

# regio deal

The background features a white line-art illustration of two individuals wearing VR headsets. They are positioned on the left and right sides of the frame, facing each other. A complex network of white lines and dots connects various points across the scene, suggesting a digital or data network. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on technology and connectivity.

**Gooi en Vechtstreek  
Media Valley**

## Ambitie

De regio Gooi en Vechtstreek heeft één herkenbare sector, die lange tijd veel betekende voor bedrijvigheid, banen, welvaart en voor de Nederlandse samenleving. Regio's waar één sector domineert, zijn extra kwetsbaar. De grote rol van de media-industrie staat nu sterk onder druk en daarmee de regio Gooi en Vechtstreek Door als regio samen met de media-industrie een toekomstbestendige koers te pakken, ondersteunt met de juiste interventies, hebben alle inwoners daar baat bij. We zijn trots op de media-industrie in onze regio, maar we raken langzamerhand achterop. De 'Media Valley' strekt zich inmiddels uit van Utrecht tot Amsterdam en vormt het kerngebied van de digitale creatieve content industrie. De oorsprong van deze industrie ligt in de regio Gooi en Vechtstreek, die nog steeds een belangrijke schakel vormt in de ontwikkeling van de industrie. Immers van iedere euro productiewaarde in Gooi en Vechtstreek landt bijna 25% in de regio's Amsterdam en Utrecht.

Echter de regio Gooi en Vechtstreek staat onder groeiende druk. De media-industrie is goed voor ruim een derde van de regionale economie, maar beweegt hier het minst mee in de transformatie binnen de digitale mediasector. De werkgelegenheidsontwikkeling in de regio Gooi en Vechtstreek blijft daardoor structureel achter bij de groei van de creatieve industrie in steden als Amsterdam en Utrecht en komt onder het landelijk gemiddelde. Zij vormt daarmee in feite de zwakste schakel in deze sterk ontwikkelende industrie – met alle risico's voor de groei van de sector én voor het perspectief van de bewoners. Factoren als het veranderende kijk- en luistergedrag, de opkomst van grote internationale spelers in het digitale domein en de noodzaak van nieuwe verdienmodellen vragen om een snel en continu transformatieproces. Deze transformatie gaat in de regio Gooi en Vechtstreek vanwege de remmende voorsprong, te langzaam. Er is bovendien onvoldoende geïnvesteerd in het vestigingsklimaat. Onderzoek toont aan dat het Media Park, als één van de belangrijke locaties binnen de Media Valley, kan worden omgevormd naar, opnieuw, een veel meer bruisende, campusachtige omgeving die aantrekkelijk is voor innovatief talent en bedrijvigheid. De gevolgen voor de regio zijn fors: teruglopende werkgelegenheid, onvoldoende beschikbaarheid van jeugdig talent, toenemende vergrijzing en het haperen van de innovatiemotor. Deze ontwikkeling in Gooi en Vechtstreek zal ook zijn weerslag krijgen in de rest van de Media Valley.

Wij willen deze neerwaartse spiraal met kracht omdraaien. Dat kunnen we omdat we in de basis een krachtig en uniek regionaal DNA hebben en op diverse onderdelen al nauw wordt samengewerkt tussen bedrijven, overheden en kennisinstellingen. Diverse onderzoeken (zoals De flexibele kracht van de Verhalenfabriek, NEO) tonen aan dat de kritieke randvoorwaarden goed zijn. De regio beschikt over unieke 'creatieve capaciteit', een innovatieve infrastructuur en een hoge (fysieke) concentratie van mediabedrijven. In 2017 is vanuit de industrie, gesteund door diverse overheden, het initiatief Digital Creativity First gestart ([www.digitalcreativityfirst.nl](http://www.digitalcreativityfirst.nl)). Deze basis kan direct worden benut voor versterking van samenwerking in de 'triple helix' (bedrijven-overheden-kennisinstellingen), het stimuleren van talent & innovatie, verbeteren van vestigingsklimaat & regelgeving en het veel sterker positioneren van de industrie. Deze transformatie is essentieel voor de vitaliteit, welvarendheid en opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden van de regio Gooi en Vechtstreek, evenals voor de Media Valley en de verdien-capaciteit van Nederland als geheel. Investeren in samenwerking en innovatie in de media draagt ook bij aan diverse maatschappelijke thema's, zoals in het zorgdomein (directe gezondheidszorginnovaties, revalidatie en eenzaamheidsbestrijding),

# uitdaging

gezien de bevolkingssamenstelling in Gooi en Vechtstreek zeer actueel, en de energietransitie (cross-overs). De belangrijkste sleutel in het verbeteren van de welvaart in de regio ligt in het versnellen en versterken van het transformatieproces in de media-industrie. Dat is ook de reden dat de regio een beroep doet op ondersteuning vanuit de Regio Deal.

## Uitdaging

De as Amsterdam - Hilversum - Utrecht vormt hét ecosysteem van mediabedrijven en economisch kerngebied van regionale, nationale en internationale betekenis. De Media Valley vormt een sterk landelijk cluster van digitale content creatie dat vooroploopt in de technologische en digitale veranderingen. De regio Gooi en Vechtstreek vormt hierbinnen een essentiële schakel en is een uitnodigende omgeving om in triple helix verband maatschappelijke en economische uitdagingen aan te gaan. De disruptieve kracht van de nieuwe technologie is dusdanig snel en omvangrijk dat het om aanpassingen vraagt in de organisatie en businessmodellen van mediabedrijven. De problemen zijn te complex om op bedrijfsniveau op te lossen. Een sector brede aanpak is een uitdaging voor een industrie die gekenmerkt wordt door sterke concurrentie, teruglopende marges en kleinschaligheid. De industrie bestaat uit enkele grote spelers (kern) met daaromheen zo'n 20.000 kleine bedrijven. Er is behoefte aan een triple-helix initiatief dat kan faciliteren in het uitzetten van de ontwikkelkoers, maar ook slagkracht heeft om opvolging te geven aan de door de industrie zelf opgestelde agenda.

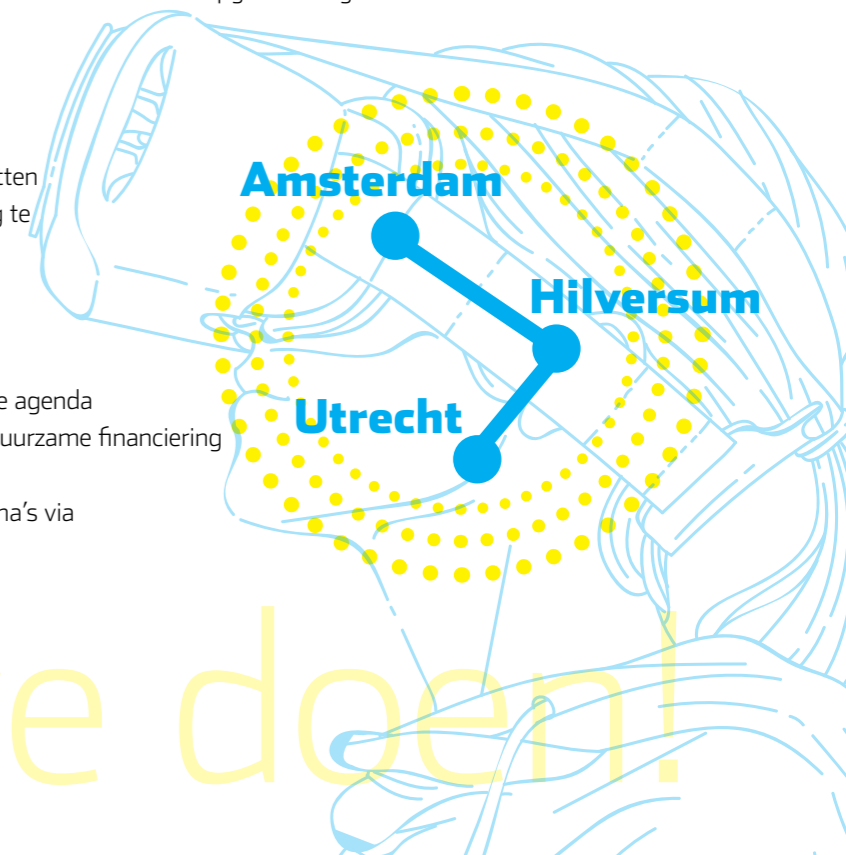
## Wat gaan we doen!

### Clustermanagement

**DOEL:** Het opzetten van een gedeelde sectorbrede aanpak, via een triple-helix organisatie die kan faciliteren in het uitzetten van een ontwikkelkoers en de slagkracht heeft om opvolging te geven aan de door de industrie zelf opgestelde agenda.

### ACTIELIJNEN:

- Opzetten van een clustermanagementorganisatie inclusief governance op triple helix basis
- Faciliteren van de industrie in het opstellen van de industrie agenda
- Opstellen van lange termijn strategie en organiseren van duurzame financiering
- Opstellen van jaarprogramma's
- Ondersteuning van het operationaliseren van de programma's via onderstaande pijlers.



## Talent & innovatie

**DOEL:** Opschalen/versterken van onderwijs- en opleidingsprogramma's gericht op talentontwikkeling en Leven Lang Ontwikkelen passend bij de media-industrie van de toekomst en het vergroten van de innovatiekracht van de sector.

### ACTIELIJNEN:

- Ontwikkelen digitale marktplaats: transparantie van opleidingsaanbod kennisinstellingen/bedrijfsleven
- Werving van talent in binnen- en buitenland (o.a. op datagebied)
- Leven Lang Ontwikkelen voor media-professionals
- Ontwikkelen van innovatieve hybride onderwijsvormen voor praktijkgerichte opleidingen
- Opbouwen en toepassen van onderzoeksprogramma/data science voor crossverbanden met andere sectoren
- Stimuleringsmaatregelen business & innovatie voor kleine(re) bedrijven
- Doorontwikkelen van activiteiten als NL Profiel

## Vestigingsklimaat & regelgeving

**DOEL:** Het huidige Media Park omvormen tot volwaardige Media Campus waardoor het blijft voldoen aan de wensen van de digitale contentindustrie en experimenteeruimte creëren in de huidige wet- en regelgeving om o.a. nieuwe verdienmodellen te ontwikkelen.

### ACTIELIJNEN:

- Gebiedsontwikkeling van het huidige Media Park naar een Media Campus, inclusief het organiseren van de financiering daarvan
- Inzetten op bereikbaarheid als impuls aan grootschalige transformatie van het gebied
- Fysieke omgeving ontwikkelen waar co-creatie mogelijk is. Een model daarvoor zijn field labs.
- Vergroten van een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor nieuwe bedrijven
- Vergroten van een aantrekkelijk woonklimaat voor (buitenlandse) starters
- Experimenteer ruimte creëren in wet- en regelgeving o.a. t.b.v. het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen.

## Positionering & acquisitie

**DOEL:** Bijdragen aan de transitie richting volwaardige Media Campus en de potentie en kracht van de sector en de mediacampus meer onder de aandacht brengen bij potentiële binnenlandse en buitenlandse bedrijven en investeerders.

### ACTIELIJNEN:

- Eenduidige industrieagenda ontwikkelen. Hierin vorm het clustermanagement een publiek-private aanjager.
- Dutch Media Week uitbreiden, opschalen en promoten als onderdeel van een jaarrond programmering
- Samenwerking met o.a. Amsterdam Inbusiness en Invest Utrecht voor versterking van acquisitie
- Matching programma dat vraag en aanbod van startups en bestaande bedrijven koppelt.



## INZETTEN VAN INNOVATIEVE TOEPASSINGEN

## Wat willen we bereiken?

Deze Regio Deal wil de kwaliteit van leven en welvaart in deze regio versterken, mede door te investeren in het organiserend vermogen in haar sleutelsector, de media-industrie. Het resultaat:

- Een sterk cluster van de Nederlandse media-industrie, gericht op kennisuitwisseling, innovatie, nieuwe opleidingen, bouwen en onderhouden van netwerken, kan digitale creatieve industrie verbinden met maatschappelijke uitdagingen (cross-overs).
- De industrie heeft een grote verdienpotentie in verband met (grote) bedrijven die ook op het internationale niveau presteren en verkopen.
- De media-industrie van waarde voor de Nederlandse identiteit en het informeren van de Nederlandse bevolking.
- Voor de gebiedsontwikkeling van de Media Campus is landelijke steun nodig (via Invest-NL), omdat die de reikwijdte van een regio of van een private investeerder (door de publieke onzekerheden) te boven gaat.
- De investering in Gooi en Vechtstreek geeft de dynamische digitale economie een impuls waardoor er beter duiding en antwoord kan worden gegeven op inmenging en invloed van platformen zoals Netflix, Facebook, Youtube c.s. op de Nederlandse cultuur en samenleving.
- Inzetten van innovatieve toepassingen als beeldbellen, AR/VR toepassingen, sociale robots etc. voor de vraagstukken in het zorgdomein. Bijdragen aan de energietransitie. Cross overs waar de media-industrie een belangrijke rol in kan hebben.

## Wat vragen we aan het Rijk?

Regio Gooi en Vechtstreek vraagt het Rijk bovenop de bestaande instrumenten om:

- Het verruimen van de experimenteermogelijkheden om te zoeken naar nieuwe mogelijkheden van content ontwikkeling en distributie via nieuwe/andere platforms.
- Het versterken van de samenwerking tussen de Ministeries van EZK en OCW daar waar het gaat om het werken aan een gezonde mediasector vanuit zowel een economisch als een maatschappelijk perspectief.
- Specifieke intelligentie qua investering en financiering in de gebiedsontwikkeling (vervolg visie UNStudio, zie bijlage 2) van het Media Park naar een Media Campus, bijvoorbeeld door inzet en expertise van Invest.NL.
- Ondersteuning bij werving van personeel in buitenlandse markten door RvO en Ministerie van Buitenlandse Zaken.

## Wie doen er mee?

- De regio Gooi en Vechtstreek (gemeenten Blaricum, Gooise Meren, Laren, Hilversum, Huizen, Weesp en Wijdmeren) onderzoekt de mogelijkheid om €1 miljoen euro vrij te maken voor de ondersteuning van om- en herscholingstrajecten voor werknemers die uitvallen in de bestaande mediabedrijven.
- Het college van B&W van de gemeente Hilversum zal via een investeringsimpuls van €7 miljoen euro t.b.v de versterking van de mediasector een bijdrage leveren in de co-financiering



- De provincie Noord-Holland en de provincie Utrecht ondersteunen de aanvraag van deze Regiodeal. Metropoolregio Amsterdam (MRA) co-financiert de vorming van een clustermanagement initiatief,
- Kennisinstellingen zoals Instituut voor Beeld en Geluid, Hogeschool van Amsterdam, HKU, Media College Amsterdam, MBO College Hilversum, HU, NHTV, Universiteit van Amsterdam, Universiteit van Utrecht zijn bereid om bij te dragen aan het programma;
- Het clustermanagement is een belangrijke sleutel in deze deal. De komende 3 jaar zullen we structurele financiering organiseren, waarschijnlijk door bijdragen van overheden, kennisinstellingen en bedrijven. Gedurende deze deal is éénmalig externe steun nodig.
- Ondernemers en aanpalende organisaties die een rol gaan spelen in de deal zijn: Economic Board Utrecht, Amsterdam Economic Board, Economic Board Gooi en Vechtstreek, bedrijven in de programma's ESF subsidie (t/m medio 2019) en RIF MBO subsidie (2017-2020), nieuwe eigenaar Media Park en nieuwe huurders. De rol voor economic boards zit in de aansluiting op boarduitdagingen en -programma's.
- Digital Creativity First kent 200 ondertekenaars (vooral bedrijfsleven). Daarnaast hebben de CEO's van de volgende toonaangevende bedrijven zich geëngageerd aan het gezamenlijk opzetten van een industrieagenda die de basis vormt voor de clustermanagement-organisatie: Talpa, Endemol Shine, AVROTROS, Persgroep Nederland, Ster, Greenberry, VPRO, TMG, NEP, United, IDTV, Tuvalu..

## Budget

Voor de overkoepelende pijler van het clustermanagement is een investering van 4 miljoen euro voorzien. Daarvan vragen we een Rijksbijdrage van 3 miljoen euro en wordt er 1 miljoen door betrokken partijen geïnvesteerd.

**OP DE PIJLER** talent en innovatie wordt van de benodigde 11 miljoen, 5 miljoen euro aan het Rijk gevraagd. Onder deze pijler vallen de hybride leeromgeving, leven lang ontwikkelen, versterking van het traineeshipprogramma, onderzoeksprogramma, cross over activiteiten, NL-profiel en stimuleringsmaatregelen business & innovatie voor kleine(re) bedrijven.

**BINNEN DE PIJLER** vestigingsklimaat en regelgeving wordt ingezet op korte termijn multimodale bereikbaarheidsoplossingen en andere fysieke investeringen, zoals field lab en short stay, als impuls voor de doorontwikkeling van het gehele gebied. Deze pijler vraagt 9 miljoen euro en daarvan vragen we 2,5 miljoen aan het Rijk.

**DE DERDE PIJLER**, positionering en acquisitie, gaat met 11 miljoen investering in aantrekking van buitenlandse bedrijven, buitenlands talent, de Dutch Media Week en een matchmakingsprogramma. In deze Regio Deal vragen we van de Rijksoverheid een bijdrage van 4,5 miljoen euro.

De totaal komt op 35 miljoen euro investering in de periode 2019-2022 in de regio Gooi en Vechtstreek. Tegenover de gevraagde Rijksbijdrage van 15 miljoen euro staat een cofinanciering van 20 miljoen euro.

Op de volgende pagina ziet u het programma dat is opgesteld op basis van diverse gesprekken met organisaties in en rond de mediasector. De verdere verfijning vindt o.a. plaats op basis van de op te stellen industrie agenda waarover in de eerste week van september met een groep toonaangevende mediapartijen wordt gesproken. Deze concretere plannen delen we graag met het Rijk, om de transformatie voor de komende jaren samen vorm te geven.



# GEBIEDS ONTWIKKELING VAN HET HUIDIGE MEDIA PARK NAAR EEN MEDIA CAMPUS

ACTIE	BENODIGDE INVESTERINGEN (IN MLN EURO)	WAARVAN COFINANCIERING	GEVRAAGDE RIJKSBIJDRAGE 2019-2022
<b>Clustermanagement</b>	<b>4.0</b>	<b>1.0</b>	<b>3.0</b>
Opzetten van een clustermanagement (triple helix) organisatie die tot doel heeft om regie te voeren, samenhang te waarborgen en mede opvolging te geven aan de deelactiviteiten in de drie hieronder benoemde pijlers.			
<b>Talent en innovatie</b>	<b>11.0</b>	<b>6.0</b>	<b>5.0</b>
Hybride leeromgeving opzetten op de Mediacampus (in samenwerking met bedrijfsleven) al dan niet gekoppeld aan Fieldlabs (zichtbaarheid en effectiviteit van media-opleidingen vergroten). Aanpassen portfolio van bestaande kennisinstellingen op vraag van de industrie.	1.6	0.6	1.0
Leven lang ontwikkelen bij huidige professionals in de mediasector, voortzetten en opschalen van huidige ESF gefinancierde projecten.	2.0	1.0	1.0
Versterking traineeshipprogramma voor toptalenten	0.8	0.4	0.4
Onderzoeksprogramma/Big data science voor media/ informatiesector	0.6	0.5	0.1
Cross over activiteiten (nader te specificeren)	2.0	1.0	1.0
NL-profiel: kunnen benutten van data van gebruikers van de diverse media	2.0	1.5	0.5
Stimuleringsmaatregelen business & innovatie voor kleine(re) bedrijven	2.0	1.0	1.0
<b>Vestigingsklimaat en regelgeving</b>	<b>9.0</b>	<b>6.5</b>	<b>2.5</b>
Media Park ombouwen tot volwaardige campus inclusief ruimte voor nieuwe bedrijven, opleidingen en bijpassende verblijfsmogelijkheden.			
a. Procesgeld voor ontwikkelen bidbook/investeringsplan	1.0	0.5	0.5
b. Investeringscapaciteit ism Invest-NL	PM	PM	PM
Onderzoek nieuwe (multimodale) bereikbaarheidsoplossingen als impuls en signaal voor de transformatie van het gehele gebied.	5.0	4.5	0.5
Ontwikkeling korte termijn oplossingen in de fysieke omgeving t.b.v. Fieldlab(s) en project spaces - fysieke omgeving voor co-creatie, Pop-up events, short stay, broedplaatsomgeving.	3.0	1.5	1.5
<b>Positionering en acquisitie</b>	<b>11.0</b>	<b>6.5</b>	<b>4.5</b>
Acquisitie van buitenlandse bedrijven	2.5	1.5	1.0
Werving en onboarding program buitenlands talent	1.0	0.5	0.5
Doorontwikkeling Dutch Media Week (DMW) en jaarrond programmering	5.5	3.5	2.0
Matchmakingsprogramma – startups begeleiden in vinden van afnemers	2.0	1.0	1.0
<b>TOTAAL</b>	<b>35.0</b>	<b>20.0</b>	<b>15.0</b>



Contact:  
Marijn den Uijl [m.denuijl@regiogv.nl](mailto:m.denuijl@regiogv.nl)  
Gaston Crolla [g.crolla@hilversum.nl](mailto:g.crolla@hilversum.nl)

[www.digitalcreativityfirst.nl](http://www.digitalcreativityfirst.nl)