



Soms doen economische ontwikkelingen zich autonoom en haast als vanzelf voor, zonder invloed van overheden; een andere keer lijken ontwikkelingen binnen de markt voor de hand te liggen maar is er toch een zetje van de overheid nodig om ze daadwerkelijk te laten plaats vinden.

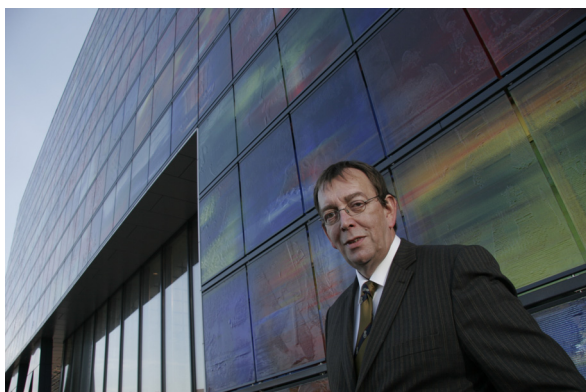
Zo ontstond de media-industrie in 't Gooi als een vanzelfsprekende voortzetting van experimenten die in de eerste helft van de vorige eeuw door de Nederlandse Seintoestellenfabriek in Hilversum werden verricht.

Even logisch en vanzelfsprekend zou de regio rond Hilversum vervolgens de vestigingsplaats moeten worden voor de Dutch Media Hub. Maar om dat proces te borgen hebben provincies en gemeenten en uiteindelijk ook het Rijk, toch maar een financieel en organisatorisch handje toegestoken.

Digitale Content

De Dutch Media Hub heette eerder nog de Digital Content Hub. Ik twijfel er aan of die naamswijziging meer duidelijkheid heeft gebracht, want de oude titel was wel precies de vlag die de landing dekte: een overslag voor digitale content. Een discipline waar de Nederlandse media-industrie zich altijd sterk in heeft getoond.

Althans in bewerking en distributie van films en televisieprogramma's. Vertalen, ondertitelen, nasynchroniseren, het omzetten van NTSC naar PAL, SECAM of andere systemen, bewerken naar uitzendformats en timeslots, en zo voort.



Maar de traditionele AV-industrie heeft sinds de digitalisering een enorme verandering ondergaan. Niet alleen de dragers en de infrastructuur voor distributie veranderde van analoog naar digitaal, ook vormden documentaire- en bioscoopfilms of tv-programma's al snel een steeds geringer bestanddeel van het nieuwe containerbegrip "content".

Games, internetverkeer, videoconferenties; toepassingen als YouTube, online-players, mp3-bestanden, enzovoort; bestemd voor een toenemend aantal verschillende platforms

(televisies, computers, mobiele telefoons, gameconsoles, mediaplayers) en de vraag om dat allemaal onderling uitwisselbaar te maken; dat is de nieuwe uitdaging. Daarvoor is een digitale content hub noodzakelijk.

Facilitaire Diensten

Terwijl de digitalisering voortschreed deed zich in de Hilversumse media-industrie een andere ontwikkeling voor. Het door overheidsgeld gefinancierde Facilitair Bedrijf van de oude NOS, de publieke omroep, werd eind jaren tachtig omgezet naar het Nederlands Omroepproductie Bedrijf, het NOB dat commerciële doelstellingen moest nastreven.

Om de noodzakelijke winstmarges veilig te stellen, werden bedrijfsonderdelen afgestoten – opgeheven of verkocht - en gingen andere als zelfstandige bedrijven verder. Dat was goed voor het behoud van die bedrijvigheid en dus de werkgelegenheid in de regio. Maar tegelijkertijd verloor de industrie als geheel zijn dominante positie in internationale netwerken en leverde daarmee concurrentiekracht in.

Creatieve industrie

Die twee processen, de internationale digitalisering, uitbreiding van content en de toename van platforms enerzijds, en gedeeltelijke teruggang op de buitenlandse markt van de facilitaire industrie anderzijds, waren er de oorzaak van dat de internationale contenthub niet vanzelf van de Gooise grond kwam.

Bovendien was het AV-verleden van Hilversum natuurlijk geen automatische, brede fundering voor al die nieuwe contenttoepassingen, waarvoor op onderdelen in bijvoorbeeld Almere (ICT) en natuurlijk Amsterdam (de hippe creatieve industrie) wel een sterkere infrastructuur was gegroeid.

Daar lag een rol voor de overheid.

Metropool

Hilversum en 't Gooi maken net als Amsterdam en Almere deel uit van de Amsterdamse Metropool, de Amsterdam Metropolitan Area. De steden in dat gebied en de beide provincies Noord-Holland en Flevoland maken vergaande afspraken over de inrichting van het gebied, over mobiliteit en ook over economische samenwerking.

Bestuurders in het Platform Regionaal Economische Structuur (PRES) hebben de afspraak niet elkaars vliegen af te vangen maar gezamenlijk de positie ten opzichte van andere metropolen in Europa te versterken.

Met Noord-Holland als trekker startten we (Noord-Holland, Hilversum en Amsterdam, Flevoland en Almere sloten zich aan) twee jaar geleden een programma dat moest leiden tot de vestiging van de Digitale Content Hub, de Dutch Media Hub, in de driehoek Amsterdam, Almere Hilversum.

Hilversumse werkgelegenheid

Voor de Hilversumse facilitaire industrie is de lancering van de Media Hub een enorme kans. Als de grote ondernemingen in dit project gaan samenwerken kan de internationale concurrentiepositie herwonnen worden. Dat is nodig om de toekomstige werkgelegenheid, de economische kurk van 't Gooi, vast te houden.

De lancering is dus ook voor Hilversum een belangrijk moment. Het is het begin van een proces waarbij de traditionele AV-industrie definitief wortel schiet in de boden van de veel bredere multimedia-industrie, en daarmee de toekomst met de zekerheden uit het verleden tegemoet kan treden.

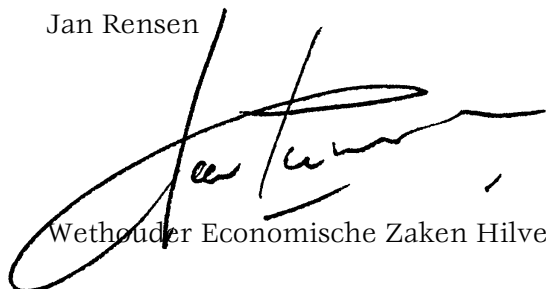
Het is mooi als je als bestuurder, samen met collega's uit de metropole regio, daar een klein steentje aan hebt kunnen bijdragen.

Innovatieve Verbindingen

De vestiging van de hub past ook perfect in het economisch beleid van Hilversum en het Gewest Gooi en Vechtstreek, dat drie speerpunten kent: media, zorg en toerisme. Maar die speerpunten staan niet los van elkaar. Voor elke sector is een regionaal innovatief platform gelanceerd, die toekomstige perspectieven in de actuele realiteit moet brengen, en die samen elkaar gaan versterken.

Dit programma *Innovatieve Verbindingen*, dat door alle negen gemeenten in het gewest plus de provincie Noord-Holland wordt ondersteund kent al diverse successen, waarin iMMovator en het nieuw opgerichte iZovator (en straks iTrovator - in oprichting - als derde poot) een vooraanstaande rol spelen. De Dutch Media Hub is de jongste parel aan die groeiende ketting.

Jan Rensen



Wethouder Economische Zaken Hilversum