

## Dutch Media Week en regio Gooi & Vecht

Een terugblik en voorstel 2019-2020

### DUTCH MEDIA WEEK *de impact van media*

*Overal, altijd: media. We zitten in een wervelende wereld vol vernieuwing en mogelijkheden. Zo vol, dat we amper kunnen overzien wat de impact van media is op ons leven. Eén ding is duidelijk: media anno nu bieden eindeloze mogelijkheden voor belangrijke zaken als onderwijs, zorg, journalistiek en mobiliteit. Inspiratie genoeg voor een prachtige Dutch Media Week, hét festival over de stormachtige mediaontwikkelingen van deze tijd, voor jong en oud, professional en publiek.*

Dutch Media Week is meer dan Hilversum. Dutch Media Week heeft een nationale en internationale ambitie. In dat licht is het logisch dat Dutch Media Week zich ook richt op de regio.

Sinds vorig jaar wordt onderzocht op welke wijze Dutch Media Week en de regio het beste kunnen samenwerken.

Het omschreven doel:

*De Regio Gooi en Vechtstreek op de kaart zetten en in beeld brengen als de regio voor (toegepaste) media en creatieve innovaties.*

In 2017 is geconcludeerd dat toen te weinig tijd beschikbaar was op een en ander op te zetten. Dit jaar is een start gemaakt met het actief benaderen van de regio; via de regiogemeenten is een uitnodiging verstuurd voor een specifiek regio evenement en zijn vrijkaarten beschikbaar gesteld voor programmaonderdelen. De animo hiervoor was nihil. Dat heeft naar ons idee enerzijds te maken met de planning van Dutch Media Week, direct na het einde van de zomervakanties en anderzijds onvoldoende laden van het aangeboden aanbod.

#### Aanpak 2019

We gaan op zoek naar ambassadeurs in de regio, een compacte groep ondernemers, tien tot vijftien, waarmee we samen gaan inventariseren waar behoefte aan is. We richten ons daarbij op twee invalshoeken; wat kan Hilversum voor de regio betekenen, wat kan de regio voor Hilversum betekenen.

Op deze manier gaan we bedrijven uit de regio enthousiasmeren om bij te dragen aan Dutch Media Week 2019. Wij richten ons op media- en aanpalende bedrijven en organisaties.

Joost de Koning draagt, vanuit 'LISA', zorg voor het aanleveren van mediabedrijven in de regio. Dutch Media Week schrijft vervolgens bedrijven aan en benaderd deze actief. Dutch Media Week betreft de diverse accountmanagers van de regiogemeentes daar ook bij.

Dutch Media Week organiseert twee evenementen (inschatting april en mei) waar de doelgroep wordt uitgenodigd;

Doel om bedrijven aan elkaar te koppelen en te kijken of op welke manier er samengewerkt kan worden.

Optioneel: afhankelijk van de uitkomst en animo van de twee voornoemde evenementen kan een specifiek regio evenement georganiseerd worden tijdens Dutch Media Week 2019.

Budgettair:

In 2017 zijn geen kosten gemaakt. In 2018 is een vergoeding van € 5.000 overeengekomen. Hierdoor resteert € 2.500 van het beschikbare budget. Ons voorstel is om deze over te hevelen naar 2019. Zodoende is de vergoeding voor de werkzaamheden 2019, inclusief organisatie eerste 2 evenementen € 10.000,=.

| Herman Dummer | Dutch Media Week | oktober 2018 |