

- Er is onvoldoende creatief IT-talent beschikbaar getuige de vele vacatures, dit is een rem op de potentiële groei (in goede tijden nota bene)
- Er wordt door mediabedrijven rondgekeken naar een nieuwe vestigingslocatie, maar Hilversum heeft beperkt passend aanbod

Terzijde werd door de inleiders meegedeeld bij deze dia: "De klassieke media hebben een "negatief" imago."

Dia 4: Bouwstenen voor actie!

Een proces dat al langer loopt, maar in het afgelopen jaar komen veel bouwstenen samen:

- Lobbybrief Digital Creativity First
- Onderzoek naar de betekenis van het Media Park voor de creatieve digitale industrie in Hilversum, de Media Valley en Nederland. In opdracht van: Ministerie van Economische Zaken
- Internationale Benchmark naar mediacampussen: Gefinancierd door provincie Noord Holland
- Monitor Creatieve Industrie door Mediaperspectives
- Visie NL Media Park UNStudio in opdracht van Mediapark Enterprise en gemeente
- Mogelijkheid tot aanvragen van rijkssubsidie in zogeheten Regio Deal

Dia 5: Hoe van een uitdaging een kans te maken?

- Bredere Media Valley zet in op versterking van de sector.
- Versterking mediacluster vraagt om geografisch brandpunt
- Het Media Park is uniek in Nederland
- Er is geen andere plek in Nederland waar de industrie zo dicht op elkaar zit
- Sterke uitvalsbasis met in de basis veel kennis, kunde en een excellente digitale infrastructuur
- Investeren in een bruisende campus leidt ook tot investeringen in stad en regio
- Meer talent, meer bedrijven, meer banen, meer voorzieningen en daarmee aantrekkelijker woon- en werkklimaat in de regio

Proces van verleiden naar faciliteren, verbinden en samenwerken met alle stakeholders

Dia 6: Ambities

- Fieldlabs voor continue innovatie in de digitale creatieve industrie
- Nr.1 Opleidingsplek voor media in NL: van 500 naar 5000 studenten jaarlijks (MBO/HBO/WO)
- Hotel, horeca & congresfaciliteiten, short stay en atelier woningen
- In 2025 een energie neutraal Media Park
- Duurzame mobiliteitsstromen
- 80% van de digitale bedrijven aangesloten bij netwerk Digital Creativity First
- Top 100 Media bedrijven heeft een vestiging in de Media Valley
- Dutch Media Valley behoort wereldwijd tot top 3 regio's in creëren, produceren en verspreiden van digitale content.

Door de inleiders wordt hierbij opgemerkt: "We willen niet van een zes naar een zeven, maar op zijn minst naar een negen".

Dia 7: Regio Deal Gooi-Vecht/ Media Valley

Kapstok voor impuls door het Rijk

- Rijk ondersteunt regio's in hun meervoudige opgaven door een investeringsimpuls

Doel:

- sterk cluster van de Nederlandse media-industrie, via kennisuitwisseling en innovatie versnelling in samenwerking tussen bedrijven, kennisinstituten, opleidingen en overheden
- De kracht van de digitale creatieve industrie inzetten bij de grote maatschappelijke cross-overs
- Een gezonde media-industrie die van waarde blijft voor de Nederlandse identiteit en het informeren van de Nederlandse bevolking.
- Een aantrekkelijk vestigingsklimaat, waar de doorontwikkeling van het Media Park naar een campus achtige omgeving een belangrijk onderdeel van uitmaakt.

Door de inleiders wordt opgemerkt: "Meerdere ministeries zijn erbij betrokken. De Regio moet zelf betalen met cofinanciering door het Rijk".

De dia vervolgt:

- Programma van 35 miljoen (MIO) Rijks bijdrage gevraagd
- Regio (via AB) is aanvrager en onderzoekt 1 MIO bijdrage in om-herscholingstrajecten
- Cofinancieringsmogelijkheid Hilversum in o.a. bereikbaarheidsmaatregelen conform college akkoord en budget uit lopende begroting Media programma
- Ondersteuning door Economic Boards GV, Utrecht en Amsterdam, MRA, provincies Noord Holland en Utrecht en groot aantal bedrijven en kennisinstellingen
- Gaat om aanzet voor samenwerking, definitieve uitwerking volgt na besluit LNV

[V] oplossing maatschappelijke vraagstukken [V] economische groei & werkgelegenheid

MEDIA PARK/ media valley

Let op: talent & innovatie vestigingsklimaat & regelgeving positionering & acquisitie

Clustermanagement

bedrijven overheden kennisinstellingen

en: Samen de digitale content industrie versterken

Vervolgens ontstaat er een discussie, waarbij wethouder, heer Wimar Jaeger (D66), die later is binnengekomen, het volgende (samengevat, PB) meedeelt: ***“Het gaat om een programma van 35 miljoen. Het programma wordt gedragen door kennisbedrijven/kennisinstellingen. Het is een programma op hoofdlijnen (...) Nu gaat het om goedkeuring door Den Haag. Besluitvorming wordt verwacht in de loop van november (2018,PB), als het Rijk met de betreffende deal verder wil !!”.***

Vraag vanuit de zaal (leden van de Raad): “Wordt de regio (bedoeld wordt de bevolking van Het Gooi en haar bestuurders, PB) er nog bij betrokken en heeft dit gevolgen voor de cofinanciering?”

Dan volgt er een omstandig, wijdlopieg betoog van heer Wimar Jaeger. Hij spreekt over : ***“stoom en kokend water”*** om de plannen voor 1 september 2018 te omarmen. De discussie is warrig. Gevraagd wordt door een lid van de Raad: ***“Wat gebeurt er met de waardestijging van het Media Park ?”***

Dit wordt door de inleiders als *“een goede vraag”* aangemerkt. Er is niet over nagedacht. Er volgt geen antwoord.

Dia 8: Visie UNStudio- inspiratiedocument

- Doel is verleiden markt / markt in beweging krijgen
- Aantrekken van nieuwe investeringen in het Media Park noodzakelijk
- Visie laat zien, veel kansen voor een aantrekkelijke werkomgeving
- Ontwikkeling naar een campus met 24-uurs economie, een hotspot voor mediabedrijven, creatieve professionals, onderwijsinstellingen, studenten en bezoekers
- Dat vraagt om een mix van functies van horeca, hotels, short stay, ontmoetingsplekken, evenementen, flexplekken, sportfaciliteiten in een duurzame, inspirerende en groene omgeving.

Maar het is aan de markt om met een plan te komen, het Media Park is privaat eigendom.

De inleiders vatten samen: "Stel een document op waarmee we de markt kunnen verleiden, de markt in beweging krijgen".

Vervolgens wordt er een propaganda-filmpje van circa twee minuten getoond met een voice-over, die zelf nauwelijks zijn lachen kan inhouden.. Of zoals de inleiders zeggen: "dit is bedoeld tot inspiratie".

PB: Echter het publiek is niet dom.

Het is inmiddels 22.05 uur

Vraag uit de zaal door een van de raadsleden: "Is dit inspireren ook bedoeld voor de Hilversumse bevolking? "

NB Over de bevolking van Nederland, c.q. Het Gooi werd ook hier niet gesproken (**PB**).

Dia 9: Veelbesproken thema's

Bereikbaarheid

- De markt benadrukt dat (auto)bereikbaarheid van het Media Park moet worden verbeterd.
- Is momenteel randvoorwaarde voor investeringsbeslissingen door de markt.

- Het college heeft in het coalitieakkoord opgenomen om bereikbaarheid op korte en op lange termijn te verbeteren.
- Voor de korte termijn – onderzoek maatregelen die (auto) doorstroming verbeteren
- Voor de lange termijn - integrale mobiliteitsvisie breder dan Media Park en integrale kijk op inzet slimme mobiliteitsvormen

Er ontstaat discussie: Wethouder Wimar Jaeger: ***“De autobereikbaarheid blijft een eis!! Er is geen plan, er is nog niets vastgelegd voor korte termijn en voor lange termijn. In het visiedocument van juli 2018 worden 17 ideeën genoemd over de vergroting van de bereikbaarheid. In het coalitieakkoord is vastgelegd, dat er met een open blik naar moet worden gekeken. Dus niet per definitie een weg over de hei. We moeten oppassen de discussie niet te verengen tot een discussie van een weg over de hei”.***

Vraag van een raadslid: **“Wat voor verwachtingen zijn er gewekt bij Talpa?”**

Nu grijpt de voorzitter in: **“Het gaat nu niet om discussie. Het gaat om beeldvorming”.**

Om 22.15 uur:

Vraag van een raadslid: **“Moeten we het Media Park gaan zien als onderdeel van een groot Media Valley, dat moet gaan concurreren met de rest van de wereld? Dit alles heeft betekenis voor de bereikbaarheid.”**

Heer Wimar Jaeger antwoordt: **“er moet een magnetisch centrum zijn tussen alle clusters. Hier moeten we op ‘pitchen’**

Dia 10: Veelbesproken thema's

Bouwhoogten

- Huidige bestemmingsplan bouwaccenten tot 30 meter mogelijk
- Dit is nu het uitgangspunt in het gesprek met de markt

Functiemenging

- Het huidige bestemmingsplan biedt reeds veel mogelijkheden tot functiemenging.
- *Wonen is niet toegestaan. We merken uit de markt dat wonen een cruciale factor is in de investeringsbereidheid.

Dia 11: Participatie is de sleutel tot succes

Nota bene

- Er is sprake van privaat eigendom, dus anders dan bv situatie Stationsgebied
- Van een geïnteresseerde partij zullen we verlangen dat ze een actief participatie traject opzetten zodra er een plan is volgens de reguliere planprocedures

Wat maakt de huidige positie bijzonder?

- Grote urgentie; Veel beweging, de markt meldt zich, veel belangstelling voor de presentatie
- Investeringsbereidheid van de markt hangt o.a. samen aanpassingsbereidheid bestemmingsplan
- Vooruitlopend op formele besluitvorming is een inhoudelijke verkenning op de thema's (en mogelijk nog andere) daarom zeer wenselijk als input voor een Letter of intent.

Hoe wilt u betrokken worden in de inhoudelijke verkenning?

Dia 12: Hilversum *Mediastad*

Dank voor uw inbreng

Beeldvormende Sessie 3 oktober 2018

De inleiders merken op: ***“Investeerdere willen meer zekerheid over aanpassingsbereidheid van het bestemmingsplan”.***

22.25 uur:

Heer Wimar Jaeger:

“Er zal niemand zijn die het hele visieplan onderschrijft. Vb_. Ik weet niet hoe hoog de maximale bouwhoogte is in dit visiedocument , ik denk 50 meter (PB.: 78,5 meter, pg.101, waarbij ook van belang is dat in het buitengebied een maximale bouwhoogte geldt van 25 meter, niet 30 meter, zoals in dia 10 wordt voorgesteld), ga uit van 50 meter. Er zullen partijen zijn die hier voor zijn, maar niet met een kabelbaan over de hei. Cruciaal is de vraag: “Wordt het Media Park overgenomen en zo ja, door wie? De gemeente heeft daar geen vierkante meter in eigendom. Je kunt er alleen maar iets, als er partijen zijn die gaan investeren. De gemeente gaat niet investeren”.

Vraag uit de zaal door raadslid", door Jaeger later Frits genoemd: **"We willen het onderhandelingsproces met Den Haag niet frustreren".**

Wethouder Jaeger: **"We moeten niet een discussie over een bestemmingsplan inbrengen in de onderhandelingsfase met Den Haag".**

Terwijl de technisch voorzitter discussie wil tegenhouden zit een ouder raadslid intussen wanhopig grappig kijkend met de handen te zwaaien, met de bedoeling niet te weten hoe je al deze ballen tegelijk in de lucht moet houden.

Vraag van een raadslid: "Aanpassingsbereidheid van het bestemmingsplan. Heeft de Omgevingswet hiermee te maken? "

Voorzitter: "Komt er een besloten vergadering?" Er volgt geen antwoord.

Gevraagd wordt door een senior raadslid: "Kan de Commissie Ruimtelijke Ordening regelmatig op de hoogte worden gehouden over de voortgang in de onderhandelingen tussen koper en verkoper? "

Tot zover dit verslag door P. Bogaers, toehoorder.

Commentaar P.B.:

In aansluiting op de eerdere analyse van het visiedocument van juli 2018 door mij opgesteld op 12 september 2018, en gecorrigeerd op 4 oktober 2018, is m.i. helder dat er niet voldaan is aan enige basale eisen bij het in gang zetten van dit project. Er is geen plan, laat staan een goed en doordacht plan. De bevolking van Hilversum en van Het Gooi en hun bestuurders zijn er niet bij betrokken. Er is van meet af aan geen draagvlak gezocht. De suggestie wordt gewekt dat reguliere besluitvormingsprocedures over uiteenlopende facetten op voldoende draagkracht kunnen rekenen onder de bevolking en de diverse bestuurslagen. Veel aspecten van de Juli 2018 visie en ook van de presentatie van 3 oktober 2018 liggen niet in handen van het bestuur van Hilversum en zijn ook niet substantieel te beïnvloeden, zoals gebrek aan (creatieve) IT'ers etc. De plannen zullen het verkeersinfarct van Hilversum alleen maar verergeren. Daar is geen oplossing voor. Hilversum gaat uit van een onwerkelijke maatschappij visie, waarbij het bestuur meent voor de troepen vooruit te

kunnen lopen. Het publiek is echter niet gek en laat zich niet manipuleren. Het is prima dat bestuurders zich zorgen maken over afbrokkelende werkgelegenheid, maar het is geen remedie om zich fictieve broedplaatsen van “creatief IT-talent” in te beelden in een Hilversums medialandschap, dat de tijd tegen zich heeft. Vraag: Is Hilversum bang voor een industrieel kerkhof van een teloor gaande wereld?

Maakt Hilversum zich niet schuldig aan “bestuurlijke uitlokking” door marktpartijen de illusie te geven dat dit alles te realiseren is om zodoende partijen in een economische val te lokken met grote schade voor iedereen, waaronder ook de natuurwaarden in Het Gooi?

Als grote marktpartijen menen niets meer te zoeken te hebben in Hilversum, maar wel waarde hechten aan de BV Nederland, is het dan niet zinniger om ruimte te zoeken waar die is in Nederland?

Bussum, donderdag 4 oktober 2018,

Mr. Drs. P.B.Ph.M. Bogaers,

bioloog, oud-advocaat bestuursrecht 1986-2017, onderzoeker maatschappelijke problemen

Barbaragaarde 3

1403 JK Bussum, 035-6935209, bogaers.bussum@planet.nl