3. Positionering en lobby

Gezamenlijke branding Mediastad met jaarkalender
Doel: Verhogen van de zichtbaarheid van Hilversum als Mediastad door minimaal drie gezamenlijke evenementen per jaar en een actuele website.
Hoe: Stichting Hilversum Marketing en gemeente werken samen met partners aan branding en programmeren van evenementen.
Betrokken partijen: **Stichting Hilversum Marketing**, gemeente Hilversum (Economie, Communicatie), Beeld & Geluid, ROM, Economic Board Utrecht (EBU), Metropoolregio Amsterdam (MRA), MCNL.

en lobby voor herpositionering sector
Doel: Minimaal één grote subsidie of lobbyresultaat voor de mediasector in 2026-2028.
Hoe: Gemeente werkt samen met ROM, EBU, provincie Noord-Holland, MRA en regio Gooi en Vechtstreek aan subsidies en lobby voor de mediasector.
Betrokken partijen: **Gemeente Hilversum (lobbyist, Economie)**, ROM, EBU, provincie Noord-Holland, MRA, regio Gooi en Vechtstreek.

4. Programmering voor innovatie en talent

Ontwikkeling incubatoromgeving op/naast MCNL en cofinanciering start- en scale-up programma
Doel: Start van een vijfjarig programma met minimaal twintig deelnemende start- en scale-ups.
Hoe: MCNL en gemeente werken samen met partners aan de ontwikkeling van een incubatoromgeving en een programma voor startende en groeiende bedrijven.
Betrokken partijen: **MCNL**, gemeente Hilversum (Economie), vastgoedeigenaren, Startup Utrecht, ROM, UtrechtInc, ondernemers.

Toegang tot kapitaal en internationale positionering
Doel: Jaarlijks minimaal drie bedrijven ondersteunen bij internationale groei of financiering.
Hoe: ROM organiseert samen met partners toegang tot kapitaal via participatiefondsen en Venture Capital (VC)-netwerken en ondersteunt bedrijven bij internationale marktverkenning.
Betrokken partijen: **ROM**, VC-netwerken, MCNL, EBU, Innovatiefonds Noord-Holland, gemeente Hilversum (faciliterend).

5. Digitaal vertrouwen en verantwoord innoveren

THETA-traject: profileren als centrum voor digitale betrouwbaarheid
Doel: The European Trust Alliance (THETA) en de gemeente Hilversum zijn in 2028 erkend als nationaal voorbeeld op het gebied van digitale betrouwbaarheid en verantwoord innoveren.
Hoe: Door samen met kennispartners en mediapartners richtlijnen te ontwikkelen, samenwerking te versterken, en concrete pilots en communicatie te organiseren die Hilversum als koploper positioneren.
Betrokken partijen: **Gemeente Hilversum (Economie)**, THETA, Beeld & Geluid, Universiteit Utrecht (UU), ROM, Hogeschool Utrecht (HU).