

Jaarsubsidieaanvraag Hilversum Mediastad - The Media Ahead 2026

13 februari 2026, Hilversum

Deze subsidieaanvraag wordt ingediend door Stichting Hilversum Marketing, in haar hoedanigheid als penvoerder van The Media Ahead.

1. Aanleiding: samenhang in een veranderend medialandschap

Hilversum heeft een sterke en historisch gegroeide positie binnen het Nederlandse mediacluster. Tegelijkertijd verandert het medialandschap ingrijpend. De snelle ontwikkeling van AI, verschuivende distributiemodellen, de invloed van internationale technologieplatforms en geopolitieke ontwikkelingen beïnvloeden zowel het economische als de maatschappelijke rol van media.

De positie van Hilversum is daarmee niet vanzelfsprekend. Relevantie en economische weerbaarheid vragen om voortdurende innovatie, talentontwikkeling en een herkenbare gezamenlijke positionering.

In de stad en op het Media Park vinden uiteenlopende activiteiten plaats op het gebied van innovatie, talentontwikkeling, publieksprogrammering en sectorontwikkeling. Deze initiatieven zijn waardevol, maar vroegen om meer structurele samenhang en gezamenlijke jaarronde zichtbaarheid.

The Media Ahead is opgezet om deze samenhang te organiseren. Het is geen afzonderlijk instituut en geen zelfstandig innovatieprogramma, maar een strategisch kader waarin Hilversumse partners hun inzet op elkaar afstemmen en gezamenlijk positioneren.

2. Nationale en lokale beleidscontext

2.1 Nationale mediavisie en innovatieagenda

Tijdens Dutch Media Week 2022 presenteerde het Nederlandse mediacluster een gezamenlijke innovatieagenda aan het ministerie van Economische Zaken. Deze agenda is inmiddels geactualiseerd via een nieuwe toekomstverkenning, uitgevoerd in opdracht van onder meer Media Campus NL, ROM Utrecht Region en de gemeente Hilversum, in nauwe samenwerking met de sector. Dit heeft geleid tot een vernieuwde visie en roadmap voor de Nederlandse media- en entertainmentsector.

Hilversum vervult hierin een belangrijke rol als concentratiepunt van media-activiteiten, binnen een breder nationaal ecosysteem. Media Campus NL levert vanuit Hilversum een inhoudelijke bijdrage aan deze agenda, met name op het gebied van human capital en innovatie.

2.2 Economische Visie Hilversum 2040

De Economische Visie Hilversum 2040 positioneert het mediacluster als één van de pijlers onder de toekomstige economische ontwikkeling van de stad. Speerpunten zijn versterking van innovatiekracht, talentretentie, een aantrekkelijk ondernemersklimaat en een zichtbare media-identiteit in het centrum, inclusief een sterkere verbinding tussen Media Park en binnenstad.

The Media Ahead sluit hierop aan als strategisch uitvoeringskader waarin partners hun inzet op innovatie, talent en zichtbaarheid op elkaar afstemmen en gezamenlijk herkenbaar positioneren.

3. Gezamenlijke ambitie richting 2030

In 2030 is Hilversum een herkenbare en aantrekkelijke plek voor nieuwe en gevestigde mediamakers. Innovatie is zichtbaar in de stad, onderwijs en sector werken structureel samen en publiek beleeft media actief en dichtbij. Het mediacluster is economisch relevant én maatschappelijk zichtbaar.

Om daar te komen is nodig:

- structurele samenwerking binnen één samenhangend kader;
- doorlopende zichtbaarheid van innovatie en makers in het centrum;
- een actieve verbinding tussen media-erfgoed en technologische vernieuwing;
- duurzame betrokkenheid van talent en community;
- verankering van het mediacluster in fysieke plekken in de stad.

Het jaar 2026 is daarin geen eindpunt, maar onderdeel van een meerjarige ontwikkeling richting 2030.

4. Focus 2026: van fundament naar versterking

2026 markeert de overgang van een opstartfase naar een structureel verankerde samenwerking, met duidelijke governance, fysieke landingsplekken en een jaarrond ecosysteem.

The Media Ahead ontwikkelt zich van een verzameling initiatieven naar een samenhangend kader waarin innovatie, talent en publieke zichtbaarheid structureel met elkaar worden verbonden. De nadruk ligt op intensievere samenwerking tussen bestaande en nieuwe partners op het mediapark en in de stad. Bestaande formats worden inhoudelijk verbonden, overlap wordt beperkt en gezamenlijke impact wordt vergroot.

Met de opening van de Bibliotheek en het Muziekcollectiegebouw krijgt de mediabeweging een zichtbare plek in het centrum. Publieksmomenten, community-activiteiten en sectorbijeenkomsten worden nadrukkelijk gekoppeld aan deze fysieke landingsplekken.

De gemeentelijke bijdrage maakt deze structurele verankering mogelijk. Het borgt de regie, versterkt de samenhang tussen partners en ondersteunt de fysieke en programmatische verankering in de stad.

5. Governance & regie

The Media Ahead is geen zelfstandige organisatie, maar een strategisch samenwerkingskader met een heldere scheiding tussen penvoerderschap, regie en uitvoering.

Penvoerder

Hilversum Marketing fungeert als penvoerder en aanjager en is verantwoordelijk voor organisatorische continuïteit, financiële borging en centrale positionering binnen de vastgestelde strategische kaders.

De projectleider wordt functioneel aangestuurd door Hilversum Marketing. Deze aansturing betreft de organisatorische en contractuele relatie en laat de inhoudelijke onafhankelijkheid onverlet.

Regieteam

Het regieteam bestaat uit Media Campus NL, Stichting Beeld & Geluid en Stichting Hilversum Marketing. Het team bewaakt de strategische koers en de aansluiting op gemeentelijk en nationaal beleid.

Projectleider

De onafhankelijk projectleider voert regie op het totale portfolio, bewaakt de samenhang en monitort voortgang en impact.

Uitvoering

De uitvoering ligt bij de partners zelf. The Media Ahead brengt activiteiten in samenhang en zorgt voor gezamenlijke positionering.

6. Programmering 2026

De programmering wordt opgebouwd langs de drie strategische pijlers: Inspireren, Verbinden en Faciliteren.

6.1 Inspireren – Podium voor creativiteit en innovatie

Publieksprogrammering en sectorale evenementen maken innovatie en media-erfgoed zichtbaar. In 2026 betreft dit onder meer de viering van 75 jaar televisie, weekendprogrammering met mediapartners, thematische kennisfestivals, een publieksinstallatie in het Muziekcollectiegebouw en de podcastreeks *MAX en de Media*.

Deze activiteiten versterken de zichtbaarheid van Hilversum als mediastad.

6.2 Verbinden – Ecosysteem en talent

Binnen deze pijler wordt gewerkt aan duurzame samenwerking tussen onderwijs, makers en bedrijven via de MAD-community, Media Campus Live, de Dag van de Mediastages en netwerkbijeenkomsten voor MKB en media(tech)-bedrijven.

Doel is structurele talentretentie en versterking van het ecosysteem.

6.3 Faciliteren – Werkplaats en infrastructuur

De pijler Faciliteren richt zich op het bieden van randvoorwaarden voor makers en partners. Dit omvat activering van fysieke landingsplekken, toegang tot kennis en erfgoed via partners, een impulsbudget voor marktinitiatieven en inhoudelijke ondersteuning bij samenwerking.

7. Randvoorwaardelijke infrastructuur

Naast de inhoudelijke pijlers is een stevige organisatorische basis noodzakelijk. Deze omvat regievoering door de projectleider, strategische afstemming in het regieteam, centrale positionering onder het merk The Media Ahead, communicatie, content creatie en monitoring van voortgang en impact. Deze infrastructuur ondersteunt alle drie de pijlers en voorkomt versnippering.

8. Begroting en financiering 2026

Het totale programmabudget voor 2026 bedraagt € 1.109.500.

De gevraagde bijdrage van de gemeente Hilversum bedraagt € 250.000. Het resterende bedrag van € 859.000 wordt gefinancierd door partners en regionale samenwerkingspartijen, via financiële bijdragen en inzet in natura.

De begroting is opgebouwd langs de drie pijlers, aangevuld met randvoorwaardelijke infrastructuur. Het merendeel van de middelen wordt ingezet voor programmering, talentontwikkeling en werkplaatsfuncties. De gemeentelijke bijdrage fungeert als cofinancieringshefboom en ondersteunt de structurele samenwerking en fysieke verankering in de stad.

De volledige begroting is opgenomen in de bijlage onder aan deze aanvraag.

9. Impact en monitoring

De impact van The Media Ahead wordt in 2026 gemonitord op programmaniveau. Daarbij wordt gekeken naar drie samenhangende lijnen: bereik en activiteit, versterking van het ecosysteem en positionering van Hilversum als mediastad.

De gemeentelijke bijdrage maakt binnen dit geheel de structurele regie en samenhang mogelijk en fungeert als hefboom voor duurzame doorontwikkeling.

9.1 Bereik en activiteit

De inzet in 2026 leidt naar verwachting tot de volgende indicatieve resultaten:

- circa 20.000 bezoekers aan publieksprogrammering
- minimaal 2.000 professionals bij inhoudelijke events
- circa 15.000 luisteraars/volgers van podcasts
- 1.500 deelnemers aan de Dag van de Mediastages;
- een actieve community van circa 500 deelnemers, waarvan minimaal 100 actief betrokken.

Deze cijfers geven inzicht in bereik en dynamiek, maar vormen niet op zichzelf de maat voor structurele impact.

9.2 Versterking van het ecosysteem

De structurele impact van The Media Ahead wordt zichtbaar in de mate waarin samenwerking en draagvlak worden vergroot. In 2026 wordt actief gewerkt aan uitbreiding van het partnernetwerk.

Doelstelling is om eind 2026 minimaal twee nieuwe partners aan te sluiten die:

- inhoudelijk bijdragen aan het TMA-ecosysteem
- hun activiteiten onder het gezamenlijke kader positioneren
- financieel of in natura bijdragen aan programmering

Daarnaast wordt de samenhang tussen partners versterkt door programmatische afstemming, bundeling van activiteiten en actieve informatie-uitwisseling binnen de community.

9.3 Positionering van Hilversum als mediastad

De inzet op regie en communicatie moet leiden tot een aantoonbaar herkenbare gezamenlijke positionering van activiteiten onder het TMA-kader.

Dit uit zich in:

- consistente gezamenlijke communicatie-uitingen
- een samenhangende jaarkalender
- zichtbare koppeling tussen innovatie, talent en publieksprogrammering
- externe zichtbaarheid van Hilversum als mediastad

Hiermee wordt gewerkt aan een versterkte en eigentijdse profilering van Hilversum als mediastad.

9.4 Monitoring en periodieke terugkoppeling

De voortgang van The Media Ahead wordt gemonitord door de projectleider en periodiek besproken in het regieteam.

Conform de wens van de gemeente vindt in 2026 drie maal per jaar een voortgangsrapportage plaats. In deze terugkoppeling wordt gerapporteerd over de voortgang van activiteiten, de ontwikkeling van samenwerking en de zichtbaarheid van Hilversum als mediastad.

In het vierde kwartaal wordt tevens een voorstel voor de aanpak 2027 voorgelegd, waarin de bereikte resultaten worden geëvalueerd en de verdere ontwikkeling van The Media Ahead wordt geschetst. De resultaten worden verwerkt in een jaarlijkse inhoudelijke en financiële verantwoording aan de gemeente.

10. Verankering en toekomstbestendigheid

The Media Ahead is geen tijdelijk programma, maar een samenwerkingskader dat gericht is op structurele versterking van het Hilversumse mediacluster.

In 2026 ligt de focus op het organiseren van samenhang tussen bestaande initiatieven, het vergroten van partnerdraagvlak en het versterken van een herkenbare gezamenlijke positionering.

De gemeentelijke bijdrage maakt het mogelijk om deze samenhang te organiseren en te borgen. Daarmee fungeert zij als hefboom voor cofinanciering en gezamenlijke inzet van partners binnen het ecosysteem.

Door de periodieke terugkoppeling in 2026 en het opstellen van een plan van aanpak voor 2027 wordt de verdere ontwikkeling niet alleen inhoudelijk, maar ook bestuurlijk verankerd.

Zo draagt The Media Ahead bij aan de uitvoering van de Mediavisie 2040 en de Economische Visie Hilversum 2040 en wordt gewerkt aan een toekomstbestendig en zichtbaar mediacluster in de stad.

Bijlage 1 | Toelichting Projecten The Media Ahead 2026

Hieronder geven we per project een korte toelichting op de inhoud, doelstelling en meerwaarde binnen het geheel van The Media Ahead 2026.

1. Publieksinstallatie Muziekcollectiegebouw (i.s.m. DROPSTUFF & Beeld & Geluid)

Een immersieve, individuele ervaring van 30–45 minuten waarin bezoekers hun persoonlijke muziekgeschiedenis beleven. Via spatial audio, geurzones, interactie en storytelling worden herinnering, identiteit en technologie op unieke wijze verbonden. Deze installatie wordt een blijvende publiekstrekker in het nieuwe muziekcollectiegebouw van Beeld & Geluid, in het hart van de stad.

2. Viering 75 jaar Televisie (2 oktober 2026)

Een grootschalige publieksdag met inhoudelijke programmering, erfgoedpresentaties en ontmoeting tussen generaties. Samen met media- en onderwijspartners wordt gereflecteerd op het verleden én vooruitgekeken naar de toekomst van televisie.

3. REMIX Fest

Festival voor jonge makers waarin archiefmateriaal van Beeld & Geluid centraal staat. Makers hergebruiken beeld en geluid in nieuwe creaties. Met workshops, talks en showcases waarin verleden en toekomst samenkomen.

4. Podcastserie Max en de Media (20 afleveringen)

Jonge podcastmaker Max Vessies in gesprek met mediamakers van verschillende generaties over hun werk, inspiratie en visie op de toekomst van media. Laagdrempelig, inhoudelijk en verbindend

5. Media Campus Live (3x)

Interactieve events waarin studenten, starters en professionals in gesprek gaan met toonaangevende makers. Een mix van live-interviews, kennisdeling en creatieve performances, opgezet als inspirerende ontmoetingen voor en door jonge makers.

9. BM Streaming Festival

Festival rondom nieuwe vormen van streaming en distributie. Inhoudelijke verdieping gecombineerd met showcases en interactieve presentaties.

6. BNR AI Festival

Kennisevent rond AI en media. Makers, onderzoekers en bedrijven verkennen toepassingen van AI in productieprocessen en storytelling. Verbindt tech, ethiek en creatie.

7. BNR Podcast Festival

Programma rond podcastproductie, distributie en storytelling. Gericht op vakontwikkeling, ontmoeting en verkenning van het medium.

8. Weekendprogramma's met mediapartners

Twee publieksweekenden (ter vervanging van de Xperience Day) met partners als NOS, BNNVARA en AVROTROS. Ontmoeting, erfgoed, live-programma en sector in dialoog. Versterkt de rol van Hilversum als stad van media.

10. The Media Ahead Community (MAD)

Online via Discord en fysiek op het Media Park. Met challenges, MAD Talks, workshops, showcases en doorlopende interactie tussen makers. De community verbindt creativiteit, technologie en jong talent in en met Hilversum

11. Dag van de Mediastages

Een matching- en netwerkdag voor stagezoekende studenten en mediabedrijven. Stimuleert instroom, verbinding onderwijs-praktijk en zichtbaarheid van de sector.

12. Ondernemersontbijtsessies

2 à 3 ontbijtsessies gericht op kennisdeling en samenwerking tussen Hilversumse mediabedrijven (MKB), overheid en instellingen. Informeel maar doelgericht format dat de lokale mediacorridor versterkt.

13. Urban Gallery

Zichtbare uitingen van jong talent op fysieke plekken in de stad. Denk aan projecties, posters, minitentoonstellingen of interactieve installaties. Verbindt community, publiek en stad.

Bijlage 2 | Bestuurlijke reactie op aandachtspunten gemeente

Naar aanleiding van het overleg over de subsidieaanvraag voor The Media Ahead 2026 heeft de gemeente Hilversum een aantal inhoudelijke en financiële aandachtspunten meegegeven. Hieronder lichten wij toe hoe deze zijn verwerkt in de aangepaste aanvraag.

1. Lange termijnperspectief en positionering Hilversum als mediastad

De gemeente gaf aan dat in de eerdere versie het lange termijnperspectief onvoldoende zichtbaar was en dat de bijdrage aan de positionering van Hilversum als mediastad van de toekomst explicieter mocht worden gemaakt.

In de herziene aanvraag is daarom een afzonderlijk hoofdstuk opgenomen over de gezamenlijke ambitie richting 2030. The Media Ahead wordt daarin gepositioneerd als het strategisch uitvoeringskader waarmee de ambities uit de nationale Mediavisie 2040 en de Economische Visie Hilversum concreet en zichtbaar worden gemaakt in de stad.

Waar deze visies richting geven aan innovatie, human capital en ondernemerschap, organiseert The Media Ahead de samenhang tussen partners en vertaalt dit naar jaarrond programmering, communityvorming en publieke zichtbaarheid. 2026 markeert de overgang van opstartfase naar structurele verankering en is daarmee een cruciaal jaar in de verdere positionering van Hilversum als toekomstbestendige mediastad.

2. Koppeling aan Mediavisie 2040 en Economische Visie Hilversum

In de aangepaste aanvraag is de relatie met zowel de nationale Mediavisie 2040 als de Economische Visie Hilversum 2040 nadrukkelijker uitgewerkt.

The Media Ahead ondersteunt deze visies door initiatieven te verbinden op het gebied van innovatie, talentontwikkeling, ondernemerschap en stedelijke zichtbaarheid. De inhoudelijke uitgangspunten van deze visies zijn richtinggevend voor keuzes in programmering, samenwerking en communicatie.

In 2026 wordt de presentatie van de Mediavisie 2040 verbonden aan het TMA-kader, zodat beleid en uitvoering herkenbaar samen optrekken binnen één gedeelde positionering van Hilversum als mediastad.

3. Opening Bibliotheek, Collectiegebouw en Kerkbrink

De openingen van de Bibliotheek en het Muziekcollectiegebouw vormen belangrijke fysieke mijlpalen in 2026. In de herziene aanvraag zijn deze expliciet opgenomen binnen de pijler Faciliteren.

Deze momenten markeren de verdere verankering van het mediacluster in het centrum van de stad. The Media Ahead sluit hier inhoudelijk en communicatief op aan, zodat de fysieke landingsplekken onderdeel worden van het bredere ecosysteem van innovatie, talent en publieksbeleving.

4. Balans tussen programmamiddelen en infrastructuur

De gemeente vroeg aandacht voor de verhouding tussen middelen voor kernteam/marketing en middelen voor activiteiten.

In de herziene begroting is deze balans expliciet inzichtelijk gemaakt. Circa 80% van het totale budget wordt ingezet voor de inhoudelijke pijlers (Inspireren, Verbinden en Faciliteren).

Ongeveer 20% betreft randvoorwaardelijke infrastructuur voor regie, governance en centrale positionering.

De inzet op regie en communicatie is geen afzonderlijke marketinglaag, maar een randvoorwaarde om samenhang tussen partners te organiseren en versnippering van middelen te voorkomen.

5. Toelichting op coördinatie (€ 53.500)

De post 'Coördinatie MAD-activiteiten' betreft de inhoudelijke regierol binnen de pijler Verbinden. Deze functie is verantwoordelijk voor:

- afstemming tussen onderwijs, mediapartners en stedelijke partijen;
- ontwikkeling en coördinatie van community-activaties;
- koppeling van community-activiteiten aan de bredere TMA-agenda;
- borging van samenhang tussen online en fysieke ontmoetingen.

Community management (16.000) betreft daarentegen de uitvoerende digitale begeleiding van de Discord-community en kan deels worden ingevuld vanuit bestaande capaciteit bij Media Campus NL.

6. Toelichting op communicatie-inzet

De inzet op centrale positionering en communicatie betreft de structurele uitvoering onder het bestaande merk The Media Ahead. Het gaat nadrukkelijk niet om een nieuwe merkontwikkeling. De communicatie-inzet omvat:

- strategische afstemming tussen partners;
- vertaling van programmering naar samenhangende communicatie;
- pers & PR;
- digitale activatie van de community;
- monitoring van bereik en zichtbaarheid.

Deze inzet zorgt voor een herkenbare en consistente positionering van Hilversum als mediastad en ondersteunt alle drie de inhoudelijke pijlers.

7. Branding en content

In 2025 is geïnvesteerd in de ontwikkeling van het merk The Media Ahead. In 2026 betreft de post 'Doorontwikkeling middelen' uitsluitend de toepassing en optimalisatie van bestaande visuele middelen.

De inzet op contentproductie richt zich op beeld- en videoregistraties van programmering, makersverhalen en kennisdeling. Deze middelen zijn noodzakelijk om de impact van activiteiten zichtbaar te maken en de verbinding tussen stad, sector en talent te versterken.

Indien het subsidiebedrag wordt gemaximeerd op € 250.000, wordt prioriteit gegeven aan de kernactiviteiten en kan binnen deze posten worden bijgestuurd.

8. Subsidieplafond en financiële aanpassing

Wij nemen kennis van het beschikbare maximum van € 250.000. De begroting is hierop aangepast. Eventuele verdere optimalisatie zal primair worden gezocht binnen niet-essentiële communicatie-uitgaven, zodat de kern van programmering, community en werkplaatsfunctie behouden blijft.