

SCHRIFTELIJKE VRAGEN

Schriftelijke vragen over voorbereiding streekomroepvorming en lokale mediabestedingen

Met de komende wijziging van de Mediawet verandert het lokale publieke medialandschap fundamenteel: van honderden lokale omroepen naar 80 streken met Streekomroepen. Ook verandert de rol van gemeenten en de gemeenteraad bij de aanwijzing en ondersteuning van deze omroepen.

Tegelijkertijd is het lokale medialandschap breder dan alleen de publieke omroep: inwoners krijgen informatie via huis-aan-huisbladen, websites, sociale media, digitale platforms en wijkmedia. Het WRR-rapport [Aandacht voor media](#) benadrukt dat traditionele scheidslijnen tussen publiek/privaat en RTV/print niet langer toereikend zijn.

Gemeenten zouden moeten kijken naar het gehele informatie-ecosysteem en de bijdrage daarvan aan democratische functies. De raad heeft op dit moment geen grip op wat Hilversum uitgeeft aan lokale informatievoorziening, en er ligt ook nog geen Hilversumse of Gooise visie op de toekomstige inrichting van ons lokale/regionale medialandschap.

Met deze vragen wil ik dit inzicht creëren en tijdig het gesprek voeren over de positie van Hilversum binnen het regionale medialandschap. Zodat we de systeemverandering van de streekomroepvorming aan kunnen gaan in het licht van de bredere ontwikkeling die nodig is.

Ultrakort: waarom deze vragen

Kernpunten

- De nieuwe Mediawet verandert onze rol als raad: minder formele invloed, minder criteria waarover we mogen adviseren, ook daardoor meer noodzaak tot visie (nog even los van onze schatplichtigheid als ‘de Mediastad’)
- We weten nu niet hoe Hilversum zich voorbereidt, welke scenario’s spelen en hoe/of de regio samenwerkt.
- Het gaat niet meer om de klassieke scheidslijn RTV vs. print; het gaat om content en democratische functies.
- Hilversum geeft waarschijnlijk grote bedragen uit aan gemeentepagina’s en digitale communicatie bij commerciële partijen, zonder dat dit wordt gezien als investeringen in het lokale medialandschap en er ook niet met dat bewustzijn keuzes worden gemaakt.

Waarom dit belangrijk is

- Het WRR zegt: ondersteun lokale informatievoorziening waar die publieke waarde levert, ongeacht de organisatievorm.
- Dus: we moeten inzicht hebben in al onze mediabestedingen en heroverwegen waarmee we wát ondersteunen.

SCHRIFTELIJKE VRAGEN, CONFORM ART. 42

Informatiepositie van de raad

1. Is de raad eerder per RIB of op andere wijze geïnformeerd over de nieuwe Mediawet, de vorming van streekomroepen en de veranderende rol van de gemeenteraad?
 - a. Zo ja, waar is deze informatie precies te vinden?
 - b. Zo nee, is het college bereid de raad hierover tijdig en volledig te informeren?

Vorbereiding op de nieuwe Mediawet

2. Welke stappen heeft het college tot nu toe gezet om Hilversum voor te bereiden op de inwerkingtreding van de nieuwe Mediawet en de vorming van streekomroepen?
3. Welke scenario's hanteert het college voor het geval zich meerdere gegadigden melden voor de zendmachtiging voor de streek Gooi en Vechtstreek?

Aankomende BVS

4. Op 19 november vindt een BVS plaats met als titel "NH-Gooi".
 - a. Gaat deze bijeenkomst over streekomroepvorming in algemene zin, of specifiek over de positie en ambities van NH-Gooi?
 - b. Heeft deze BVS enige status of voorbereidend karakter in relatie tot de toekomstige aanwijspprocedure? Zo ja, welke?

Regionale samenwerking bij advisering

5. Is het college voornemens om binnen de regio Gooi en Vechtstreek te komen tot één gezamenlijk advies richting het Commissariaat voor de Media, wanneer de aanwijspprocedure wordt opengesteld?
6. Welke argumenten gebruikt het college bij de afweging tussen regionale advisering en een zelfstandig Hilversums advies?
7. Welke risico's ziet het college wanneer Hilversum zelfstandig adviseert, bijvoorbeeld voor de impact van het advies op het Commissariaat?

Rol van de raad onder het nieuwe wettelijke regime

8. Hoe ziet het college de toekomstige rol van de gemeenteraad bij:
 - a. het advies bij aanwijzing van de streekomroep;
 - b. tussentijdse monitoring en informatievoorziening;
 - c. de evaluatie aan het einde van de aanwijzingsperiode?
9. Welke waarborgen ziet het college om de gemeenteraad, inwoners en andere belanghebbenden ook na de wetswijziging goed te blijven informeren en betrekken?

Financiële inzet richting streekomroep

10. Is het college voornemens om aanvullende middelen beschikbaar te stellen aan de toekomstige streekomroep voor Gooi en Vechtstreek?
11. Zo ja, welke van de drie toegestane financieringsroutes onder de nieuwe Mediawet overweegt het college, en waarom?
12. Kan het college per variant aangeven welke passend zou zijn voor Hilversum en de regio?

Adviezen WRR-rapport

13. Kent het college het WRR-rapport *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies* (rapport 111)?
 - a. Zo ja, hoe beoordeelt het college dit rapport, in het bijzonder de aanbeveling om lokale en regionale journalistiek te versterken? En op welke wijze betreft het college deze aanbevelingen bij de voorbereiding op de nieuwe Mediawet en het mogelijk hervormen van ons lokale/regionale mediabeleid?
 - b. Zo nee, is het college bereid om kennis te nemen van dit rapport en de aanbevelingen, zodat dit meegenomen kan worden bij het ontwikkelen van lokaal en regionaal mediabeleid?

Overzicht mediabestedingen gemeente Hilversum

14. Kan het college een volledig overzicht geven van alle huidige uitgaven van de gemeente voor lokale media, lokale informatievoorziening en lokale journalistiek?
15. Kan het college dit overzicht uitsplitsen naar:
 - a. subsidie of financiering aan lokale media, waaronder de huidige lokale omroep;
 - b. kosten voor gemeentepagina's of betaalde ruimte in huis-aan-huisbladen (zowel structureel als incidenteel, per jaar);
 - c. betaalde ruimte op digitale platforms, apps of andere online kanalen;
 - d. structurele ondersteuning van wijkkranten, buurtplatformen of vergelijkbare initiatieven?
16. Kan het college per categorie aangeven onder welke taak of begrotingspost deze uitgaven vallen (communicatie college, communicatie raad, informatievoorziening, projectcommunicatie of mediabeleid)?

17. Kan het college dit overzicht geven voor de afgelopen zes begrotingsjaren, zodat trends zichtbaar worden?

Bijlage – Position paper met beschrijving van de aanleiding voor deze vragen

Doel

Een toekomstbestendig lokaal medialandschap in Hilversum

Probleemstelling

Het lokale medialandschap verandert de komende jaren. De nieuwe Mediawet verkleint de formele rol van gemeenten bij de aanwijzing van streekomroepen, terwijl de lokale informatievoorziening juist complexer wordt. En de levensvatbaarheid van lokale journalistiek steeds meer onder druk staat. De ‘publieke portemonnee’ van Hilversum ondersteunt nu verschillende kanalen, zoals de lokale publieke omroep (straks: streekomroep, mogelijk niet dezelfde organisatie als nu), huis-aan-huisbladen, digitale platforms. Maar dan zonder integrale visie op de democratische/journalistieke functies die ze (allen op hun eigen manier) vervullen.

Ontwikkelingen

- Het WRR constateert dat de scheidslijn RTV/print achterhaald is: alle media produceren content, publiceren online en concurreren om dezelfde aandacht.
- Gemeenten investeren substantiële middelen in commerciële platforms (zoals huis-aan-huisbladen), zonder visie en publieke waarborgen.
- Lokale journalistiek staat onder druk terwijl betrouwbare informatie cruciaal is voor democratische controle.

Analyse

Het beeld tot nu toe is dat de gemeente een deel van het lokale mediasysteem financiert, maar ik kan niet achterhalen of dit vanuit een visie en/of lokaal mediabeleid gebeurt. Financiering komt waarschijnlijk vanuit communicatie, participatie of projectbudgetten. Dit brengt het risico met zich mee op 1) versnippering, 2) een gebrek aan strategische sturing en 3) geen of onvoldoende zicht op de balans tussen publieke en private actoren.

Als gemeente moeten we ons realiseren dat:

- Wij een van de belangrijkste dragers (financiers) van **het lokale mediasysteem** zijn,
- Elke euro die wij uitgeven aan **één speler** het hele systeem beïnvloedt,
- Het inzetten van publieke middelen **niet neutraal** is,
- We onze keuzes moeten willen maken op basis van **publieke toegevoegde waarde**, niet historische gewoonte.
- Plus: als we nationaal claimen dat wij “de Mediastad van Nederland” zijn, dan moet je ook lokaal handelen vanuit de overtuiging dat media ertoe doen.

Opgave voor Hilversum

1. **Inzicht:** volledige inventarisatie van alle uitgaven aan lokale informatievoorziening.
2. **Visie:** bepalen welke democratische functies Hilversum wil borgen (informeren, controleren, forumfunctie).
3. **Neutraal financieringsmodel:** niet redeneren in oud denken over RTV of print, of Omroepen en Uitgevers, maar in *bijdrage aan publieke waarde*.
4. **Regionale afstemming:** samenwerken om een sterk, pluriform en onafhankelijk medialandschap te realiseren.

Publieke doelstelling

Een toekomstbestendige, democratisch (en dus ook journalistiek) verantwoorde lokale informatie-infrastructuur waar inwoners op kunnen vertrouwen.

Haitske van de Linde
VVD Hilversum