

Lokaal Mediabeleid Zoetermeer

De raad van de gemeente Zoetermeer;

Gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders van 24 september 2024

Besluit

1. Het Lokaal Mediabeleid Zoetermeer vast te stellen:
 - a. De huidige praktijk uit te breiden met het Medialoket;
 - b. Aan het beleidsprogramma ondersteuning gedeeltelijk uitvoering te geven door in te zetten op met name de onderdelen 'Ondersteuning in vaste lasten' en 'Stimuleren samenwerking en fusie'.
2. Het college de opdracht te geven uiterlijk tweede kwartaal van 2025 de raad een memo met daarin de concept subsidieregeling, inclusief afiruegingskader voor de toekenning van subsidies, toe te sturen.
3. Een budget van € 30.000,- beschikbaar te stellen in 2025 en 2026 en dit budget te dekken uit het begrotingssaldo en toe te voegen aan programma 4 Vrije Tijd.
4. De bij dit raadsvoorstel behorende begrotingswijziging vast te stellen.
5. Motie 2307-02 als afgedaan te beschouwen.
6. Het Eindverslag participatie Lokaal Mediabeleid Zoetermeer vast te stellen.
7. Indien de invoering van de Mediawet verder vertraagt of niet doorgaat, uiterlijk zes maanden voorafgaand aan het moment waarop de Gemeenteraad opnieuw een lokale omroep moet aanwijzen de Gemeenteraad een beoordelingskader toe te zenden aan de hand waarvan zij de aanvragen kan beoordelen.

Over de onderdelen 3 en 4 van dit besluit geen referendum mogelijk te maken, omdat het een begrotingswijziging betreft. Dit besluit treedt in werking twee weken na de bekendmaking daarvan. Tenzij over de overige onderdelen van dit besluit een inleidend verzoek tot het houden van een referendum wordt gedaan.

Voorwoord

Beste lezer,

Met enige trots presenteren wij u het eerste Lokaal Mediabeleid van Zoetermeer. Dit beleid is een belangrijke mijlpaal om de groei en ontwikkeling van het lokale mediaveld te ondersteunen en te versterken.

Zoetermeer is gezegend met een rijk palet aan talent en ambitie binnen onze lokale media. Deze talenten, van enthousiaste vrijwilligers tot (semi-)professionele mediavakmensen, dragen bij aan de levendigheid en diversiteit van onze gemeenschap. Media vergroten de maatschappelijke betrokkenheid van inwoners.¹ Ze verbindt gemeente en inwoners, versterkt sociale cohesie en lokaal eigenaarschap, stimuleert gelijke kansen en creëert begrip en respect.² Ook heeft lokale media een waakhondfunctie naar het openbaar bestuur. Ze houdt de vinger aan de pols en houdt de politiek scherp.³

De gemeente Zoetermeer hecht waarde aan vrije meningsvorming en een goed werkende democratie. Lokale media speelt daarin een belangrijke rol. De gemeente heeft daarom een sterke wens om het lokale medialandschap van dienst te zijn. Door hen te ondersteunen, streven we naar een mediaomgeving waarin creativiteit en innovatie de boventoon voeren. Dit lokaal mediabeleid is erop gericht om de samenwerking te versterken, de toegang tot middelen en ondersteuning te vergemakkelijken en de zichtbaarheid van lokale media te vergroten.

Met dit beleid willen we een sterke basis leggen voor de toekomst, waarin lokale mediaorganisaties zich kunnen ontwikkelen. Dit is belangrijk. In 2026 volgt namelijk een herziening van de mediawet, waarover nog veel onduidelijk is. Door als gemeente nu een actieve rol te pakken, zorgen we samen dat Zoetermeer een stad blijft waar iedereen geïnformeerd, betrokken en verbonden is.

1) Hess, K. & Waller, L., *Local journalism in a digital world* (2017).

2) Schudson, M., *Why Democracies Need an Unloveable Press* (2008).

3) Raad voor het Openbaar Bestuur & Raad voor Cultuur, *Lokale Media: Niet Te Missen* (2020).

Wij hopen dat u, net als wij, de waarde van een sterk lokaal mediaveld erkent en dit beleid met enthousiasme zult omarmen.

Met vriendelijke groet,

Wim Blansjaar
Wethouder Cultuur en Media
Gemeente Zoetermeer

Samenvatting

Voor de totstandkoming van dit lokaal mediabeleid is onderzocht hoe de lokale mediasector in Zoetermeer er in 2024 uit ziet. Met een participatietraject is verkend wat de kansen, uitdagingen, drempels en behoeften er zijn vanuit de lokale mediasector. Er is ook bekeken welke verplichtingen een gemeente heeft ten aanzien van lokale media. Uit een combinatie van participatie en bureauonderzoek is het mediabeleid opgesteld.

Het mediabeleid heeft een drietal doestellingen:

- Behoud en versterking van een gevarieerd lokaal medialandschap.
- Het constructief samenwerken tussen gemeente én lokaal medialandschap.
- Het vergroten van de waardering voor het Zoetermeerse medialandschap.

Deze doelstellingen zijn verwerkt in twee programmalijnen:

- Medialoket
- Programma Ondersteuning

Het nog in te stellen Medialoket wordt een vast contactpunt binnen de gemeente, waar mediaorganisaties met hun verschillende vragen, voorstellen en ideeën terecht kunnen. Het Medialoket onderzoekt ontwikkelingen in het medialandschap, onder andere via de Stadspeiling. Het Programma Ondersteuning maakt duidelijk op welke wijze de lokale mediasector financieel ondersteund kan worden.

Dit mediabeleid legt de basis voor gemeentelijke ondersteuning aan het Zoetermeerse medialandschap.

Het Zoetermeerse Medialandschap

In dit lokale mediabeleid wordt geschetst hoe het Zoetermeerse medialandschap er anno 2024 voor staat. Om inzicht te krijgen in het medialandschap is eerst een participatietraject uitgevoerd. Hiervoor zijn mediaorganisaties en journalisten geïnterviewd.⁴ Deze interviews hebben inzicht gegeven op de volgende thema's: aanbieders, aanbod, bereik en representatie, continuïteit, de impact van sociale media, maatschappelijke betrokkenheid én behoeften ten aanzien van de gemeente. Deze participatie vormt de basis voor dit beleid.

Wat is het Zoetermeerse Medialandschap? Voor dit mediabeleid is gekozen om media in de breedste zin van het woord te interpreteren als 'communicatiekanalen die gebruikt worden om informatie over te dragen'. Binnen deze afbakening is specifiek gekeken naar kanalen die zich focussen op informatie over lokale actualiteiten en ontwikkelingen. Er zijn 15 mediaplatforms die regelmatig berichten over Zoetermeer. Een overzicht hiervan is te zien in Bijlage 2. Lokaal Medialandschap Zoetermeer.

Gebruik en waardering

Uit de Stadspeiling blijkt dat 20% van de respondenten frequent luistert naar de lokale omroep en aangeeft het lokale nieuws (zeer) te waarderen.⁵ Om op de hoogte te blijven van nieuws en ontwikkelingen binnen Zoetermeer gebruikt 42,7% van de respondenten het Streekblad. Daarnaast bekijkt 31,7% van de respondenten hiervoor de gemeentelijke website.⁶ Andere media, zoals het AD, In de Buurt Zoetermeer en Omroep West worden genoemd, maar hiervan wordt de waardering niet gemeten. Hoe het Zoetermeerse medialandschap als geheel wordt gebruikt en gewaardeerd is op dit moment onduidelijk.

Sterkte- en zwakte analyse lokaal medialandschap

4) De vragenlijst is te vinden in Bijlage 1. Interviewvragen.

5) Stadspeiling Zoetermeer 2023.

6) Stadspeiling Zoetermeer 2023.

Met de vragen uit Bijlage 1. Interviewvragen zijn met negen verschillende mediaorganisaties en twee zelfstandige journalisten gesprekken gevoerd. Deze gesprekken hebben inzicht gegeven in het huidige medialandschap. Hierna volgt per thema een beknopte overzicht van wat goed gaat én wat minder gaat. In Bijlage 2. Lokaal Medialandschap Zoetermeer worden de thema's en resultaten uitgebreid toegelicht.

Het media-aanbod

Wat gaat goed?

- Inwoners worden in breedte geïnformeerd over de belangrijkste ontwikkelingen.
- Inwoners worden op de hoogte gehouden van actualiteiten.

Wat gaat minder?

- Er is weinig tot geen capaciteit voor:
 - Onderzoeksjournalistiek⁷;
 - Kleinschalige, wijkgerichte items en ontwikkelingen.
- Met minder personeel moet een bredere regio verslagen worden, zodat verschraving van aanbod volgt.
- Het lokaal georiënteerde media-aanbod is erg versplinterd.

Bereik en representatie

Wat gaat goed?

- Mediaorganisaties weten de autochtone volwassen Zoetermeerder te bereiken.

Wat gaat minder?

- Niet alle doelgroepen worden bereikt worden vanuit het huidige medialandschap.
- Er is een relatief homogene groep die werkzaam is in de journalistieke sector.

Continuïteit

Wat gaat goed?

- Het merendeel van de 'commerciële' mediaorganisaties kunnen hun continuïteit waarborgen met abonnements- en advertentiemodellen.

Wat gaat minder?

- Twee lokale mediaorganisaties zijn voor hun continuïteit grotendeels afhankelijk van gemeentelijke steun.
- Vrijwilligersorganisaties moeten zelf flink investeren óf nevenactiviteiten uitvoeren om hun mediaorganisatie overeind te houden.
- Aantrekkingskracht voor nieuw talent is beperkt.

Impact en gebruik van sociale media

Wat gaat goed?

- Sociale media zorgt voor een groter bereik.

Wat gaat minder?

- Door de werking van algoritmes zijn media geneigd te focussen op 'sensationele' content, om een groter bereik te creëren.
- Risico bestaat dat lezers niet doorklikken naar de uitgebreide berichten, maar enkel oppervlakkig de titel lezen.
- Gebruikers van lokale media op sociale media laten vaak polarisatie en heftigere emotionele uitingen zien.

Maatschappelijke betrokkenheid

Wat gaat goed?

- Er is veel animo en welwillendheid ten aanzien van sociaal-maatschappelijke initiatieven, zowel binnen heet reguliere contentaanbod als projecten daarbuitenom.

Wat gaat minder?

- Er is onvoldoende capaciteit beschikbaar om sociaal-maatschappelijke initiatieven te uitvoeren.

Relatie met Gemeente

Wat gaat goed?

7) Onderzoeksjournalistiek is kritische en diepgaande journalistiek. Zie ook: [Onderzoeksjournalistiek, wat is dat? - VVOJ - Vereniging van Onderzoeksjournalisten](#).

- Mediaorganisaties geven aan dat onafhankelijkheid van lokale media goed is gewaarborgd.

Wat gaat minder?

- Er zijn verschillende behoeften die spelen bij mediaorganisaties ten aanzien van de gemeente. Er is geen centraal contactpunt waar zij met deze behoeften terecht kunnen.

Behoeften

Uit de participatie zijn de volgende behoeften gebleken:

- *Financiële ondersteuning:* De lokale non-commerciële organisaties hebben behoefte aan een financiële impuls om hun activiteiten voort te zetten.
- *Versteviging journalistiek informatieproces:* Meer begeleiding en context bij memo's, commissie- en raadsvergadering;
- *Informeel contactmomenten:* Behoefte aan meer informeel contact met wethouders;
- *Interviews met ambtenaren:* Behoefte aan direct contact met ambtenaren om dieper beleid te doorgronden;
- *Jongerenbereik:* Behoefte aan samenwerkingen en capaciteit om actief jongerenprojecten op te zetten.
- *Meldkamer:* Samenwerking met de 112 meldkamer t.b.v. informatievoorziening bij actualiteiten.
- *Persaccreditatie:* Legitimeren van persaanwezigheid bij verschillende incidenten en actualiteiten;
- *Persuurtje:* Doorontwikkeling van het wekelijkse persuurtje op basis van feedback mediaorganisaties.
- *Ruimte:* Faciliteren van persruimten tijdens commissie- en raadsvergaderingen.

De lokale omroep en het Lokaal Toereikend Media-Aanbod

Gemeenten hebben één wettelijk vastgelegde functie ten aanzien van lokale media. Dit is het faciliteren van een lokale omroep die voorziet in een lokaal toereikend media-aanbod (hierna LTMA).

De Mediawet (2008) stelt dat de Gemeenteraad elke vijf jaar een lokale omroep aanwijst die in het LTMA voorziet. Deze aanwijzing vond in Zoetermeer voor het laatst in 2023 plaats. Stichting Zoetermeer FM (hierna ZFM) heeft de aanwijzing ontvangen.

De gemeente heeft een bekostigingsplicht naar de lokale omroep. Hiermee kan de omroep voorzien in het LTMA. Hiervoor ontvangen gemeenten vanuit het Gemeentefonds een niet geoormerkte uitkering.

De huidige wetgeving definieert niet wat een LTMA is. Deze onduidelijkheid creëert zowel onzekerheid bij de lokale omroep als bij de gemeente. Het is belangrijk dat de gemeente duidelijk maakt wat een LTMA in de eigen gemeente is en welke bekostiging zij hier tegenoverstelt.

LTMA In Zoetermeer

De lokale omroep ontvangt in 2024 een bekostiging van afgerond € 1,48 per huishouden. Dit bedrag wordt jaarlijks geïndexeerd. Het richtsnoerbedrag voor 2024 bedraagt € 1,57.⁸ Dit is een bedrag per huishouden dat jaarlijks door de Vereniging Nederlandse Gemeenten wordt vastgesteld. In de praktijk is dit bedrag vaak ontoereikend.⁹

De raad heeft met motie 2307-01 in 2024 en 2025 een extra exploitatiebudget voor de lokale omroep van € 20.000 vastgesteld. Hiermee komt de afgeronde bijdrage per huishouden aan de lokale omroep neer op € 1,83.¹⁰ In totaal ontvangt de lokale omroep in 2024 een bekostiging van € 104.283.

Het college heeft in 2024 het LTMA voor Zoetermeer opnieuw vastgesteld. Het uitgangspunt hiervoor is de huidige bekostiging. In samenspraak met de huidige lokale publieke media-instelling, ZFM, is het LTMA als volgt vastgesteld.¹¹

Het LTMA in Zoetermeer heeft een laag ambitieniveau als uitgangspunt. Deze bestaat uit het wettelijk noodzakelijke:

8) Vereniging van Nederlandse gemeenten, *Lokale omroep: richtsnoerbedrag voor 2024* (2023). In 2025 bedraagt het richtsnoerbedrag € 1,62 per huishouden.

9) Raad voor het Openbaar Bestuur en Raad voor Cultuur, *Lokale Media: Niet Te Missen* (2020).

10) Zie ook Raadsmemo Afdoening motie 2307-01: Verhogen van de bekostigingsgelden voor de licentiehouder lokale omroep.

11) ZFM heeft een hoger ambitieniveau, maar kan deze vanuit de huidige bekostiging niet realiseren.

- *Het uitzenden van radio en voldoen aan de ICE-norm¹² ;*
- *TV en internet hebben een ondersteunende rol, maar worden niet actief ontwikkeld of ingevuld.*

Een belangrijke noot om hierbij te maken is dat dit LTMA het minimale en meest ambitievrije scenario is voor het functioneren van een lokale omroep. De omroep draait hiermee volledig op vrijwilligers. Er is geen budget voor professionele inhuur.

Het lokaal mediabeleid

Uit het participatietraject en het onderzoek blijkt dat het lokaal mediabeleid versterkt dient te worden. Er wordt ingezet op de volgende drie doelstellingen:

- *Behoud en versterking van een gevarieerd lokaal medialandschap.*
Op dit moment zijn er vijftien mediaorganisaties actief in Zoetermeer.
- *Het constructief samenwerken tussen gemeente én lokaal medialandschap.*
De gemeente onderhoudt een constructieve, geen competitieve, relatie met het lokale medialandschap. De gemeente ondersteunt en faciliteert waar mogelijk.
- *Het vergroten van de waardering voor het Zoetermeerse medialandschap.*
Via de Stadspeiling wordt inzichtelijk gemaakt wat de waardering voor het Zoetermeerse medialandschap is. Het nagestreefde rapportcijfer is een 7,5.

Met deze doelstellingen worden de volgende effecten nagestreefd:

- Een breed aanbod aan lokale nieuwsvoorzieningen, die gezamenlijk alle inwoners bereikt.
- Het vergroten van het bereik van het lokale nieuws.
- Het – indien mogelijk – faciliteren van lokale mediaorganisaties in hun wensen en behoeften.
- Het vergroten van de maatschappelijke betrokkenheid van lokale mediaorganisaties.

Het mediabeleid bestaat uit een tweetal onderdelen, het Medialoket en Programma Ondersteuning. Het lokaal mediabeleid is van toepassing op het volledige Zoetermeerse medialandschap. Dat betekent dat alle onderdelen zo breed mogelijk inzetbaar zijn, dus zowel voor niet-commerciële als voor private media die voldoen aan een aantal basisvoorwaarden.¹³

Medialoket

Het Medialoket is een vast contactpunt voor de uiteenlopende wensen, vragen en behoeften van mediaorganisaties. Dit medialoket wordt ondergebracht binnen de afdeling Vrije Tijd, zodat deze zonder belangenverstrengeling functioneert van interne communicatie en perswoordvoering.

Het medialoket heeft verschillende functies.

- **Loketfunctie:**
 - o Het Medialoket is een gemeentelijk contact- en informatiepunt voor mediaorganisaties;
 - o Het behandelt vragen, verzoeken en behoeftes vanuit de mediasector;
 - o Onderhoudt contacten met Zoetermeers journalistiek talent en stimuleert ambassadeurschap.
- **Procesbegeleiding:**
 - o Begeleidt het aanwijzingstraject van de lokale omroep;
 - o Begeleidt het programma Ondersteuning (indien financieel mogelijk);
- **Beleidsontwikkeling:**
 - o Monitort gebruik en waardering van lokale media via de Stadspeiling*;
 - o Volgt ontwikkelingen in het landelijke mediabeleid;
 - o Haakt lokale media aan bij interne beleidsuitdagingen indien mogelijk;
- **Stimuleren:**
 - o Heeft een rol als aanjager van provinciale en landelijke mogelijkheden op het gebied van media;

12) Dit is een norm die voorschrijft dat het lokale programma-aanbod voor ten minste vijftig procent van informatieve, culturele en educatieve aard moet zijn. Dit geldt voor zowel televisie- als radiokanalen.

13) Vereniging Nederlandse Gemeenten, *Wachten kan niet meer: handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid* (2020). Deze basisvoorwaarden worden als volgt geformuleerd: gericht op een breed publiek, fatsoenlijke arbeidsvoorwaarden, hanteren van de journalistieke code, het hebben van een redactiestatuut en eigen redactie.

- o Ondersteunt mediaorganisaties in fondsenwerving voor sociaal-maatschappelijke projecten.

**Monitoring Stadspeiling*

De Gemeente Zoetermeer en lokale media hebben beperkt inzicht in hoe inwoners de lokale media- en nieuwsvoorziening ervaren. Naast kwantitatieve gebruikersdata wordt op dit moment enkel gemonitord hoe de lokale omroep wordt ervaren.

Voorgesteld wordt om vanuit het Medialoket de Stadspeiling te gebruiken om inzicht te verkrijgen in hoe inwoners alle lokale media ervaren. Op basis hiervan kan het functioneren van het lokale mediaveld gemonitord worden. De vragen voor de Stadspeiling 2024 zijn opgesteld en de uitkomst hiervan wordt in het voorjaar van 2025 verwacht.

Programma Ondersteuning

Er zijn diverse mogelijkheden om het lokale medialandschap en de dienstverlening naar inwoners te borgen en te versterken.

- **Versterken LTMA:** De VNG heeft samen met de brancheorganisatie Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) een keurmerk¹⁴ uitgegeven. Dit is het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen. Dit is een LTMA waarin de lokale omroep volledig is uitgerust om na de beoogde Mediawetgeving deel te nemen aan de streekomroep. ZFM kan zonder verdere financiële ondersteuning niet aan dit keurmerk voldoen.
- **Ondersteuning in vaste lasten:** De lokaal georiënteerde niet-commerciële mediaorganisaties hebben moeite om de begroting rond te krijgen. Dit brengt de continuïteit in gevaar.
- **Ruimte voor onderzoeksjournalistiek:** Er is een gedeelde behoefte aan gedegen onderzoeksjournalistiek. Op dit moment is er onvoldoende capaciteit om diepgaande onderzoeksjournalistiek te verrichten.
- **Stimuleren samenwerking en fusie:** Meerdere lokaal georiënteerde mediaorganisaties hebben aangegeven interesse te hebben om op structurele basis samen te werken, of zelfs samen te gaan met een andere lokale mediaorganisatie.
- **Verhogen waardering:** Het uitzetten van (kleinschalige) interventies en projecten om de waardering voor lokale journalistiek bij inwoners te verhogen. Dit kan onder andere met een jaarlijkse prijs voor lokale journalistiek.

Een concrete uitwerking van dit programma is te vinden in: Bijlage 3. Programma Ondersteuning.

Financiën

De kosten voor lokale media worden op dit moment gefinancierd uit:

Programma 2: Communicatie € 150.000

Programma 4: Vrije Tijd € 85.000 (structureel), € 20.000 (incidenteel)

De tabel hieronder bevat een overzicht van de kosten per onderdeel van het lokale mediabeleid.

	Medialoket	Programma Ondersteuning
<i>Structurele financiering</i>		
Bekostiging lokale omroep	€ 85.968	X
Inkoop en communicatie Gemeentebblad*	€ 65.000	X
<i>Incidentele financiering 2024-2025</i>	€ 20.000	X
<i>Programma ondersteuning</i>		
Versterken LTMA	X	€ 65.000
Ondersteuning vaste lasten	X	€ 25.000
Ruimte voor onderzoeksjournalistiek	X	€ 30.000
Stimuleren samenwerking en fusie	X	€ 15.000
Verhogen waardering	X	€ 7.500
TOTAAL	€ 170.968	€ 142.500

Tabel 2. Overzicht financiën Lokaal Mediabeleid Zoetermeer.

¹⁴Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen, *Keurmerk Nederlandse Streekomroepen* (2024).

* De inkoop van de pagina 'Gemeentebblad' en de inkoop van advertentiecampaagnes in het Streekblad hebben in 2023 afgerond € 150.000 gekost.

In de huidige situatie is er een vast bedrag beschikbaar in Programma 4 Vrije Tijd voor de financiering van de lokale omroep. Dit is scenario 1. Er worden daarnaast drie andere scenario's voorgesteld, gebaseerd op dit mediabeleid:

Scenario 2

In scenario 2 zou de financiering voor de lokale omroep jaarlijks worden aangepast aan de uitkering van het Gemeentefonds. Dit is een bedrag gelijk aan het richtsnoerbedrag, vermenigvuldigd met het aantal huishoudens in dat kalenderjaar.

Scenario 3

In scenario 3 wordt scenario 2 uitgebreid met een Medialoket. Dit kan binnen de bestaande formatie, hierdoor is geen structureel budget nodig.

Scenario 4

In scenario 4 wordt scenario 3 uitgebreid met programma ondersteuning. Dat bedraagt jaarlijks € 142.500.

Op dit moment is binnen Programma 4: Vrije Tijd uitsluitend budget om scenario 1 uit te breiden met het Medialoket uit programma 3.

Verwachte wijziging Mediawet

Op 30 mei 2023 heeft toenmalig staatssecretaris Uslu voor Media en cultuur in een brief aan de Tweede Kamer de visie van het kabinet op de toekomst van de lokale publieke omroepen gepresenteerd. Deze visie wordt verwerkt in een nieuw wetsvoorstel. Met het Raadsmemo Plannen vernieuwing lokale omroep is de raad hierover geïnformeerd op 8 juni 2023, naar aanleiding van het aanwijzingsproces van de lokale omroep.

Op moment van schrijven zijn er nog geen nieuwe ontwikkelingen te melden. Het is onduidelijk hoe het nieuwe wetsvoorstel eruit gaat zien. Daarom is het nog te vroeg het lokaal mediabeleid in te richten op de nog in ontwikkeling zijnde herziening van de mediawet.

Evaluatie Mediabeleid

Dit mediabeleid vormt de basis voor de Gemeente Zoetermeer om het lokale medialandschap te ondersteunen en te versterken. Met de verwachte wijziging van de mediawet zal dit mediabeleid per 2026 gedateerd zijn. Daarom is het belangrijk om in 2026 dit beleid te evalueren. Deze evaluatie zal plaatsvinden op de volgende onderdelen.

1. Evaluatie effecten

Er moet bekeken worden of de doelen van dit beleid zijn gehaald.

- Kwalitatieve enquête mediaorganisaties: heeft dit mediabeleid daadwerkelijk een verschil gemaakt voor het Zoetermeerse medialandschap, gezien vanuit de organisaties?
- Analyse lokaal medialandschap: hoe ziet het Zoetermeerse medialandschap er ten tijde van de evaluatie uit en hoe heeft deze zich ontwikkeld ten opzichte van 2024.
- Evaluatie mediabeleid: welke acties zijn daadwerkelijk uitgevoerd én welke resultaten hebben deze voortgebracht?

2. Gebruik en waardering inwoners

De Stadspeiling wordt ingezet om te achterhalen hoe inwoners lokale media gebruiken en waarderen. Hiervoor wordt gekeken naar:

- Het percentage gebruikers van verschillende lokale media in Zoetermeer;
- De mate waarin lokaal media-aanbod wordt afgenomen;
- De mate waarin lokaal media-aanbod gewaardeerd wordt;
- Het type media-aanbod dat door inwoners gewenst is;
- De kwaliteit van het huidige media-aanbod;
- Welke onderdelen in het huidige lokale media-aanbod ontbreken.

Deze informatie geven gemeente en mediaorganisaties meer inzicht in het gebruik en de waardering van het lokaal media-aanbod. Door de jaarlijkse frequentie van de Stadspeiling worden trends inzichtelijk gemaakt.

3. Wetswijziging Mediawet

Verwacht wordt dat de wetswijziging Mediawet de rol van de gemeente naar het lokale medialandschap deels verandert. Dit kan aanleiding vormen om dit beleid te herzien. Het monitoren van ontwikkelingen in de nationale wetgeving wordt geborgd binnen het medialoket.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van de raad op 16 december 2024

*de griffier,
drs. R. Blokland MCM*

*de voorzitter,
drs. M.J. Bezuijen*

Bijlage 1. Interviewvragen

De volgende interviewthema's en vragen zijn gebruikt tijdens de eerste participatieronde van het Mediabeleid.

1. *Algemene vragen*
 - 1.1 Kunt u zichzelf en uw mediaorganisatie kort introduceren?
 - 1.2 Wat zijn de belangrijkste soorten content of programma's die u produceert?
 - 1.3 Hoe ziet u de rol van uw mediaorganisatie binnen de lokale gemeenschap?
2. *Doelstellingen*
 - 2.1 welke specifieke doelgroepen probeert uw mediaorganisatie te bereiken?
 - 2.2 Wat is uw bereik onder deze doelgroepen?
3. *Diversiteit en inclusie*
 - 3.1 Hoe streeft uw mediaorganisatie naar diversiteit en inclusie in uw content en werkomgeving?
 - 3.2 Op welke manieren zorgt u ervoor dat diverse stemmen en perspectieven worden vertegenwoordigd?
4. *Lokale impact*
 - 4.1 Hoe draagt uw mediaorganisatie bij aan het informeren en betrekken van de lokale gemeenschap?
 - 4.2 Kunt u voorbeelden geven van projecten of berichtgeving die een positieve impact hebben gehad op de stad?
5. *Innovatie en technologie*
 - 5.1 Hoe heeft uw mediaorganisatie zich aangepast aan veranderingen in technologie en mediavormen?
 - 5.2 Welke innovatieve benaderingen heeft u gebruikt om uw publiek te bereiken?
 - 5.3 Wat heeft u verder nodig om hier te komen?
6. *Samenwerking en partnerschappen*
 - 6.1 Heeft uw mediaorganisatie samengewerkt met andere lokale partners, culture instellingen of maatschappelijke organisaties? Zo ja, op welke manier?
 - 6.2 Ziet u mogelijkheden voor verdere samenwerking met de gemeente of andere stakeholders op het gebied van mediabeleid?
7. *Maatschappelijke betrokkenheid*
 - 7.1 Heeft uw mediaorganisatie projecten uitgevoerd die gericht zijn op maatschappelijke betrokkenheid of gemeenschapsdienst?
 - 7.2 Op welke manier probeert uw mediaorganisatie een verschil te maken in belangrijke maatschappelijke kwesties?
8. *Toekomstvisie*
 - 8.1 Hoe ziet u de toekomst van uw mediaorganisatie in relatie tot de ontwikkeling van het lokale mediabeleid?
 - 8.2 Welke uitdagingen en kansen voorziet u in de komende jaren?
 - 8.3.1 Heeft u behoefte aan een eigen vergaderruimte/locatie, waar u kunt werken, en gasten kunt ontvangen?
 - 8.3.2 Zo ja, waar moet deze ruimte, locatie aan voldoen, en hoeveel mag deze locatie kosten?
 - 8.4 Wat is uw eigen toekomstvisie ten opzichte van het landelijke mediabeleid?
 - 8.5 In hoeverre bent u op de hoogte en bent u al betrokken?
9. *Feedback & suggesties*
 - 9.1 Heeft u specifieke feedback, suggesties of ideeën met betrekking tot het op te stellen mediabeleid van de stad?
 - 9.2 Zijn er gebieden waarop u denkt dat de gemeente meer ondersteuning kan bieden aan mediapartners?

Bijlage 2. Het Zoetermeerse Medialandschap

De aanbieders

Het Zoetermeerse Medialandschap bestaat uit verschillende soorten lokale, regionale en landelijke media. Deze variëren van een lokale omroep en streekblad tot X-kanalen en nieuws-aggregaten. Deze lijst is samengesteld door het uitvoeren van een quick-scan, verzamelen van huidige gemeentelijke perscontacten, een oproep in het Gemeentebled en een uitvraag bij de verschillende al bekende media-organisaties. Dit heeft een lijst van vijftien mediaplatformen opgeleverd. Een overzicht hiervan is te zien in onderstaande Tabel 1.

Titel	Lokaal/regionaal	Insteek	Publicatievorm	Type media
112 Zoetermeer	Lokaal	Commercieel	Website, sociale media	112-nieuws
Focus op Zoetermeer*	Lokaal	Non-profit	Website, sociale media	Videointerviews
Streekblad Zoetermeer*	Lokaal	Commercieel	Krant (huis-aan-huis), website, sociale media	Nieuws en reportages
Zoetermeer Actief*	Lokaal	Non-profit	Website, sociale media	Nieuws en reportages
ZFM Zoetermeer*	Lokaal	Non-profit	Radio, TV, website, sociale media	Nieuws, reportages en vermaak
Zoetermeer.Nu	Lokaal	Commercieel	Website	Nieuwsaggregaat
Omroep West*	Lokaal (regionaal platform)	Non-profit	Radio, TV, website, sociale media	Nieuws en reportages
Zoetermeers Dagblad*	Lokaal (regionaal platform)	Commercieel	Website, sociale media, e-paper	Nieuws en reportages
AD*	Lokaal (landelijk platform)	Commercieel	Krant, website, sociale media	Nieuws en reportages
Drimble	Lokaal (landelijk platform)	Commercieel	Website	Nieuwsaggregaat
In de Buurt Zoetermeer*	Lokaal (landelijk platform)	Commercieel	Website, sociale media	(Positief) nieuws en reportages
Zoetermeer.Nieuws.nl	Lokaal (landelijk platform)	Commercieel	Website	Nieuwsaggregaat
District 8	Regionaal	Commercieel	Website, sociale media	112-nieuws
Regio 15*	Regionaal	Commercieel	Website, sociale media	112-nieuws
Telegraaf	Landelijk	Commercieel	Krant, website, sociale media	Nieuws en reportages

Tabel 1. Overzicht actieve media in Zoetermeer.

*Deze organisaties hebben deelgenomen aan het participatietraject.

Hierna volgt een beknopte toelichting op de verschillende thema's uit de sterkte- en zwakte analyse van het lokaal medialandschap uit het Lokaal Mediabeleid.

Het aanbod

Van de vijftien genoemde media in tabel 1 zijn er maar zes organisaties die een professioneel journalistiek nieuws- en reportageaanbod aanbieden. Dit zijn Streekblad Zoetermeer, Omroep West, Zoetermeers Dagblad, AD, In de Buurt Zoetermeer en de Telegraaf. Met uitzondering van het Streekblad Zoetermeer en In de Buurt Zoetermeer, zijn dit geen primair lokaal georiënteerde mediaorganisaties, maar redacties met één of meer (parttime) medewerkers die zich (deels) op Zoetermeer oriënteren.

Uit het participatietraject is gebleken dat de beschikbare capaciteit voor de nieuwsvoorziening van en over Zoetermeer sterk beperkt is. Bezuinigingen hebben ervoor gezorgd dat minder redacteurs hun werk in grotere gebieden moeten uitvoeren. Dit heeft een vershraling van de mediavoorziening als gevolg. Hieruit volgt dat inwoners van Zoetermeer vooral in de breedte geïnformeerd worden over actualiteiten en grote ontwikkelingen in de stad, maar dat de diepgang hierin onvoldoende aanwezig is. Belangrijke, soms kleinschalige, wijkgerichte items en ontwikkelingen blijven daardoor vaak onbelicht. Het onvoldoende kunnen aanbieden van toonaangevende reportages, draagt bij aan het afnemen van de animo voor het media-aanbod.

Bereik en representatie

Landelijk is de trend dat het tekortschietende bereik van lokale en regionale media de burger minder snel in aanraking brengt met journalistiek dan voorheen.¹ Dit vindt met mate plaats onder Nederlanders met een niet-Westerse achtergrond en onder jongeren. De informatievoorziening onder deze doelgroepen vindt op niet-traditionele wijze plaats, vaak via app-groepen en 'eigen' etnische-media.²

In Zoetermeer weten de mediaorganisaties hun doelgroep duidelijk te benoemen, al dan niet in zeer brede termen als 'alle inwoners'. In praktijk blijkt dit voornamelijk de autochtone Zoetermeerder van volwassen leeftijd te zijn. Jongeren en Nederlanders met een niet-Westerse achtergrond worden ook in Zoetermeer in geringe mate tot niet bereikt. Dit wordt onderschreven door de Stadspeiling, waaruit blijkt dat 45% van de respondenten van 18 tot en met 29 jaar geen gebruik maakt van media om op de hoogte te blijven van lokale ontwikkelingen.³

Uit de participatie blijkt dat het personeel en de vrijwilligers die actief zijn, voornamelijk bestaat uit mannen zonder migratieachtergrond van middelbare leeftijd. Ondanks dat de media instellingen proberen iedere inwoner van Zoetermeer te bereiken en te representeren, bestaat het risico dat door deze samenstelling de representatie van verschillende groepen in de stad wordt beperkt.⁴

Continuïteit

De lokaal georiënteerde non-commerciële mediaorganisaties voorzien problemen in de continuïteit van hun organisatie. De inkomsten wegen niet op tegen de onkosten. Dit vraagt veel van betrokken initiatiefnemers en enthousiaste vrijwilligers. Er wordt zelf geïnvesteerd óf allerlei nevenactiviteiten uitgevoerd om de organisatie draaiende te houden.

Op dit moment worden twee mediaorganisaties financieel gesteund door de Gemeente Zoetermeer. Dit zijn de lokale omroep, vanuit de wettelijke bekostigingsplicht, en het Streekblad Zoetermeer vanuit de afname van de gemeentepagina's en het plaatsen van advertenties. Zonder deze financiële steun en investeringen kunnen deze organisaties niet zelfstandig bestaan.

Impact en gebruik van sociale media

Een belangrijke oorzaak in de afname van het gebruik van traditionele media, is de toename in het gebruik van sociale media. Deze internationale platformen bieden iedereen een kans informatie uit te wisselen. In de praktijk blijkt dat – vanwege een beperkte tekstruimte of focus op afbeeldingen – het in de berichtgeving op de social media platformen – en met name in de reacties – aan diepgang en nuance ontbreekt. Tegelijkertijd biedt juist gebruik van sociale media ook weer kansen op aanvullende inkomsten, afhankelijk van gepubliceerde content.

Vrijwel alle lokale media maken gebruik van een website en sociale media. Vaak worden deze platformen gebruikt om berichten door te zetten en een groter bereik te verkrijgen. De algoritmen van de sociale media bepalen veelal wie wat te zien krijgt, zodat het aanbieden van traditioneel nieuws op deze platformen niet hetzelfde effect heeft als een plaatsing op de eigen website en/of uitgave.

Opgemerkt wordt dat meer 'sensationele' content, als nieuws over woningbouw en migratie, meer interactie oplevert én daarmee door meer mensen gezien wordt. Dit overstemt daarmee berichtgeving op andere thema's en is daarmee sterk sturend voor het aanbod van de nieuwsvoorziening op lokale media. Het inzetten op dit soort content is echter ook een middel om meer publiek naar je pagina en meer inhoudelijke content te leiden.

Maatschappelijke betrokkenheid

Alle mediaorganisaties geven aan maatschappelijk betrokken te zijn. Hier wordt op verschillende wijze invulling aan gegeven. Enerzijds is het aanbieden van een actuele nieuwsvoorziening al een maatschappelijke dienst, maar ook initiatieven als vraag en aanbod-rubrieken worden genoemd.

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen commerciële en non-commerciële mediaorganisaties. Laatstgenoemde groep onderscheidt zich door het initiëren van allerlei initiatieven en samenwerkingen buitenom het aanbieden van het traditionele nieuwsaanbod. Voorbeelden hiervan zijn inzamelingsacties voor het goede doel én het produceren van videoreeksen rondom de feestdagen. Deze organisaties geven aan graag meer van dit soort initiatieven te willen ontplooiën, maar hiervoor niet de capaciteit en financiën te hebben.

1) Raad voor het Openbaar Bestuur en Raad voor Cultuur, *Lokale Media: Niet Te Missen* (2020).

2) Raad voor het Openbaar Bestuur en Raad voor Cultuur, *Lokale Media: Niet Te Missen* (2020), p4.

3) Stadspeiling Zoetermeer 2023.

4) Boutachekourt, K., Schuurmans, A., Jap-Sam, M., & Rubio, S., *Diversiteit in de Journalistiek* (2021)

Relatie met Gemeente

Door alle partijen wordt sterk benadrukt dat zij onafhankelijk opereren. Journalistieke vrijheid is hierin een sterk – en ook wettelijk gewaarborgd – goed. Wel hebben de verschillende partijen aangegeven verschillende behoeften te hebben, die in de huidige relatiestructuur met de gemeente geen plek hebben.

Er zijn ook opmerkingen gegeven op het gebied van communicatie en perswoordvoering. Het gemeentelijk communicatiebeleid valt echter niet binnen de reikwijdte van dit mediabeleid. Deze opmerkingen zijn besproken met de afdeling Communicatie.

Behoeften

Er is sprake van een behoefte aan meer actieve ondersteuning van het lokaal medialandschap. Dit varieert van het hebben van een vast aanspreekpunt tot financiële ondersteuning. Ook is er de wens om gemakkelijker gefaciliteerd te worden in specifieke behoeften. Deze specifieke behoeften lopen sterk uiteen en variëren per nieuwsvoorziening.

Bijlage 3. Programma Ondersteuning

In deze bijlage worden de voorstellen uit het Programma Ondersteuning uitgewerkt. De verschillende onderdelen zijn voorzien van een kostenindicatie, waarmee volledig uitvoering gegeven kan worden aan dit programmaonderdeel.

Versterken LTMA

De VNG heeft samen met de brancheorganisatie Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) een keurmerk¹ uitgegeven: het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen. Dit is een keurmerk voor een LTMA waarin de lokale omroep volledig is uitgerust om deel te nemen aan de streekomroep na de beoogde Mediawetherziening. Zoetermeer FM is hard op weg dit keurmerk te behalen, maar kan op drie onderdelen nog niet volledig voldoen. Dit betreft:

- Redactiebezetting
- Professionalisering bedrijfsvoering
- Financiële continuïteit

De volgende voorstellen ondersteunen de lokale omroep in het behalen van het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen:

*Redactiebezetting lokale omroep*²

Het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen vereist dat er elke werkdag minimaal vijf keer nieuws en andere informatie uit de eigen leefomgeving wordt aangeboden op radio, televisie, website en sociale mediakanalen. Er is minimaal 2FTE aan professionele medewerkers benodigd. Op dit moment draait Zoetermeer FM volledig op de inzet van vrijwilligers. Het is hierdoor niet mogelijk om buitenom de nieuwsvoorziening op de radio ook in content op andere platformen te voorzien. Dit vereist een vaste redactiebezetting.

Om tot een volledige weekdekking te komen is hierin een nauwere samenwerking met Omroep West mogelijk. Op het moment dat Zoetermeer FM een professionele journalist inzet, kan deze nauw samenwerken met de in Zoetermeer actieve journalist van Omroep West. Uit deze samenwerkingsconstructie volgt dat de journalist van Omroep West artikelen kan plaatsen voor Zoetermeer FM en dat meer nieuws vanuit Zoetermeer in de regio wordt geplaatst.

Door Zoetermeer FM te faciliteren in 1fte aan professionele journalistieke inzet, kan deze door Omroep West in bovenstaande constructie versterkt worden. Hiermee wordt aan het streekomroep keurmerk voldaan.

Kostenindicatie: € 45.000 per jaar

Professionalisering bedrijfsvoering lokale omroep

Het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen vereist een professionele en gestructureerde bedrijfsvoering van de lokale omroep. Door het inzetten van een ondersteunende medewerker kunnen uiteenlopende taken uitbesteed worden aan één persoon en kunnen vrijwilligers zich focussen op hun primaire taken. Dit maakt het vrijwilligerswerk aantrekkelijker. Hiermee wordt de professionaliteit van de lokale omroep versterkt en wordt de continuïteit beter gewaarborgd.

Kostenindicatie: € 20.000 per jaar

Financiële continuïteit

Met een vaste redactiebezetting en professionele bedrijfsvoering is de lokale omroep beter in staat haar functie uit te oefenen. Dit kan leiden tot een groter publieksbereik. Hiermee is de omroep interessanter voor adverteerders. Zo draagt de verbetering van de redactiebezetting en de professionaliteit van de lokale omroep bij aan de verbetering van de financiële continuïteit.

Ondersteuning in vaste lasten

Lokaal georiënteerde mediaorganisaties geven in de participatie aan dat hun initiatieven op dit moment onvoldoende kostendekkend zijn. Dit brengt de continuïteit van verschillende lokale mediavoorzieningen in het geding. Ondersteuning kan plaatsvinden met een subsidieregeling om mediaorganisaties financieel te ondersteunen om hun vaste lasten (gedeeltelijk) te dekken. Denk hierbij aan huisvestings- en IT-kosten. Door in de vaste onkosten van mediaorganisaties te voorzien kunnen zij zich primair focussen

1) Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen, *Keurmerk Nederlandse Streekomroepen* (2024).

2) Aan aanvullende subsidieverstrekking aan een lokale omroep kunnen bepaalde voorwaarden worden verbonden, zoals frequenties en thema's van verslaglegging. Belangrijk kanttekening is dat er geen inhoudelijke voorwaarden gesteld kunnen worden.

op hun dienstverlening als media- en journalistiek platform. Dit verbetert de financiële continuïteit en de verslaglegging van de mediaorganisaties.

Kostenindicatie: € 25.000 per jaar

Ruimte voor onderzoeksjournalistiek

Uit de participatie is gebleken dat er onvoldoende journalistieke capaciteit in het Zoetermeerse mediaveld is om diepgaande onderzoeksjournalistiek te verrichten. Door het gebrek aan capaciteit – ingegeven door bezuinigingen en continuïteitsproblemen – zijn mediaorganisaties vaak onvoldoende in staat om verslag te doen van Raadsvergaderingen en over langere perioden heen diep in dossiers te duiken.

Om aan deze behoeften te voldoen en de Zoetermeerse inwoners van meer en gedegen journalistieke verslaglegging te voorzien, zijn de volgende initiatieven mogelijk:

Lokaal Mediafonds (productiesubsidie)

Met een lokaal mediafonds – een onafhankelijke stichting – kunnen journalistieke producties gefinancierd worden, zowel van mediaorganisaties zonder winstoogmerk als commerciële mediaorganisaties en zelfstandige journalisten. De Provincie Zuid-Holland heeft op dit moment een matchingsregeling om inzet vanuit een gemeente in een lokaal mediafonds te verdubbelen.

Een alternatief voor het Mediafonds is het opzetten van een productiesubsidie. De subsidie kan worden aangevraagd door journalisten of mediaorganisaties om journalistieke producties te ontwikkelen. Binnen de subsidieregeling kan worden vastgelegd welke thema's deze producties moeten behandelen, zodat er kan worden ingezet op onderwerpen die voor de gemeente belangrijk zijn of op dat moment onvoldoende belicht zijn in de media. Belangrijk is dat de subsidieregeling geen afweging en/of verantwoording op inhoud toestaat. Zo heeft de gemeente geen inhoudelijke invloed en blijft journalistieke onafhankelijkheid gewaarborgd.

Kostenindicatie: € 25.000 per jaar

Professionalisering medialandschap

Er wordt een budget beschikbaar gesteld om het lokale medialandschap te ondersteunen in verdere professionalisering. De gemeente ondersteunt hiermee initiatieven die gericht zijn op de professionalisering van lokale media, waaronder trainingen voor (vrijwillige) journalisten en medewerkers van lokale mediaorganisaties. Dit versterkt de kwaliteit van lokale berichtgeving.

Kostenindicatie: € 5.000 per jaar

Stimuleren samenwerking en fusie

Diverse lokale mediaorganisaties hebben aangegeven interesse te hebben om op structurele basis samen te werken met een andere lokale mediaorganisatie. Een financiële impuls is nodig om deze samenwerking te laten slagen. Omdat deze organisaties onvoldoende eigen inkomsten genereren, is het niet mogelijk om binnen eigen middelen budget te reserveren voor samenwerkingsprojecten. Samenwerkingen bieden wel kansen om een grotere doelgroep te bereiken en daar vanuit meer advertentie-inkomsten te genereren. Met dit voorstel wordt een budget gereserveerd om incidentele samenwerkingen te ondersteunen. Hiermee ontstaat een beter geborgd lokaal medialandschap.

Kostenindicatie: Tot € 15.000 op incidentele basis

Verhogen waardering

Het is belangrijk dat het Zoetermeerse medialandschap de inwoners van Zoetermeer in breedste zin vertegenwoordigd. Ook is het belangrijk dat zij tevreden zijn met de lokale mediaorganisaties en genomen initiatieven. Voorgesteld wordt om een jaarlijkse prijs voor beste lokale journalistiek in het leven te roepen. Deze prijs wordt vanuit het medialoket georganiseerd en is ingericht als informeel contactmoment tussen bestuur, inwoner en het lokale medialandschap. Hiermee waarderen we de lokale journalistiek.

Kostenindicatie: € 7.500 per jaar

Financiën

De totale kosten van dit Programma ondersteuning bedragen structureel € 142.500. De verschillende programmaonderdelen zijn zodanig opgezet dat deze los van elkaar uitgevoerd kunnen worden.

Programma ondersteuning	Kosten
--------------------------------	---------------

Versterken LTMA	€ 65.000
Ondersteuning vaste lasten	€ 25.000
Ruimte voor onderzoeksjournalistiek	€ 30.000
Stimuleren samenwerking en fusie	€ 15.000
Verhogen waardering	€ 7.500
TOTAAL	€ 142.500