

Technische vragen voor de Raadscommissie 4 van 25 mei 2022

Vragen van : Democraten Hilversum
aan wethouder : G. Kuipers
over : Stichting mediafonds

Waarom is niet € 500K maar € 376 genoemd als totaal beschikbaar geormerkt bedrag? Vergelijk: bij Raadsbesluit van 22 maart 2016 is een bestemmingsreserve van € 500.000 ingesteld voor een regionaal mediacentrum als uitvloeisel vd minnelijke schikking met Ziggo en de ontvangen afkoopsom van € 3.848.275.

In M18-109 wordt verwezen naar de Provincie Noord-Holland. Wat is de uitkomst van het onderzoek door de Provincie Noord-Holland naar mogelijke bijdragen aan het versterken van de regionale journalistiek?

In M18-109 wordt verwezen naar andere gemeenten waar wordt geëxperimenteerd met het opzetten van lokale/regionale mediafondsen. Waar in de startnotitie wel wordt verwezen naar regionale en lokale fondsen en regelingen, bijvoorbeeld in Amstelveen, Arnhem, Delft, Den Haag, Haarlem, Leiden, Tilburg en Weert ontbreekt een echte benchmark. Waarom?

Er is veel aandacht voor het gebrek aan belangstelling bij jongeren voor lokaal nieuws. Maar is dit echt iets nieuws? Welke data onderbouwen dat jongeren vroeger meer belangstelling voor lokale media hadden?

Wat is de meerwaarde van het bijgevoegde niet representatieve onderzoek met leerlingen uit vijf havo-4 klassen van één school die niet goed 'in hun energie' zaten?

(Jongeren) "Ze zijn geïnteresseerd in snelheid en korte items -een spanningsboog van 30 seconden."

Waarom is het zinvol op zo'n 'spanningsboog' lokaal media-beleid af te stemmen?

Wordt de concrete tip van een scholier "Als je ons wilt bereiken via gekochte advertorials op de socials, neem dan eentje die je niet kunt wegklikken, maar doe een ad die je door moet kijken." als bruikbaar gezien?

Wat is bedoelt met een 'stabiel merk' in de zin: "Om jongeren te bereiken zouden de nieuwsuitingen kunnen worden gekoppeld aan een stabiel merk dat goed aansluit op zowel de beoogde doelgroep als op bestaande doelgroepen en de netwerken waarvan geïnteresseerde jongeren deel uitmaken? [VERSLAG projectdag jongeren en Lokale media & journalistiek, 7 juli 2021, A. Roland Holst College, Jonkerweg 31 Hilversum René Pauw, gemeente Hilversum, p. 19]

Democraten Hilversum

Edwin Göbbels

Waarom is niet € 500K maar € 376 genoemd als totaal beschikbaar geoormerkt bedrag? Vergelijk: bij Raadsbesluit van 22 maart 2016 is een bestemmingsreserve van € 500.000 ingesteld voor een regionaal mediacentrum als uitvloeisel vd minnelijke schikking met Ziggo en de ontvangen afkoopsom van € 3.848.275.

Aan de reserve is in 2016 een bedrag onttrokken van €124K ten behoeve van de lokale omroep.

In M18-109 wordt verwezen naar de Provincie Noord-Holland. Wat is de uitkomst van het onderzoek door de Provincie Noord-Holland naar mogelijke bijdragen aan het versterken van de regionale journalistiek?

Van het onderzoek hebben wij, afgezien van verslagen van gespreksronden over dit onderwerp, geen uitkomsten kunnen vinden.

In M18-109 wordt verwezen naar andere gemeenten waar wordt geëxperimenteerd met het opzetten van lokale/regionale mediafondsen. Waar in de startnotitie wel wordt verwezen naar regionale en lokale fondsen en regelingen, bijvoorbeeld in Amstelveen, Arnhem, Delft, Den Haag, Haarlem, Leiden, Tilburg en Weert ontbreekt een echte benchmark. Waarom?

De bestaande fondsen verschillen niet alleen onderling, de intentie is ook anders dan de onze. De fondsen leveren daarom geen bruikbare benchmarks op.

Er is veel aandacht voor het gebrek aan belangstelling bij jongeren voor lokaal nieuws. Maar is dit echt iets nieuws? Welke data onderbouwen dat jongeren vroeger meer belangstelling voor lokale media hadden?

Uit alle onderzoeken blijkt dat jongeren sociale media massaal gebruiken. Uit bijv. het Digital News Report Nederland 2020 blijkt dat ze ook nieuws voornamelijk tot zich nemen via sociale media. Sociale media bieden berichten aan op basis van algoritmen. Deze algoritmen bouwen voort op gemeten interesses. Is er geen interesse in lokaal nieuws, dan verschijnt lokaal nieuws dus ook niet in beeld / in de feed. Dat werkte vroeger anders; toen speelden deze algoritmen geen rol.

Wat is de meerwaarde van het bijgevoegde niet representatieve onderzoek met leerlingen uit vijf havo-4 klassen van één school die niet goed 'in hun energie' zaten?

De meerwaarde is groot omdat het kwalitatief inzicht biedt in de manier waarop ze nieuws ervaren. De meerwaarde staat in het 'Verslag projectdag jongeren en lokale media & journalistiek, juli 2021'. Vanaf pagina 6.

(Jongeren) "Ze zijn geïnteresseerd in snelheid en korte items -een spanningsboog van 30 seconden." Waarom is het zinvol op zo'n 'spanningsboog' lokaal media-beleid af te stemmen?

Omdat dit een inzicht is dat mediamakers helpt jongeren te bereiken.

Wordt de concrete tip van een scholier "Als je ons wilt bereiken via gekochte advertorials op de socials, neem dan eentje die je niet kunt wegglikken, maar doe een ad die je door moet kijken." als bruikbaar gezien?

Ja, want deze scholier spreekt uit ervaring en geeft daarmee inzicht in een belangrijke doelgroep.

Wat is bedoelt met een 'stabiel merk' in de zin: "Om jongeren te bereiken zouden de nieuwsuitingen kunnen worden gekoppeld aan een stabiel merk dat goed aansluit op zowel de beoogde doelgroep als op bestaande doelgroepen en de netwerken waarvan geïnteresseerde jongeren deel uitmaken? [VERSLAG projectdag jongeren en Lokale media & journalistiek, 7 juli 2021, A. Roland Holst College, Jonkerweg 31 Hilversum René Pauw, gemeente Hilversum, p. 19]

Een stabiel merk is een merk dat geladen is met (merk)waarden die voor de gebruikers niet schommelen of onbepaald / onduidelijk zijn. Voorbeelden uit de media zijn CNN en NOS, maar ook NH Nieuws, NU.NL en Omoep MAX.