



**DSP**

# Versterking lokale journalistiek

Handelingsperspectieven voor de provincie Utrecht

Annelies van der Horst, Mensje van Puffelen en Yan Crabbendam

In opdracht van de provincie Utrecht

Contactgegevens

januari 2021

Yan Crabbendam

ycrabbendam@dsp-groep.nl

020 – 625 75 37

Annelies van der Horst

avanderhorst@dsp-groep.nl

020 – 625 75 37

Mensje van Puffelen

mvanpuffelen@dsp-groep.nl

020 – 625 75 37

Met medewerking van: Ronald Nijboer

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Lokale en regionale media</b>	<b>4</b>
1.1	Inleiding	4
1.2	De vraag van de provincie Utrecht	4
1.3	Definities en criteria	5
<b>2</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen in het kort</b>	<b>7</b>
2.1	Conclusies inventarisatie lokale en regionale media	7
2.2	Handelingsperspectieven	10
<b>3</b>	<b>Journalistiek en lokale democratie</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Actuele stand van zaken in Utrecht</b>	<b>14</b>
4.1	Regionale media	14
4.2	Digitale media	25
<b>5</b>	<b>Handelingsperspectieven</b>	<b>29</b>
5.1	Handelingsperspectief 1: Stimuleren van samenwerking	29
5.2	Handelingsperspectief 2: Stimuleren van (online) innovatie	36
5.3	Handelingsperspectief 3: stimuleren onafhankelijke kritische journalistiek	38
<b>6</b>	<b>Stand van zaken en bereik in Nederland</b>	<b>43</b>
6.1	Regionale kranten (dagbladen)	43
6.2	Huis-aan-huis kranten	44
6.3	Lokale en regionale omroepen	47
<b>7</b>	<b>Initiatieven voor samenwerking en versterking</b>	<b>50</b>
<b>Bijlagen</b>		
	Bijlage 1: Samenwerkingsmogelijkheden publieke omroepen	55
	Bijlage 2: Voorbeelden van ondersteuning	61
	Bijlage 3: Lokale omroepen provincie Utrecht	63
	Bijlage 4: criteria streekomroep	65

# 1 Lokale en regionale media

## 1.1 Inleiding

Een goede informatie- en nieuwsvoorziening over beleids- en besluitvorming en de prestaties van politici en bestuurders is een randvoorwaarde voor een goed functionerende democratie. Traditioneel zijn de media hierin een belangrijke intermediair. Zij vangen het geluid van de straat waar politici op kunnen reageren, zij zijn een waakhond, zij zijn kritisch op overheden en hebben daarnaast een verbindende rol in de gemeenschap. De lokale en regionale journalistieke infrastructuur staat onder druk. We zien op regionale schaal een grote verscheidenheid; van zogenaamde witte vlekken met weinig lokaal nieuws tot successen. Dit is zeer afhankelijk van het beleid van de media-eigenaars, en hier zit het verschil niet alleen tussen publieke omroepen en commerciële media en online-platforms, maar ook tussen de commerciële mediabedrijven onderling. Daarnaast zijn er zorgen over het bereik. Over het algemeen neemt de oplage van regionale kranten af<sup>1</sup>. Lokale omroepen zijn goed aanwezig, maar het publiek vergrijsst en veel lokale omroepen zitten in financieel zwaar weer of zijn kwetsbare vrijwilligersinitiatieven<sup>2</sup>. Recente ontwikkelingen geven weer hoe kwetsbaar lokale journalistiek is. De brandbrief van de NNP (de organisatie van lokale nieuws media)<sup>3</sup> van januari 2019 stelt dat nieuwe milieumaatregelen en de bijhorende beperking van ongeadresseerd drukwerk, de huis-aan-huiskranten de lokale nieuwsvoorziening schaadt. Tevens maken de coronamaatregelen des te meer duidelijk hoe kwetsbaar lokale media zijn in een crisis met teruglopende reclame-inkomsten. Dit terwijl journalistiek in het algemeen, maar juist ook lokale journalistiek nú in tijden van crisis goed wordt gelezen en daar een behoefte aan bestaat<sup>4</sup>. Kwalitatieve goede lokale en regionale journalistiek gaat gebukt onder deze financiële onzekerheden. Tegelijkertijd zien wij kansen ontstaan in samenwerkingsverbanden.

## 1.2 De vraag van de provincie Utrecht

Vanuit het streven naar een sterke lokale democratie zoekt de provincie Utrecht naar mogelijkheden om bij te dragen aan een onafhankelijke lokale en regionale journalistiek. Zorgen over lokale journalistiek blijken uit de initiatieven voor eigen onderzoek naar lokale journalistiek van de gemeente Utrecht en de gemeente Woerden. Daarnaast zijn ook ontwikkelingen in de provincie zichtbaar zoals de samenwerking tussen RTV Utrecht en de lokale media in Amersfoort. De provincie Utrecht wil het medialandschap van de 26 gemeenten in kaart brengen, witte vlekken en knelpunten inzichtelijk maken en de mogelijkheden tot ondersteuning door de provincie verkennen.

In dit onderzoek (uitgevoerd door DSP-groep) is eerst het medialandschap van de 26 gemeenten van de provincie Utrecht in kaart gebracht. Bij die verkenning lag de nadruk op de mogelijke kansrijke samenwerkingen op lokaal en regionaal niveau. Dit medialandschap is aangevuld met een verkenning naar

---

<sup>1</sup> <https://www.svdj.nl/oplage-3-oplageverlies-regionale-dagbladen-loopt-op/>

<sup>2</sup> <https://www.svdj.nl/regionale-omroepen-goed-oudere-doelgroep/> en <https://www.svdj.nl/de-lokale-omroep-is-overal-maar-zit-wel-in-de-verdrukking/>

<sup>3</sup> <https://www.nnp.nl/nieuws/algemeen/17204/nnp-milieubeleid-doodsteek-voor-onafhankelijke-lokale-journalistiek->

<sup>4</sup> <https://www.nvj.nl/nieuws/lokaal-nieuws-nu-extra-belangrijk-en-toch-verlieslijdend>

de digitale media-initiatieven in de provincie. Met deze verkenning en een analyse van bestaande documentatie als vertrekpunten wordt inzicht gegeven in drie handelingsperspectieven voor de provincie Utrecht.

## 1.3 Definities en criteria

### (Onafhankelijke) journalistiek

Het registreren en duiden van de voor iedereen zichtbare werkelijkheid volgens de formule van de 5 W's en de H (wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe).

### Onderzoeksjournalistiek

Aan 'kritische en diepgravende journalistiek' kennen wij de volgende kenmerken toe:

- ③ Onderzoeksjournalistiek start met een eigen, in onafhankelijkheid, geformuleerde onderzoeksvraag.
- ③ Onderzoeksjournalistiek beoogt feiten en verbanden bloot te leggen die apart of in hun samenhang nog niet zichtbaar waren.
- ③ Er moet een zeker 'algemeen belang' in het geding zijn.
- ③ Er worden onderzoeksjournalistieke methoden ingezet.
- ③ Onderzoeksjournalistiek kost over het algemeen meer tijd dan reguliere journalistiek.

### Lokale en regionale journalistiek

In dit onderzoek definiëren we lokale en regionale journalistiek als berichtgeving afkomstig van een (digitaal) medium dat zich tot doel gesteld heeft om te informeren over onderwerpen in een bepaalde gemeente of regio. Hier zijn verschillende media voor denkbaar:

- ③ een lokaal dagblad met lokaal nieuws;
- ③ regionaal dagblad met lokaal nieuws;
- ③ een huis-aan-huiskrant met lokaal nieuws;
- ③ buurt- en wijkkranten;
- ③ e en lokale publieke omroep;
- ③ een lokale commerciële omroep;
- ③ een regionale publieke omroep actief voor de gemeente;
- ③ privaat gerunde lokale nieuwssites (hyperlocals);
- ③ 'bloggende' bewoners.

## Sterk mediaveld

In dit onderzoek hanteren we de onderstaande criteria voor een sterk mediaveld. De criteria zijn opgesteld op basis van voorgaand onderzoek van DSP-groep<sup>5</sup> en na samenspraak met de opdrachtgever. Aan de hand van deze criteria toetsen we de vitaliteit van de lokale en regionale media en kunnen we de stand van zaken in de provincie Utrecht opmaken:

- ② inhoudelijk onafhankelijke/vrije nieuwsgaring;
- ② bieden van informatie, nieuws, achtergrond en duiding;
- ② aanwezigheid bij - en aandacht voor lokale politiek/democratie;
- ② aantal journalisten die aan nieuwsgaring doen in de gemeente (NVJ hanteert norm 1 op 10.000 inwoners);
- ② bereik onder inwoners;
- ② structurele financiële basis;
- ② bij voorkeur bepaalde mate van differentiatie in profielen en soort media (papier, digitaal, tv, radio);
- ② bij voorkeur ook ruimte voor onderzoeksjournalistiek;
- ② bij voorkeur bepaalde mate van onderlinge concurrentie.

## Doel en aanpak

In dit onderzoek gaan wij op zoek naar de wijze waarop de provincie in afstemming met gemeenten en lokale en regionale media, de lokale en regionale journalistiek in de provincie Utrecht kan versterken. Het eindadvies ontstaat in drie stappen:

- 1** Een inventarisatie van de actuele stand van zaken van de lokale en regionale media in de provincie Utrecht, waarbij we met nadruk kijken naar huidige en mogelijke regionale samenwerkingsverbanden in de provincie en goede voorbeelden uit andere delen van het land.
- 2** Een onderzoek naar de mogelijke samenwerkingsvormen, waarbij we zowel de juridische aspecten als de voorkeuren bij de media en gemeenten meenemen.
- 3** Een onderzoek naar drie handelingsperspectieven van de provincie Utrecht uitmondend in een advies.

---

<sup>5</sup> Onderzoeksjournalistiek in Nederland; verkenning en analyse, DSP-groep in opdracht van OCW, 2018, Leegte in het landschap, DSP-groep i.s.m. H. Beunders 2014.

## 2 Conclusies en aanbevelingen in het kort

### 2.1 Conclusies inventarisatie lokale en regionale media

#### Inhoudelijk onafhankelijke/vrije nieuwsgaring

In alle gemeenten in de provincie Utrecht zijn media actief die lokaal nieuws verzorgen. Het aantal en de soort media zijn in de ene gemeente gevarieerd (Amersfoort, Bunschoten, Ronde Venen) en in de andere gemeente eerder eenzijdig (Nieuwegein, Vijfheerenlanden).

De meeste huis-aan-huiskranten in de provincie zijn eigendom van twee mediabedrijven: BDU en DPG, waarbij de eerste in huis-aan-huis is gespecialiseerd en het tweede bedrijf een groot (Vlaams) mediaconcern is waar ook het Algemeen Dagblad (AD) en zijn regionale edities deel van uitmaakt. In enkele gemeenten verschijnen ook onafhankelijke huis-aan-huisbladen. De Vierklank in De Bilt en de Bunschoter zijn daarvan voorbeelden. In drie gemeenten in de provincie is geen lokale omroep actief te weten: Lopik, IJsselstein en Nieuwegein. In een enkele gemeente (bijvoorbeeld Houten) kiest de omroep bewust voor radio en internet en zendt niet op televisie uit.

#### Bieden van informatie, nieuws, achtergrond en duiding

In alle gemeenten verschijnen huis-aan-huiskranten en die bieden de lezer informatie en (soms) nieuwsartikelen (dat laatste geldt vooral voor de huis-aan-huiskranten van BDU). De regionale dagbladen in de provincie (het AD regio, de Gelderlander, en de Gooi en Eemlander) bieden naast dagelijkse nieuwsberichten ook achtergrondinformatie. Datzelfde geldt voor RTV Utrecht. De gemeenten merken dat de regionale dagbladen en de regionale omroep niet in alle gemeenten even actief zijn.

De lokale omroepen (grotendeels vrijwilligersorganisaties) leveren kijkers, luisteraars en lezers informatie en achtergronden. Lang niet alle omroepen zenden rechtstreeks uit waardoor er (via de televisie) geen actueel nieuws gebracht wordt.

In verschillende gemeenten (en de kernen binnen die gemeenten) zijn digitale media actief (hyperlocals). Daaronder zijn media die lokaal nieuws, achtergrond en duiding bieden (soms ook op actie gericht). De gemeente Amersfoort ondersteunt lokale kritisch onafhankelijke journalistieke productie met een subsidieregeling. De gemeente Utrecht heeft een onderzoek geïnitieerd naar de lokale media en wat die media kan versterken<sup>6</sup>.

Als we kijken naar de variëteit van media en de mate van concurrentie zien we dat in de meeste gemeenten een huis-aan-huisblad verschijnt en er een lokale omroep (soms alleen radio) is. Daarnaast verschijnt een regionaal dagblad (AD). In enkele gemeenten brengen hyperlocals en facebookpagina's lokaal nieuws. Daar

---

<sup>6</sup> Eindrapport Verkenning Mediabeleid gemeente Utrecht, BureauMaike, 2019.

waar het huis-aan-huisblad ook onderdeel is van het mediaconcern van het AD is de differentiatie in nieuwsvoorziening beperkt. Het mediaconcern verdeelt de onderwerpen over dagblad en huis-aan-huisblad waardoor de uitdaging om als eerste een scoop te brengen mist. Er is lokaal nauwelijks concurrentie.

Het ontbreekt in de hele provincie aan lokale media die specifiek ruimte maken voor onderzoeksjournalistiek met uitzondering van het digitale medium Stadsbron in Amersfoort. Uit eerder onderzoek van DSP-groep blijkt dat onderzoeksjournalistiek op lokaal niveau in heel Nederland nagenoeg afwezig is. Sommige regionale media werken met landelijke media samen in onderzoeksjournalistieke projecten, maar er zijn ook veel media die hier geen ruimte voor vrijmaken<sup>7</sup>.

In de verkenning in de provincie Utrecht tijdens dit onderzoek komt tevens het beeld naar voren dat kritische achtergrondjournalistiek en opinie in de lokale media grotendeels ontbreken.

### Aanwezigheid bij - en aandacht voor de lokale politiek/democratie

De aanwezigheid van de lokale en regionale media bij commissie- en gemeenteraadsvergaderingen en persgesprekken varieert sterk per gemeente. Datzelfde geldt voor het volgen van (actuele) beleidsonderwerpen.

In sommige gemeenten heeft het huis-aan-huisblad van BDU naast de gratis editie die afhankelijk is van advertentie-inkomsten een betaalde editie waarin de lokale politiek nauwlettender gevolgd wordt. Er zijn ook huis-aan-huisbladen waarin de politiek gevolgd wordt, zonder dat dit een betaalde editie is, 't Groentje Bunniks Nieuws' in Bunnik is hier een goed voorbeeld van.

Sommige lokale omroepen hebben veel aandacht voor de lokale politiek en gemeentelijk beleid en nemen bijvoorbeeld regelmatig interviews af met wethouders en raadsleden op radio/tv. In Houten is er een wekelijks politiek programma op de radio. Zo zijn er meer omroepen die op die manier aandacht geven aan de gemeentelijke politiek. RTV Utrecht en het AD geven niet elke gemeente even veel aandacht, verslaggevers bedienen vaak meerdere gemeenten tegelijkertijd en moeten prioriteiten stellen. In ongeveer de helft van de gemeenten zijn er lokaal verschillende journalisten actief. Gemeenten merken dat de artikelen van lokale verslaggevers bij het AD niet altijd geplaatst worden.

### Bereik onder inwoners

Bereik van huis-aan-huisbladen varieert per gemeente. De inschatting op basis van landelijk onderzoek is dat lokale omroepen en huis-aan-huisbladen een brede doelgroep bereiken. Speciale doelgroepen zoals bijvoorbeeld jongeren worden minder goed bereikt. Een overzicht van het bereik per medium is terug te vinden in hoofdstuk 6 'Stand van zaken en bereik in Nederland'.

---

<sup>7</sup> Onderzoeksjournalistiek in Nederland; verkenning en analyse, DSP-groep in opdracht van OCW, 2018 en Leegte in het landschap, DSP-groep en H. Beunders in opdracht van SvdJ, 2014.



## Structurele financiële basis

Lokale omroepen, BDU en huis-aan-huiskranten van DPG media hebben een beroep gedaan op de coronanoodsteun lokale en regionale media van het kabinet. Overigens geldt dat niet voor alle lokale omroepen. Over de noodsteun aan lokale omroepen is bij de andere media en sommige gemeenten wat verbazing geuit omdat lokale omroepen minder afhankelijk zijn van advertentie-inkomsten doordat zij ook een bijdrage van de gemeente ontvangen.

BDU heeft een noodkreet geuit naar de gemeenten waar edities worden gemaakt omdat de advertentie-inkomsten terugliepen. Een deel van de gemeenten heeft een extra ondersteuning toegezegd (in de vorm van inkoop van pagina's). Sommige gemeenten hebben geen signalen ontvangen dat er problemen zijn. RTV Utrecht kan geen beroep doen op noodsteun, maar heeft wel te maken met teruglopende advertentie-inkomsten.

## Samenwerking

Het initiatief van de VNG/NLPO/OLON om lokale omroepen sterker te maken en de nieuwsvoorziening te verbeteren (juni 2012)<sup>8</sup> door de vorming van een streekomroep is bekend bij alle lokale omroepen (en sommige gemeenten). In de regio's De Bilt/Zeist/Bunnik en Heuvelrug/Wijk bij Duurstede en de regio Eemland wordt aan de vorming van streekomroepen gewerkt. Dat geldt ook voor de regio Foodvalley, een regio die deels in de provincie Utrecht en deels in Gelderland ligt.

In een aantal gemeenten ligt de focus op het versterken van de lokale media en niet primair op regionale samenwerking. Lokale media weerspiegelen, zo stellen betrokkenen, de eigen identiteit van de desbetreffende gemeente beter en de media kunnen zo de lokale politiek kritischer volgen. Een regionale samenwerking (zoals de streekomroep) zal, zo is het beeld, vooral tot meer afstand leiden en daardoor tot minder herkenning van burgers in de berichtgeving.

In twee gemeenten (Amersfoort en Zeist) groeit de lokale samenwerking tussen de media (en met andere partners zoals de bibliotheek). Er ontstaan lokale mediaclusters die inhoud uitwisselen en elkaar versterken. Ook Woerden wil een dergelijke lokale versterking gaan stimuleren. Nieuwegein en Houten hebben dit geprobeerd maar de samenwerking is daar niet van de grond gekomen. In Utrecht heeft de gemeente initiatief genomen tot een media café.

RTV Utrecht ziet voor zichzelf een rol weggelegd in die lokale mediaclusters. RTV Utrecht kan helpen bij de professionalisering en bij inhoud en die inhoud herplaatsen (BBC model). Voorbeeld van een BBC model is de regionale omroep in de provincie Gelderland. Die omroep heeft verslaggevers in verschillende gemeenten die verslag doen van het lokale nieuws (zie pagina paragraaf 4.1: Stimuleren van samenwerking). RTV Utrecht werkt op dit moment op een paar locaties samen met lokale partijen, bijvoorbeeld in het

---

<sup>8</sup> 'Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen 2012-2015', 2012, VNG, NLPO en OLON.

mediacentrum in Zeist. Meer informatie over het mediacentrum in Zeist vindt u in paragraaf 4.1. Meer voorbeelden van mediacentra staan vermeld in bijlage 1: Samenwerkingsmogelijkheden publieke omroepen.

## 2.2 Handelingsperspectieven

Bij de versterking van de lokale en regionale journalistiek in de provincie Utrecht spelen verschillende opgaven:

- ③ Vergroten professionalisering van vooral de vrijwillige lokale omroep door de vorming van een streekomroep, door samenwerking met andere media en culturele organisaties of door samenwerking met de regionale omroep. Hierbij spelen vragen over beschikbaar budget, begeleiden van vrijwilligers, verlenen van zendmachtigingen door gemeenten etc.
- ③ Samenwerking tussen verschillende partners op lokaal niveau (mediacentra) zoals we zien in een aantal gemeenten in de provincie. De samenwerking is inhoudelijk, facilitair en gericht op uitwisseling en netwerkvorming. Hier spelen vragen over de regels van samenwerking tussen mediaorganisaties en andere (culturele) organisaties, de meerwaarde van de lokale samenwerking voor de regio en de rol van de regionale omroep, Hogeschool Utrecht en de dagbladen bij het lokale platform.
- ③ Vernieuwing van de media (crossmedia, digitalisering, bereik van jonge doelgroepen) en het aanbieden van nieuws op sociale media in plaats van radio en tv-kanalen of print.
- ③ Versterken van de inhoud van de lokale en regionale nieuwsvoorziening met onafhankelijke kritische journalistiek en onderzoeksjournalistiek gericht op lokale thema's.
- ③ De rol van RTV Utrecht ten aanzien van lokale partners (samenwerking, uitwisseling content, professionalisering en lokale verslaglegging), verhouding tussen de provinciale en regionale schaal en lokale identiteit.

Vanuit deze opgaven zijn er drie handelingsperspectieven voor de provincie:

- 1 Het stimuleren van samenwerking waarbij we grofweg twee categorieën onderscheiden: (a) samenwerkingen tussen publieke omroepen onderling en (b) samenwerking in een bredere bezetting (publiek, privaat en ZZP'ers) zoals bijvoorbeeld een mediacentrum.
- 2 Het stimuleren van (online) innovatie. Online innovatie is te verdelen in twee sporen. (a) De opkomst van online nieuwsplatformen en (b) differentiatie voor traditionele media via online kanalen.
- 3 Het stimuleren van de onafhankelijke kritische journalistiek, het vervaardigen van kritische, betrouwbare en onafhankelijke lokale en regionale journalistieke producten met voldoende diepgang, op basis van zorgvuldig onderzoek.

Deze drie handelingsperspectieven zijn uitgewerkt in: mogelijkheden voor de provincie, ondersteuning door de provincie, de risico's en de randvoorwaarden.

### 3 Journalistiek en lokale democratie

De provincie wil zicht op de wijze waarop zij de lokale journalistiek kan versterken, aanleiding daarvoor is dat de provincie zo ook de lokale democratie wil stimuleren. Voordat we ingaan op de handelingsperspectieven een korte beschouwing op de relatie tussen journalistiek en een sterke democratie.

#### *Agenda lokale democratie*

De minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) publiceerde al in 2015 de Agenda Lokale Democratie waarmee hij een impuls wilde geven aan de versterking van die lokale democratie. De rol van media in de versterkingsimpuls werd breed uitgemeten. Gesteld werd dat 'een goede en veelzijdige informatievoorziening over de lokale beleids- en besluitvorming en de prestaties van politici en bestuurders een randvoorwaarde is voor het goed functioneren van de lokale democratie'.

#### *Democratie, onafhankelijke media en nieuwsvoorziening*

Dat de media een belangrijke rol toebedeeld krijgen in een robuuste democratie concludeerde BZK niet als eerste. Onafhankelijke media hebben zich van oudsher een taak toegeëigend in het dienen van het algemeen belang. In de (academische) literatuur wordt, sinds zeker de jaren zestig, bevestigd dat media een rol hebben in democratie. De relatie tussen democratie en media werd verwoord via theorieën over de publieke sfeer. Filosoof en socioloog Jürgen Habermas stelde in zijn boek *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1989) dan ook dat het voor het functioneren van moderne democratieën absoluut noodzakelijk is dat mensen nieuws consumeren. Journalistiek is essentieel voor de uitoefening van de vrijheid van meningsuiting. Media voorzien burgers van informatie die zij nodig hebben om vrij en zelfstandig te kunnen leven en te kunnen oordelen over zaken die de *res publica* aangaan.<sup>9</sup> Zonder onafhankelijke en vrije media zou het grote publiek ook geen onpartijdige informatie kunnen ontvangen om hun democratische rechten uit te oefenen.<sup>10</sup>

#### *Nieuwsgierige onderzoeker en waakhond*

Dus om een democratie te laten werken moet er een systeem zijn voor debat en wederzijdse informatievoorziening. Burgers moeten weten wat gekozen politici doen en denken en moeten ook informatie ontvangen over actuele zaken en problemen. Tegelijkertijd moeten politici zich bewust zijn van de meningen en waarden van burgers<sup>11</sup>. Media hebben daarom naast de verslaggevende functie en de analytische functie – *dit* is het gegeven en *zo* kun je het interpreteren – ook de functie van nieuwsgierige onderzoeker en die van 'waakhond van de macht' toegemeten.<sup>12</sup> Over het algemeen genomen wordt die 'waakhondfunctie', de onafhankelijk kritische stem die de lokale overheid controleert, door een variatie aan

<sup>9</sup> DSP-groep en H. Beunders, *Leegte in het landschap*, 2014.

<sup>10</sup> Onderzoeksjournalistiek in Nederland; verkenning en analyse, DSP-groep in opdracht van OCW, 2018.

<sup>11</sup> Jangdal, L. (2019). *Local Democracy and the Media*, Nordicom Review.

<sup>12</sup> DSP-groep en H. Beunders, *Leegte in het landschap*, 2014.

experts gezien als de belangrijkste maatschappelijke functie en bijdrage aan lokale democratie van onafhankelijke lokale en regionale media.<sup>13</sup>

#### *Informerende, culturele, educatieve en verbindende functie van journalistiek*

Naast die controlerende functie onderscheiden de Raad van Cultuur (RvC) en Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) – in navolging van de minister – in hun recente rapport (2020) ook de informerende, educatieve en een culturele functie van media. Ook herkennen de RvC en de ROB een verbindende functie.

Net als de RvC en ROB ziet hoogleraar Media en Journalistieke cultuur Marcel Broersma (2014) in goede journalistiek een bevordering van sociale cohesie. De verbindende factor zit hem volgens Broersma in hoe lokale journalistiek een platform biedt waar burgers elkaar 'virtueel' kunnen ontmoeten. Dit wordt treffend verwoord door Ib Haarsma van RTV Rijnmond in het onderzoek van de Jong en Koetsenruijters (2019, p.48): '[Lokale journalistiek] geeft ook een beeld van wat er in een dorp of wijk gebeurt, ze duiden het en zijn daardoor een verbindende factor. Door hun verhalen snappen mensen elkaar beter en begrijpen ze beter waar het schuurt'.

#### *Agenderen van maatschappelijke kwesties*

Naast de informerende, controlerende, culturele, educatieve en verbindende functie van lokale journalistiek onderscheidt het rapport van de RvC en de ROB ook een functie in het agenderen van maatschappelijke kwesties in het politieke en maatschappelijke debat. Media 'voeden' als het ware de politiek, stellen de Raden. Driekwart van Kamervragen wordt namelijk gesteld naar aanleiding van nieuwsberichten. De Raad van Cultuur en de Raad voor het Openbaar Bestuur roepen op voor serieuze aandacht voor onze lokale en regionale media. Het is volgens hen zinvol en zelfs noodzakelijk. Ze stellen dat goed functionerende lokale media essentieel zijn voor een gezonde democratie.

#### *Sociale media*

De komst van sociale mediaplatforms biedt nieuwe mogelijkheden voor participatie door dagelijkse mediagebruikers. De mogelijkheid om content te liken, te delen of te retweeten betekent voor hyperlocals dat hun bereik en daarmee hun impact groter wordt. Studies hebben uitgewezen dat het gebruik van sociale media voor politieke doelstellingen een positieve invloed heeft op de politieke participatie van burgers. Een meta-analyse van lopend onderzoek wijst dan ook op een positieve relatie tussen sociale media en participatie.<sup>14</sup> Dit zou kunnen worden gezien als een voordeel voor de gemeenschap en voor de lokale democratie.

Daarentegen schuilt hierin ook het risico dat de kwaliteit niet is gewaarborgd. Sociale media zijn niet per se ingericht op - en worden niet gehouden aan - de voorwaarden waaraan traditionele media moeten voldoen, zoals onafhankelijkheid en objectiviteit. Zodoende dan ook dat de Raden voor Cultuur en Openbaar Bestuur

---

<sup>13</sup> Beunders en DSP-groep 2014, DSP-groep 2018, De Jong en Koetsenruijter, regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland 2019, Jangdal 2019, Raad van Cultuur en de Raad voor het Openbaar Bestuur, Lokale Media niet te missen 2020.

<sup>14</sup> Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J. & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*.  
Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*.

waarschuwen voor een teloorgang van een sterke infrastructuur van professionele lokale media. Een rijk medialandschap met kundige, professionele makers zijn een voordeel voor de democratie stellen de Raden in hun rapport. Sterke lokale media maken de samenleving hechter en 'lokale bestuurders die zich kritisch gevolgd weten, letten – waarschijnlijk – beter op. Burgers die zich goed geïnformeerd weten, voelen zich – doorgaans – meer betrokken bij politiek en samenleving.<sup>15</sup> Als tegenhanger van de opkomst van sociale media is het dus belangrijk een netwerk te onderhouden van kundige, professionele makers die gedegen journalistiek produceren.

*Aanwezigheid onafhankelijke lokale journalistiek voorwaarde*

Maar bij het klakkeloos aannemen dat journalistiek een belangrijke waarde heeft voor de lokale democratie kunnen wel degelijk ook vraagtekens gezet worden. Kwalitatief sterke, kritische en onderzoekende journalistiek ontbreekt vaak op lokaal en regionaal niveau<sup>16</sup>. En dan wordt de vraag of er op lokaal en regionaal niveau mogelijkheden zijn voor versterking van de kritische journalistiek.

---

<sup>15</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020. P.17.

<sup>16</sup> Onderzoeksjournalistiek in Nederland; verkenning en analyse, DSP-groep in opdracht van OCW, 2018.

## 4 Actuele stand van zaken in Utrecht

In de eerste fase van onderzoek maakten wij een rondgang langs de gemeenten in de provincie Utrecht en een selectie van de lokale omroepen, huis-aan-huiskranten en andere vertegenwoordigers van de mediasector. Met hen bespraken wij de actuele stand van zaken van de lokale en regionale media in de provincie Utrecht. Hieronder beschrijven wij het medialandschap per gemeente geordend naar regio. Per gemeente geven wij met plussen en minnen inzicht in de situatie en waar gegevens voorhanden waren, hebben wij oplagecijfers en bereik opgenomen. Aan het einde gaan we meer specifiek in op de digitale media in de provincie Utrecht.

### 4.1 Regionale media

#### Regio Eemland

##### Amersfoort (157.000)

Amersfoort heeft een divers medialandschap met Mediacentrum Amersfoort (samenwerking tussen bibliotheek, Stadsbron, BDU, RTV Utrecht), Mediagroep-EVA (lokale omroep Amersfoort en Leusden EVA en samenwerking lokale omroepen in regio/ streekomroep in oprichting), AD/ regio Amersfoort, Stad Amersfoort (BDU), lokale initiatieven zoals AmersfoortGezien, Radio Golfbreker, Snap TV, WAR, Keitv.nl en podcasts zoals Stadsdialoog en Zever op Zondag. De gemeente is partner in de Stadsdialoog.

Alle media bieden een palet aan informatie waaronder informatie en duiding (onafhankelijke journalistiek). De mediagroep (lokale omroep) heeft de griffie voorgesteld de gemeenteraadsvergaderingen uit te gaan zenden. De meeste media volgen de lokale democratie en besteden regelmatig aandacht aan de lokale politiek (doen interviewverzoeken, nemen initiatief tot contact met de gemeente, volgen sociale media). De gemeente heeft een projectsubsidierегeling journalistiek met een budget van 44.000. Het doel van de regeling is 'het versterken en vernieuwen van de lokale journalistiek en het media-aanbod in de gemeente Amersfoort'.

+ breed palet	- toekomst samenwerking onduidelijk
+ samenwerking en uitwisseling	
+ gemeentelijke subsidieregeling	

##### Bereik Stad Amersfoort (BDU)

- 🕒 Oplage van 58.000 en dekking 43,2 procent van de huishoudens binnen de gemeente.

### Leusden (30.030)

In Leusden zijn verschillende media actief: de Leusden Courant (BDU) is een lokale huis-aan-huiskrant, verschijnt elke woensdag gratis en sinds Corona biedt de Leusden Courant ook een premium Interneteditie (tegen betaling). Het dagblad AD verschijnt met een Amersfoort regiokatern. Lokale omroep EVA wordt gedeeld met Amersfoort. Leusden heeft een lokale radiozender Golfbreker Radio en de kern Achterveld heeft een internetkrant Achterveld.net. De Leusden Courant biedt lokale journalistiek en volgt de lokale politiek. Het AD heeft een journalist in Leusden die het lokale nieuws volgt, maar zijn artikelen worden door het AD niet altijd geplaatst. Beide omroepen zenden niet live uit, dus brengen geen actueel nieuws. Achterveld.net biedt politiek nieuws gericht op de eigen wijk.

+ Lokaal nieuws (nu tijdens Corona een plus)	- Samenwerking
	- Professionalisering neemt af

#### Bereik Leusden Courant (BDU)

- 🕒 Oplage 19.000 en een dekking van 67,7 procent binnen de gemeente.

### Soest (46.099)

De huis aan huis krant Soester Courant (BDU) bestaat uit twee edities:

- 🕒 Huis aan huis blad (beperkte content) als opvolger van Soest.Nu
- 🕒 Betaalde weekeditie (brede content). Ongeveer de helft van de huishoudens in Soest heeft een abonnement

De kern Soesterberg heeft de internetkrant Soesterberg.nu met lokaal nieuws. De lokale (vrijwilligers) omroep is Radio Soest. Daarnaast zijn er twee dagbladen waarin nieuws over Soest staat: de Gooi en Eemlander (Mediahuis Nederland) en het AD (regiokatern Amersfoort).

De Soester Courant (betaalde editie) heeft een journalistiek gedeelte met actualiteit in brede zin, politiek in brede zin en lifestyle/nieuws. De SC volgt de raadsvergaderingen, de lokale democratie en brengt nieuws over gemeentelijk beleid. Radio Soest heeft een actualiteitenrubriek, zendt de raadsvergaderingen uit en interviewt wethouders en fractievoorzitters.

+ Breed palet	- Geen lokale televisie
+ Betaalde editie van SC groot bereik	

#### Bereik Soester courant (BDU)

- 🕒 Oplage van 25.000 en een dekking van 61,1 procent binnen de gemeenten.

### Bunschoten (21.876)

De huis-aan-huiskrant van Bunschoten is de Bunschoter (verschijnt als huis-aan-huisblad op woensdag en op maandag en vrijdag voor abonnees). De lokale omroep Spakenburg zendt uit op televisie en via kabelkrant en RTV Bunschoten maakt video's voor op YouTube. Op Facebook is BusBa actief.

Ook nieuws uit Bunschoten staat in het regiokatern Amersfoort van het AD.

Bunschoten heeft veel media en vooral De Bunschoter is belangrijk voor inwoners en gemeente. Kent een hoge abonnee-dichtheid. De Bunschoter plaatst persberichten 1:1 door en brengt eigen artikelen. De Bunschoter is altijd bij alle raadsvergaderingen en bij de raadscommissies. Daardoor zijn inwoners goed op de hoogte en zeer betrokken bij de lokale politiek.

+ breed palet	
+ betaalde editie De Bunschoter	

#### *Bereik De Bunschoter*

- 🕒 Oplage van 10.000.

#### **Baarn (24.900)**

Baarn heeft de lokale omroep RTV Baarn en huis-aan-huisblad Baarnsche Courant (BDU media). De lokale omroep heeft samen met de lokale omroepen in de omliggende gemeenten in 2016 de intentie uitgesproken tot streekomroep (aangemeld bij NLPO). Het AD regiokatern Amersfoort brengt ook nieuws uit Baarn.

#### *Bereik Baarnsche Courant (BDU)*

- 🕒 Oplage van 6.000 en een dekking van 30.3 procent binnen de gemeente.

### Betuwe

#### **Vijfheerenlanden (55.712)**

De gemeente Vijfheerenlanden heeft een huis-aan-huiskrant Het Kontakt editie Vianen (10.000), editie Leerdam (22.000) en Alblasserwaard (22.000), de regionale editie van het AD en de lokale omroep SRC FM. Het AD heeft een journalist die binnen de gemeente actief is en de gemeenteraad kritisch volgt. Huis-aan-huiskrant Het Kontakt plaatst vooral persberichten. Lokale omroep SRC FM is aanwezig bij persmomenten van de gemeente en is de laatste tijd steeds meer bezig met het maken van filmpjes met interviews met bewoners en politici voor de website.

+ Dagblad met actieve correspondent	- Moeite met het betrekken van andere media bij persmomenten en politiek nieuws
-------------------------------------	---

#### *Bereik Het Kontakt*

- 🕒 Editie Leerdam oplage 31.000 en een dekking van 32,6 procent.
- 🕒 Editie Vianen oplage van 16.000 en een dekking van 31,8 procent binnen de gemeente.
- 🕒 Editie Alblasserwaard van 52.000 en een dekking van 44,4 procent binnen de gemeente.



## Regio De Bilt/Zeist/Bunnik

### De Bilt (42.824)

In de Bilt zijn drie huis-aan-huiskranten actief: 'De Vierklank' (zelfstandig), 'De Biltsche Courant' (DPG media) en 'De Stadspers' (zelfstandig). Regio tv de Bilt is de lokale televisieomroep met een radiotak: Roulette FM. Daarnaast doen RTV Utrecht en het AD (Utrechts Nieuwsblad) verslag van de gemeente De Bilt. De Vierklank is van de huis-aan-huiskranten het actiefst in de gemeente en een belangrijk bron van nieuws voor de inwoners. De Vierklank is aanwezig bij raadsvergaderingen en volgt de lokale politiek. De andere twee huis-aan-huiskranten plaatsen voornamelijk persberichten.

+ Drie verschillende lokale merken waaronder een twee zelfstandig huis-aan-huisblad	
---	--

#### Bereik

- 🕒 De Biltsche Courant (DPG): Oplage 19.000 en een dekking van 50,7 procent binnen de gemeente.
- 🕒 De Vierklank: Oplage 20.500 en een dekking van 54,7 procent binnen de gemeente.
- 🕒 De Stadspers: Oplage 13.010 en een dekking van 34,7 procent binnen de gemeente.

### Bunnik (15.192)

In Bunnik zijn twee huis-aan-huiskranten actief, waarvan één lokaal is: 't Groentje Bunniks Nieuws' (BDU) en 'De Nieuwsbode'. De Nieuwsbode doet voornamelijk verslag in Zeist en in mindere mate in Bunnik. 'Bunniks Nieuws' volgt de lokale politiek kritisch-onafhankelijk. De lokale omroep RTV Slotstad bedient de twee gemeenten Bunnik en Zeist. RTV Slotstad zendt de raadsvergaderingen live uit en maakt daarnaast voornamelijk items over sport, recreatie en bewoners.

+ Lokaal huis-aan-huisblad doet verslag van lokale politieke besluitvorming	- Weinig concurrentie
---	-----------------------

#### Bereik 't Groentje Bunniks Nieuws (BDU)

- 🕒 Oplage 18.000 en een dekking van 74,5 procent binnen de gemeente.

### Zeist

Geen interview mogelijk.

## Food Valley

### Renswoude (5.529)

In Renswoude is maar één medium dat enkel en alleen lokaal nieuws brengt: huis-aan-huisblad De Heraut, uitgegeven door de lokale ondernemersvereniging. De subsidie die beschikbaar is voor de lokale omroep

gaat naar Radio Midland FM, tevens de lokale omroep voor de gemeenten Veenendaal en Woudenberg. Daarnaast zijn er twee journalisten in de regio die voor verschillende media stukken schrijven over Renswoude. Ze schrijven voor De Gelderlander, De Scherpenzeelse krant (BDU) en De Rijnpost (DPG). Deze journalisten zijn aanwezig bij raadsvergaderingen en volgen de belangrijke dossiers binnen de lokale politiek. De Heraut brengt bijna uitsluitend persberichten van lokale ondernemers en verenigingen. Midland FM heeft elke week een politiek radioprogramma van drie keer een uur voor alle drie de gemeenten. Drie keer per week wordt een gast geïnterviewd over de lokale politiek in de drie gemeenten.

+ 2 actieve correspondenten die schrijven voor verschillende media.	- Lokale media doet maar beperkt verslag van de lokale democratie, dat gebeurt wel door regionale media
---	---

*Bereik De Heraut*

Onbekend.

### Rhenen (20.004)

In Rhenen zijn meerdere lokale partijen actief, waaronder twee huis-aan-huiskranten (De Hank en Het Gemeentenieuws Neder Betuwe: Rhenen), online platform (Grebe krant) en een dorpskrant (de Achterberg). Daarentegen is er geen lokale omroep. Huis-aan-huisblad De Hank komt één keer per maand uit en wordt gerund door vrijwilligers. De inhoud bestaat uit berichten over lokale ondernemers en ingezonden stukken van inwoners van Rhenen. Politiek wordt gevolgd door regionaal dagblad De Gelderlander (de Vallei editie). De Gelderlander is minder vaak aanwezig bij raadsvergaderingen dan voorheen.

+ Meerdere lokale media actief	- Geen lokale omroep - Verslaggeving over lokale politiek neemt af
--------------------------------	---

*Bereik*

- 🕒 De Hank: onbekend.
- 🕒 Gemeentenieuws Neder Betuwe Rhenen: oplage 21.000.

### Veenendaal (65.589)

In Veenendaal waren twee lokale huis-aan-huiskranten actief: De Rijnpost (DPG) en Veenendaalse Krant (BDU). BDU heeft zich (1 januari 2020) teruggetrokken uit Veenendaal en daarmee is de Veenendaalse Krant komen te vervallen. Er zijn twee online nieuwsplatformen: indebuurt.nl/veenendaal en regiosportveenendaal.nl. Midland FM verzorgt de lokale radio omroep. Regionaal Dagblad De Gelderlander (de Vallei editie) doet verslag over de gemeente Veenendaal. Bij persmomenten van de gemeente is er altijd een correspondent van de Gelderlander aanwezig en duidt gemeentelijke besluiten. Berichtgeving van De Rijnpost is voornamelijk gericht op *human interest*. De communicatie afdeling van de gemeente volgt de ontwikkeling van de online nieuws platformen, plaatst hier persberichten en gaat na hoe hier online op wordt gereageerd door lezers.

+ Opkomst online platformen	- Afgelopen tijd concurrentie verschaald en actief lokaal medium gestopt
	- Mede hierdoor wordt de politiek in mindere mate gevolgd

#### *Bereik De Rijnpost*

- 🕒 Oplage van 44.000 en een dekking van 48,7 procent binnen de gemeente.

#### **Woudenberg (13.166)**

In Woudenberg zijn de volgende media actief: De Woudenberger (BDU) is een lokale weekkrant voor abonnees waar iets meer dan de helft van de huishoudens een abonnement op heeft. Nieuws uit Woudenberg komt daarnaast voor in dagblad AD (Amersfoortse Courant). Midland FM ontvangt de gemeentelijke subsidie voor de lokale omroep. De Woudenberger volgt de politiek, zowel landelijk (uit Den Haag) als gemeentelijk, is kritisch en informatief.

+ Lokaal abonnee krant die de lokale politiek kritisch onafhankelijk volgt	- Niet een heel breed aanbod aan lokaal nieuws
--	--

#### *Bereik De Woudenberger*

- 🕒 Oplage van 7.000 en dekking van 49,5 procent binnen de gemeente.

### **Gooi en Vechtstreek**

#### **Eemnes (9.113)**

'De Ronde' is het huis-aan-huisblad in Eemnes met beperkt lokaal nieuws en persberichten van de gemeente. De lokale politiek wordt daarnaast gevolgd door journalisten van dagblad de Gooi- en Eemlander en sporadisch door huis-aan-huiskrant de Laarder Courant BEL, deze zijn minder vaak aanwezig bij raadsvergaderingen dan voorheen. De gemeentelijke subsidie voor de lokale omroep gaat naar Radio 6 FM en is sinds een aantal jaar onderdeel van RTV Noord Holland.

	- Media landschap is verschaald
	- Regionale media doen steeds minder verslag van de lokale politiek

#### *Bereik De Ronde*

Onbekend.

### Stichtse Vecht (64.336 inwoners)

Stichtse Vecht heeft naast RTV Stichtse Vecht en AD/Utrecht Nieuwsblad nog één weekblad (VAR Nieuwsblad). Verder zijn er nog de Vreelandbode en de Vechtse Internet Krant. De eerste drie media volgen de lokale politiek, door te berichten over raadsvergaderingen, politiek commentaar in de kolommen op te nemen (VAR Nieuwsblad) en live verslag van de raadsvergaderingen te doen en een politiek programma uit te zenden (RTV Stichtse Vecht). Wel is er sprake van verschraling; van de twee weekbladen die er vorig jaar waren is er nu nog één over. Naast het uitwisselen van beelden tussen RTV Utrecht en RTV Stichtse Vecht is er weinig sprake van samenwerking.

+ Veel aandacht voor lokale democratie	- Media landschap verschaalt, nog maar één weekblad over
--	--

*Bereik VAR nieuwsblad Stichtse Vecht*

- 📍 Oplage 36.000 en dekking van 65,8 procent binnen de gemeente

### Gouwe en Hollandse IJssel

#### Woerden (52.197)

Het AD is met een katern actief in Woerden, RPL Woerden is de lokale omroep die inhoudelijke programmering biedt. Daarnaast is er een huis-aan-huiskrant De Woerdense courant (DPG) en een onlineplatform indebuurt.nl/woerden. AD en RPL volgen de lokale politiek (nieuws en berichtgeving), minder duiding of achtergrond.

+ Meerdere partijen die aan verslaglegging doen	- Mist kritische journalistiek die de lokale politiek actief volgt
+ Actieve Lokale omroep	- Actief online platform woerden.tv vorig jaar gestopt

*Bereik Woerdense Courant (DPG)*

- 📍 Oplage van 29.000 en dekking van 38,5 procent binnen de gemeente.

#### Montfoort (13.996)

In Montfoort is alleen het lokale radiostation Radio stad Montfoort lokaal actief. Dit zendt de raadsvergaderingen uit, maar doet niet zelf aan nieuwsgaring. Daarnaast zijn er twee huis-aan-huiskranten in andere gemeenten die af en toe over Montfoort schrijven. Alleen zelfstandig huis-aan-huisblad De IJsselbode uit Oudewater stelt regelmatig vragen aan de gemeente over besluitvorming en beleidsonderwerpen. Grotere regionale merken (AD) slaan de gemeente Montfoort over.

	- Geen lokale media die verslag doen van de lokale politiek. Alleen de lokale omroep zendt de raadsvergaderingen uit.
--	---

### Oudewater (10.178)

De rol van publieke omroep wordt vervuld door Midland FM, daarnaast bericht Radiostad Montfoort radio regelmatig over Oudewater. Er zijn twee huis-aan-huiskranten actief: Zenderstreek nieuws (DPG media) en de IJselbode. De IJselbode is een onafhankelijke huis-aan-huiskrant met drukkerij en bezorging in eigen beheer. Oudewater.net is een online platform, met voornamelijk informatie en nieuwtjes voor bezoekers en toeristen. Oudewater.net en de IJselbode werken af en toe samen, maar de IJselbode is voornemens om zelf meer aandacht aan online bereik te geven.

+ Een onafhankelijke huis-aan-huisblad dat kritisch durft te zijn en een gebalanceerde afweging maakt tussen advertenties en redactioneel nieuws	
--	--

## Heuvelrug

### Utrechtse Heuvelrug (49.515)

De Kaap en Stichtse courant (BDU), heeft zowel een abonneekrant als een gratis huis-aan-huiseditie en is wat groter qua redactie dan een gemiddeld huis-aan-huisblad. De krant volgt de politiek structureel. Regio90 is de lokale radio-omroep en die is ook actief in Wijk bij Duurstede. Regio90 is aanwezig bij persmomenten en brengt interviews met politici. Daarnaast worden lokale persberichten gedeeld door: Utrechts Nieuwsblad (AD), regionaal dagblad De Gelderlander, Puuhr (online), Dorp & Streek Nieuws (online), Rijnpost (DPG), RTV Slotstad (omroep van gemeente Zeist en gemeente Bunnik). Van deze partijen zijn het AD en RTV ook aanwezig bij belangrijke persmomenten van de gemeente.

+ Verschillende media aanwezig bij persmomenten van de gemeente	- Aandacht voor lokale politiek neemt de afgelopen jaren wel af, journalisten kunnen niet overal meer bij zijn
---	--

#### Bereik

- 🕒 De Kaap Abonnee (BDU): oplage 15.000 en dekking van 32,4 procent binnen de gemeente.
- 🕒 De Kaap / Stichtse courant gratis (BDU): oplage 13.000 en een dekking van 32,4 procent binnen de gemeente.

### Wijk bij Duurstede (23.762)

Het mediaveld in Wijk bij Duurstede is vrij divers. Huis-aan-huiskrant 't Groentje (BDU), online platform ditiswijk.nl, AD (regio Zuidoost), RTV Utrecht en lokale radio Regio90. Er is een goeie mix. Een huis-aan-huisblad dat actief de lokale politiek volgt en duidt, een (onafhankelijk) online platform dat schriftelijk vragen indient bij de gemeente en persberichten plaatst, een lokale radio met items over de lokale sportvereniging en interviews met bijzondere inwoners van de gemeente.

+ Divers journalistiek veld voor kleine gemeente	
--	--

#### *Bereik 't Groentje Wijknieuws (BDU)*

- 🕒 Oplage van 18.000 en een dekking van 72,1 procent binnen de gemeente.

### Lekstroom

#### Lopik (14.473)

Er zijn drie huis-aan-huiskranten met lokaal nieuws over Lopik: Het Kontakt, Zenderstreeknieuws IJsselstein Lopik en de IJselbode (komt uit in gemeente Oudewater). Daarnaast worden persberichten van de gemeente verstuurd naar het AD (Utrechts Nieuwsblad) en RTV Utrecht, deze worden vaak overgenomen. Er is geen lokale omroep. Journalisten van Het Kontakt en het AD zijn aanwezig bij persmomenten en Het Kontakt is elke week bij de raadsvergaderingen en is het meest actief.

+ Lokaal huis-aan-huisblad altijd aanwezig bij raadsvergaderingen	- Geen lokale omroep
---	----------------------

#### *Bereik*

- 🕒 Zenderstreeknieuws Lopik (DPG): oplage van 24.000 en dekking van 57,1 procent binnen de gemeente.
- 🕒 Het Kontakt Lopik: oplage van 26.000 en dekking van 43,7 procent binnen de gemeente.

#### Houten (49.466 inwoners)

Huis-aan-huisblad 't Groentje is relatief actief met eigen berichten en volgt de raadsvergaderingen op structurele basis. Dit blad nam vorig jaar het enige andere huis-aan-huisblad over. De bladen verkeerden het afgelopen jaar in financieel zwaar weer. Omroep Houten doet verslag van de raadsvergaderingen met een radioprogramma over de lokale politiek. De gemeente organiseert een wekelijks persgesprek, waar 't Groentje, Omroep Houten en AD/Utrechts Nieuwsblad altijd bij aanwezig zijn. Omroep Houten heeft gekozen voor radio en internet, waardoor er geen lokale tv-zender is, maar die lijkt niet gemist te worden. Juist de focus op radio en internet geeft de omroep de mogelijkheid om daar meer in te investeren. Met name Omroep Houten heeft veel tijd gestoken in samenwerkingen, bijvoorbeeld in een lokaal

mediacentrum, samen met Nieuwegein, maar daar was weinig belangstelling voor. 't Groentje en RTV Utrecht werken samen door content met elkaar te delen.

+ Goede relatie tussen lokale politiek en bestuur en pers	- Pogingen tot samenwerking komen niet van de grond
+ Pers volgt lokale besluitvorming nauwgezet	

*Bereik 't Groentje Houten (BDU)*

- 📶 Oplage van 30.000 en een dekking van 59,4 procent binnen de gemeente.

### Nieuwegein (62.235 inwoners)

RTV Utrecht en het AD/Utrechts Nieuwsblad hebben beide twee journalisten die ook het nieuws in Nieuwegein verslaan. Verder is er een lokaal huis-aan-huisblad (De Molenkruier) met één professionele journalist en enkele online platforms. Er is in het verleden een lokale omroep geweest, maar die is enkele jaren geleden vanwege ruzie gestopt. De gemeente heeft nog altijd geld begroot voor een lokale omroep. De lokale politiek wordt door de media niet actief gevolgd. Bij een persgesprek komen het AD en RTV Utrecht wel, maar voor hun verslaggevers is Nieuwegein een van de gemeenten die gevolgd worden. Het online platform PEN en RTV Utrecht werken samen door content te delen. Verder is er geen sprake van samenwerkingsverbanden. Bij de gemeente bestaan zorgen over het gebrek aan journalistiek in het medialandschap.

	- Geen lokale omroep
	- Weinig aandacht voor lokale democratie
	- Vrijwel geen professionele journalisten met focus op Nieuwegein

*Bereik De Molenkruier (DPG)*

- 📶 Oplage van 35.000 en een dekking van 30 procent binnen de gemeente.

## Vecht en Venen

### De Ronde Venen (44.000)

In De Ronde Venen zijn twee huis-aan-huiskranten: de Groene Venen en de Meerbode. RTV Ronde Venen is de lokale omroep. Er zijn twee online nieuwsplatformen: 0297.nl en Petershotnieuws.nl. Dagblad AD heeft een editie waar nieuws over de Ronde Venen verschijnt. Er is een breed scala aan nieuws. Beide huis-aan-huiskranten volgen de politiek, maar doen ook verslag over sport en evenementen. RTV Ronde Venen zendt raadsvergaderingen uit en maakt daarnaast zelf items over politieke onderwerpen. RTV Ronde Venen, 0297.nl en De Groene Venen werken samen. De lokale omroep werkt daarnaast samen met verenigingen en andere organisaties in de gemeente.

De gemeente merkt dat de lokale media een moeilijke tijd hebben door de coronamaatregelen. De gemeente heeft ter ondersteuning meer producten afgekocht in de vorm van pagina's bij de huis-aan-huiskranten en extra uitzendingen bij RTV Ronde Venen.

+ divers veld en een zekere mate van concurrentie	
+ Lokaal huis-aan-huisblad doet alles binnen de mogelijkheden om informatief en duidelijk te zijn	

#### Bereik

- 🕒 De Meerbode: oplage van 16.400.
- 🕒 De Groene Venen: oplage van ruim 19.000.

## Utrecht

### Utrecht (352.866 inwoners)

De gemeente Utrecht voerde een eigen onderzoek uit naar het medialandschap (Verkenning Mediabeleid: <https://ris2.ibabs.eu/Reports/ViewListEntry/Utrecht/084cb12d-a1cf-407b-9a80-867f2932c9b4>).

De stad Utrecht kent een uitgebreid netwerk aan lokale media. Lokale omroepen (RTV Utrecht, FunX), dagbladen met lokale katernen (AD/Utrechts Nieuwsblad en Telegraaf Utrecht) en huis-aan-huiskranten (VAR NWS, Stadsblad Zuidwest, De Brug en DUIC) en er zijn veel online partijen actief, onder meer 60 zogenoemde hyperlocals. Er is een bredere mediacultuur, vanwege onderwijsinstellingen die zich richten op mediaprofessionals (HKU, UU, HU en GLU). In Utrecht is relatief weinig journalistiek die de lokale politiek en actuele onderwerpen volgt, duidt, controleert en onderzoekt. Er is vooral veel nieuws, en maar weinig achtergrond en opinie. Ook het veld geeft in het rapport aan dat het gebrek aan de controlerende functie een serieus probleem is.

Er is veel versnippering en maar weinig onderlinge uitwisseling van vaardigheden, terwijl er wel behoefte is om gezamenlijk oplossingen te bedenken, bijvoorbeeld op het vlak van digitale innovatie. Om in te zetten op meer samenwerking wordt er een mediacafé gefaciliteerd door de gemeente, als platform om elkaar te ontmoeten. Verder lijken er kansen op het delen van elkaars content.

+ Uitgebreid netwerk van lokale media	- Relatief weinig achtergrond en opinie
+ Bredere mediacultuur met onderwijsinstellingen die focus op media hebben	- Controlerende functie wordt weinig beoefend
+ Veel hyperlocals	- Veel versnippering en weinig onderlinge uitwisseling van inhoud en vaardigheden



### Bereik

- 🕒 VAR NWS : oplage van 67.000 en een dekking van 17,6 procent binnen de gemeente.
- 🕒 Stadsblad Zuidwest: oplage van 45.0000 en een dekking van 12,1 procent binnen de gemeente.
- 🕒 De Brug (DGP): oplage van 17.000 en een dekking van 5,9 procent binnen de gemeente.
- 🕒 DUIC: oplage van 47.000 en een dekking van 12,6 procent binnen de gemeente.

## 4.2 Digitale media

### Geprinte media online

Uit de analyse van NOBO (Nederlandse Online Bereiksonderzoek) blijkt dat in 2019 6 miljoen Nederlanders dagelijks online op zoek gaan naar nieuws. Vier nieuwsmerken steken qua bereik met kop en schouders boven de rest uit: Nos.nl, Nu.nl, AD.nl en Telegraaf.nl. Het online bereik van het AD en de Telegraaf is zelfs groter dan het printbereik, dit in tegenstelling tot de andere kranten die zowel in print en als digitaal verschijnen. Bij geen enkel regionaal dagblad overstijgt het online bereik het printbereik<sup>17</sup>.

Tijdens de coronacrisis zijn Nederlanders meer gebruik gaan maken van online nieuws. Opvallend is dat de online groei bij regionale dagbladen bijna identiek is aan de landelijke groei. Een ander opvallend punt is dat het gebruik van sociale media als nieuwsbron geen groei in bereik kende tijdens de coronacrisis<sup>18</sup>. Lokaal is de huis-aan-huiskrant nog steeds de belangrijkste bron van lokaal nieuws. Hier blijft het online bereik achter op de landelijke en regionale merken. Uit bereikonderzoek blijkt dat 85 procent een huis-aan-huiskrant alleen in print leest, 14 procent zowel op print als online en 1 procent alleen online.<sup>19</sup> BDU heeft geëxperimenteerd met online premium abonnementen, dit lijkt aan te slaan en biedt eventueel mogelijkheden voor meer huis-aan-huiskranten in de toekomst<sup>20</sup>.

### Hyperlocals

Onafhankelijke online nieuwssites staan bekend onder de noemer Hyperlocals. Hyperlocals vallen uiteen in 1) burgerinitiatieven en 2) semiprofessionele partijen die op wijk- of gemeenteniveau lokaal nieuws brengen. Algemene kenmerken van hyperlocals zijn: de mensen die er achter zitten hebben vaak geen journalistieke achtergrond, ze schrijven weinig over kwesties die het openbaar bestuur aangaan, achter de meeste van deze hyperlocals zit geen verdienmodel (en is dus vrijwilligerswerk) en veel hyperlocals gaan na enige tijd weer ter ziele<sup>21</sup> (zoals bijvoorbeeld woerden.tv).

De gemeente Amersfoort gaf in 2019 opdracht voor een onderzoek naar lokale media en het bereik en gebruik van de diverse (online-)platformen. Uit het onderzoek onder panelleden blijkt dat de papieren huis-aan-huiskrant (nog steeds) als belangrijkste bron voor lokaal nieuws wordt genoemd (59 procent). 74 procent zegt de papieren krant in het afgelopen jaar te hebben gelezen waarvan 43 procent in de afgelopen

<sup>17</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/zes-miljoen-online-nieuwsgebruik/>.

<sup>18</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/nederlanders-lezen-veel-meer-online-nieuws-tijdens-coronacrisis/>.

<sup>19</sup> <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/huis-aan-huisbladen-blijven-populair/>.

<sup>20</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/willen-mensen-wel-betalen-voor-huis-aan-huisnieuws-ja-hoor-ontdekte-bdu-media/>.

<sup>21</sup> Lokale media en informatievoorziening - Handreiking voor raadsleden, DSP-groep, 2017.




week. De site of app van de huis-aan-huiskrant werd door 37 procent tenminste één keer geraadpleegd in het afgelopen jaar (waarvan 16 procent in afgelopen week), de site of app van de lokale tv-zender door 14 procent (waarvan 7 procent in afgelopen week) en lokale nieuwssites/hyperlocals op internet door 32 procent (waarvan 10 procent in afgelopen week). De online kanalen van lokale krant, omroep en nieuwssites/hyperlocals worden door een klein percentage aangewezen als belangrijkste bron voor lokaal nieuws (6 procent, 4 procent en 6 procent respectievelijk). Het lokale nieuws wordt daarentegen wel regelmatig gevolgd op sociale media en voornamelijk onder jongeren (tot 35 jaar); 53 procent van de jongeren noemt sociale media als belangrijkste bron van lokaal nieuws.<sup>22</sup>

Utrecht stad heeft in 2019 een verkenning laten uitvoeren van het media veld voor het mediabeleid in de gemeente. In vergelijking met andere grote steden zijn er in Utrecht stad relatief veel hyperlocals actief (60 semiprofessionele partijen). De onderzoeker vat ook DUIC onder hyperlocals. DUIC valt positief op, veel Utrechters maken gebruik van DUIC als nieuwsbron over de stad. Kanttekening die gemaakt moet worden, is dat 65 procent van de hyperlocals hooguit om de dag een bericht plaatsen dat als eigen nieuws kan worden bestempeld. Als het gaat om het produceren van eigen content en berichten zijn het de traditionele media die de lijst aanvoeren, 73 procent van het nieuws komt van dagbladen en omroepen. Het nieuws dat lokale aanbieders produceren wordt in de verkenning geduid als relatief veel *112-nieuws*<sup>23</sup>.

Dit beeld komt overeen met onze verkenning in de provincie Utrecht. Uit de interviews met de gemeenten komen de hyperlocals niet naar voren als media met aandacht voor politiek-bestuurlijke ontwikkelingen. Sommige hyperlocals staan op de perslijst en ontvangen de persberichten, maar zijn niet aanwezig bij persmomenten. Een aantal hyperlocals zijn populair en echt een fenomeen in de gemeente. Wat opvalt is dat deze hyperlocals zich vooral richten op verslaggeving van ongelukken en incidenten. Deze hyperlocals zijn als eerste ter plaatste voor verslaggeving en beeldmateriaal (bijvoorbeeld petershotnieuws.nl in de Ronde Venen).

Uit onze verkenning komt een aantal digitale media die hier een uitzondering op zijn: Stadsbron Amersfoort en DUIC.




Schema 4.1: (online) hyperlocals Utrecht stad<sup>24</sup>

Utrecht stad	 Print	 Website	 Social
Utrecht dichtbij		✓	✓
De Dakhaas	✓	✓	✓
De Nieuwe Utrechtse Krant		✓	✓
De Stad Utrecht		✓	✓
DUIC	✓	✓	✓
Hartje Utrecht			✓

<sup>22</sup> Panelonderzoek lokale media, nieuws en journalistiek, gemeente Amersfoort, 2019.

<sup>23</sup> Eindrapport Verkenning Mediabeleid gemeente Utrecht, BureauMaïke, 2019.

<sup>24</sup> Idem.

Utrecht stad			
			
	Print	Website	Social
Nieuws.nl (Utrecht)			✓
Nieuws030			✓
Nu.nl (Utrecht)			✓

Schema 4.2: hyperlocals en online media overige gemeenten is aanvullend op de digitale platforms van de lokale omroepen, huis aan huiskrant en, regionale kranten en regionale omroep.

Schema 4.2: hyperlocals en online media overige gemeenten

			
Gemeente	In de buurt (DPG)	Website (hyperlocal)	Sociale media
Amersfoort	Indebuurt.nl/Amersfoort	Keitv.nl Eemnieuws.nl Stadsbron.nl	YouTube: Amersfoortgezien
Leusden		Achterveld.net Eemnieuws.nl	
Soest		Soesterberg.nu Eemnieuws.nl	
Bunschoten		Eemnieuws.nl	Facebook BusBa, YouTube: RTV Bunschoten
Baarn		Eemnieuws.nl	
Vijfheerenlanden			
De Bilt			
Bunnik			
Zeist			
Renswoude			
Rhemen		grebbekrant.nl	
Veenendaal	indebuurt.nl/veenendaal	regiosportveenendaal.nl	
Woudenberg			
Eemnes			
Stichtse Vecht		Vechtse internet krant	
Woerden	indebuurt.nl/woerden		
Montfoort			
Oudewater		Oudewater.net	
Utrechtse Heuvelrug		Puubr.nl Dorp en Streek nieuws	
Wijk bij Duurstede		ditiswijk.nl	
Lopik		allesvanlopik.nl	
Houten			
Nieuwegein		PEN.nl	

		nieuwegein-nieuws.nl	
Ronde Venen		Petershotnieuws 0297online.nl	

# 5 Handelingsperspectieven

In onderstaande paragrafen worden drie verschillende perspectieven beschreven die de provincie kan benutten om lokale en regionale journalistiek te stimuleren. De handelingsperspectieven zijn: (1) stimuleren van samenwerking, (2) stimuleren van online innovatie en (3) stimuleren van de (productie van) onafhankelijke kritische journalistiek. De handelingsperspectieven zijn opgesteld in samenspraak met de provincie Utrecht en de bij het onderzoek betrokken mediaorganisaties. De perspectieven worden omschreven in het licht van de inventarisatie van het journalistieke veld in de provincie Utrecht en aan de hand van voorbeelden elders uit de literatuur. Ook voerden wij gesprekken met experts. Bij elk handelingsperspectief geven wij een beknopte toelichting op de mogelijkheden en de risico's.

## 5.1 Handelingsperspectief 1: Stimuleren van samenwerking

Samenwerkingen binnen de lokale journalistiek zijn grofweg onder te verdelen in twee categorieën. Te weten: (1) samenwerkingen tussen publieke omroepen onderling en (2) samenwerking in een bredere bezetting (publiek, privaat en ZZP'ers) zoals bijvoorbeeld een mediacentrum.

### 1. Samenwerkingen publieke omroepen; regionaal/lokaal en streekomroepvorming

In het recente rapport<sup>25</sup> over lokale media van de Raad voor het Openbaar Bestuur en de Raad voor Cultuur wordt het advies aan provincies en gemeenten gegeven om samenwerking tussen regionale en lokale publieke omroepen en lokale omroepen onderling te stimuleren. Er zijn regio's in Nederland waar geen of nauwelijks lokale media op voldoende kwalitatief niveau functioneren. De Raden stellen dat samenwerking tussen regionale en lokale publieke omroepen financiële en organisatorische ruimte biedt aan investeringen in journalistieke inhoud op lokaal niveau. Deze samenwerkingen zien we verspreid door het land in verschillende vormen: zowel nationaal, regionaal als lokaal. Hieronder volgt een aantal regionale en lokale voorbeelden, waaronder voorbeelden uit de Provincie Utrecht.

#### *Lokaal in de provincie Utrecht*

In de provincie Utrecht zijn er vier omroepen die twee of meer gemeenten bedienen, te weten:

- 📶 Midland FM (Renswoude, Veenendaal, Woudenberg)
- 📶 Regio 90 (Utrechtse Heuvelrug, Wijk bij Duurstede)
- 📶 RTV Slotstad (Zeist, Bunnik)
- 📶 EVA (Amersfoort en Leusden)

---

<sup>25</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.

### *Samenwerking regionaal en lokaal in Nederland*<sup>26</sup>

- ③ Omroep West (regionale omroep van Zuid Holland) heeft in het Regionale Nieuwsnetwerk een nauwe samenwerking met de lokale omroepen WOS (Westland), BO (Bollenstreek), Studio Alphen (Alphen a/d Rijn e.o.), Unity FM (Leiden e.o.) en Stadsomroep Den Haag. Het programma Zaterdagmiddag Live maakt Radio Rijnmond in samenwerking met de lokale omroepen Exxact Barendrecht, RTV Lansingerland en RTV Albrandswaard.
- ③ Omroep Gelderland (regionale omroep van Gelderland) wisselt met ongeveer 20 lokale omroepen op regelmatige basis online berichten uit. Bij Regio8 (Achterhoek), RTV Nunspeet, RegioTV Tiel, B-FM (Zutphen e.o.) en sinds februari 2019 bij RTV Apeldoorn is een regioverslaggever gestationeerd die de verslaglegging doet voor de lokale omroep en voor Omroep Gelderland. NH Media (regionale omroep van Noord Holland) werkt samen met 45 lokale nieuwspartners en hieruit zijn twee streekomroepen ontstaan: WEEFF (West Friesland) en NH Gooi. NH Nieuws en streekomroep WEEFF zijn gestart met een gezamenlijke nieuwsredactie. Het nieuws uit West-Friesland is te vinden op de gezamenlijke website van NH Nieuws en Weeff. Eerder ging NH Nieuws al een soortgelijke samenwerking aan in het Gooi. Hier vormt de regionale omroep sinds vorig jaar samen met 6FM en RTI (Hilversum, Huizen, Blaricum, Eemnes, Laren) de streekeditie NH Gooi.
- ③ RTV Utrecht werkt samen met verschillende mediapartijen in een mediacentrum in de gemeente Amersfoort en de Gemeente Zeist. Daarnaast zijn er vier journalisten gestationeerd in de gemeenten Veenendaal, Woerden, Nieuwegein en Vijfheerenlanden die samenwerken met lokale partijen. De samenwerking is gebaseerd op het bundelen van journalistieke slagkracht op bepaalde onderwerpen en organiseren van discussieavonden op thema's die van belang zijn voor de regio (zie kader Mediacentrum RTV Utrecht p. 34).

### **Regionale omroep als kartrekker regionale samenwerking: NH Media**<sup>27</sup>

NH Media heeft de afgelopen jaren volop geëxperimenteerd met het positioneren van de regionale omroep als kartrekker in het proces naar regionale samenwerking en heeft haar organisatie van nieuwsvergaring hierop aangepast. NH media heeft de provincie Noord-Holland opgedeeld in regio's, waar eigen journalisten in zogenaamde regiotteams verantwoordelijk zijn voor de nieuwsvoorziening voor een afgebakend gebied in de provincie. Deze teams zijn tevens de kartrekker voor de samenwerking; het afstemmen en het uitwisselen van content, middelen en kennis met de lokale omroepen. Overkoepelend is het NH Nieuwsnetwerk opgericht waar content met alle 30 samenwerkingspartners (lokale omroepen) wordt gedeeld, facilitaire zaken worden uitgeleend en vrijwilligers van lokale omroepen door NH Media worden opgeleid. De lokale omroepen in West Friesland en het Gooi hebben de samenwerking met de regionale omroep een stap verder gebracht door middel van een gezamenlijk streekredactie.

<sup>26</sup> Jaarverslag 2019, RPO, 2019.

<sup>27</sup> Interview Coördinator regio en lokale samenwerkingen bij NH Media.

### *Streekomroep*

Een streekomroep is een lokale omroep die een aanwijzing heeft voor twee of meer aan elkaar grenzende gemeenten; een streekomroep moet aan dezelfde eisen voldoen als een lokale omroep voor een gemeente en moet zich aan dezelfde voorschriften uit de mediawet houden. De definitie van de NLPO (Nederlandse lokale publieke omroepen) van streekomroep is meer uitgewerkt. Voor de NLPO is een streekomroep een samenwerkingsverband van alle lokale omroepen binnen het gebied zoals vastgelegd op de door de NLPO vastgestelde kaart Streekomroepen van Nederland en moet voldoen aan een aantal criteria (zie bijlage 4).<sup>28</sup>

### **Samenwerkende Publieke Mediadiensten Midden Nederland**

Er zijn drie lokale omroepen die een formele samenwerking zijn aangegaan in de provincie Utrecht binnen een stichting onder de noemer Samenwerkende Publieke Mediadiensten Midden Nederland. In deze stichting werken de lokale omroepen Slotstad RTV (Zeist en Bunnik) en Regio TV De Bilt/Roulette FM (De Bilt) sinds 2017 samen, de lokale omroep Regio90 (Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede) heeft zich onlangs aangesloten. De drie lokale omroepen werken op bestuurlijk niveau samen, maar maken onder eigen naam hun programma's voor de inwoners van de gemeenten. Binnen de provincie Utrecht is dit de eerste streekomroep vorming. De nieuwe streekorganisatie is ook in overleg met RTV Utrecht over journalistieke samenwerking.

### *Mogelijkheden voor de provincie Utrecht*

Volgens de Raad voor Cultuur en de Raad voor Openbaar Bestuur is een intensieve samenwerking misschien wel de belangrijkste stap naar een kwalitatief sterkere lokale nieuwsvoorziening. De Raden zien een belangrijke rol weggelegd voor publieke omroepen en stellen twee stimuleringspaden voor die elkaar niet uitsluiten: (1) Samenwerking tussen regionale en lokale omroepen en (2) Samenwerking tussen lokale omroepen.<sup>29</sup> (1) Samenwerking tussen regionaal en lokaal bespaart kosten, als regionale omroepen bijvoorbeeld tijdelijk hun materiaalvoorraad uitlenen aan lokale omroepen, of als zij hen helpen bij het opzetten van sites en andere onlineactiviteiten. Uitwisselen van nieuws en/of redactieleden leidt tot minder inzet op eerstelijns-nieuws (112-berichten, de cultuuragenda, etc.). Dit kan leiden tot een grotere beschikbaarheid van journalisten voor bijvoorbeeld het controleren van de lokale democratie. Daarbovenop borg je door de samenwerking continuïteit, die door de afhankelijkheid van vrijwilligers soms mist en biedt het de mogelijkheid tot oprichten van een kennisnetwerk voor lokale omroepen. (2) Het advies voor samenwerking tussen lokale omroepen is mede gebaseerd op het advies van NLPO. De schaalvergroting die dit teweeg brengt is nodig, stelt de NLPO, om de financiële en organisatorische slagkracht van lokale media te versterken.<sup>30</sup> In beide gevallen ligt voor de provincie een kans om deze samenwerking te stimuleren:

- 1 Voor het stimuleren van een samenwerking tussen een regionale omroep en lokale omroepen geldt dat het wenselijk is dat de er in de provincie sprake is van een sterke regionale omroep die welwillend staat tegenover een samenwerking met lokale omroepen. In deze samenwerking behoudt de lokale

<sup>28</sup> FAQ Streekomroep, NLPO, 2019.

<sup>29</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.

<sup>30</sup> Idem.

omroep zijn eigen identiteit, dit moet goed worden vastgelegd. Daarnaast draagt een gemeenteraad die positief staat tegenover een samenwerking van de lokale omroep met de regionale omroep bij aan het proces.<sup>31</sup> Voor het agenderen van de samenwerking bij de gemeenten en het begeleiden van het maken van afspraken tussen de omroepen is een rol voor de provincie weggelegd.

- 2 Een ander mogelijk pad is de samenwerking van lokale omroepen onderling, bijvoorbeeld in de vorm van een streekomroep. Deze vorm heeft een grote kans van slagen met een sterke lokale omroep in een afgebakende regio. Dit kan bovenop een samenwerking met de regionale omroep of als afspraken met de regionale omroep niet tot stand komen. Daarnaast moet er per situatie goed gekeken worden of er een natuurlijk afzetgebied ontstaat door de samenwerking. De Raad voor Cultuur en de Raad voor Openbaar Bestuur<sup>32</sup> geven aan dat in de situatie waarbij één lokale omroep voor een aanwijzing in meer dan één gemeente een aanvraag indient, een faciliterende en adviserende rol ligt voor de provincie om tot een goede afstemming tussen de verschillende gemeenteraden voor een gezamenlijk advies te komen. Nu blijkt dit nog een hele bureaucratische onderneming te zijn. De Raad voor Cultuur en de Raad voor Openbaar Bestuur adviseren het ministerie van OCW om in overleg met het Commissariaat voor de Media te kijken hoe het gemakkelijker gemaakt kan worden een publieke aanwijzing voor meerdere gemeenten te krijgen.

#### *Ondersteuning door de provincie*

- ⦿ Het beschikbaar stellen aan de omroeporganisaties van deskundige ondersteuning (menskracht in de vorm van een kwartiermaker\*) binnen de provincie. De ondersteuning helpt bij het agenderen van het belang van lokaal nieuws en samenwerking bij de (beleidsadviseurs van de) gemeente en adviseert bij het stroomlijnen van afspraken en werkprocessen voor de regionale samenwerking van de publieke omroepen.
- ⦿ Provinciale subsidie voor omroeporganisaties voor het ondersteunen en faciliteren van regionale samenwerking van publieke omroepen.

#### **\*Profiel van een kwartiermaker regionale samenwerking**

Een kwartiermaker regionale samenwerking:

- ⦿ kent het journalistieke veld in de provincie Utrecht;
- ⦿ heeft kennis van wet en regelgeving omtrent publieke omroepen uit de mediawet;
- ⦿ erkent en onderschrijft het belang van regionale samenwerking voor publieke omroepen;
- ⦿ kan hulpvragen van publieke omroepen vertalen naar een ondersteuningsbehoefte;
- ⦿ weet de weg in de ambtelijke besluitvorming;
- ⦿ stemt af en werkt nauw samen met de partners in het veld;
- ⦿ Werkt zelfstandig en is ondernemend/initiatiefrijk.

---

<sup>31</sup> Gesprek coördinator regio en lokale samenwerking NH Media.

<sup>32</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.



### *Risico's*

Uit het rapport van de Raad van Cultuur en de Raad van Openbaar Bestuur blijkt dat zowel regionale als lokale omroepen gelijkwaardigheid en wederkerigheid als kernwaarden noemen bij samenwerking. Wel waarschuwen vooral lokale omroepen dat er van gelijkwaardigheid nog vaak geen sprake kan zijn vanwege het relatief zeer grote verschil in budgetten<sup>33</sup>. Per samenwerking met de regionale omroep moet gekeken worden naar het ambitieniveau van de lokale omroep en de intensiviteit van de samenwerking kan hierdoor verschillen.

Lokale publieke omroepen zijn afhankelijk van de inzet van vrijwilligers. Door een schaalvergroting door een intensieve samenwerking met een nabij gelegen lokale omroep wordt het verzorgingsgebied groter dan het eventuele interessegebied van een vrijwilliger. Het lokale nieuws gaat niet meer exclusief over de eigen omgeving en kan voor de huidige vrijwilligers demotiverend werken. Dit risico geldt niet alleen voor de vrijwilligers, maar eventueel ook voor het interessegebied van de inwoners<sup>34</sup>.

### *Randvoorwaarden*

- ③ Een sterke (regionale/lokale) publieke omroep die welwillend tegenover een samenwerking met andere publieke omroepen staat.
- ③ Gelijkwaardigheid en wederkerigheid in de samenwerking tussen (regionale en) lokale omroepen.
- ③ Goede afstemming van het ambitieniveau van de samenwerkingspartners.
- ③ Behouden van een natuurlijk afzetgebied dat ontstaat door de samenwerking of eventuele schaalvergroting.

## **2. Samenwerking in een bredere bezetting; mediacentrum**

Met de decentralisaties sociaal domein naar en de uitbreiding van het takenpakket voor de gemeente, winnen lokale nieuwsvoorziening en lokale journalistieke infrastructuur juist aan belang<sup>35</sup>. De Raad voor Cultuur adviseert de journalistieke krachten in de regio te bundelen en samenwerking mogelijk te maken met maatschappelijke instellingen en private mediabedrijven. Dit betekent dat regionale en lokale media meer samenwerken met maatschappelijke organisaties en dat publiek-private samenwerkingsvormen tussen pers en omroepen juridisch mogelijk moeten zijn. In het advies stelt de Raad een regionaal samenwerkingsverband voor in een coöperatiemodel. Hierin werken publieke en private organisaties samen, maar behouden wel hun eigen functies. Regionale en lokale omroepen, regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, maar ook individuele journalisten, bloggers en lokale platforms kunnen deel uitmaken van zo'n coöperatie.<sup>36</sup>

### *Mediacentrum*

Een voorbeeld van horizontale samenwerking heeft in de afgelopen jaren meer vorm gekregen in zogenaamde mediacentra. Ook in de provincie Utrecht zijn twee van soortgelijke centra in oprichting of al

<sup>33</sup> Er gaat qua structurele basisfinanciering ruim tien keer zo veel geld naar regionale omroepen als naar lokale omroepen.

<sup>34</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

<sup>35</sup> Advies voor een toekomstbestendige publieke omroep, Raad voor Cultuur, 2014.

<sup>36</sup> Idem.

gestart, zoals in de gemeente Amersfoort en gemeente Zeist. Een mediacentrum is een regionaal nieuwscentrum in een streek of lokaal voor lokale journalistiek. Het centrum kan dienen als opleidingsplek en een platform voor samenwerking, in veel gevallen was of is een mediaopleiding betrokken. Het mediacentrum kan worden gebruikt om gezamenlijk bijeenkomsten en debatten te organiseren zoals in de gemeente Zeist. Er zijn ook mediacentra bekend waar journalistieke halffabricaten worden geproduceerd die voor de bij het centrum aangesloten nieuwsmedia aangesloten vrij te gebruiken zijn (zie bijvoorbeeld media centrum *Regionaal Nieuws Netwerk* in de bijlage 1). Om concurrentie tussen media in de regio te behouden, wordt in mediacentra vooral op specifieke onderwerpen samengewerkt.

### **Mediacentrum RTV Utrecht<sup>37</sup>**

Voor lokaal nieuws zijn journalisten en partijen nodig die in de haarvaten van de lokale gemeenschap gevestigd zijn. Het is voor een regionaal platform vanwege de toch beperkte mensen en middelen ondoenlijk om het lokale nieuws te brengen. Daarom wordt samenwerking gezocht. RTV Utrecht is bezig deze samenwerkingen verder te brengen en giet hun samenwerkingsverband daarom in de vorm van een lokaal 'mediacentrum'. Ze werken in twee gebieden samen: gemeenten Amersfoort en Leusden zijn één gebied en de gemeente Zeist is het andere. Daarnaast worden er in de periode 1 februari 2021 t/m 31 januari 2022 vier journalisten gestationeerd in de gemeenten Veenendaal, Woerden, Nieuwegein en Vijfheerenlanden die bij voorkeur gaan samenwerken met lokale partijen daar. Het gezamenlijke doel van de betrokken partijen is de versteviging van lokale journalistiek door relevante lokale content te maken en de bewoners beter te informeren over de gebeurtenissen in hun directe leefomgeving.

In het mediacentrum model van RTV Utrecht werken lokale journalisten, onder wie die van RTV Utrecht, samen. De samenwerking bestaat uit: het bundelen van journalistieke slagkracht om gedegen onderzoek te doen en verhalen te maken voor de partijen in het mediacentrum, het uitwisselen van content tussen partijen en het organiseren van publieksbijeenkomsten. Er wordt gebruik gemaakt van wat al aanwezig is zonder een nieuwe organisatie met eigen kanalen en bijbehorende systemen op te tuigen. Door de bundeling wordt niet alleen de journalistieke slagkracht vergroot, maar door de uitwisseling blijven er meer financiële middelen over die 'terug' geïnvesteerd kunnen worden in puur journalistieke productie-uren. Tegelijkertijd neemt het totale bereik toe, doordat samenwerkingspartijen de content plaatsen op de eigen, al bestaande platformen (website, app, en eventueel radio en tv). Door toename van bereik neemt ook de relevantie toe. Bovendien is de lokale journalistiek door samenwerking minder versnipperd en is er een partij die de controlerende rol op de lokale democratie aanjaagt.

De ambitie van RTV Utrecht met de mediacentra is om het model verder uit te werken en waar mogelijk uit te rollen in meerdere gemeenten. Hiervoor moeten de huidige middelen zoals contentmanagementsysteem, app en webapplicaties zo efficiënt mogelijk worden ingezet.

Het slagen van een mediacentrum is volgens RTV Utrecht van een aantal factoren afhankelijk. Er is commitment nodig van een aantal gevestigde organisaties die journalistiek kunnen bedrijven op een

---

<sup>37</sup> Interview met betrokkenen bij RTV Utrecht.

kwalitatief goed niveau, zoals een regionaal dagblad en een lokale omroep. Het afzetgebied moet een natuurlijk gebied zijn en niet te groot (een à twee gemeenten), om het echte lokale karakter te behouden. De financiën voor journalistieke productie-uren moeten structureel en voor een langere periode geborgd zijn, hier ligt een rol voor de betrokken gemeenten. Een mediacentrum kan in ieder geval worden beoordeeld op het aantal journalistieke producties en bereik onder inwoners van het afzetgebied waarbij natuurlijk geldt dat het aantal producties toe kan nemen naarmate de financiële ruimte groter is.

#### *Samenwerkingspartners mediacentrum gemeente Amersfoort en gemeente Leusden*

- 🕒 RTV Utrecht
- 🕒 BDU (uitgeverij huis-aan-huiskranten)
- 🕒 Bibliotheek
- 🕒 Stadsbron (online onderzoeksjournalistiek collectief)

#### *Samenwerkingspartners mediacentrum gemeente Zeist*

- 🕒 RTV Utrecht
- 🕒 Het Algemeen Dagblad
- 🕒 RTV Slotstad
- 🕒 Zeist in Beeld
- 🕒 Ondernemingsvereniging
- 🕒 Verschillende ZZP'ers

De overeenkomsten zijn, op moment van spreken, gebaseerd op enigszins losse samenwerkingsafspraken. Op dit moment wordt met de partijen in het mediacentrum in Amersfoort/Leusden besproken hoe de samenwerking wordt vormgegeven en in welke rechtsvorm wordt verder gegaan.

#### *Mogelijkheden*

Voor publieke omroepen is het mogelijk om een samenwerking aan te gaan met een publieke of private organisatie, in bijvoorbeeld het model van een mediacentrum. De voorwaarden voor de verschillende vormen van samenwerking staan beschreven in de mediawet (zie bijlage 1). Daarnaast biedt dit model veel ruimte voor eigen lokale invulling. De samenwerking kan intensief zijn aangaande het delen van berichten en/of middelen of zich beperken tot een samenwerking op bepaalde onderwerpen (bijvoorbeeld een gemeenteraadsverkiezing) tot het organiseren van evenementen en debatten.

#### *Mogelijke ondersteuning door de provincie*

De provincie kan een stimulerende rol vervullen in het tot stand brengen van dergelijke samenwerkingsvormen door:

- 🕒 Een uitwerking van de samenwerkingsvorm van RTV Utrecht als blauwdruk voor samenwerkende mediaorganisaties in gemeenten.
- 🕒 Financiële ondersteuning (subsidie of bijvoorbeeld vouchers) van de provincie voor haalbaarheidsonderzoeken voor de opzet van het model mediacentrum in de verschillende regio's.

### Risico's

De afgelopen jaren zijn er in Nederland verschillende centra voor lokale media opgestart, mede door speciaal hiervoor bedoelde subsidies van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking, 2015-2017). Veel van deze centra zijn niet meer actief, evaluaties en *lessons learned* van de pilots die mogelijk zijn gemaakt door het fonds zijn nog altijd niet beschikbaar<sup>38</sup>.

Aanvragen voor samenwerking tussen publieke omroepen en private partijen moeten langs Het Commissariaat voor de Media. Het commissariaat merkt op dat het stuklopen van deze samenwerkingen vooral zit in het verschil in doelstellingen bij de verschillende deelnemers. In een platform waar zowel private als publieke organisaties werkzaam zijn, bestaat het risico dat de verschillende doelstellingen (maatschappelijke doelstellingen tegenover winstbelang) botsen. DPG Media ziet bijvoorbeeld een intensieve samenwerking met publiek gefinancierde omroepen niet zitten<sup>39</sup>. Het verkennen van - en afspraken maken over de gezamenlijke doelstellingen zijn daarom een vereiste.

### Randvoorwaarden

- 🕒 Verkenning en afstemming van de doelstellingen van de publieke en private partijen binnen de samenwerking.
- 🕒 Aanwezigheid van een kartrekker in het mediacentrum, die in staat is om journalistiek te bedrijven op een kwalitatief goed niveau, zoals een regionaal dagblad en een lokale omroep.
- 🕒 Het mediacentrum moet niet een te groot gebied beslaan (maximaal twee gemeenten).

## 5.2 Handelingsperspectief 2: Stimuleren van (online) innovatie

Online innovatie is te verdelen in twee sporen: (1) De opkomst van online nieuwsplatformen en (2) differentiatie voor traditionele media via online kanalen.

### 1. Online nieuwsplatformen

Landelijk zien we de succesvolle opkomst van online platformen met een abonnementensysteem als verdienmodel. Denk aan de *Correspondent* of *Follow the Money*. Platformen die puur online actief zijn voor lokaal nieuws worden doorgaans bestierd door hyperlocals. Deze hyperlocals doen dit op vrijwillige of soms semiprofessionele basis en zijn afhankelijk van reclame-inkomsten. Net als bij de traditionele media lopen deze inkomsten terug en er zit een hoog verloop in de hyperlocals. Formele samenwerkingsverbanden tussen dergelijke online platformen en traditionele lokale media zijn niet tot nauwelijks aanwezig.<sup>40</sup> Desalniettemin bezit de Provincie Utrecht met Digitale Stad Nieuwe Gein (PEN.nl), de Stadsbron en DUIC drie platforms die (voornamelijk) online succesvol zijn.

Dat hyperlocals kostendekkend kunnen zijn met een ledenmodel zoals dat op landelijk niveau gebeurt, acht het Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek als zeer klein. Er is geen lokaal voorbeeld waarbij het

<sup>38</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

<sup>39</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.

<sup>40</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

ledenmodel een substantiële bijdrage levert aan een begroting van een lokaal of regionaal journalistiek medium.<sup>41</sup>

## 2. Gediversifieerd online aanbod traditionele media

Voor traditionele media kan de online berichtgeving een aanvulling zijn. Zeker op lokaal niveau is de onlineberichtgeving inhoudelijk nagenoeg gelijk aan het oorspronkelijke medium, hier liggen kansen. Mediahuis BDU is met een aantal huis-aan-huiskranten volop aanwezig in de provincie Utrecht en toont aan dat bepaalde doelgroepen bereid zijn om te betalen voor een online *premium* abonnement voor meer achtergrond op lokaal nieuws<sup>42</sup>. Daarnaast biedt online de mogelijkheid tot toegang tot meer kanalen en tot een verrijking van de lokale berichtgeving. Te denken valt aan interactieve berichtgeving, begeleidende video's of een nieuwsbericht in de gesproken vorm van een podcast. Het Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek stelt dat lokale media de boot dreigen te missen door het ontbreken van mogelijkheden voor dergelijke digitale innovaties<sup>43</sup>.

Over het algemeen bereiken traditionele media jongeren slecht met lokaal nieuws, daarentegen constateert de Raad voor Cultuur dat populaire sociale media onder jongeren fungeren als een soort 'lokaal nieuwscentrum'. Jongeren delen *content* van lokale media als ze het bericht relevant dan wel interessant achten 'voor de groep'<sup>44</sup>. Al in een eerder onderzoek concludeerde DSP-groep dat met name de papieren media extra stappen zouden moeten zetten om zich digitaal te manifesteren met zelfstandige, op het digitale medium toegespitste *content*, al dan niet in samenhang met de niet-digitale middelen. Het binden van jongeren zal anders niet gaan lukken<sup>45</sup>. Een apart online nieuwsplatform voor jongeren heeft niet de voorkeur volgens het advies van de Raad van Cultuur en de Raad voor Openbaar Bestuur: 'beter zou het zijn om het 'gewone' lokale nieuws beter voor hen te ontsluiten'<sup>46</sup>.

### *Mogelijkheden voor de provincie*

De specifieke expertise die nodig is voor digitale innovatie en een gediversifieerd online aanbod is niet per definitie aanwezig bij de (traditionele) lokale media. De beschikbare (financiële) middelen zijn beperkt en worden zoveel mogelijk gestopt in het maken van journalistieke content, er is weinig ruimte voor de veranderslag die digitale innovatie vraagt. De provincie zou de lokale media kunnen wijzen op de online mogelijkheden om zo een nieuwe doelgroep aan te boren en kan de benodigde expertise bij elkaar brengen en de veranderslag financieel ondersteunen. Het bij elkaar brengen van expertise kan bijvoorbeeld in de vorm van een lokaal mediacentrum of een regionaal Leerlab, met een nadruk op online nieuws, of via een opleidingsplatform (eventueel onder leiding van RTV Utrecht en/of de Hogeschool Utrecht). De daadwerkelijke ondersteuning in deze vorm is een verdieping op de mogelijkheden uit handelingsperspectief 1 (zie paragraaf 5.1).

---

<sup>41</sup> Idem.

<sup>42</sup> <https://www.svdj.nl/willen-mensen-wel-betalen-voor-huis-aan-huisnieuws-ja-hoor-ontdekte-bdu-media/>.

<sup>43</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

<sup>44</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.

<sup>45</sup> Leegte in het landschap, DSP-groep en Beunders in opdracht van Svdj, 2014.

<sup>46</sup> LOKALE MEDIA: NIET TE MISSEN, Raad voor Cultuur & Raad voor Openbaar Bestuur, 2020.

#### *Ondersteuning door de provincie*

- ③ Het formuleren en uitzetten van een opdracht voor het opstellen van een praktische handreiking en een laagdrempelige toolbox voor digitale innovatie voor lokale media.
- ③ Provinciale subsidie voor het samenbrengen van online expertise; in een mediacentrum/Leerlab of in een opleiding georganiseerd door de regionale omroep en/of Hogeschool Utrecht.
- ③ Provinciale subsidie of vouchers voor een online professionaliseringsslag voor de lokale media, waarmee lokale media een opleiding of de inzet van expertise (menskracht) kunnen financieren.

#### *Risico's*

Voor de publieke omroepen geldt dat de wetgeving voor lokale omroepen achterloopt op de digitale ontwikkelingen. De wet vraagt om radio en televisie, hierdoor worden lokale omroepen door de gemeenten niet uitgedaagd om te voorzien in innovatieve nieuwsvoorziening. Zonder alle lokale omroepen over één kam te scheren, kan men zich afvragen of digitale ontwikkeling wel gevraagd kan worden van de lokale omroepen met de huidige expertise die de omroepen nu tot hun beschikking hebben. Ook kleine lokale private nieuwsmedia zoals huis-aan-huiskranten zitten niet ruim in de middelen. Het mogelijk maken van uitwisseling van expertise en middelen lijkt een voorwaarde voor het stimuleren van online innovatie voor de publieke en kleine private lokale nieuwsmedia. Dit kan door een samenwerking met de regionale omroep of door het samenbrengen van expertise in een regionaal mediacentrum, alleen financiële middelen lijken niet voldoende.

#### *Randvoorwaarden*

- ③ Voldoende financiële middelen om buiten de journalistieke taak van lokale media een veranderslag te kunnen maken.
- ③ Beschikbaarheid van de benodigde expertise.

## 5.3 Handelingsperspectief 3: stimuleren onafhankelijke kritische journalistiek

Journalistieke duiding – het registreren en duiden van de voor iedereen zichtbare werkelijkheid volgens de formule van de 5 W's en de H (wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe) – is niet per se hetzelfde als diepgravende kwaliteitsjournalistiek. Diepgravende journalistiek definiëren wij als het vervaardigen van kritische, betrouwbare en onafhankelijke journalistieke producten met voldoende diepgang, op basis van zorgvuldig onderzoek.

Diepgravende kritische journalistiek is schaars en onderzoeksjournalistiek is niet tot nauwelijks aanwezig op lokaal niveau in de provincie Utrecht. Om kwaliteitsjournalistiek te kunnen waarborgen identificeren we een viertal gebieden waar de belangrijkste ondersteuningsbehoeften zich bevinden:

- 1 Het faciliteren van de (onderzoeks-)journalist om zijn/haar werk gemakkelijker en beter te kunnen doen, in het bijzonder voor de zzp'ers onder hen.
- 2 Talentontwikkeling van (aankomende) onderzoeksjournalisten.
- 3 Ondersteuning of vereenvoudiging van subsidie- en fondsaanvragen.
- 4 Subsidiering van opleidingsmogelijkheden.

### *Financieringsvormen*

Het helpen stimuleren van gedegen regionale journalistiek kan plaatsvinden dankzij alternatieve financieringsmogelijkheden zoals crowdfunding en crowdsourcing, lidmaatschappen, private ondersteuning, facilitaire ondersteuning en opleidingen.

Maar ook door overheden wordt op alle niveaus gestimuleerd. Er zijn op landelijk niveau een aantal subsidies en fondsen zoals Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten. Daarnaast is er de Stichting Democratie en Media die investeert in onafhankelijke en kritische media. De gemeentes Leiden, Arnhem, Tilburg, Haarlem en Hilversum stimuleren en ondersteunen dit journalistieke genre op lokaal niveau op een diversiteit aan manieren. In de provincie Utrecht heeft de gemeente Amersfoort een regeling voor subsidie voor journalistieke producties<sup>47</sup>.

Op provinciaal niveau zijn er drie provincies die gerichte steun geven aan regionale journalistiek, te weten Noord-Brabant, Groningen en Zuid-Holland. Zie voor een overzichtelijke uitwerking van subsidiemogelijkheden op elk niveau, als ook een beschrijving van internationale voorbeelden bijlage 2: *Voorbeelden van ondersteuning*.

### **Gronings Mediafonds**

We interviewden een vertegenwoordiger van het Gronings Mediafonds over hoe de provincie het mediafonds inrichtte.<sup>48</sup>

Met de beschikbaar gestelde € 97.600,- wil de Provincie Groningen jaarlijks een bijdrage leveren aan 'kwalitatief hoogstaande, onafhankelijke journalistiek'. Het fonds subsidieert diepgravende onderzoeksjournalistiek naar een actueel Gronings onderwerp.

De eerste stap is de aanvraag. Die aanvragen komen in eerste instantie binnen bij de provincie zelf. Daar wordt een eerste check uitgevoerd – is alles compleet, klopt het budget, zijn er vragen onbeantwoord gebleven. De aanvraag wordt vervolgens doorgestuurd naar een onafhankelijke commissie ter beoordeling. Deze commissie bestaat uit experts in het veld zoals een hoogleraar journalistiek, een oud-hoofdredacteur

<sup>47</sup>[Projectsubsidies journalistiek \(amersfoort.nl\)](https://projectsubsidiesjournalistiek.amersfoort.nl).

<sup>48</sup> Helaas zal dat na vier jaar in 2021 niet voortduren maar dat is niet door gebrek aan succes, geven betrokkenen aan. Het fonds was een groot succes maar de huidige crisis zorgt voor een situatie waar het fonds het nu moet ontgelden. Dat neemt niet weg dat we wat kunnen leren van de opgedane ervaring in Groningen.

en een datajournalist - zij ontvangen een kleine vergoeding per vergadering. De commissie baseert haar beslissingen op de volgende criteria:

- 1 De activiteiten betreffen een journalistieke verdiepingsslag op een actueel onderwerp in de Groningse samenleving.
- 2 De aanvrager toont in het projectplan aan dat er sprake is van aangetoonde bovenlokale verspreiding middels een reguliere media-uiting dan wel een breed online draagvlak.
- 3 De aanvrager toont in het projectplan aan dat er sprake is van kwalitatief hoogstaande, onafhankelijke journalistiek.
- 4 De aanvrager toont in het projectplan aan dat er sprake is van een realistisch en haalbaar plan.

Uit de aanvraag moet blijken dat de mogelijkheden voor het verwerven van inkomsten, naast de subsidieaanvraag bij de provincie, optimaal zijn benut.<sup>49</sup>

Voor Groningen geldt dat de variatie aan aanvragers groot was. Zowel individuele freelance journalisten als grotere organisaties zoals Dagblad van het Noorden, stichting Beeldlijn en RTV Noord.

#### *Mogelijkheden voor de provincie*

Gedegen journalistiek over lokale onderwerpen kost tijd en daardoor meer geld. En omdat dit veelal meer geld is dan de begroting van (veel) media toelaat, is voor een goed deel dus een financiële injectie vereist. Zo is het oprichten van een eigen mediafonds voor de provincie een mogelijkheid, dan wel één voor individuele gemeenten die deel uitmaken van de provincie. Dit laatste deed de provincie Zuid-Holland, zij besloten niet op provinciaal niveau, maar op gemeentelijk niveau te investeren.

De Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) formuleerde een overzichtelijke en veelomvattende leidraad voor de inrichting en doelstelling van een lokaal mediafonds. Zij stellen dat het belangrijk is dat:

- ③ het fonds een bovenregionaal of landelijk karakter heeft;
- ③ het een onpartijdig fondsbestuur heeft;
- ③ het geen directe of indirecte verbinding of belangen heeft met de lokale politiek, het lokale bedrijfsleven of andere lokaal actieve organisaties;
- ③ er voor een nulmeting is gezorgd met betrekking tot de lokale journalistieke situatie;
- ③ er toegang moet zijn tot het fonds voor zowel publieke als commerciële spelers, digitaal, RTV of print, redacties en freelancers;
- ③ aan journalistiek wordt overgelaten de inhoud en het belang van een onderwerp te bepalen;
- ③ een (model)redactiestatuut wordt gesteld als voorwaarde – zo bent u er zeker van dat de aanvrager onafhankelijk werkt en volgens de journalistieke beginselen;

---

<sup>49</sup> Besluit van Gedeputeerde Staten van de provincie Groningen houdende regels omtrent mediafonds Subsidieregeling Mediafonds provincie Groningen ([http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/XHTMLOutput/Historie/Groningen/611807/CVDR611807\\_3.html](http://decentrale.regelgeving.overheid.nl/cvdr/XHTMLOutput/Historie/Groningen/611807/CVDR611807_3.html) geraadpleegd 14-12-2020).



- er bij de beoordeling van begrotingen wordt gekeken naar reële ureninvesteringen en fatsoenlijke honorering (de NVJ beschikt over een tarievencalculator);
- er gezorgd is voor een laagdrempelige procedure voor kortlopende projecten, dit omdat journalistieke projecten vaak urgent zijn en bij aanvang niet altijd uitgekristalliseerd.

#### *Ondersteuning door de provincie*

- Oprichten van een provinciaal mediafonds (in lijn met de leidraad van NVJ) voor diepgravende (onderzoeks-) journalistieke projecten gericht op actuele onderwerpen in de provincie Utrecht.

#### *Risico's*

Journalisten weten in de beginfase mogelijk de weg niet naar een dergelijk fonds. Dit heeft de vertegenwoordiger van het Gronings mediafonds ondervangen door een verzendlijst op te stellen van belanghebbende partijen die zo op de hoogte werden gehouden van de laatste mogelijkheden en nieuwtjes. De provincie zelf verspreidde het nieuws ook via hun sociale mediakanalen, via lokale journalistieke verenigingen en Villamedia heeft ook berichten geplaatst om het nieuws te verspreiden.

Een ander risico zijn laag uitvallende subsidiabele kosten. Groningen heeft haar percentage op moeten schroeven van 25 procent in eerste instantie naar 50 procent. 25 procent bleek toch echt te laag, zeker om een nieuw project helemaal rond te krijgen. En ze kwamen er in de loop van de tijd achter dat ook lage subsidieaanvragen veel voorkomen, wat meer ruimte creëerde in het fonds om de subsidiabele kosten te verhogen.

Om een goede infrastructuur te bewerkstelligen moet er sprake zijn van voldoende journalisten (minimaal 1fte per 10.000 inwoners). En de infrastructuur van de aanvragende partijen moet op niveau zijn: er moet sprake zijn van een goed functionerende website, bezetting van de redactie moet op orde zijn en er moet gebruik en inzet zijn van sociale media en een goede dienstverlening. Want (onderzoeks)journalistiek heeft alleen kans van slagen en een blijvend effect als de journalistieke basis en het medianetwerk in de gemeente/regio op orde is.

Een laatste risico is te identificeren in de samenwerking in een fonds. Namelijk de keuze voor de regio. Wie zijn de meest voor de hand liggende partners /gemeenten waarmee de provincie Utrecht zou kunnen samenwerken? Deze afweging is een zoektocht naar de juiste balans tussen de voordelen die schaalvergroting teweegbrengt en het behoud van binding van de inwoners met de gekozen regio. Een groter gebied met een grotere afzetmarkt kan inhoudelijk aantrekkelijk zijn voor journalisten, maar heeft als risico dat het lokale karakter van de nieuwsvoorziening verloren kan gaan en herkenbaarheid voor de inwoners verdwijnt.

#### *Randvoorwaarden*

- Beschikbaar stellen van jaarlijkse bijdrage van ongeveer 100.000 euro in een fonds (of subsidieregeling).

- ③ Slimme marketing bij de start van het fonds, de doelstellingen en de aanvraagmogelijkheden.
- ③ Sterke infrastructuur (minimaal 1fte per 10.000 inwoners). De journalistieke basis en het medianetwerk moeten op orde zijn.
- ③ Overwegingen betreffende de samenwerkende partijen in een fonds en de gekozen regio: het vergroten van de afzetmarkt kan de binding van de inwoners nadelig beïnvloeden.
- ③ Een onpartijdig fondsbestuur dat geen directe of indirecte verbinding of belangen heeft met de lokale en provinciale politiek, het lokale bedrijfsleven of andere lokaal actieve organisaties.
- ③ Een (model)redactiestatuut dat opgesteld is volgens de journalistieke beginselen.

## 6 Stand van zaken en bereik in Nederland

Na een overzicht per Utrechtse gemeente vatten we in dit hoofdstuk informatie samen over de stand van zaken van de lokale en regionale media in Nederland. De lokale kranten, zoals een huis-aan-huiskrant of de lokale editie van een regionaal dagblad, zijn samen met hun online aanbod de voornaamste bron voor lokaal nieuws voor de Nederlandse bevolking. Bijna de helft van de Nederlandse bevolking (48 procent) laat zich op deze manier wekelijks over lokaal nieuws informeren. Lokale en regionale televisie en radio volgen op de tweede en derde plaats. Dit in tegenstelling tot het landelijke nieuws dat de meeste Nederlanders vooral via televisie tot zich nemen. Zelfstandig online aanbod speelt een veel minder belangrijke rol binnen de lokale nieuwsvoorziening.<sup>50</sup> In onderstaande paragrafen gaan we in op de belangrijkste lokale en regionale nieuwsmedia en we leggen waar mogelijk een relatie met de hiervoor geschetste situatie in de provincie Utrecht.

### 6.1 Regionale kranten (dagbladen)

Net als de landelijke kranten hebben regionale kranten te kampen met een afname in betaalde printoplage. Oplageverlies van regionale kranten was in de eerste tien jaar van deze eeuw stabiel, maar loopt vanaf 2010 op.<sup>51</sup> Waar tussen landelijke kranten redelijk grote verschillen zijn in de afname, is de afname tussen regionale kranten ongeveer gelijk en gemiddeld lager dan bij de landelijke kranten (in 2017 was het regionale oplage verlies t.o.v. 2016 gemiddeld 4 procent).<sup>52</sup>

#### Bereik

Ongeveer 20 procent van de Nederlandse huishoudens heeft een abonnement op een regionaal dagblad. Het bereik onder mannen en vrouwen is nagenoeg gelijk. In de leeftijdscategorie 65+ is het bereik bijna twee keer zo groot en in de leeftijdscategorie 20-34 is het bereik minder dan de helft. Die laatste leeftijdsgroep wordt dus slecht bereikt door de regionale dagbladen. Gemiddeld bereiken regionale dagbladen huishoudens op een laag welstandsniveau beter dan huishoudens met een hoog welstandsniveau.

Tabel 6.1: bereik regionale dagbladen - naar geslacht en leeftijd<sup>53</sup>

Bereik regionale dagbladen	Geslacht			Leeftijd				
	Allen 13+	Man	Vrouw	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
Absoluut x 1000	2.945	1.528	1.417	171	303	429	854	1.189
%	20,1	21,1	19,1	11,9	9,4	12,9	24	38

<sup>50</sup> Digitaal News Report 2020, Reuters, 2020.

<sup>51</sup> <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/oplage-3-oplageverlies-regionale-dagbladen-loopt-op/>.

<sup>52</sup> <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/oplage-regionale-kranten-mediahuis/>.

<sup>53</sup> Cijfers verkregen uit NOM dashboard. NOM (nationaal onderzoek multimedia) is een Joint Industry Committee (JIC); een onafhankelijke non-profit organisatie, waarin alle marktpartijen zijn vertegenwoordigd (adverteerders, uitgevers/media-exploitanten, media-adviesbureaus). Deze organisatievorm zorgt voor betrouwbare, transparante en onderling vergelijkbare cijfers.

Tabel 6.1 vervolg bereik regionale dagbladen - naar welstandsniveau

Bereik regionale dagbladen	Welstandsniveau			
	W1 (hoog)	W2	W3	W4+W5 (laag)
<b>Absoluut x 1000</b>	587	414	639	1.305
<b>%</b>	17,3	18,3	18	23,9

### Provincie Utrecht

Van de regionale dagbladen heeft het AD verreweg de meeste regionale titels voor gemeenten in de provincie Utrecht, in combinatie met een regulier AD-abonnement. De Gelderlander (van hetzelfde mediahuis als het AD) verslaat het nieuws in de oostelijke gemeenten van de provincie (o.a. Renswoude, Rhenen, Veenendaal en de Utrechtse Heuvelrug). De Gooi- en Eemlander is actief in o.a. de gemeenten Soest en Eemnes.

Tabel 6.2: oplage en bereik regionale dagbladen in Provincie Utrecht

Regionaal dagbladen in de provincie Utrecht	Oplage	Dekking op gehele Nederlandse bevolking (13+)
<b>AD grootstedelijk Utrecht</b>	172.000	1,2%
<b>AD Amersfoortse courant</b>	47.000	0,3%
<b>AD Groene hart</b>	101.000	0,7%
<b>AD Utrechts Nieuwsblad</b>	128.000	0,9%
<b>De Gooi- en Eemlander</b>	59.000	0,4%
<b>De Gelderlander</b>	310.000	2,1%

## 6.2 Huis-aan-huiskranten

Ook voor de coronacrisis verkeerden veel huis-aan-huiskranten financieel in zwaar weer. Sinds begin 2019 zijn diverse huis-aan-huiskranten verdwenen (bijvoorbeeld de Loosduinse Krant en de Zuidwester Krant, Blerickse krant, Het Karton, VIAGroesbeek en VIAHeumen of Breeduit). Met Echo (Amsterdam) is het huis-aan-huisblad met de grootste oplage en het hoogste bereik gestopt. BDU trok in 2019 de stekker uit vijftien huis-aan-huistitels in de regio Alkmaar door faillissement aan te vragen voor het bedrijfsonderdeel BDU lokale media Noord Holland. Een van de redenen voor de teruggang is dat de verplichting om gemeentelijke informatie huis-aan-huis op print te verstrekken is vervallen.

Gevolg van het verdwijnen is dat de concurrentie tussen de huis-aan-huiskranten in de regio afneemt.<sup>54</sup> Dit is ook een ontwikkeling die we in de Provincie Utrecht zien en waar we later in deze paragraaf op ingaan. Als de huis-aan-huiskranten omvallen, betekent dat slecht nieuws voor de regionale/lokale dagbladen. Lokale media worden complementair gebruikt, het lezen van huis-aan-huisbladen bevordert het lezen van lokale dagbladen en vice versa.<sup>55</sup> Ondanks de financieel zwakkere positie bereiken de huis-aan-huiskranten in Nederland meer dan de helft van de huishoudens en hebben daarmee een groter bereik dan de regionale dagkranten. Het bereik per lezer-categorie komt overeen met de regionale dagkranten. Gemiddeld zijn deze

<sup>54</sup> Digitaal News Report 2020, Reuters, 2020.

<sup>55</sup> Zie noot 5.

lezers wat ouder en minder vermogend.<sup>56</sup> Lezers geven daarnaast aan huis-aan-huiskranten veelal voor lokale nieuwsvoorziening te gebruiken.<sup>57</sup>

Tabel 6.3: bereik huis-aan-huiskranten – naar geslacht en leeftijd

Bereik huis-aan-huis-kranten	Geslacht			Leeftijd				
	Allen 13+	man	vrouw	13-19	20-34	35-49	50-64	65+
<b>Absoluut x 1000</b>	6.354	3.037	3.316	350	818	1.427	1.833	1.926
<b>%</b>	43,3	41,9	44,7	24,2	25,5	42,9	51,4	61,5

Tabel 6.3: vervolg bereik huis-aan-huiskranten – naar welstandsniveau

Bereik huis-aan-huis-kranten	Welstandsniveau			
	W1 (hoog)	W2	W3	W4+W5 (laag)
<b>x 1000</b>	1.347	942	1.389	2.676
<b>%</b>	39,6	41,8	39,1	49

### *Provincie Utrecht*

In de provincie Utrecht komt de gemiddelde landelijke dekking van 50 procent overeen met wat we binnen de verschillende gemeenten zien. Wat opgemerkt moet worden is dat de bandbreedte vrij groot is. In gemeenten met één huis-aan-huiskrant varieert de dekking van 30 procent tot ruim 70 procent. Daarnaast merken we dat huis-aan-huiskranten van BDU gemiddeld een hogere dekkingsgraad hebben dan huis-aan-huiskranten van DPG. In gemeenten met meerdere huis-aan-huiskranten is de gemiddelde individuele dekking lager. De cijfers geven niet weer hoe de spreiding tussen deze merken is in de gemeente. Daarnaast zijn er een aantal huis-aan-huiskranten met betaalde edities of online premium accounts. De dekking van deze kranten doet niet onder voor die van de gratis huis-aan-huiskranten.

Advertentie-inkomsten lopen sinds het begin van deze eeuw terug. Dit maakt het moeilijk voor huis-aan-huiskranten om te concurreren op mogelijke adverteerders binnen een klein gebied. Volgens Jan van Dun, algemeen directeur Local Media van DPG Media, ontwikkelt de markt zich zo snel dat 'in veel gemeenten nog slechts plaats is voor één huis-aan-huiskrant'.<sup>58</sup> In de provincie Utrecht zien we dit terug. DPG en BDU hebben zich teruggetrokken uit gemeenten waar beide partijen actief waren en zo de gemeenten als het ware onderling verdeeld. Concurrentie binnen de gemeenten in de Provincie Utrecht is afkomstig van een paar onafhankelijke huis-aan-huiskranten (voorbeelden in De Bilt en Bunschoten).

De coronacrisis luidt een financieel zware periode in. Veel redactioneel nieuws in huis-aan-huiskranten gaat over evenementen in de regio en acties van lokale ondernemers. Tijdens de coronamaatregelen kwamen deze stil te liggen en aankondigingen en verslagen hiervan in de lokale huis-aan-huiskranten dus ook. Als gevolg lopen de advertentie-inkomsten terug. Gemeenten hebben de huis-aan-huiskranten kunnen ondersteunen door (extra) pagina's in te kopen, er was door de coronamaatregelen ook meer te melden,

<sup>56</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/huis-aan-huisbladen-bereiken-helpt-nederland/>.

<sup>57</sup> <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/huis-aan-huisbladen-blijven-populair/>.

<sup>58</sup> Digitaal News Report 2020, Reuters, 2020.

maar bijna alle kranten in de provincie Utrecht hebben steun aangevraagd en gekregen van het Tijdelijk Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening.

Tabel 6.4: huis-aan-huiskranten in Utrecht\*

Gemeente	Huis-aan-huis	Oplage	Dekking	Tijdelijk Steunfonds ontvangen
<b>Amersfoort</b>	Stad Amersfoort (BDU)	58.000	43,2%	✓
<b>Leusden</b>	Leusden Courant (BDU)	19.000	67,7%	✓
<b>Soest</b>	Soester Courant (BDU)	25.000	61,1%	✓
<b>Bunschoten</b>	De Bunschoter HAH	10.000	-	✓
	De Bunschoter abonnee	-	80%	
<b>Baarn</b>	Baarnsche Courant (BDU)	6.000	30,3%	✓
<b>De Bilt</b>	De Biltsche Courant (DPG)	19.000	50,7%	✓
	De Vierklank	20.500		
	De Stadspers	13.010	34,7%	✓
<b>Bunnik</b>	't Groentje Bunniks Nieuws (BDU)	18.000	74,5%	✓
<b>Zeist</b>	Nieuwsbode			✓
<b>Renswoude</b>	De Heraut	onbekend	onbekend	
<b>Rhenen</b>	De Hank	onbekend	onbekend	
<b>Veenendaal</b>	De Rijnpost (DPG)	44.000	48,7%	✓
<b>Woudenberg</b>	De Woudenberger (BDU)	7.000	49,5%	
<b>Eemnes</b>	De Ronde	onbekend	onbekend	
<b>Stichtse Vecht</b>	VAR nieuwsblad Stichtse Vecht	36.000	65,8%	✓
<b>Woerden</b>	Woerdense Courant (DPG)	29.000	38,5%	✓
<b>Montfoort</b>	-	-	-	
<b>Oudewater</b>	De IJsselbode	15.000	-	✓
	Zenderstreeknieuws	12.000	57%	✓
<b>Vijfheerenlanden</b>	Kontakt Leerdam	31.000	32,6%	✓
	Kontakt Vianen	16.000	31,8%	✓
	Kontakt Alblasserwaard	52.000	44,4%	
<b>Utrechtse Heuvelrug</b>	De Kaap Abonnee (BDU)	15.000	32,4%	✓
	De Kaap / Stichtse courant gratis (BDU)	13.000	31,3%	
<b>Wijk bij Duurstede</b>	't Groentje Wijks Nieuws (BDU)	18.000	72,1%	
<b>Lopik</b>	Zenderstreeknieuws Lopik (DPG)	24.000	57,1%	✓
	Het Kontakt Lopik	26.000	43,7%	
<b>Houten</b>	't Groentje Houten (BDU)	30.000	59,4%	✓
<b>Nieuwegein</b>	De Molenkruier (DPG)	35.000	30%	✓
<b>De Ronde Venen</b>	De Meerbode	16.400	-	✓
	De Groene Venen	19.000	-	✓
<b>Utrecht</b>	VAR NWS	67.000	17,6%	
	Stadsblad Zuidwest	45.000	12,1%	✓
	De Brug (DGP)	17.000	5,9%	✓
	DUIC	47.000	12,6%	✓

\* Gegevens uit bovenstaande tabel zijn op twee manieren verzameld. Bij onafhankelijke huis-aan-huiskranten zijn de oplage cijfers verkregen door beschikbare informatie op de website van de krant. Huis-aan-huiskranten behorend bij en overkoepelend mediabedrijf worden gemonitord door NOM (nationaal onderzoek multimedia) in dit geval zijn ook de dekkingspercentages bekend.

## 6.3 Lokale en regionale omroepen

Gemeenten hebben een wettelijke verplichting om lokaal media-aanbod (lokale omroep) te financieren en bijna alle Nederlanders wonen dan ook in een gemeente met een publieke lokale omroep. Ruim 90 procent van de Nederlandse gemeenten heeft een lokale omroep, een percentage dat sinds 2000 alleen maar gestegen is. Dit komt overeen met wat we terug zien in de Provincie Utrecht waar 88,5 procent van de gemeenten een lokale omroepfunctie heeft. De drie gemeenten zonder lokale omroep (Nieuwegein, Lopik en IJsselstein) reserveren de wettelijke bedragen op de begroting voor als een omroep zich aanmeldt. De 'gemiddelde' lokale omroep bestaat niet. Budgetten verschillen enorm en daardoor verschilt ook de afhankelijkheid van vrijwilligers en de mate van professionaliteit. Omroepen in grote gemeenten die extra financiering krijgen bovenop de minimale bijdrage (1,25 per huishouden) en die ook reclamegeld binnenhalen, kunnen journalistiek wel degelijk een rol spelen. Maar omroepen in kleine gemeenten die uitsluitend afhankelijk zijn van de gemeentelijke bijdrage moeten roeien met erg korte riemen.<sup>59</sup> De opdracht aan de lokale omroepen komt uit de Mediawet:

***Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit: het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen.***<sup>60</sup>

De NLPO en de VNG hebben deze opdracht vertaald naar het begrip Landelijk Toereikend Media Aanbod. Gemeenten bekostigen de lokale omroep, zodat op lokaal niveau een Toereikend Media-Aanbod kan bestaan.

Onder een Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) verstaan NLPO en VNG in ieder geval:<sup>61</sup>

- 🕒 aanbod dat gericht is op de omgeving waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen;
- 🕒 voor een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit of enige mate van samenhang. Dit gebied kan de gemeentegrenzen overschrijden;
- 🕒 aanbod dat voor iedereen in de streek bereikbaar en vindbaar is;
- 🕒 aanbod dat onafhankelijk is en bijdraagt aan de lokale democratie;
- 🕒 aanbod dat beschikbaar is op alle relevante platforms;
- 🕒 minimaal vijf dagen per week nieuws op alle kanalen en via alle mediatypen, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten;
- 🕒 naast de inhoudelijke criteria voor het aanbod zijn er ook criteria voor de bedrijfsvoering en organisatie;
- 🕒 het aanbod komt tot stand door een professionele bedrijfsvoering;

<sup>59</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/lokale-omroep-niet-altijd-gezond/>.

<sup>60</sup> Artikel 2.1a van de Mediawet.

<sup>61</sup> Website NLPO, geraadpleegd 05-08-2020.

- er is sprake van een optimale kruisbestuiving tussen professionals en vrijwilligers, dan wel betaalde en onbetaalde krachten.

De koppeling tussen de compensatie voor de lokale omroep in het Gemeentefonds en het aantal huishoudens in een gemeente zorgt in de praktijk voor een uitermate kwetsbare uitgangspositie van de meeste lokale omroepen, vooral voor omroepen in kleinere gemeenten. Een omroeporganisatie vraagt om een aanzienlijke basisinvestering, onafhankelijk van het aantal huishoudens dat er potentieel gebruik van maakt. Zo'n driekwart van alle lokale omroepen ontvangt minder dan 25.000 euro per jaar.<sup>62</sup>

De Lokale Omroep is in aantal mediaomroepen, de grootste mediaorganisatie van Nederland,<sup>63</sup> maar heeft het moeilijk. Het Commissariaat voor de Media concludeerde in 2016 dat één op de drie lokale omroepen inmiddels in een financieel zorgelijke situatie verkeert.<sup>64</sup> Door de tijdelijke *lock-down* vanaf 12 maart 2020 en andere maatregelen die verband hebben met het coronavirus zijn een deel van de advertentie inkomsten weggevallen. Lokale omroepen hebben het hierdoor financieel zwaar te verduren. 11 van de 16 lokale omroepen in de Provincie Utrecht hebben financiële steun aangevraagd en ontvangen dit uit het Tijdelijk Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening.<sup>65</sup>

### *Bereik*

Lokale omroepen worden niet meegenomen in nationale kijk- en luisteronderzoeken. Voor bereik zijn zij afhankelijk van eigen gerapporteerde cijfers op de website. Onderzoek naar kijk- en luistercijfers is duur en lang niet voor elke omroep haalbaar. In 2014 werden voor het laatst de kijk- en luistercijfers voor lokale omroepen onderzocht door de NLPO (Nederlands Lokale Publieke Omroepen).<sup>66</sup> Ruim 20 procent keek minstens een keer per week naar de lokale tv, 12 procent luisterde wel eens naar de lokale radio. Het weekbereik van de website lag op 14 procent. Naast de lokale omroepen (soms verenigd in zogenaamde streekomroepen) kent Nederland per provincie regionale omroepen die door de rijksoverheid gefinancierd worden. In een onderzoek naar streekomroepen in opdracht van de NLPO in 2019 bleek dat de gemiddelde kijk- en luistercijfers van streekomroepen voor elk platform lager zijn dan het landelijke gemiddelde uit 2014. Uit onderzoek blijkt dat regionale tv en radio vooral populair is bij de vijftigplussers en in de provincies buiten de Randstad.

RTV Utrecht bereikt met al haar kanalen (online, radio, tv) 78 procent van de inwoners in de provincie, iets onder het landelijke gemiddelde (80 procent).<sup>67</sup>

Het bereik van de televisie neemt de afgelopen jaren af. RTV Utrecht zit met een dagbereik van 15 procent bij de drie laagst scorende regionale omroepen (gemiddeld ligt het dagbereik op 20 procent). Het weekbereik van RTV Utrecht is hoger (ongeveer 37 procent), maar ook hier is het bereik minder groot dan

---

<sup>62</sup> Toekomst voor de Lokale Publieke Omroep, NLPO, 2018.

<sup>63</sup> De grootste publieke mediaorganisatie is de NOS.

<sup>64</sup> De lokale omroep, midden in de samenleving NLPO, 2017.

<sup>65</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/591-lokale-omroepen-en-huis-aan-huiskranten-ontvangen-steun-uit-het-steunfonds-lokale-informatievoorziening/>.

<sup>66</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/de-lokale-omroep-is-overal-maar-zit-wel-in-de-verdrukking/>.

<sup>67</sup> Regionale publieke omroep, jaarverslag, 2019.



bij de regionale omroepen buiten de Randstad.<sup>68</sup> Het bereik via de online kanalen neemt daarentegen de laatste jaren alleen maar toe.<sup>69</sup>

Tabel 6.5: overzicht lokale omroepen provincie Utrecht

Gemeente	Omroep	Tijdelijk steun ontvangen in het kader van de coronamaatregelen in 2020
<b>Amersfoort, Leusden</b>	EVA	✓
<b>Baarn</b>	Baarn FM	✓
<b>Bunschoten</b>	LOS Radio	✓
<b>De Bilt</b>	RTV de Bilt / Roulette FM	
<b>De Ronde Venen</b>	RTV Ronde Venen	✓
<b>Houten</b>	Houten FM	✓
<b>Lopik, IJsselstein, Nieuwegein</b>	geen lokale omroep	
<b>Montfoort</b>	Radio Stad Montfoort	✓
<b>Oudewater</b>	Midland FM.net	✓
<b>Renswoude, Veenendaal Woudenberg</b>	Midland FM	✓
<b>Soest</b>	Radio Soest	
<b>Stichtse Vecht</b>	RTV Stichtse Vecht	
<b>Utrecht</b>	RTV Utrecht (FunX) Bingo FM Ustad	
<b>Utrechtse Heuvelrug, Wijk bij Duurstede</b>	90FM	✓
<b>Vijfheerenlanden</b>	SRC FM	
<b>Woerden</b>	RPL FM	
<b>Zeist, Bunnik</b>	Slotstad Radio	✓

<sup>68</sup> <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/regionale-tv-vooral-populair-bij-50-plussers-buiten-randstad/>.

<sup>69</sup> Regionale publieke omroep, jaarverslag, 2019.

# 7 Initiatieven voor samenwerking en versterking

In de rondgang langs de gemeenten in de provincie Utrecht en een selectie van de lokale omroepen, huis-aan-huiskranten en andere vertegenwoordigers van de mediasector zijn wij nagegaan wat volgens gesprekspartners vitale lokale media zijn, of er versterking nodig is en zo ja, op welke wijze. Ook haalden wij informatie op over initiatieven voor samenwerking tussen de media en in welke mate die samenwerkingen tot versterking leiden. In dit hoofdstuk geven wij – per regio – de uitkomsten.

## Regio Eemland

**Amersfoort (157.000), Leusden (30.030), Soest (46.099), Bunschoten (21.876), Baarn (24.900)**

### Samenwerking

In deze regio zien we twee initiatieven tot bovenlokale samenwerking:

- De eerste is de ambitie tot het vormen van een streekomroep 'Stichting Streekomroep Eemland 1' i.o. (bundeling van lokale omroepen EVA, RTV Baarn, de LOS en Radio Soest). EVA is hiervan de grootste en werkt al voor twee gemeenten. Toch is ook EVA een vrijwilligersorganisatie. Deze samenwerking heeft de intentie tot vorming van een streekomroep in 2016 uitgesproken en aanvraag gedaan voor landelijke subsidie voor de vorming van de streekomroep maar heeft deze niet gekregen. De samenwerkende omroepen willen de samenwerking op termijn uitbreiden naar de (huis-aan-huis) bladen.
- De tweede samenwerking is het Mediacentrum (BDU, Bibliotheek, Stadsbron en RTV Utrecht) in Amersfoort. Deze samenwerking is vooral gericht op het maken en uitwisselen/plaatsen van lokale (digitale) content. Deze samenwerking is nu voornamelijk op Amersfoort gericht.

In de regio zien we ook andere lokale samenwerkingen: in Bunschoten werken sinds de coronacrisis het huis-aan-huisblad en de lokale omroep samen in een programma. De Leusder Courant en RTV Utrecht wisselen content uit. Omroep Eva (Amersfoort en Leusden) en RTV Utrecht werken sporadisch samen.

### Opgaven

Bij de samenwerking en versterking van de media in deze regio spelen de volgende twee opgaven:

- Professionalisering / financiering: volgens betrokkenen kan de lokale omroep bij louter wettelijke lokale financiële bijdrage nooit voldoen aan de eisen en verwachtingen van de gemeenten. EVA is een omroep die werkt met vrijwilligers, voor EVA bestond omroep Amersfoort. Omroep Amersfoort had wel professionele krachten en ontving dan ook meer overheidsgeld. Na faillissement omroep

Amersfoort is omroep EVA met minder geld en als vrijwilligersinitiatief ingericht. Opgave is om bij de vorming van een streekomroep ook professioneler te worden maar bij de huidige gemeentelijke bijdragen is dat niet mogelijk. De ambitie is aanwezig bij de lokale omroepen maar tijd en expertise ontbreekt om omslag voor te bereiden. Vraag is daarom ook welke rol RTV Utrecht hierin kan spelen?

- ③ Termijnen zendmachtigingen: de samenwerking tussen lokale omroepen en de mogelijke vorming van een streekomroep wordt ook beïnvloed door de termijnen van de zendmachtigingen. Die zijn in iedere gemeente anders. Vraag is hoe de gemeenten en de omroepen daarmee om moeten gaan? De zendmachtiging in Amersfoort moet in 2021 opnieuw worden verleend. Dat biedt de ruimte aan de lokale en regionale media om samenwerking te intensiveren en verder te professionaliseren. Wat samenwerking betreft is ook al eerder (in 2016 en 2019) aangetoond dat de versnippering in het medialandschap professionalisering en vernieuwing belemmert. De inwoners van Amersfoort hebben aangegeven belang te hechten aan de ontwikkeling en vernieuwing van het digitale medialandschap. Op welke wijze kunnen de streekomroep i.o. en het lokale mediacentrum elkaar aanvullen en versterken en welke bijdrage kan RTV Utrecht daarin spelen?

## Betuwe

### Vijfheerenlanden (55.712)

In deze regio zijn geen initiatieven tot samenwerking tussen lokale en regionale media bekend.

## Regio De Bilt/Zeist/Bunnik

### De Bilt (42.824), Bunnik (15.192), Zeist (63.148)

#### Samenwerking

- ③ De lokale omroepen van De Bilt en Zeist/Bunnik hebben een overkoepelende stichting opgericht (streekomroep in wording) inclusief Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede.
- ③ In Zeist is een lokaal mediacentrum in ontwikkeling (zie model Amersfoort). Partijen in het mediacentrum zijn (Bibliotheek Idea, AD Utrechts Nieuwsblad, RTV Utrecht, Nieuwsbode, SlotstadRTV, Zeister magazine, 'Wij zijn Zeist', [ZeistinBeeld.nl](http://ZeistinBeeld.nl), Facebookgroep Zeist, journalist Job Boot en Masja Burgma). Deze partijen zijn op initiatief van de gemeente bij elkaar gebracht. De volgende stappen zijn verdere ontwikkeling en afspraken maken met AD en RTV Utrecht.

#### Opgaven

- ③ In deze regio zijn diverse omroepen en huis-aan-huiskranten actief. Meerwaarde van samenwerking wordt zeker gezien maar de vraag is daarbij hoe de lokale identiteit te behouden bij regionale samenwerking.

- De vorming van de streekomroep is in samenwerking met Wijk bij Duurstede en Utrechtse Heuvelrug, en beslaat twee regio's. Daarnaast is in Zeist een initiatief tot een lokaal mediacentrum, op welke wijze kunnen deze twee ontwikkelingen elkaar inhoudelijk en organisatorisch versterken?
- Onderzoeksjournalistiek wordt gemist, kansen worden gezien in een samenwerking lokaal – landelijke media.

## Food Valley

**Renswoude (5.529), Rhenen (20.004), Veenendaal (65.589), Woudenberg (13.166)**

### Samenwerking

- De lokale omroep Ede wil ook uitzenden in Rhenen (moet nog door gemeenteraad over worden besloten) en wil samenwerken met Midland FM. Dat leidt tot een streekomroep in wording met Ede, Wageningen, Veenendaal, Woudenberg en Rhenen. Dit is de streekomroepindeling die ook de NLPO voorstaat.

### Opgaven

- Samenwerking binnen streekomroep inhoudelijk benutten door het uitbreiden van de digitale nieuwsvoorziening, een samenwerking met de mediaopleiding Ede en gezamenlijke verslaglegging.
- NLPO heeft de indeling in streekomroepen bepaald, maar in deze regio's zijn er ook betrokkenen die een voorkeur hebben voor een streekomroep binnen de provincie Utrecht (samenwerking met Utrechtse Heuvelrug).

## Gooi en Vechtstreek

**Eemnes (9.113), Stichtse Vecht (64.336)**

### Samenwerking

De lokale omroep Eemnes werkt in de structuur van RTV NH samen. RTV Stichtse Vecht werkt samen met RTV Utrecht.

### Opgaven

- Er is bij de gemeenten een wens voor meer inhoudelijke samenwerking tussen verschillende media zoals bijvoorbeeld de lokale omroep, regionale omroep, opleidingen en journalisten.
- Lokale omroep Eemnes is op Noord-Holland gericht, die van Stichtse Vecht op Utrecht.

## Gouwe en Hollandse IJssel

**Woerden (52.197), Montfoort (13.996)**

### Samenwerking

Er is geen samenwerking in deze regio. In Woerden ontstaat een initiatief voor het versterken van de lokale samenwerking rondom de lokale omroep. Die samenwerking moet de professionaliteit vergroten en leiden tot meer kritische journalistiek.

### Opgaven

Vraag is welke rol regionale partners kunnen en willen spelen in de lokale ontwikkelingen in Woerden. Denk aan RTV Utrecht en de Hogeschool Utrecht (journalistiek).

## Heuvelrug

**Utrechtse Heuvelrug (49.515), Wijk bij Duurstede (23.762)**

### Samenwerking

- De besturen van de drie lokale omroepen in de gemeenten De Bilt, Bunnik, Zeist, Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede gaan nauw samenwerken. Lokale omroep Regio90 uit Leersum (Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede) sluit zich aan bij de overkoepelende stichting Samenwerkende Publieke Mediadiensten Midden Nederland. In deze stichting werken de lokale omroepen Slotstad RTV (Zeist en Bunnik) en Regio TV De Bilt/Roulette FM (De Bilt) al sinds 2017 samen. De drie lokale omroepen blijven gewoon onder eigen naam hun programma's maken voor de inwoners van hun gemeenten. In de toekomst krijgen zij organisatorische en journalistieke versterking door professionals vanuit de streekomroep. Binnen de provincie Utrecht is Heuvelrug de eerste streekomroep. De nieuwe streekorganisatie is ook in overleg met RTV Utrecht over journalistieke samenwerking.

### Opgaven

De samenwerking tussen de lokale omroepen is pril, gemeenten (en andere lokale en regionale media) zijn niet (nog) betrokken. Zie ook de opgaven bij de regio De Bilt/Zeist/Bunnik.

## Lekstroom

**Lopik (14.473), Houten (49.466), Nieuwegein (62.235)**

### Samenwerking

- Huis-aan-huisblad in Houten werkt samen met RTV Utrecht en ook PEN, de Digitale Stad uit Nieuwegein deelt content met RTV Utrecht.

- ⦿ Initiatief om media samen te laten werken in een platform/mediacentrum is niet van de grond gekomen.

### **Opgaven**

- ⦿ De vraag is of samenwerking op termijn met de media in stad Utrecht versterking kunnen bieden (Nieuwegein heeft bijvoorbeeld geen lokale omroep).

## Vecht en Venen

### **De Ronde Venen (44.000)**

In deze regio bestaat een samenwerking tussen RTV Ronde Venen, [0297.nl](http://0297.nl) en De Groene Venen.

## Utrecht

### **Utrecht (352.866)**

#### **Samenwerking**

Om in te zetten op meer samenwerking wordt er door de gemeente een mediacafé gefaciliteerd. Het mediacafé is een platform om elkaar te ontmoeten. Verder lijken er kansen op het delen van elkaars content, maar daar is nog geen initiatief toe ontstaan. Er is derhalve nauwelijks sprake van samenwerking.

#### **Opgaven**

Uit onderzoek geïnitieerd door de gemeente blijkt dat er relatief weinig journalistiek in de stad Utrecht is die de lokale politiek en actuele onderwerpen volgt, duidt, controleert en onderzoekt. Het ontbreekt ook aan samenwerking in de stad en met partijen buiten de stad.

# Bijlage 1: Samenwerkingsmogelijkheden

## publieke omroepen

Publieke omroepen zoals lokale en regionale omroepen mogen samenwerken met andere (publieke en private) partijen. De mediawet onderscheidt 5 vormen van samenwerking:

- 1 Samenwerking in het kader van de publieke media opdracht
- 2 Samenwerking in een eenmalig project
- 3 Experimentele samenwerking
- 4 Gelijkwaardige samenwerking
- 5 Reguliere nevenactiviteit

### *Samenwerking in het kader van de publieke media opdracht*

Er is sprake van een samenwerking in het kader van de publieke media opdracht als de samenwerkingsvorm een rechtstreekse relatie heeft met het maken van publieke programma's of daarbij een ondersteunde rol vervult.

### *Samenwerking in een eenmalig project*

Een publieke omroep mag een samenwerking aangaan met een mediabedrijf, culturele instelling of erkende onderwijsinstelling voor maximaal een week per jaar. Een publieke omroep mag meerdere eenmalige projecten aangaan met verschillende partners. Als het project binnen deze specificaties blijft hoeft een omroep de samenwerking niet te melden bij het Commissariaat voor de Media.

### *Experimentele samenwerking*

Een omroep mag een pilot aangaan met een media bedrijf of culturele instelling voor een periode van een jaar en het investeringsbedrag mag oplopen tot 150.000 euro. Het pilot moet gemeld worden bij het Commissariaat voor de Media, waarna de pilot mag worden doorgezet zonder voorgaande toestemming. Een experimentele samenwerking valt onder nevenactiviteit, aanvullende voorwaarde zijn terug te vinden onder het kopje 'reguliere nevenactiviteiten'.

### *Gelijkwaardige samenwerking*

Bij een gelijkwaardige samenwerking van een publieke omroep en een mediabedrijf, erkende onderwijsinstelling of een culturele instelling, hebben de samenwerkingspartners gelijke rechten en plichten. De samenwerking kan met één partij of met meerdere. In beide gevallen moet de inbreng, zeggenschap en eventuele opbrengsten gelijk verdeeld zijn over de partners. De samenwerking moet worden vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst en mag maximaal vier jaar duren. De samenwerkingsovereenkomst moet vooraf getoetst zijn door het Commissariaat van de Media. Tevens moet de samenwerking voldoen aan de criteria die zijn beschreven onder 'reguliere nevenactiviteiten'.

### *Regulier nevenactiviteiten*

Valt de samenwerkingsvorm niet onder de bovenbeschreven varianten, dan kan een samenwerking worden aangemeld als reguliere nevenactiviteit. Het Commissariaat van de Media moet de samenwerking goedkeuren op basis van de volgende criteria:

- ③ De activiteit moet een relatie hebben met het media-aanbod van de publieke omroep.
- ③ De publieke omroep moet marktconforme tarieven leveren voor de activiteiten of diensten die ze levert.
- ③ De activiteiten moet kostendekkend zijn, er mag geen publiek geld worden gebruikt.

## Samenwerkingen publieke omroepen: voorbeelden

### *NOS: Bureau Regio*

Bureau Regio is de overkoepelende naam van de samenwerking tussen de NOS en de regionale omroepen. Bureau Regio zorgt voor het uitwisselen van onderwerpen en content tussen de NOS en de dertien regionale omroepen (Zuid-Holland heeft twee regionale omroepen). Op deze manier wordt het regionale nieuws ook verspreid in de programma's van de NOS en wordt landelijk nieuws met een regionale relevantie gebruikt door de regionale omroepen. In 2019 zijn er in totaal 3.045 items uitgewisseld, waarvan er 1.079 van de NOS naar de regionale omroepen gingen en 1.889 van de regionale omroepen naar de NOS.

### *Streekomroep*

Een streekomroep is een lokale omroep die een aanwijzing heeft voor twee of meer aan elkaar grenzende gemeenten; een streekomroep moet aan dezelfde eisen voldoen als een lokale omroep voor een gemeente en moet zich aan dezelfde media-wettelijke voorschriften houden. De definitie van de NLPO (Nederlandse lokale publieke omroepen) luidt iets nauwer. Voor de NLPO is een streekomroep een samenwerkingsverband van alle lokale omroepen binnen het gebied zoals vastgelegd op de door de NLPO vastgestelde kaart Streekomroepen van Nederland en moeten voldoen aan een aantal criteria (zie bijlage 2).<sup>70</sup>

### *Utrecht*

In de provincie Utrecht zijn er vier omroepen die twee of meer gemeenten bedienen, te weten:

- ③ Midland FM (Renswoude, Veenendaal, Woudenberg)
- ③ Regio 90 (Utrechtse Heuvelrug, Wijk bij Duurstede)
- ③ RTV Slotstad (Zeist, Bunnik)
- ③ EVA (Amersfoort en Leusden)

Daarnaast zijn er drie lokale omroepen die een samenwerking zijn aangegaan in de vorm van een streekomroep. De besturen van de drie lokale omroepen in de gemeenten De Bilt (Regio TV De Bilt/Roulette FM), Bunnik, Zeist (Slotstad RTV), Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede (Regio90) gaan op bestuurlijk niveau samenwerken. De lokale omroep Regio90 (Utrechtse Heuvelrug en Wijk bij Duurstede) heeft zich

---

<sup>70</sup> FAQ Streekomroep, NLPO, 2019.



onlangs officieel aangesloten bij de overkoepelende stichting Samenwerkende Publieke Mediadiensten Midden Nederland. In deze stichting werken de lokale omroepen Slotstad RTV (Zeist en Bunnik) en Regio TV De Bilt/Roulette FM (De Bilt) sinds 2017 samen. De drie lokale omroepen maken onder eigen naam hun programma's voor de inwoners van de gemeenten. Binnen de provincie Utrecht is dit de eerste streekomroep vorming. De nieuwe streekorganisatie is ook in overleg met RTV Utrecht over journalistieke samenwerking.

#### *Samenwerking regionaal en lokaal<sup>71</sup>*

- ③ Omroep West heeft in het Regionale Nieuwsnetwerk een nauwe samenwerking met de lokale omroepen WOS (Westland), BO (Bollenstreek), Studio Alphen (Alphen a/d Rijn e.o.), Unity FM (Leiden e.o.) en Stadsomroep Den Haag. Het programma Zaterdagmiddag Live maakt Radio Rijnmond in samenwerking met de lokale omroepen Exxact Barendrecht, RTV Lansingerland en RTV Albrandswaard.
- ③ Omroep Gelderland wisselt met ongeveer 20 lokale omroepen op regelmatige basis online berichten uit. Bij Regio8 (Achterhoek), RTV Nunspeet, RegioTV Tiel, B-FM (Zutphen e.o.) en sinds februari 2019 bij RTV Apeldoorn is een regioverslaggever gestationeerd die de verslaglegging doet voor de lokale omroep en voor Omroep Gelderland.
- ③ NH Media werkt samen met 45 lokale nieuwspartners en hieruit zijn twee streekomroepen ontstaan: WEEFF (West Friesland) en NH Gooi. NH Nieuws en streekomroep WEEFF zijn gestart met een gezamenlijke nieuwsredactie. Het nieuws uit West-Friesland is te vinden op de gezamenlijke website van NH Nieuws en Weeff. Eerder ging NH Nieuws al een soortgelijke samenwerking aan in het Gooi. Hier vormt de regionale omroep sinds vorig jaar samen met 6FM en RTI (Hilversum, Huizen, Blaricum, Eemnes, Laren) de streekeditie NH Gooi.

#### *BBC model*

Het BBC model vindt zijn oorsprong in de samenwerking tussen nationale omroep BBC en lokale omroepen door het hele Verenigd Koninkrijk. In dit model huurt de BBC verslaggevers in die worden toegewezen aan een regio. De BBC betaalt de aanstelling. De verhalen en nieuwsberichten die deze 'local democracy reporters' produceren worden verzameld in een database. De content kan worden gebruikt door alle lokale en regionale media die zijn aangesloten bij de samenwerking. In 2019 waren 149 journalisten actief als 'local democracy reporters' en werden hun verhalen gedeeld door 850 verschillende media merken.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Jaarverslag 2019, RPO, 2019

<sup>72</sup> <https://www.bbc.com/lnp/ldrs>

## Samenwerkingen tussen en met (media)organisaties, een aantal voorbeelden

### *Redactiekracht*

Met het redactiekrachtmodel wordt structureel arbeidskracht aan redacties toegekend vanuit een fonds: bijvoorbeeld één fte aan één bestaande onafhankelijke journalistieke redactie per gemeente. Het advies van VNG luidt dat deze redactiekracht bij de aanwezigheid van meerdere lokale redacties in principe aan de grootste moet worden toegevoegd, omdat die bewezen de meeste overlevingskracht heeft. In het redactiekrachtscenario profiteren kleine redacties in kleinere gemeenten dus meer dan grote redacties in grote gemeenten.<sup>73</sup>

### *Horizontale samenwerking*

In het advies van de Raad voor Cultuur (2014) staat dat met de decentralisering naar en de uitbreiding van het takenpakket voor de gemeente, lokale nieuwsvoorziening en lokale journalistieke infrastructuur juist aan belang wint. De Raad adviseert de journalistieke krachten in de regio te bundelen en samenwerking mogelijk te maken met maatschappelijke instellingen en private mediabedrijven. Dit betekent dat regionale en lokale media meer samenwerken met maatschappelijke organisaties en dat publiek-private samenwerkingsvormen tussen pers en omroepen juridisch mogelijk moeten zijn. In het advies stelt de commissie een regionaal samenwerkingsverband voor in een coöperatiemodel. Hierin werken publieke en private organisaties samen, maar zij behouden wel hun eigen functies. Regionale en lokale omroepen, regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen maar ook individuele journalisten, bloggers, lokale platforms kunnen deel uitmaken van zo'n coöperatie. In een regionale coöperatie kunnen streekredacties of streekteams komen die zich richten op kleinere specifieke gebieden. De oorspronkelijke organisaties leveren kapitaal en menskracht en nemen producten af.<sup>74</sup>

### *Mediacentrum*

Een voorbeeld van horizontale samenwerking heeft in de afgelopen jaren meer vorm gekregen in het zogenaamde mediacentrum. Ook in de provincie Utrecht zijn soortgelijke centra in oprichting of al gestart zoals in de gemeente Amersfoort en gemeente Zeist. Een mediacentrum is een regionaal nieuwscentrum in een streek of lokaal voor lokale journalistiek waar journalistieke halffabricaten worden geproduceerd die voor nieuwsmedia aangesloten bij het centrum vrij te gebruiken zijn. Het centrum kan eveneens dienen als opleidingsplek en een platform voor samenwerking.<sup>75</sup>

### *Voorbeelden van mediacentra*

#### *Het Bureau voor lokale zaken*

Het Bureau voor lokale zaken is een platform waarop lokale onderzoeksjournalisten met elkaar, maar ook met deskundigen en burgerjournalisten kunnen samenwerken aan onderzoeksjournalistiek. Het bureau wordt financieel ondersteund door het Digital News Initiative van Google.

---

<sup>73</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

<sup>74</sup> Advies voor een toekomstbestendige publieke omroep, Raad voor Cultuur, 2014.

<sup>75</sup> Wachten kan niet meer, Expertiseteam Vitalisering lokale Journalistiek, 2020.

### *Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking*

De samenwerkingsverbanden die hieronder beschreven staan, werden allemaal ondersteund door de Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking (2015-2017) van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en zijn inmiddels gestopt.<sup>76</sup>

#### *Broeïnest Brabant*

Het project Broeïnest Brabant is een samenwerking van Hogeschool Fontys Tilburg met dagbladuitgever de Persgroep, Het Fontys Centrum voor Ondernemerschap en de Bibliotheek Midden-Brabant. Het project moet bijdragen aan de verbetering van de nieuwsvoorziening in de regio. Studenten journalistiek moeten in acht weken hun eigen onderneming lanceren. De hogeschool begeleidt de startups naar zelfstandig ondernemerschap en koppelt ze aan regionale dagbladredacties. Tevens dient het als plek waar startups (niet-studenten) naar toe kunnen voor advies en begeleiding.

#### *Media Valley*

Mediahuis Limburg, ZUYD Hogeschool, de provincie Limburg en de gemeente Sittard-Geleen werken samen in het project Media Valley. Het doel is het verstevigen en vernieuwen van het Limburgse medianetwerk. Media Valley is een plek waar startende journalisten kunnen experimenteren met verslaggeving. Hierbij staan een aantal thema's centraal: gebruik maken van nieuwe technologie, burgers actief betrekken bij het maken van nieuws en een netwerk creëren van hyperlocals. ZUYD zorgt voor het onderwijs en begeleiding van de studenten. De krant, De Limburger, zorgt voor een professioneel advies.

#### *Newsroom Enschede*

Newsroom Enschede is een samenwerkingsverband tussen De Twentsche Courant Tubantia en de streekomroep 1Twente Enschede. De samenwerking heeft als doel de nieuwsvoorziening in de regio te verbeteren. Daarbij zijn drie doelen opgesteld: het brengen van een constante stroom van vernieuwende journalistieke producties, een kostendekkend businessmodel en kopieerbaarheid naar andere regio's. In de uitvoering van de plannen kreeg Newsroom Enschede hulp van mediaopleidingen. Daarnaast creëerde Newsroom Enschede een groot aantal werkplekken voor de studenten. De verschillende platformen (krant, radio, televisie en internet) waarmee wordt samengewerkt vullen elkaar.

#### *Regionaal Nieuws Netwerk*

Het Regionaal Nieuwsnetwerk (RNN) is een samenwerking van Omroep West met Hogeschool Utrecht en regionale media uit het noordelijke deel van Zuid-Holland. Onder meer de volgende omroepen zijn partners: WOS (Westland), Unity (Leiden), Studio Alphen aan den Rijn en Den Haag FM/Den Haag TV. In de samenwerking fungeert Omroep West als opleidingsinstituut voor de lokale omroepen. De verschillende omroepen delen elkaars content. Er worden basisberichten geschreven die door alle media gebruikt kunnen worden. Hierdoor zou er tijd over moeten blijven om aan eigen producties te werken, met name achtergrondverhalen. RNN is ook opgericht om lokale journalisten op te leiden. Daarvoor is RNN Academy

---

<sup>76</sup> Regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland, Prof. dr. J.C. de Jong & dr. A.W.M. Koetsenruijter, 2019.

opgericht. Dit is een dag waarop medewerkers van lokale omroepen naar Omroep West komen voor workshops om hun journalistieke vaardigheden te verbeteren. Daarnaast gingen journalisten van Omroep West langs bij lokale omroepen om de behoefte van de lokale omroep te inventariseren en hielpen de redactie bij een professionaliseringsslag.

## Bijlage 2: Voorbeelden van ondersteuning

### Provinciaal

Drie van de twaalf provincies in Nederland geven gerichte steun aan lokale journalistiek:<sup>77</sup>

#### *Noord-Brabant*

Lokale omroepen en bladen uit de provincie Noord-Brabant kunnen een beroep doen op het fonds voor lokale journalistiek (€ 90.000,-). Lokale media kunnen aanvraag doen voor een project dat een als effect een blijvende verbetering voor lokale journalistiek bewerkstelligt.

#### *Groningen*

Met het Mediafonds (€ 97.600,-) wil de Provincie Groningen een bijdrage leveren aan 'kwalitatief hoogstaande, onafhankelijke journalistiek'. Het fonds subsidieert in twee rondes per jaar diepgravende onderzoeksjournalistiek naar een actueel Gronings onderwerp. Deze onderzoeken moeten gepubliceerd worden in tijdschriften, kranten of online.

#### *Zuid Holland*

De provincie Zuid Holland heeft een fonds beschikbaar gesteld (€ 332.000,-) specifiek voor de ondersteuning van bestaande of nieuwe initiatieven in de gemeenten. Hiervoor is gekozen omdat uit onderzoek<sup>78</sup> blijkt dat fondsen op gemeentelijk niveau succesvoller zijn in de aanwijzing van een diverse groep van subsidiënten.

### Internationaal

#### *Denemarken*

Lokale nieuwsredacties in Denemarken worden door de centrale overheid de laatste jaren structureel gesubsidieerd. Financiële ondersteuning die eerst naar de landelijke media ging is nu bestemd voor lokale media. Naast het in stand houden van een publieke omroep richt het Deense model zich ook op het stimuleren van commerciële journalistieke producties. Het gaat hierbij met name om lokale en regionale (digitale) initiatieven gericht op geschreven en internet gebaseerde nieuwsmedia, die een stimulans kunnen gebruiken. Commerciële redactionele initiatieven die zich richten op een breed publiek en op een journalistieke taak ontvangen voor een tevoren vastgestelde periode een bedrag. De hoogte daarvan is afhankelijk van de omvang van het redactionele budget. Hoe groter de redactie hoe groter de financiële stimulans. De voorwaarden voor financiële steun zijn een zeker publiek bereik, borging van redactionele onafhankelijkheid en een minimale redactionele omvang of minimaal redactioneel budget wat moet neerkomen op drie of vier vaste of freelance medewerkers. Dit betekent dat zowel oude als nieuwe media aanspraak kunnen

---

<sup>77</sup> <https://www.svdj.nl/nieuws/alleen-provincies-groningen-brabant-en-zuid-holland-bieden-specifieke-steun-aan-journalistiek-in-de-regio/>.

<sup>78</sup> Regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland, Universiteit Leiden in opdracht van de provincie Zuid-Holland, 2019.

maken op een structurele financiële impuls.

#### *Canada*

De Canadese overheid heeft in 2019 voor een periode van vijf jaar circa 32 miljoen euro beschikbaar gesteld om lokale journalistiek in Canada te stimuleren. De overheid financiert daarnaast meerdere onafhankelijke niet-gouvernementele organisaties (ngo's). Deze organisaties zijn verantwoordelijk voor het ondersteunen van lokale journalistiek in achtergestelde gemeenschappen en beheren de fondsen. Daarnaast heeft de overheid de intentie om nieuwe bedrijfsmodellen te verkennen die particuliere donaties en filantropische ondersteuning mogelijk maken voor professionele, non-profit journalistiek en lokaal nieuws

#### *Verenigde Staten*

In 2017 is 'Report for America' opgericht. Deze non-profit organisatie heeft als doel om in 2023 duizend journalisten bij onderbezette nieuwsredacties door heel Amerika geplaatst te hebben. De oprichters van RFA stellen dat het tij gekeerd moet worden, omdat de crisis in de journalistiek nu ook een crisis in de democratie geworden is. Ze willen met name jonge, recent afgestudeerde journalisten een kans bieden om in lokale nieuwsorganisaties te werken. Als Report for America een samenwerking met een lokale nieuwsredactie aangaat is dat voor een of twee jaar. Voor iedere 20.000 dollar die RFA ophaalt, kan een verslaggever aangenomen worden. Dit bedrag is de optelsom van 10.000 dollar van de lokale nieuwsorganisatie waar de journalist geplaatst wordt en 10.000 dollar van lokale financiers. Report for America is voor een belangrijk deel ook afhankelijk van sponsors. Voorbeelden van sponsors zijn Facebook, Google News Initiative, Ford Foundation en Ethics and Excellence in Journalism.

# Bijlage 3: Lokale omroepen provincie

## Utrecht

Gemeente	Omroep	Tijdelijk steun ontvangen in het kader van de coronamaatregelen in 2020
Amersfoort, Leusden	EVA	✓
Baarn	Baarn FM	✓
Bunschoten	LOS Radio	✓
De Bilt	RTV de Bilt / Roulette FM	
De Ronde Venen	RTV Ronde Venen	✓
Houten	Houten FM	✓
Lopik, IJsselstein, Nieuwegein	geen lokale omroep	
Montfoort	Radio Stad Montfoort	✓
Oudewater	Midland FM.net	✓
Renswoude, Veenendaal, Woudenberg	Midland FM	✓
Soest	Radio Soest	
Stichtse Vecht	RTV Stichtse Vecht	
Utrecht	RTV Utrecht	
	Bingo FM	
	Ustad	
Utrechtse Heuvelrug, Wijk bij Duurstede	90FM	✓
Vijfheerenlanden	SRC FM	
Woerden	RPL FM	
Zeist, Bunnik	Slotstad Radio	✓

## Bereik lokale omroepen provincie Utrecht

Lokale omroepen worden niet meegenomen in nationale kijk- en luisteronderzoeken, voor bereik zijn zij afhankelijk van eigen gerapporteerde cijfers op de site. Van de onderstaande lokale omroepen in de provincie Utrecht zijn de bereikcijfers beschikbaar:

Gemeenten	Omroep	Bereik
Utrecht	RTV Utrecht	<ul style="list-style-type: none"> <li>RTV Utrecht en Radio M: televisie, radio en online voor een breed publiek in de provincie Utrecht (circa 40% van de 250 online berichten per week is gericht op inwoners van de gemeente Utrecht)</li> <li>RTV Utrecht is tevens licentiehouders van de lokale omroep FunX, gericht op jongeren tussen de 15 en 35 jaar</li> </ul>
	Bingo FM	Bingo FM: radio gericht op de lagere sociale klasse en oudere inwoners van de gemeente Utrecht (circa 35 radiobulletins van 2-3 minuten per week, bereikt 22% van de inwoners van de gemeente Utrecht).
	Ustad	Televisie gericht op een brede doelgroep van de gemeente Utrecht (35-50 nieuwsitems per week, bereikt 48% van de inwoners van de gemeente Utrecht).
Woerden	RPL FM	<ul style="list-style-type: none"> <li>53,4% kijkt en/of luistert naar RPL Woerden waarvan: <ul style="list-style-type: none"> <li>8,5% dagelijks</li> <li>23,9% tenminste 1x per week</li> <li>21,0% zo nu en dan</li> </ul> </li> <li>Naar RPL TV en RPL Tekst-TV (de Woerdense kabelkrant) kijkt 42,1%.</li> <li>30,7% luistert naar RPL FM</li> </ul>
Zeist, Bunnik	Slotstad Radio	<p>het totaalbereik van Slotstad RTV, dit is het percentage inwoners dat weleens naar Slotstad RTV kijkt of luistert, bedraagt voor radio en televisie tezamen 45%;</p> <p>het dag-bereik van de televisieprogrammering (kabelkrant en programma's) bedraagt 8% en het weekbereik 20%</p>



## Bijlage 4: criteria streekomroep

De 20 criteria:

- 1 Evenwichtige content met redactionele aandacht voor burgers, straten, buurten, dorpen en steden in het gebied. Minimumvoorwaarden: continue (24/7) bezetting of bereikbaarheid, nieuws brengen via relevante kanalen, opereren op buurt-/wijkniveau.
- 2 Structurele interactie en participatie van burgers en groeperingen voor creëren van content.
- 3 Eindredacteur heeft kennis van ICE-norm (cf. art. 2.70 Mediawet 2008): minstens 50 procent van programma's is gericht op eigen streek en informatief, cultureel en/of educatief.
- 4 Minimaal werk-dagelijks aanbieden van nieuws en andere informatie uit eigen regio.
- 5 Gebruik van de kanalen: radio (audio), tv (video/bewegend beeld), internet (website/Facebook/Twitter) en (non-)lineaire distributie.
- 6 Professionele waarborging van kwaliteit, onafhankelijkheid en continuïteit van journalistiek (cf. art. 2.88 Mediawet 2008).
- 7 Aantoonbare beleidsmatige samenwerking met lokale organisaties binnen het verzorgingsgebied ten behoeve van sociale betrokkenheid.
- 8 Toepassen van de 7 principes van de Governance Code Publieke Omroep 2018.
- 9 Representatief en functioneel programmabeleid bepalend orgaan (PBO).
- 10 Open staan voor samenwerking binnen publieke en/of private mediabestel ten behoeve van efficiency.
- 11 Bevatten van organogram en waarborgen van continuïteit.
- 12 Bevatten van personeelsbeleid om (on)betaald personeel te faciliteren bij werkzaamheden.
- 13 Instrueren van nieuw personeel en leden van PBO over taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden door middel van een inwerkprogramma.
- 14 Personeel mogelijkheid geven voor bij- en nascholing.
- 15 Jaarlijks evalueren en eventueel verbeteren van kwaliteit dienstverlening en interne processen.
- 16 Tweejaarlijks uitvoeren van bereiks- en/of imago-onderzoek (bij beschikbare gemeentefinanciering). Maandelijks monitoring van website en sociale media.
- 17 Jaarlijks opstellen van activiteitenplan en begroting. Tevens opstellen van vijfjaren beleids- en begrotingsplan.
- 18 Positief resultaat van de afgelopen drie jaren.
- 19 Actief bijhouden van ontwikkelingen en indien nodig aanpassen van beleid (actie: bestuur).
- 20 Bevatten van een schriftelijke externe klachtenprocedure.

DSP-groep BV  
Van Diemenstraat 410  
1013 CR Amsterdam  
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl  
KvK 33176766  
www.dsp-groep.nl

DSP-groep is een onafhankelijk bureau voor onderzoek, advies en management, gevestigd aan de IJ-oeveren in Amsterdam. Sinds de oprichting van het bureau in 1984 werken wij veelvuldig in opdracht van de overheid (ministeries, provincies en gemeenten), maar ook voor maatschappelijke organisaties op landelijk, regionaal of lokaal niveau. Het bureau bestaat uit 40 medewerkers en een groot aantal freelancers.

#### **Dienstverlening**

Onze inzet is vooral gericht op het ondersteunen van opdrachtgevers bij het aanpakken van complexe beleidsvraagstukken binnen de samenleving. We richten ons daarbij met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van zo'n vraagstuk. In dit kader kunnen we bijvoorbeeld een onderzoek doen, een registratie- of monitorsysteem ontwikkelen, een advies uitbrengen, een beleidsvisie voorbereiden, een plan toetsen of (tijdelijk) het management van een project of organisatie voeren.

#### **Expertise**

Onze focus richt zich met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van een vraagstuk. Wij hebben o.a. expertise op het gebied van transitie in het sociaal domein, kwetsbare groepen in de samenleving, openbare orde & veiligheid, wonen, jeugd, sport & cultuur.

#### **Meer weten?**

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website [www.dsp-groep.nl](http://www.dsp-groep.nl) voor onze projecten, publicaties en opdrachtgevers.

