gelijke lengte, voorafgaand aan 11 maart 2020, het moment waarop de uitbraak van Covid19 door gezondheidsorganisatie WHO als pandemie werd erkend.

Artikel 5.5.2

Voorwaarde voor de toekenning van ondersteuning uit Categorie I is dat de afname van inkomsten, vergeleken met de twee peer-periods, gemiddeld tenminste 20% is, en als gevolg daarvan het aanbod niet in stand gehouden kan worden.

Artikel 5.5.3

De aanvrager stemt ermee in om tijdens de periode waarin ondersteuning wordt verleend, de gemeente maandelijks te informeren over de actuele inkomsten en uitgaven. Is de afname van inkomsten minder dan de drempelwaarde genoemd in Artikel 5.5.2, dan vervalt de toekenning over deze periode en eindigt de ondersteuning.

Artikel 5.5.4

Aan de ondersteuning vanuit Categorie I stellen we de voorwaarde dat het aan de ondersteuning gerelateerde aanbod kosteloos toegankelijk is.

Artikel 5.6: Beslistermijn

Het college neemt zo snel mogelijk maar uiterlijk binnen 12 weken na indiening een beslissing op de aanvraag.

Artikel 5.7

Op deze aanvragen is artikel 3 lid 3 van de subsidieregeling 2017 niet van toepassing.

Artikel 5.8: Afwegingskader

Bij de beoordeling van een aanvraag dient het Afwegingskader (zie bijlage) als uitgangspunt.

Hoofdstuk 6 - Inwerkingtreding en citeertitel

Artikel 6.1: Inwerkingtreding

Deze subsidieregeling treedt één dag na bekendmaking in werking.

Artikel 6.2: Citeertitel

Deze subsidieregeling kan worden aangehaald als Subsidieregeling lokale media 2020.

Aldus is vastgesteld door burgemeester en wethouders van Hilversum op 7 april 2020.

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

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage: Afwegingskader

Afwegingskader bij Subsidieregeling lokale media 2020

Aangepast op 23 juni 2020

Binnengekomen aanvragen kunnen landen in een van de twee onderstaande categorieën:

Categorie I: in stand houden bestaand aanbod	De categorie bedoeld voor het aanvragen van bijdragen die noodzakelijk zijn voor het in stand houden van bestaand lokale media aanbod, waarbij geldt dat de noodzakelijkheid een direct gevolg is van de coronacrisis.
Categorie II: versterken bestaand aanbod	De categorie bedoeld voor aanvragen die zijn gericht op het versterken van het lokale media aanbod. Het project waarvoor een bijdrage wordt aangevraagd versterkt het aanbod of vult dit aan, waarbij sterk rekening gehouden wordt met behoeften die voortkomen uit de coronacrisis of het post-corona tijdperk. Denk daarbij aan de inzet van media zoals tekst, audio, video en apps om bewoners, bedrijven en organisaties te verbinden, informatie en ideeën te delen en innovatie te stimuleren.

De aanvragen worden beoordeeld aan de hand van de onderstaande uitgangspunten:

Categorie I: in stand houden bestaand aanbod

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.
Vereiste	De indiener is professioneel en beschikt aantoonbaar over de vaardigheid en het inzicht om kwalitatief hoogstaand werk te maken.
Vereiste:	De gevraagde bijdrage is noodzakelijk zijn voor het in stand houden van bestaand lokale media aanbod, waarbij geldt dat de noodzakelijkheid een direct gevolg is van de coronacrisis.
Pre:	Het initiatief is schaalbaar en uit te breiden; het is levensvatbaar op locaties buiten Hilversum.
Pre:	Het initiatief biedt aanknopingspunten voor talentontwikkeling van een jonge generatie makers.
Pre:	Het initiatief draagt bij aan de verkenning van nieuwe verdienmodellen
Pre:	Gevraagde bijdrage is tijdelijk, kan later op eigen kracht verder
Pre:	De indiener verricht inspanning om uit meerdere bronnen ondersteuning te verkrijgen.

Categorie II: versterken bestaand aanbod

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.
Vereiste:	De indiener is professioneel en beschikt aantoonbaar over de vaardigheid en het inzicht om kwalitatief hoogstaand werk te maken.
Vereiste:	De aangevraagde bijdrage is een versterking van / aanvulling op bestaand aanbod, die aansluit op behoeften die voortkomen uit de coronacrisis.
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.
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.
Pre:	Het initiatief is schaalbaar en uit te breiden; het is levensvatbaar op locaties buiten Hilversum.
Pre:	Het initiatief biedt aanknopingspunten voor talentontwikkeling van een jonge generatie makers.
Pre:	Het initiatief draagt bij aan de verkenning van nieuwe verdienmodellen.
Pre:	Bijdrage is tijdelijk, kan later op eigen kracht verder.

Hardheidsclausule

Voor wat betreft het honoreren of afwijzen van een aanvraag heeft het college de vrijheid een besluit te nemen dat afwijkt van de beoordeling op grond van de afwegingskaders. Dit geldt voor zowel Categorie I als Categorie II.

Aldus vastgesteld door burgemeester en wethouders van Hilversum op 23 juni 2020.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,

de gemeentesecretaris, de burgemeester,

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage 3:

Enquêtes Stadspanel media - drie lokale media-initiatieven

20 april 2021

Inleiding

Om het effect van de Subsidieregeling lokale media 2020 te meten 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 aangegeven te willen meedenken over nieuwe lokale media-initiatieven.

De enquêtes

De enquêtes hebben betrekking op Categorie II van de subsidieregeling. Deze is gericht op het versterken van de lokale media met nieuwe initiatieven. De enquêtes zijn opgezet door Hiddo Pronk, coördinator Onderzoeken van gemeente Hilversum. Ze zijn uitgevoerd van januari tm maart 2021. De respons is ongewogen weergegeven.

	Categorie	Zaaknr.	Pagina
aanvraag 4, Podcast Hilversum	II	649641	2
aanvraag 5, Kijk op jouw Wijk Extra	II	649609	5
aanvraag 6, Coronaproof on Stage	II	650265	9
aanvraag 4, Podcast Hilversum -antwoorden op open vragen	II	649641	12
aanvraag 5, Kijk op jouw Wijk Extra -antwoorden op open vragen	II	649609	18
aanvraag 6, Coronaproof on Stage -antwoorden op open vragen	II	650265	22

Enquête initiatief: Podcast Hilversum

- Periode januari 2021 tot en met maart 2021
- N=105

Had u voor u deze mail opende al eens gehoord van Podcast Hilversum?

ja, en kunt u misschien ook toelichten hoe u hiervan te weten bent gekomen?

10 |
11.5%

nee

77 | 88.5%

weet niet

Heeft u Podcast Hilversum weleens beluisterd voordat u deze mail kreeg?

ja, en weet u misschien ook nog welke afleveringen en/of onderwerpen u destijds het meeste aansprak?

6 |
6.9%

nee

80 | 92.0%

weet niet (meer)

1 |
1.1%

U heeft voordat u deze vragen startte via de link in de mail geluisterd naar één of meerdere afleveringen van Podcast Hilversum. Wat was uw eerste indruk van deze Podcast?

mijn eerste indruk was positief, en kunt u dit wat meer toelichten?

27 | 31.8%

Mijn eerste indruk was niet zo positief, en kunt dit wat meer toelichten?

28 | 32.9%

Ik kende de Podcasts Hilversum al en ik ben er nu ook nog positief over

2 |
2.4%

Ik kende de Podcast Hilversum al en ik was niet zo positief over, maar nu wel na nogmaals beluisteren

Ik kende de Podcast
Hilversum al en ik was er niet
zo positief over, en nu nog
steeds

2 |
2.4%

Ik heb er geen mening over /
geen interesse in

26 | 30.6%

Het medium Podcast is met name onder jongeren in Nederland zeer populair. Vindt u Podcast Hilversum een meerwaarde voor Hilversum?

ja, en kunt u dit wat meer
toelichten?

36 | 41.4%

nee, en kunt dit wat meer
toelichten?

19 | 21.8%

weet niet

32 | 36.8%

Podcast Hilversum is nu tien keer verschenen. Vindt u het een goed idee als de reeks in de toekomst wordt voortgezet?

ja, en kunt dit misschien ook
kort toelichten?

41 | 47.1%

nee, en kunt u dit misschien
ook kort toelichten?

16 | 18.4%

weet niet / geen mening over

30 | 34.5%

In welke leeftijdsklasse valt u zelf?

16-20 jaar

21-30 jaar

1 |
1.1%

31-40 jaar

4 |
4.6%

41-50 jaar

19 | 21.8%

51-60 jaar

26 | 29.9%

> 60 jaar

37 | 42.5%

wil niet zeggen

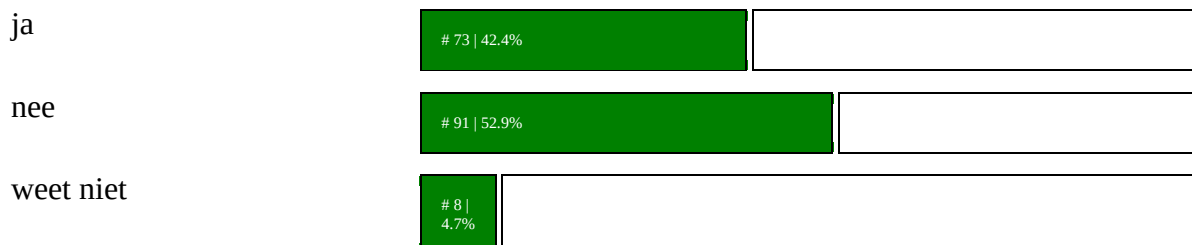
In welke wijk woont u?

Centrum (postcode 1211)	# 12 13.8%	
Noord West (postcode 1217)	# 9 10.3%	
Zuid (postcode 1214 en 1215)	# 9 10.3%	
Zuidwest (postcode 1216)	# 11 12.6%	
Zuidoost (postcodes 1212 en 1213)	# 17 19.5%	
Oost (postcodes 1221 en 1223)	# 18 20.7%	
Noordoost (postcode 1222)	# 8 9.2%	
Hilversumse Meent (postcode 1218)	# 3 3.4%	
Landelijke Gebied		
Wil niet zeggen		

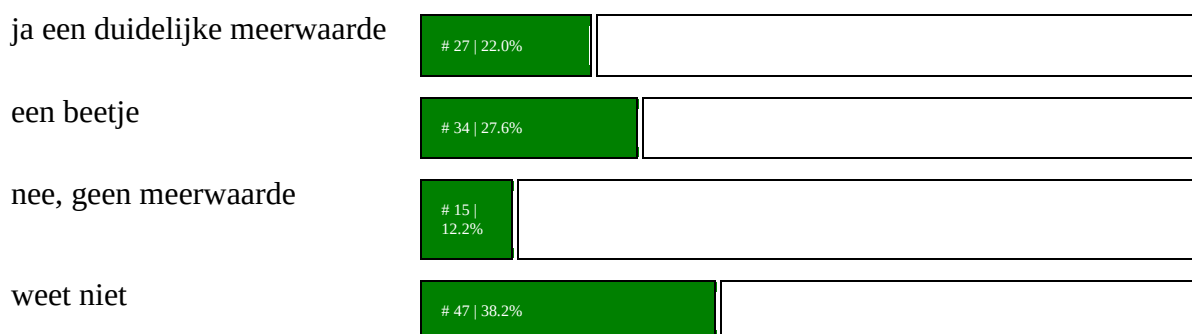
Enquête initiatief: Kijk op jouw Wijk Extra

- Periode januari 2021 tot en met maart 2021
- N=197

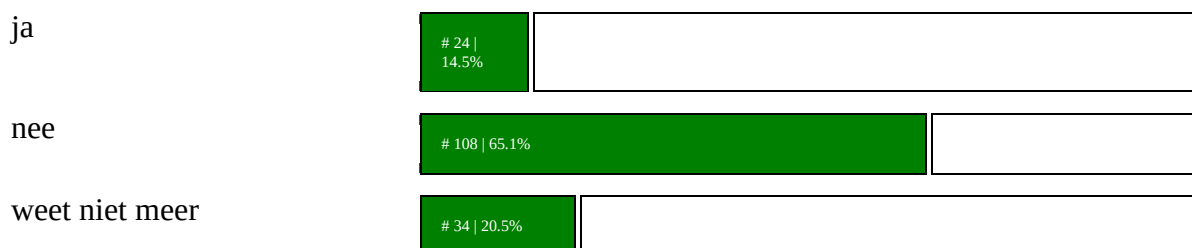
Kent u de wijkkrant Kijk op jouw Wijk?



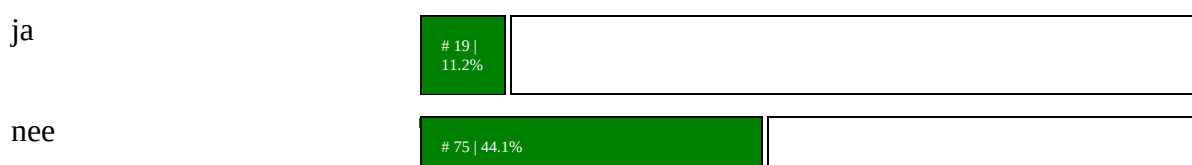
Vindt u de wijkkrant 'Kijk op jouw Wijk' een meerwaarde voor Hilversum? - indien u niet bekend met met deze wijkkrant, mag u deze vraag overslaan



Bent u bekend met eenmalige stadsbrede editie van 'Kijk op jouw Wijk Extra'? Deze is eind oktober verschenen en stond in het teken van Corona.



De stadsbrede editie is door heel Hilversum huis aan huis bezorgd. Heeft u deze editie per post ontvangen?



weet niet meer

76 | 44.7%

Heeft u deze stadsbrede editie 'Kijk op jouw Wijk - extra' eind oktober over Corona toen ook gelezen?

ja

22 | 12.8%

nee

32 | 18.6%

weet niet meer

30 | 17.4%

niet van toepassing, want deze
wijkkrant is mij niet bekend

88 | 51.2%

Vindt u deze eenmalige stadsbrede editie 'Kijk op jouw wijk - extra' een meerwaarde voor Hilversum? Indien u niet bekend met deze editie of niet hebt gelezen mag u deze vraag overslaan

ja duidelijk een meerwaarde

15 | 13.3%

een beetje

12 | 10.6%

nee geen meerwaarde

17 | 15.0%

weet niet

69 | 61.1%

Vindt u het een goed idee als deze stadsbrede editie van 'Kijk op jouw wijk' meerdere keren per jaar zou verschijnen? Indien u niet bekend bent met deze editie of niet gelezen hebt, mag u deze vraag overslaan

ja

34 | 30.6%

misschien

27 | 24.3%

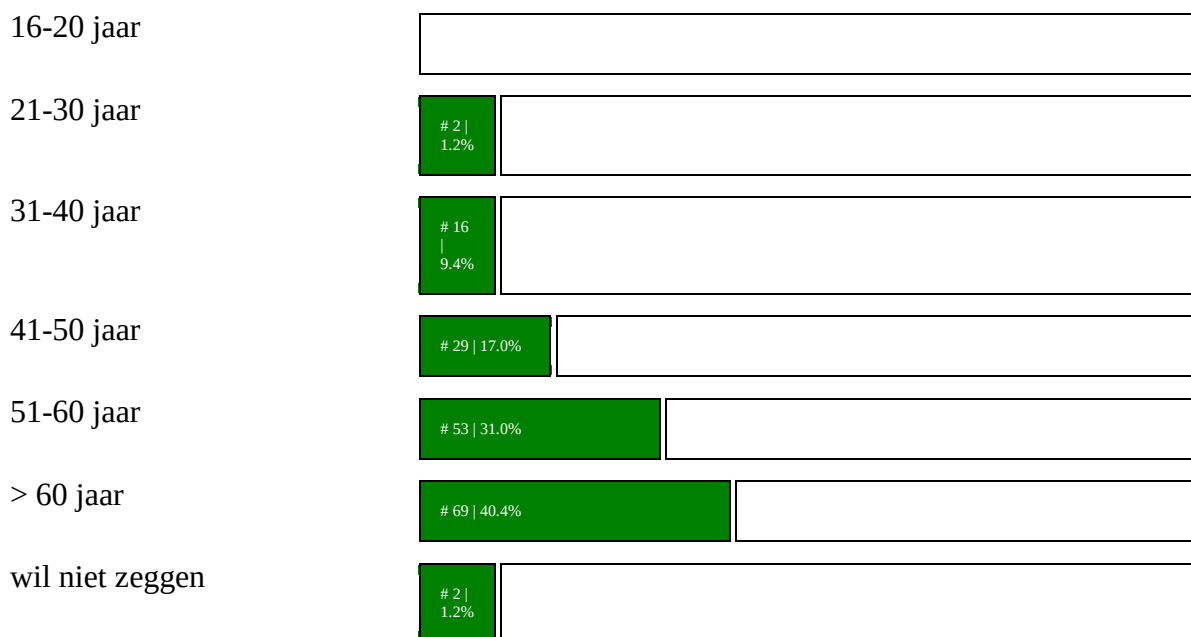
nee

13 | 11.7%

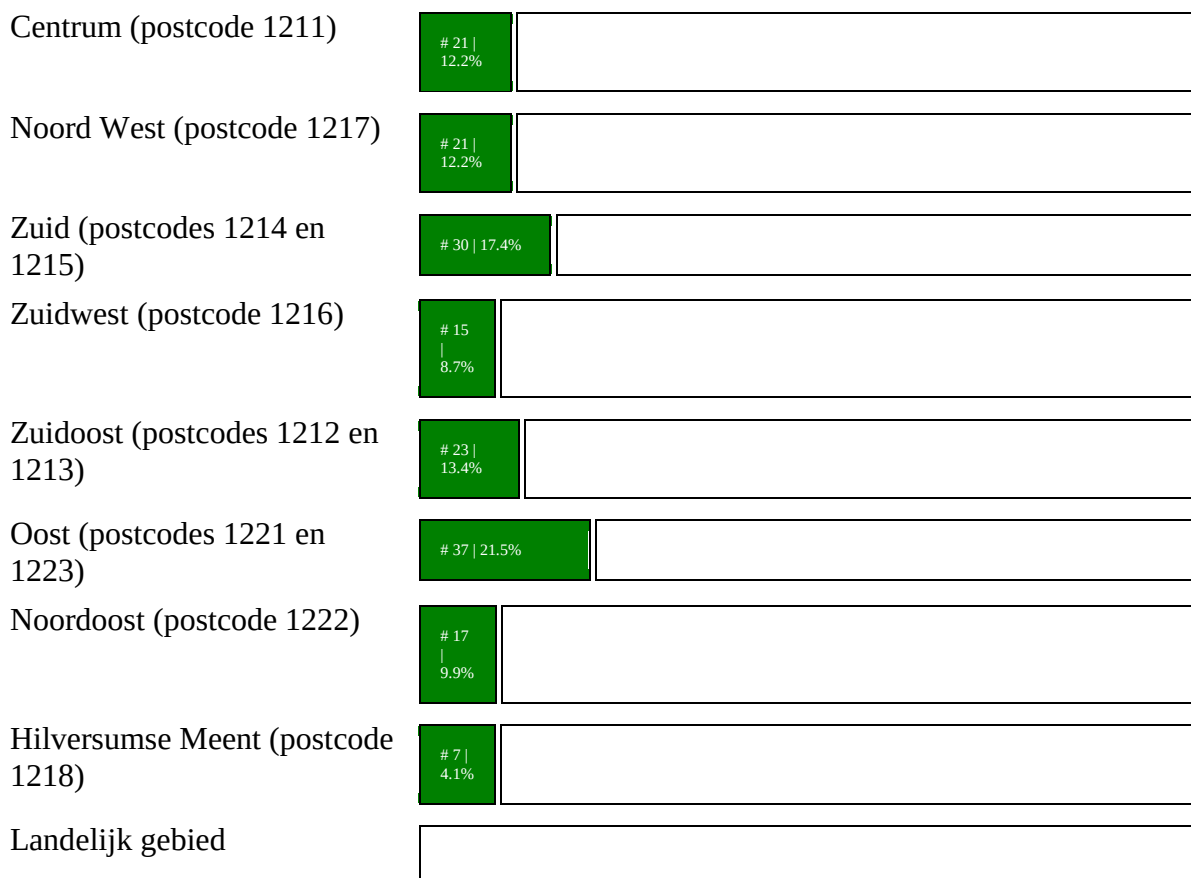
weet niet

37 | 33.3%

In welke leeftijdsklasse valt u zelf?



In welke wijk woont u?



wil niet zeggen

# 1 0.6%	
---------------	--

- - -

Enquête initiatief: Coronaproof on stage

- Periode januari 2021 tot en met maart 2021
- N=111

Was u op de hoogte van dit project 'Coronaproof on stage'?

ja	# 14 14.4%	
nee	# 80 82.5%	
weet niet	# 3 3.1%	

Vindt u dat dit project, gezien de door corona geldende beperkingen, een meerwaarde is geweest voor Hilversum? (Het maakt hierbij niet uit of u wel/niet op de hoogte was van dit project)

ja,en kunt dit misschien wat meer toelichten?	# 55 56.7%	
een beetje / misschien ...en kunt u dit misschien wat meer toelichten?	# 8 8.2%	
nee,en kunt dit misschien wat meer toelichten?	# 4 4.1%	
weet niet / kan ik niet beoordelen	# 30 30.9%	

Mogelijk gelden aan het eind van het huidige schooljaar (onverhoopt) nog steeds beperkende maatregelen als gevolg van Corona. Hoe zou u er tegenover staan als dit project dan opnieuw doorgang zou vinden?

Ik ben er voorstander van dat dit project dan opnieuw zou uitgevoerd worden	# 76 78.4%	
ik ben er geen voorstander van dat dit project dan opnieuw zou uitgevoerd worden	# 2 2.1%	
Weet niet / kan ik niet goed inschatten	# 19 19.6%	

Vindt u dat dit project, ook als u het geheel los zou zien van de coronabeperkingen en huidige situatie, een blijvende waarde zou hebben voor Hilversum? Zo krijgen bijvoorbeeld de leerlingen, ouders en vrienden als blijvend aandenken in deze opzet een goede professionele video opname van de schoolmusical. Anders gezegd: Zou u er voorstander van zijn als dit project vanaf nu ieder jaar aan basisscholen in Hilversum wordt aangeboden?

Ja, daar zou ik voorstander van zijn (en kunt dit misschien toelichten)?

54 | 55.7%

Nee, daar zou ik geen voorstander van zijn (en kunt u dit misschien toelichten?)

16 | 16.5%

Weet niet

27 | 27.8%

In welke leeftijdsklasse valt u zelf?

16-20 jaar

21-30 jaar

31-40 jaar

10 | 10.3%

41-50 jaar

16 | 16.5%

51-60 jaar

23 | 23.7%

> 60 jaar

47 | 48.5%

wil niet zeggen

1 | 1.0%

In welke wijk woont u?

Centrum (postcode 1211)

8 | 8.2%

Noordwest (postcode 1217)

12 | 12.4%

Zuid (postcodes 1214 & 1215)

14 | 14.4%

Zuidwest (postcode 1216)

14 | 14.4%

Zuidoost (postcodes 1212 & 1213)	# 8 8.2%	
Oost (postcodes 1221 & 1223)	# 23 23.7%	
Noordoost (postcode 1222)	# 11 11.3%	
Hilversumse Meent (postcode 1218)	# 6 6.2%	
Landelijk Gebied		
wil niet zeggen	# 1 1.0%	

Antwoorden op open vragen Podcast Hilversum

De antwoorden zijn minimaal geredigeerd.

Mijn eerste indruk was positief - kunt u dit toelichten?

- Leuke vermakelijke manier om verhalen, historie en weetjes over Hilversum te horen. Druk begin maar interessant. Wel veel media.
- Wist niet dat dit er was, misschien meer reclame ervoor maken.
- Altijd goed om te promoten.
- Interessant, goed gemaakt.
- Leuk om interessante verhalen over en uit de eigen stad te horen.
- Leuke achtergrondinformatie.
- Leuk om over je omgeving te horen
- Nieuwe dingen proberen is altijd goed, als een podcast echt gaat werken weet ik niet.
- Gezellig om zo nieuws te horen.
- Radio kwaliteit. Makkelijk om te beluisteren ook buitenshuis.
- Leuke infobron, maar introjingle te lang.
- Ging over Beeld en Geluid en daar ben ik indirect als vrijwilliger bij betrokken bij het evenement Media Wijsheid.
- Afwisselende onderwerpen.
- Het kan geen kwaad om informatie te geven over je gemeente en vooral festiviteiten als het weer mag.
- Zeer gevarieerd aanbod van onderwerpen, dat de diversiteit van Hilversum ook benadrukt.
- Het gesprek met Eppo van Nispen vond ik erg leuk omdat mij dit ook interesseert.
- Leuke onderwerpen.
- Goed initiatief, nog enige scepsis over de makers.
- Inspirerend en verbindend.
- Het programma legt in elk geval voor mij nieuwe vergezichten open.
- Leuk, al mag het wat rustiger. 'T is nogal 'radio' achtig.
- Leuke manier om een beetje verdieping te brengen in alles wat Hilversum betreft.
- Erg enthousiast over deze podcast, mensen vertellen spontaan over waar of wat ze doen of bezig houdt.
- Nieuwe informatie gekregen.
- Informatief. Laagdrempelig.

Mijn eerste indruk was niet zo positief - kunt u dit toelichten?

- Is langdradig
- Ik ben geen podcast luisteraar
- Ik hou niet zo van podcasts luisteren
- Te veel op jonge Hilversummers
- Al deze acties vreten energie en tijd helaas.
- Oninteressant en te lang
- Duurt wat lang
- Op zich leuk initiatief! Te drukke en te populaire babbel.
- Op zich wel interessant als het onderwerp je interesseert.
- Irritant getutoeyeer van de luisteraars. Dat hele verhaal over Kraaijeveld slaat nergens op zonder dat er beelden bij te zien zijn. Roepen dat Chef aan de Werf een goed restaurant is, is ook meer een persoonlijke mening. De presentator mag dit nooit roepen. De mening van de presentator doet er niet toe.
- Veel verhaal over minimaal onderwerp.
- Te druk. Enthousiast overkomen, veel proberen te zeggen in korte tijd.
- Ik heb er maar 2 kort beluisterd maar kreeg niet direct het gevoel dat het mij pakte
- Deze vorm kan me niet boeien.

- Te langdradig. Auditief informatie tot je nemen werkt veel minder efficiënt dan visueel.
- Reclameachtige context wekt indruk dat het om een marketingtool gaat. Geen boeiend gesprek. Onduidelijk op welke doelgroep dit gericht is. Beetje oubollig.
- Ik luister wel naar podcasts, maar ik vind hier de onderwerpen teveel kabbelen, en de werf beschrijven als je niks ziet, tja.....
- Wel aardige informatie, maar verspreid over teveel tijd; al lezend kun je dit soort informatie veel sneller en selectiever tot je nemen.
- Jeempie duurt het nog zo lang pffff.
- Een beetje langdradig
- Te lang
- De podcasts beginnen met de vraag of je een echte Hilversummer bent en dat je mee kunt praten over je STAD. Een ECHTE Hilversummer haakt dan al af, want Hilversum is een DORP!!!
- Professioneel gemaakt maar de vraag is of je hiermee de aantallen luisteraars kunt krijgen die de (financiële en menselijke) inspanningen waard zijn. Ik kan me ook niet voorstellen dat Hilversummers in alle onderwerpen geïnteresseerd zijn. Het is bovendien vrij braaf. Volgens mij moet je niet de onderwerpen promoten maar de personen die de podcast doen. En dat moeten aansprekende mensen zijn. Categorie Broertjes. Zo werken andere podcasts ook.
- Gaat teveel over omroep, media en niet over wat er echt lokaal gebeurt in de wijken.
- Het eerste verhaal over de Werf vond ik leuk, maar na het installeren van de Soundapp kreeg ik meteen een volger in beeld, met blote borst. Als dit mij te wachten staat bij verdere aanmelding, ontnemt mij dit de lust..
- Van mij mag het begin van de podcast iets minder 'overdreven' starten en wat korter.
- Heb kritisch geluisterd en vroeg mij af wat het doel van de podcast is. Verkopen eigen gemeente? Hoe goed was de interviewer voorbereid op de interviews?

Het medium Podcast is met name onder jongeren in Nederland zeer populair. Vindt u Podcast Hilversum een meerwaarde voor Hilversum?

- Je kan ingaan op zaken die spelen onder de mensen en ze echt aan het woord laten.
- Leuke gemakkelijke manier om verhalen, historie en weetjes over Hilversum te horen.
- Bereik je een grote groep mensen
- Als jongeren ernaar luisteren heeft zeker een meerwaarde
- Ja, het gaat dieper op de onderwerpen in dan bijvoorbeeld de lokale krant en is persoonlijker. Ik weet niet of deze podcast nu ook echt aantrekkelijk is voor jonge jongeren.
- Afhankelijk van de onderwerpen
- Meer lokaal nieuws, leuk
- Ze worden meer bij alles betrokken.
- Het verbindt
- Jonge mensen lezen minder en houden meer van beeld en geluid. Daar sluit dit mooi bij aan
- Jeugd stimuleren voor de stad en wat speelt is goed voor betrokkenheid
- Eigentijds
- Informeren op moderne wijze, daar zal zeker een doelgroep voor zijn.
- Als jongeren het interessant vinden prima
- Voor mij is het wel interessant om meer over de gemeente te weten te komen
- Podcast zijn een prima niche platform om meer over de stad te weten te komen
- Hoort zeker bij een mediastad
- In principe wel. Maar dan veel professioneler uitgevoerd.
- Al frappeert mij het zeer dat dit medium als iets nieuws wordt gezien. Ik liet deze vijftien jaar geleden ook maken voor een Nederlandse grootbank. Wat betreft Hilversum, er kan veel onder de aandacht worden gebracht én mensen kunnen luisteren wanneer het hen uitkomt.
- Maar niet alleen voor jongeren
- Lokaal nieuws is belangrijk
- Onderwerpen, maar wel korter

- Mits goed gemaakt en gedistribueerd. Alleen Soundcloud en Spotify? Welnee, ik luister via Apple
- Kan meerwaarde zijn als het ook echt lokaal is
- Het verbindt en heeft een positieve energie
- Het kan de betrokkenheid met Hilversum vergroten
- Het lijkt mij erg leuk om op zo'n gemakkelijke manier geïnformeerd te worden over je eigen stad. Voor mij als oudere vind ik dit ook leuk.
- Na 10 minuten wordt ik gek van al het “geschreeuw”
- Leuk om verhalen uit de omgeving te luisteren, andere lokale media gaan vaak niet diep genoeg op dingen in
- Iets luisteren is levendiger dan iets lezen (voor de meesten) en je voelt beter de beleving
- Zeker, dan leer je Hilversum op een andere manier kennen en word je nieuwsgierigheid ook geprikkeld
- Ik kijk nooit tv. Lees alleen de huis-aan-huis krant. Ik vind een podcast een prettige manier om verbonden te zijn met Hilversum
- Voor de Hilversumse jongeren zeker een meerwaarde als je hen ook als doelgroep voor je podcast neemt. Niet zoals deze nu is opgezet
- Voor een bepaalde groep leuk, maar niet voor mij persoonlijk
- Heeft u misschien nog tips of adviezen voor de samenstellers van Podcast Hilversum?
- Per wijk een aflevering maken. Dudok aanstippen. Verkeer aanstippen. Natuur aanstippen.
- Muziek wat zachter als er ook gepraat wordt. Er wordt wel erg vaak Hilversum en Hilversum media stad geroepen in korte tijd. Neem ook de zaken mee die in de politiek spelen en de Corona tijd.
- Gewoon mee stoppen, zonde van je tijd. Je bereikt er nauwelijks iemand mee.
- Duidelijker aangeven dat het bestaat en misschien per wijk
- Ben geen jongere en hoor dus waarschijnlijk niet tot de doelgroep. Voor mij het intro wat te hijgerig en zijn de items juist wat aan de lange kant.
- Ga ook eens naar ouderen Hilversummers
- Doe er beeld bij, en zet het op youtube
- Kijk goed naar wie de doelgroep is. Voor de groep 35+ lijkt deze podcast mij heel geschikt.
- Meer focus op de zaken waar de raad zich mee bezighoudt. Dat zou inwoners kunnen activeren/meer betrekken
- Als je bestaansrecht hebt, heb je geen gemeente nodig voor podcast.
- Iets beknopter houden. Knip een aflevering op
- Meer rust in de interviews, hoeft niet zo popie jopie
- Meer bekendheid aan geven
- Meer aandacht voor vragen, misschien ook in de Gooi- en Eembode en op social media
- Ik zie alleen 12 followers, niet veel moet ik zeggen. Misschien is ook de Corona tijd die niet echt helpt.
- Meer onder de aandacht brengen via Facebook ed.
- Stop met de podcast.
- Sterk het geld en de moeite in goede, vooral ook kritische lokale televisie.
- Op dit soort geouwehoer zit ik niet te wachten.
- Multiculturaliteit is belangrijk
- Zoek een andere baan
- De kunst van het weglaten en niet alles volproppen.
- Format en presentatie is goed. Het gaat vooral om de onderwerpen
- Podcast-luisteraar is iets vaker man dan vrouw, hoogopgeleid en veelal tussen de 28 en 44 jaar oud. Jongeren kijken youtube, Insta of Tiktok. Het nogal achterhaald idee om een hitsige toon aan te slaan met het idee dat je met saaie onderwerpen jongeren bereikt,
- Verkort de intro tot minder dan de huidige 1 minuut. Geef eerst een opsomming van de topic(s) .

- Houdt het zo breed mogelijk.
- Radiomakers inschakelen? Hoe vertel je beeldend? Hoe kom je snel tot de kern etc.
- Nee, ga vooral door.
- "de aankondiging van onderwerpen is te lang en ik vind de stemmen te monotoon
- De onderwerpen te lang en de onderwerpen al eerder gelezen in de krant"
- Zorg dat je duidelijk aan een behoefte voldoet
- Uitzendingen zijn veel te lang, beter om deze op te knippen in kortere stukjes.
- Geen
- Misschien iets minder lang.
- Dan moet ik ze eerst allemaal beluisteren.
- Ons dorp in ere houden.
- Stop hiermee in deze vorm! Sorry.
- Ik vond het wel een beetje gezelligheid kent geen tijd, en het heeft ook wat weinig diepgang.
- Ga echt de wijk in, geef aandacht aan kerken, present, buurtwerk, straatwerk,
- Vooral blijven inspireren; misschien iets meer reclame voor maken.
- Op dit moment -na de eerste kennismaking- nog niet direct.
- Zie mijn antwoord bij 3. Dit zou voorkomen moeten worden, ook al is de podcast op jongeren gericht.
- Moet dat, zoveel geschreeuw dat je naar de podcast luisterde. In de tijd van de piraten zenders was dit nieuws. Nu komt het over met veel te veel.
- Mag iets korter.
- Ja, neem je tijd, het hoeft niet zo snel en radio-achtig. En verbreed qua onderwerpen, ik word zelf niet vrolijk van gesprekken met 'ondernemers, sportverenigingen en gewone mensen op straat', ik wil juist de ongewone Hilversummers horen, en weten dat jullie de leukste er uit hebben gevestigd. De man op straat is niet interessant. Maar goed, dat is de beschrijving die me afstoot. De aflevering over de kerk kas bij de werf was heel leuk.
- Lastig. Ik ben niet de goede doelgroep als meeste gebruikers jongeren zijn. Mijn advies zou zijn iets minder overdreven enthousiast te beginnen
- Start de podcast met iets wekelijks wat veel mensen aanspreekt. Bv de uitagenda (highlights) of iets speciaals to do in Hilversum of een mini prijsvraagje voor gratis kaartje / cadeautje
- GA ZO DOOR!!!! LEUK
- Ga zo door
- Bepaal wie je doelgroep is. Wat houdt deze doelgroep bezig? Bepaal hierop je onderwerpen en bereid deze dan ook als zodanig voor.

Podcast Hilversum is nu tien keer verschenen. Vindt u het een goed idee als de reeks in de toekomst wordt voortgezet? Ja. - kunt dit toelichten?

- Er gebeurt veel in Hilversum. Goed mensen aan het woord te laten
- Ja, podcasts groeien in populariteit en onderwerpen zijn er genoeg! Ik kan niet wachten op de volgende.
- Geeft meer de indruk wat gaande is
- Lijkt mij wel leuk maar moet dan wel makkelijk te vinden zijn
- Over natuur, over beslissingen, over werkzaamheden en waarom, over centrum, over Gijsbrecht ect
- Het is een mooie informatiebron over wat Hilversum te bieden heeft.
- Nogmaals lokaal nieuws altijd leuk.
- Leuk om te luisteren, maar ik kom niet vanzelf op de Soundcloud side
- Alle extra contact met de burgers valt toe te juichen. Als het maar geen promo voor het college van B&W wordt.
- Past bij deze tijd is alleen maar een groeien
- Prima initiatief
- Niet voor mijzelf, maar misschien wel voor anderen.

- Zoeken naar beste vorm en laten groeien
- Er zijn nog genoeg interessante dingen te ontdekken en vertellen over Hilversum
- Ja ga er mee door en richt je niet alleen op jongeren.
- Zie dit als een eerste poging. Maak er een leerproces van. En betrek de doelgroep. Als dat jongeren zijn, betrek dan bijvoorbeeld het Media College; zijn het juist ouderen; betrek dan actieve pensionado's etc.....
- Zie alle argumenten die ik heb benoemd bij vorige vragen.
- Maar dan geen half uur durende podcast.
- Maar wel promoten via andere media
- Voor mensen die het interessant vinden. Ik vind het niets
- Leuke interessante aanvulling
- Voegt echt iets toe aan lokale media
- Goedkoper dan lokale radio en directer
- Hoort bij de mediastad
- Alleen als het meer echt lokaal wordt
- Aspecten van de hilversumse samenleving die niet altijd eenvoudig een podium vinden en die toch dicht bij de mensen staan zijn gediend met een breder toneel dan dat van de dagbladen.
- Er zijn zoveel aspecten van hilversum te belichten, doorgaan dus.
- Minder lijken op de piraten radio (van de schepen) van jaren '70
- Is leuk om te luisteren, waarom zou je stoppen?
- Is een leuk initiatief en kan beetje bij beetje de aandacht krijgen die het verdiend door goede promo's
- Juist ook voor mensen die hilversum bezoeken of die hier komen wonen, of mensen die méér willen weten over hilversum.
- Niet voor mij persoonlijk, maar er zullen ongetwijfeld mensen zijn die er met veel plezier naar luisteren.

Podcast Hilversum is nu tien keer verschenen. Vindt u het een goed idee als de reeks in de toekomst wordt voortgezet? Nee. -kunt u dit toelichten?

- Zo als hij nu wordt gemaakt zal ik er niet naar blijven luisteren. Luister eens als voorbeeld naar de podcast van de Wittestok.
- Zonde van de tijd, de moeite en het geld. Vind ik trouwens van heel veel Hilversum-communicatie.
- Doe er beeld bij, en zet het op YouTube
- Het plan voor wekelijks vind ik erg ambitieus. Minder incrowd info en meer werkelijke zaken uit de Raad. Hier mensen in meenemen.
- Podcast moet eigen bestaansrecht verdienen door kwaliteit.
- Heb er weinig mee. Luister nooit naar podcasts
- Van mij hoeft het niet. Zoals hiervoor al aangegeven kun U Uw tijd en moeite beter steken in lokale, kritische televisie. Aan dit soort ronkende prietpraat heb ik geen behoefte. Zonde van mijn tijd.
- Weggegooid geld voor minimale doelgroep
- Geen relevant nieuws
- Ik denk dat de kosten niet opwegen tegen het bereik.
- Kennelijk is het voor/door jongeren bedoeld en ik hoor niet tot die doelgroep...
- Niet in deze beperkte ruimte
- Heeft op deze manier absoluut geen meerwaarde

Heeft u tenslotte nog op en aanmerkingen n.a.v. deze enquête? Dat horen wij graag.

- Hij was goed in te vullen voor mensen met een visuele beperking!
- Media zijn maar middelen en moeten altijd ondergeschikt zijn aan het doel. Een podcast maken omdat ineens iedereen een podcast maakt is pure verspilling van geld en energie.
- Wel wat sturend.

- Tool is op mobiel erg onhandig. Je kan je antwoord niet teruglezen (toevallig dit vak wel).
- Nee, goede enquête, niet teveel vragen en duidelijk waar het om gaat.
- Meer bekendheid via bijvoorbeeld Nextdoor buurt app en wellicht op de website van de gemeente
- Alles wat ik over de podcast kwijt wilde, heb ik hiervoor al gemeld.
- Mocht u nog behoefte hebben aan meer feedback van mijn kant, dan hoor ik het wel.
- En vooral: de luisteraars niet meer tutoyeren.
- Dat is zo ordinair.
- Ik heb met enige verbijstering geluisterd naar de podcast over B&G. In de nieuwe inrichting lijkt een kritische benadering van media volledig te ontbreken. Hoe is dat mogelijk in deze tijden?
- Als oud radio en tv journalist zou ik wel wat opbouwende kritiek willen geven , maar dan in een open veld i.p.v. deze hokjes
- Ik heb nooit tijd over, dus ik luister niet vaak naar podcasts
- Ik heb vooraf GEEN podcasts beluisterd want ben druk met werken en thuisonderwijs.
- Ik vond het een leuke kennismaking met het verschijnsel podcast en de enquête was prettig om in te vullen
- Podcast is vnl. voor jongeren. Voor veel 60+ zoals ik, niet direct een keuze.
- vrije tekstvelden kunnen wat groter :)
- Ik luister niet veel naar podcasts en vind het daarom lastig om te zeggen of dit wel of niet moet worden voortgezet
- Erg leuk, deze nieuwe podcast, dan leer je ook andere mensen kennen!

Antwoorden op open vragen Kijk op jouw Wijk - Extra

De antwoorden zijn minimaal geredigeerd.

Heeft u nog tips of adviezen voor de samenstellers van de wijkkrant 'Kijk op jouw Wijk'?

- Relevante informatie, Geschiedenis van de wijk
- Leuke en handige weetjes
- Denk niet te kleinschalig, heel Hilversum is één wijk
- Een speciale 'voor nieuwe bewoners' editie maken die iedereen die naar de wijk verhuist via de gemeente ontvangt. Hierin dan bijvoorbeeld een plattegrond met wat waar te vinden, denk aan winkels maar ook bijvoorbeeld afvalcontainers, glasbak, brievenbus, bushaltes. Ook wat algemene informatie natuurlijk. Maar vooral het wat waar te vinden was echt een puzzel voor mij toen ik begin dit jaar verhuisde. Nergens online kon ik een mooi overzicht vinden van bijvoorbeeld de afvalcontainers.
- Interview met iemand uit de wijk. De 'gewone' mens
- zorg voor goede verspreiding,
- Elektronisch versturen
- Kenbaar maken dat die er is.
- Ziet er goed uit.
- Meer bekendheid genereren! beer abonneren op de gedeeltes voor jouw wijk
- Zorgen dat het elke keer bezorgd word
- daar ken ik het niet goed genoeg voor, in zuid hebben we de bloembak. De voorkant spreekt i.i.g. wel aan
- Meer nieuws en achtergrond, en minder human interest.
- Het is een 'niets aan de hand' krantje.
- Ik mis het 'samen' gevoel in de wijk krant
- Ze doen het prima
- Beter bekend maken
- Beter verspreiding
- Vooral doorgaan, volhouden en contact met de lezers houden. J
- Nee leuk wijknieuws
- eerder met ontwikkelingen komen zodat men actief kan meedenken en participeren
- Een agenda met wat er te doen is zo als kinder-disco en bingo in buurthuis
- Frequenter
- Komt zo zelden dat de krant bijna irrelevant is
- als ik de krant ooit gehad zou hebben dan misschien wel
- Iets meer over jeugd schrijven
- erg roos kleurig gemaakt
- Het lijkt dat er gezocht moet worden naar 'vulling' dat stoort me een beetje kan er niet gewoon geïnterviewd worden of iemand die graag schrijft gewoon laten schrijven over voorvallen of initiatieven in de wijk
- Niet zo meteen over gedacht, misschien wat concreter, maar in deze corona tijd is alles lastig
- ik zou het leuk vinden die ook te ontvangen
- waar verkrijgbaar?
- Bij iedereen bezorgen
- Als de kernpunten maar goed worden benoemd
- Digitaal
- Het zou als maandelijkse bijlage van Gooi- en Eembode kunnen passen
- Hoe kom ik aan die wijkkrant?
- De laatste Kijk op jouw 'Wijk heb ik met belangstelling gelezen, echter ik vond er geen artikelen die mij aanspraken. Ofschoon het er allemaal professioneel uit ziet en met goede intenties gemaakt. Ik lees echter dagelijks de Gooi en Eemlander en wekelijks de Gooi en

Eembode. Daarnaast de wijkkrant 'Noord aan het Woord' en enkele nieuwsbladen van kerkgemeenschappen.

- Maak het een onderdeel van de Gooi en Eembode
- Maak een Hilversum app, waarin je alle wijken hebt en ook geheel Hilversum. Daarnaast kunt je in deze app ook Live Hilversum doen, evenementen, Nieuws, kijk op je wijk, informatie over. Hilversum is een media stad en loopt gigantisch achter m.b.t. ontwikkeling online (net zoals de website).
- Hoe is de verspreiding geregeld???
- Nee, wordt voor en door buurtbewoners gemaakt.
- Kies een paar vaste thema's die in een wijk een belangrijke rol spelen. Bijv. in 1221 de gebiedsagenda en wat daar voor (bewoners)activiteiten in plaatsvinden

Welke artikelen of onderwerpen kunt u zich herinneren van de stadsbrede editie 'Kijk op jouw wijk extra' die eind oktober verscheen en die u gelezen hebt? (s.v.p. niet opzoeken, maar welke spontaan bij u opkomen) indien u de krant niet hebt gelezen of mee bekend bent mag u deze vraag overslaan.

- Eenzaamheid
- Weet niet
- Niet van toepassing
- Geen
- Geen
- geen. huis aan huis is ook lastig voor een blind persoon
- n.v.t.
- kan me de hele krant niet herinneren
- Geen idee. Ik was er destijds niet mee bezig, was ziek.
- Drukte vermijden in centrum.
- Leeg hockeyveld
- niet gezien en dus niet gelezen
- KLM mevrouw
- Geen
- n.v.t.
- Hockey, Apostolisch Genootschap, KLM mevrouw
- Veilig winkelen, ziekenhuis
- Nooit zo een krant gezien
- weet niet
- Geen
- niet ontvangen
- Veiligheid en bereikbaarheid
- interviews
- Het ging over corona en eenzaamheid?
- geen
- Een aantal meer specifieke getallen over de situatie in Hilversum. Was interessant
- Ik ken de editie niet.
- Als ik mij goed herinner diverse artikelen over Hilversummers en hoe zij zich staande houden in deze coronatijd en waar zij terecht kunnen bij lokale initiatieven.
- Top of mind geen enkele
- Hoe Hilversum ervoor staat tijdens corona

Heeft u verder nog op en aanmerking over of n.a.v. deze enquête over de wijkkrant Kijk op jouw Wijk?

- zorg in ieder geval voor een goede bezorging, want de Gooi en Eembode zit hier maar zelden in de bus.

- Ik zou adviseren om 'Kijk op jouw wijk' wijk gebonden houden, stadsbrede informatie hoort in de Gooi & Eembode.
- zoals ik al zei, als het niet overal verspreid wordt, kan ik ook geen mening geven, ik heb deze editie niet ontvangen
- Ik ben wel geïnteresseerd.
- Als deze krant wordt voortgezet zou ik graag een digitaal abonnement ontvangen. Dat probleem hebben we ook al met de Gooi en Eembode. Daar moet je voor een digitaal exemplaar betalen. Vind ik als blind persoon jammer.
- Wilt u mij uit de mailing verwijderen omdat ik in januari verhuis uit Hilversum
- een wijk krant is leuk voor de wijk, maar soms is het ook goed om te weten wat er in andere wijken speelt als inspiratie of anders
- "Een krant is van vroeger. Niet duurzaam. Echt zonde om bomen te offeren aan iets wat 5 minuten bekeken wordt .
- Ik heb de krant via uw link bekeken en vond het niet echt interessant.
- Voor een mediastad als Hilversum lijkt mij bijvoorbeeld een VLOG een stuk moderner. dan een krant."
- "Kijk op jouw Wijk suggereert een wijkkrant, dus waarom daar een stadsbrede editie van moet verschijnen ontgaat mij.
- Steun dan liever de Gooi- en Eembode of stimuleer een serieus journalistiek nieuwsblad zoals in Amsterdam de Staatsliedenkrant.
- Geen behoefte aan feel good-verhalen, des te meer aan echte informatie en bijvoorbeeld het kritisch volgen van de raad."
- ?Samen werken? wijk coördinatoren er is voor de burger geen samenwerking zichtbaar wijkgrens overschrijdende problematiek
- Het lijkt alsof de betrokkenheid van de burgers bij 'het Hilversumse' toeneemt. Dat is gunstig en kan ondersteunt worden door de (wijk) krant.
- Wijkkrant bij ons in oost leuker dan de Corona editie
- Waren lange stukken, te veel tekst. Bij gewone kijk op de wijk is dit veel korter/to the point
- Als in november in een krantje over Corona schrijft is dat mosterd na de maaltijd
- dat iedereen in het dorp hem krijgt
- Ga zo door
- Ik onthoud de namen van dit soort blaadjes nooit, maar lees ze wel.
- Belachelijk dat er een stadsbrede krant was er is toch gewoon de Gooi en Eembode een wijkkrant is een krant over de wijk stom om dat dan weer breed te trekken
- Graag eerst visie en niet van alles wat doen en dat het dan net niets is!"
- Te abstract voor mij, oktober te lang geleden. Lees dagelijks meerdere kranten
- Ik vind deze manier van vragen stellen te beperkt. Je kunt beter een community organiseren als alternatief voor een face to face bijeenkomst. Hulp nodig? Stuur een mail naar onderzoek@martindebruin.nl
- "Bij iedereen bezorgen, dat is de gemeente toch verplicht? Ook de Gooi en Eembode krijgen we (vrijwel) nooit. Klagen helpt niet. De gemeente is we blijkbaar voor zichzelf en niet voor de burger? Kan ik mijn gemeentelijke lasten terug ontvangen?
- Jullie blijven halsstarrig in gebreke en lossen het niet op."
- er staat niets in dan reclame en/of onbenut
- Beetje weggegooid geld alles over corona kun je ook in google nieuws vinden
- Meestal lees ik alles maar ik heb het druk gehad. Vindt het heel leuk om meer over andere wijken te lezen. Leuk als de wijkcoördinatoren meer aan het woord komen.
- Minder verschillende media zou kunnen helpen. Wijkkrant als onderdeel van Gooi- en Eembode en dan ook digitaal aanbieden.
- Kijk, dat is nieuws!
- Ik hoop van harte dat andere Hilversummers de meerwaarde van de wijkkrant hebben ervaren.

- Opmaak mag echt beter. Het is uitgave van gemeente, maar straalt niet die professionaliteit uit.. Ook de afzender van de verhalen is onduidelijk. Fotografie mag ook echt beter. Totaal beeld.. upgrade nodig.
- Sjah, als je nog nooit van het krantje hebt gehoord... Ik heb het krantje nog nooit op de deurmat aangetroffen.
- Heel vervelend dat deze uitgave blijkbaar niet huis aan huis is verspreid, wat blijkbaar wel de bedoeling was.
- Ik lees Noord aan het Woord vrijwel altijd. Een stadvrede editie zou leuk zijn. vooral met weetjes rond bijzonder panden/straatnamen etc. Jammer dat ik het gemist heb.
- een iets hogere frequentie

Antwoorden op open vragen Coronaproof on stage

De antwoorden zijn minimaal geredigeerd.

Vindt u dat dit project, gezien de door corona geldende beperkingen, een meerwaarde is geweest voor Hilversum? Ja. -kunt u dit toelichten?

- Het zoeken naar oplossingen als het tegenzit is de mooiste les voor deze kinderen
- Eenzaamheid
- We hebben wat feestelijke gebeurtenissen nodig en de kinderen ook
- Prachtig dat er op deze manier invulling gegeven wordt aan de musicals en afscheid op de basisschool!
- Enig voor de kinderen
- Het is vooral belangrijk voor de kinderen.
- alle cultuur die door kan gaan is meegenomen.
- Geweldig voor alle kinderen van groep 8 om de basisschoolperiode zo af te kunnen sluiten en een prachtige herinnering voor later!
- alles wat nu door kan gaan - in welke vorm dan ook - is mooi meegenomen. Voor de betreffende kinderen een waardevolle herinnering
- Het is fijn voor de ouders en achtstegroepers dat op deze manier de musicals toch konden worden uitgevoerd
- Voor de scholen en als mediaster aan haar stand verplicht
- alleen vanwege corona. Anders is een optreden op school leuker. Het hoeft allemaal niet zo professioneel.
- Altijd super dat zo'n belangrijk moment van het afscheid nemen van de basisschool door kan gaan. Onder deze omstandigheden en op deze prachtige manier.
- Het is belangrijk voor de kinderen en voor het afscheid van de basis school en ook als overgang van een periode voor ouders
- Fijn dat de kinderen toch op de vertrouwde manier groep 8 konden afsluiten
- van verbindende waarde voor alle betrokkenen, goed om met elkaar iets van het normale omgaan vast te houden
- Het is vooral voor de kinderen een meerwaarde. Ze hebben een blijvende herinnering aan hun afscheid.
- goed opgelost
- een echte afsluiting!
- Voor de kinderen is het een fraaie afsluiting van de basisschool
- samen iets nieuws op poten zetten
- belangrijk dat kinderen hun basisschoolperiode goed kunnen afsluiten
- Alles wat kan helpen om het normale leven (positieve zaken) in een vorm terug te krijgen zal helpen in de acceptatie van de uitdaging
- is iets wat je je hele leven herinnert, de eindmusical dus dat is belangrijk om door te laten gaan.
- De kinderen en leerkrachten zullen zich deze musical nog heel lang herinneren.
- belangrijk voor de kinderen
- leuk voor kinderen en hun familie
- Altijd goed om dit te blijven doen. Op voorwaarde dat het veilig is in de huidige omstandigheden.
- Mediastad
- Alles waar je kinderen iets mee leert is van -soms grote- waarde
- Media en ontwikkeling, waarom niet altijd, hebben de kinderen een prof. podium
- In ieder geval meerwaarde voor de kinderen en hun familie
- mooi initiatief
- een eindmusical hoort gewoon bij de afsluiting van de school

- Alle (veilige) activiteit voor jeugd is nodig. Daar wordt ook Hilversum beter van.
- Superbelangrijk dat dit onderdeel is gebleven van de schooltijd! Een blijvende herinnering
- In deze tijd kon iedereen meegenieten zelfs opa's en oma's
- Vooral voor de kinderen
- Hier zijn de middelen en mogelijkheden met ruimtes/studio's camera's. En de kinderen kunnen op een mooie manier afscheid nemen van de basisschool tijd (mét musical)
- Eindelijk kwaliteitsopnames.
- Een mooie tegemoetkoming aan een van de meest memorabele momenten in een kinderleven.
- Fantastisch evenement. Onvergetelijk voor kinderen en familie. En passant maken alle kinderen kennis met de Vorstin. Jong geleerd. Oud gedaan.
- Geeft de kinderen een doel en de oudjes zijn er ook even uit.
- het laat in deze moeilijke tijd toch wat van de basisscholen zien en kan de teleurstelling bij leerlingen waarschijnlijk wat verzachten. Geldt trouwens ook voor de ouders m.i.
- Ja, niet zo zeer voor mijzelf, maar wel voor alle overige betrokkenen. En met name de scholieren zelf, die op deze manier toch een schooljaar hebben kunnen afsluiten.
- als Hilversum dit niet zou doen, wie dan wel? Is een mooi initiatief dat gewoon past bij de mediastad die wij zijn. En dat is ook wat we willen uitdragen.
- Fijn dat er iets geboden wordt voor Hilversummers en ook voor de Vorstin zelf

Vindt u dat dit project, gezien de door corona geldende beperkingen, een meerwaarde is geweest voor Hilversum? Nee -kunt u dit toelichten?

- Blijft samen scholing
- heeft niks met Hilversum te maken. Dit had elke school kunnen doen.
- Langs welke meetlat?
- Niet speciaal voor Hilversum, wel voor de kinderen, ouders en andere betrokkenen.

Vindt u dat dit project, ook als u het geheel los zou zien van de coronabeperkingen en huidige situatie, een blijvende waarde zou hebben voor Hilversum? Zo krijgen bijvoorbeeld de leerlingen, ouders en vrienden als blijvend aandenken in deze opzet een goede professionele video opname van de schoolmusical. Anders gezegd: Zou u er voorstander van zijn als dit project vanaf nu ieder jaar aan basisscholen in Hilversum wordt aangeboden? Ja. kunt dit toelichten?

- Want, een blijvend aandenken zoals jullie zelf al aangeven.
- Gaaf
- Het is een mooie en leuke traditie en komt een mooie herinnering bij
- Mooi om dit te kunnen delen met vrienden en familie. En wellicht als archief voor later.
- Omdat de Vorstin een professionele instelling is waar meer kan dan op de scholen
- verbindingen aangaan is essentieel , zeker in onze huidige samenleving. Veel ouderen zijn hiertoe al niet meer in staat, helaas.
- mooi aandenken.
- Prachtig zo'n blijvend aandenken
- Het is natuurlijk een meerwaarde om een goed gemaakte video van de schoolmusical te hebben om te bewaren.
- Niet elke school heeft die mogelijkheden en dit geeft Hilversum mediastad extra glans
- Geweldig mooie, kostbare herinnering die niet voor iedereen is weggelegd.
- Dat zou fantastisch zijn denk ik.
- Hoe ouder , hoe vaker je behoefte krijgt om dingen van vroeger te kijken of aan je (klein) kinderen te laten zien.
- Prachtige herinnering en voor kinderen soms beter zonder ouders zoals het jongetje aangaf. En ook oplossing voor het probleem van kinderen met ouders in vechtscheiding of anderszins wel de live stream en het aandenken niet de ouders met telefoontjes in de zaal

- Ja het is een leuke blijvende herinnering, wel vind ik dat zodra het weer mogelijk is er ook een feestelijke eindmusical met publiek moet zijn.
- het een unieke ervaring voor de kinderen is en een mooie herinnering
- Dan heeft men een blijvend aandenken
- kan je altijd later nog naar kijken
- mooie herinnering voor leerlingen
- ik heb de opname van dit jaar nog steeds in mijn bezit
- Altijd leuk, mits kosten niet de pan uitrijzen.
- maar wel graag op eigen kosten
- Het is een mooi aandenken, echter zit de echte beleving in een live moment wat mij betreft.
- Aan de scholen voorleggen. School staat tenslotte in de Mediastad
- Maar het moet wel betaalbaar blijven. Soms lopen dit type projecten geweldig uit de hand
- Leuk voor de kinderen, goed voor de vorstin, leuk om combi te doen met media opleidingen (geluidsman, cameramensen)
- Leuk om te bewaren. Hangt wel van de kosten af.
- Goede om mediabranche op de kaart te zetten
- een eindmusical hoort gewoon bij de afsluiting van de school
- Mooi om altijd terug te kunnen kijken! Die mogelijkheid had ik vroeger niet
- Kinderen hebben dan iets tastbaars wat ze terug kunnen kijken
- Een grote beleving voor kinderen en professionele opnames.
- Een grote beleving voor kinderen en professionele opnames.
- ik vind dat een school/klas de keuze moet hebben
- Als er behoefte aan is waarom niet?
- Ook omdat alle Hilversumse groep 8 kinderen hier deel van kunnen zijn. Heel verbindend.
- Ik ben niet tegen
- het is toch fantastisch als je een blijvende herinnering aan de eindmusical mee kan nemen
- Dit aanbieden past bij het audiovisuele karakter van de stad

Nee, daar zou ik geen voorstander van zijn -kunt u dit toelichten?

- Moet los staan van gemeente. Gaat om betrokkenen.
- Houd de schoolmusical gewoon op school.
- De kneuterigheid en opwindning van het op de eigen school opvoeren zou niet verloren moeten gaan. Scholen kunnen zelf bepalen of ze opnames maken.
- Het fysiek samen beleven is toch het optimale. Iets van blijvend aandenken is leuk maar weet niet of dat tegen de kosten opweegt.
- onnodige kosten
- beter in de eigen school
- liever met publiek in de zaal
- Brengt erg veel kosten met zich mee.
- Uit ervaring weet ik dat dit nooit teruggekeken wordt.
- Is wel erg veel, ook zonder opname zou elke school dit ook kunnen doen, dus intern
- Besmetting gevaar kinderen neemt toe
- Ik zie het als project binnen de maatregelen. Niet los.
- Dat is aan elke school om zelf te regelen
- Niet nodig. Ouderverenigingen doen dit zelf vaak al. Ik zie het echt als een tegemoetkoming in crisistijd. Het is ook echt iets van de school en niet van de gemeente wat mij betreft.
- Onzin
- Ik vind, dat als er straks geen rekening meer hoeft te worden gehouden met Corona, we weer gewoon op de oude manier verder moeten gaan. Het geld wat hierin gestoken wordt, kan beter voor andere doeleinden worden gebruikt.

- Heeft u misschien ook nog op en aanmerkingen n.a.v. deze enquête en/of suggesties en tips voor dit project ?
- Er moet meer ruchtbaarheid aan deze manifestatie worden gegeven, want ik -en ongetwijfeld meerderen- wisten hier niets van af.
- Het is zeer vervelend maar sommige kinderen mogen niet in beeld komen , soms worden we stapelgek van de privacywet !!
- Het startscherm van de enquête heeft alleen een button 'versturen.' Dat is nogal verwarrend. Iets als 'start' zou beter passen, denk ik.
- Tip vanuit mijn vorige club. Ouderen ophalen uit verzorgingshuizen voor generale repetitie. Heel succesvol.
- Ik zou altijd toestemming vragen of het ook aan ouderen in Woonzorg complexen of eenzamen thuis zou mogen worden vertoond
- Ik ben een beetje bevooroordeeld, want ik ben zelf leerkracht van groep 8. Wij hebben ons opgegeven voor het project dit schooljaar en ik hoop voor de kinderen dat het doorgaat, want zij willen heel graag de musical in de Vorstin opnemen,
- Het zou wel erg gaaf zijn als er gebruik zou kunnen worden gemaakt van de podia in Hilversum om de eindmusical op te voeren.
- Mooi project! Had mij als ouder veel werk en stress gescheeld als school hiervoor gekozen had (had zelf kind in groep 8) Wel zou ik het (beperkte) publiek hebben gemist. Onze afscheidsavond was niet helemaal coronaproof, maar wel mogelijkheid voor toespraken en een lied vanuit ouders.
- Houdt het kleinschalig en laat de kinderen het werk doen. Begeleiden, niet leiden
- Mooi filmpje, zeer interessant
- welke scholen worden uitgenodigd, en welke scholen worden buitengesloten?
- Meer promoten van het project in de stad als de maatregelen nog een tijd duren.
- Misschien zijn er wel meer groepen die hun bijeenkomsten vastgelegd zouden willen zien? Bijvoorbeeld diverse koren.
- In corona tijd prima. voor andere momenten hangt het er van af wie dat betaalt. Dat hoeft de gemeente niet te doen, dat is aan de school zelf.
- ik vind het superleuk bedacht, maar wil ook zeker weten dat alle kinderen hier aan mee mogen doen en niet uitgesloten worden doordat bijvoorbeeld ouders een bijdrage niet zouden kunnen betalen.
- Opnames zijn ook leuk voor kinderen en volwassenen die niet direct betrokken zijn. Dus misschien de opnames nog een paar keer tonen in de Vorstin of in het Filmtheater?
- Zo snel mogelijk alle buitenactiviteit en weer door laten gaan. Buiten is bewezen kans vrijwel 0 op besmettingen. Buiten is goed voor iedereen. Buiten geeft energie, is gezond. Het is crimineel om mensen binnen te houden en binnen op te sluiten.
- bij vraag 4 vind ik het antwoord geven best lastig, omdat in het gehele plaatje geen kostenplaatje opgenomen is. Als het maken van de video opname veel geld van het regulier budget voor scholen af zou halen, weet ik niet of ik daar zo'n voorstander voor ben. Er had wat mij betreft daar wat meer aandacht voor mogen zijn.
- Dit project mag echt wel wat meer aandacht krijgen bij de niet direct betrokkenen.
- Niet van toepassing voor mij