Gemeente Amstelveen



Notitie Mediabeleid

“lokale journalistiek als publieke voorziening”

Gemeente Amstelveen mei 2025

Inhoudsopgave

Voorwoord 3

1. Aanleiding 4

2. Het belang van lokale media 5

2.1. Uitgangspunten lokale media 5
2.2. Rol gemeente 5
2.3. Specifieke randvoorwaarden lokale media 6

3. Het Amstelveense medialandschap 7

3.1. Landelijke media 7
3.2. Lokale media 7
3.3. Gesprek met lokale media 8
3.4. Onderzoek bereik en waardering lokale media Amstelveen 8
3.5. Visie versus huidige situatie 8

4. Toekomstig omroepbestel en de lokale omroep 10

4.1. Van lokale omroep naar Streekomroep 10
4.2. Uitdagingen en aandachtspunten 11

5. Mediaraad en het Mediafonds 13

5.1. Algemene omschrijving mediaraad 13
5.2. Uitgangspunten mediafonds 13
5.4. Pilot structurele verbetering journalistieke kwaliteit 14
5.5. Impuls mediacafé 14

6. Gemeentelijke communicatie en lokale media 15

6.1. Taken gemeentelijke communicatie 15
6.2. Bereik diverse doelgroepen 15
6.3. Communicatiekanalen en kosten van gemeentelijke informatievoorziening 15
6.4. Inzet lokale media 15
6.5. Belang instandhouding lokale media 15
6.6. Bezorging Amstelveens Nieuwsblad 16

7. Raadscommunicatie 17

7.1. Communicatiemiddelen gemeenteraad 17
7.3. Sociale media 17
7.4. Raadspagina in Amstelveens Nieuwsblad 17
7.5. Nieuwsbrief 18

8. Samenvatting en advies 19

8.1 Samenvatting 19
8.2 Advies 20

Bijlage 1: Verslag O&S onderzoek Amsterdam bereik lokale media 22

Voorwoord

Goed functionerende lokale media zijn informatief, pluriform, onafhankelijk en dragen bij aan verbinding. Lokale media ondersteunen onze inwoners door hen te voorzien van de informatie die zij nodig hebben om weloverwogen beslissingen te nemen. Niet alleen beslissingen ten aanzien van het stemgedrag bij lokale of landelijke verkiezingen maar ook ten aanzien van gezondheid, veiligheid, economie, milieu, duurzaamheid en sociale kwesties (discriminatie, mensenrechten). Wij geloven dat lokale media vanuit verschillende perspectieven moeten berichten, kritisch denken moeten stimuleren en hun rol als onafhankelijke waakhond van de democratie maar bovenal verbinder van de lokale gemeenschap moeten (kunnen) vervullen.

In deze notitie doen wij voorstellen, ondanks onze beperkte mogelijkheden, om de lokale media te versterken. Dit doen wij omdat wij journalistiek zien als een basisvoorziening. Net zoals goede gezondheidszorg bijdraagt aan het gezond houden van mensen draagt een goede journalistieke basis bij aan een gezonde democratie.

Bij voorkeur dragen onze lokale media bij aan het behalen van onze doelen zoals verwoord in ons coalitieakkoord “een warm hart voor Amstelveen”. We kijken daarom uit naar de samenwerking met lokale media, het Rijk en andere betrokken partijen om deze doelen te realiseren.



Herbert Raat
Wethouder Media

1. Aanleiding

In het initiatiefvoorstel d.d. 19 juni 2024 ‘Versterking lokale publieke omroep’ vraagt de raad het college toekomstig mediabeleid te formuleren. De gemeenteraad wenst daarnaast dat in dit beleid – in samenspraak met de lokale publieke omroep - voorstellen worden gedaan voor een toekomstbestendige inrichting van de lokale omroep, inclusief de (financiële) randvoorwaarden.

Landelijke ontwikkelingen

Het initiatiefvoorstel van de gemeenteraad komt niet uit de lucht vallen. De opkomst van digitale media en nieuwe technologieën zoals AI en interactieve/ virtuele media verandert de manier waarop content wordt geproduceerd en geconsumeerd. Traditionele mediabedrijven, zowel lokaal als landelijk, moeten zich aanpassen aan deze veranderingen om relevant te blijven (en financieel gezond). Het vertrouwen in de media is een voortdurende zorg, vooral met het oog op de verspreiding van nepnieuws en desinformatie. Mediabedrijven moeten transparant en betrouwbaar blijven om het vertrouwen van het publiek te behouden. Dit geldt ook voor de lokale media in Amstelveen.

De VNG constateert in haar rapport van november 2020 ‘Handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid: wachten kan niet meer’ dat lokale media sterk onder druk staan. Kranten hebben te maken met een afnemend abonneebestand terwijl digitale verdienmodellen nog in ontwikkeling zijn. Veel mediabedrijven staan onder financiële druk door dalende advertentie-inkomsten en de concurrentie van internationale tech-giganten zoals Google en Meta. Dit heeft geleid tot bezuinigingen en een focus op kostenbesparing. De journalistieke waarde is hierdoor verschraalt. Ook in Amstelveen.

Bij huis-aan-huisbladen zien we forse saneringen waardoor het aantal titels afneemt. Nieuwe spelers, zoals lokale online nieuwssites, zijn vaak kwetsbaar en weinig stabiel. Het online gebruik van nieuws neemt sterk toe, maar gebruikers krijgen doorgaans weinig verdieping en achtergronden voorgeschoteld. Het aantal journalisten bij lokale media neemt af. Verder geeft het VNG rapport aan dat we niet op de markt kunnen vertrouwen dat het wel goed komt.

Ondanks deze uitdagingen zijn er ook kansen. Innovatie en samenwerking kunnen helpen om de kwaliteit en het bereik van de media te verbeteren. Initiatieven zoals mediafondsen en samenwerkingsverbanden kunnen bijdragen aan een veerkrachtiger lokaal medialandschap.



2. Het belang van lokale media

In dit hoofdstuk beschrijven we wat we verstaan onder goede lokale media, wat onze rol is als gemeente en welke specifieke voorwaarden van belang zijn voor een goed functionerende lokale media.

2.1. Uitgangspunten lokale media

Goede lokale journalistiek heeft een maatschappelijke waarde die niet altijd in commerciële zin valt uit te drukken. Net als goede gezondheidszorg moet journalistiek worden gezien als een basisvoorziening. Goed functionerende lokale media zijn informatief, pluriform, onafhankelijk en dragen bij aan verbinding. Hieronder lichten we deze termen toe.

Informatief

Lokale media moeten een betrouwbare bron zijn voor nieuws, evenementen en ontwikkelingen in Amstelveen. Het is belangrijk dat (alle) inwoners op de hoogte worden gehouden van wat er speelt in hun buurt zodat zij in staat zijn mee te doen aan de samenleving. Een goede informatievoorziening kan bijdragen aan een actieve en inclusieve gemeenschap.

Pluriform

Het is daarbij van belang dat er een pluriform medialandschap is, waarin diverse perspectieven, meningen en informatiebronnen aanwezig zijn. Dit stelt inwoners namelijk in staat om verschillende standpunten te horen, kritisch na te denken over lokale gebeurtenissen en (bestuurlijke) ontwikkelingen. Pluriforme media bevorderen transparantie en verantwoording en controleren daarmee direct of indirect de lokale politiek of bedrijfsleven en fungeren, door haar pluriformiteit, als waakhond / beschermengel van de lokale democratie.

Onafhankelijk

Onafhankelijke media zijn essentieel voor een gezonde democratie. Ze moeten nieuws en informatie verstrekken zonder beïnvloeding van externe belangen, zoals politieke partijen of commerciële bedrijven. Onafhankelijke media moeten vrijuit kunnen rapporteren over gevoelige of controversiële onderwerpen, vertrouwen opbouwen bij het publiek en overheden en bedrijven ter verantwoording roepen. Steun van de gemeente mag niet worden gezien als een gunst die tot een wederdienst kan/moet leiden.

Verbinding

Uit een recent (2024) onderzoek van de Universiteit van Amsterdam, genaamd “gratis maar van grote waarde” komt naar voren dat de gratis huis-aan-huis bladen (lees lokale media) meer zijn dan alleen een waakhond van de democratie. De lokale media vervullen een andere belangrijke rol, namelijk het informeren over en betrekken van inwoners bij hun leefomgeving. Lokale media zorgen voor verbinding met de omgeving. Ook in de handreiking van de VNG “handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid” staat omschreven dat de aanduiding ‘waakhond van de lokale democratie’ een te smalle invulling is van de lokale media. Door lokaal nieuws krijgen inwoners het idee dat ze meer met elkaar gemeen hebben dan louter de plaats waar ze wonen. Gemeenschapszin en een gedeelde identiteit kunnen door lokale media worden versterkt. Lokale media zijn voor inwoners een belangrijk middel voor herkenning en erkenning: ze zien hun eigen omgeving en/of problemen terug en voelen zich gehoord en gezien.

2.2. Rol gemeente

De gemeente Amstelveen wil graag bijdragen aan onafhankelijke media die informatief en pluriform zijn en bijdragen aan verbinding.

De gemeente heeft een instandhoudingsplicht voor de lokale omroep en verstrekt hen subsidie, wat een onafhankelijke relatie (mogelijk) complex maakt. Mede hierom heeft het Rijk plannen om de aansturing en financiering van lokale publieke omroepen over te hevelen van gemeentes naar het rijk. Meer hierover in hoofdstuk 4.

De huidige Mediawet verbiedt gemeenten om commerciële media te subsidiëren dan wel anderszins financieel te ondersteunen. De gedachte hierachter is om eerlijke concurrentie binnen de mediasector te waarborgen. Gemeenten mogen wel subsidies verstrekken aan een lokale onafhankelijke mediaraad omdat dit geen commerciële instelling is. In de gemeente Amstelveen hebben we een lokale mediaraad en mediafonds. Meer hierover in hoofdstuk 5.

De gemeente publiceert ook bekendmakingen en gemeentelijk nieuws. Hoe wij dat doen is te lezen in hoofdstuk 6.

Mogelijk ten overvloede maar gemeenten mogen geen invloed uitoefenen op de redactionele inhoud van de lokale media. Er mag dus geen controle worden uitgevoerd op wat er gepubliceerd wordt. Gemeenten moeten er ook voor zorgen dat de steun aan lokale media niet zorgt voor oneerlijke concurrentie met andere mediaorganisaties. Gemeenten mogen ook geen eisen stellen aan de manier waarop lokale media hun werk doen. Zo kan de gemeente lokale media niet verplichten over bepaalde zaken wel of geen verslag te doen (verplichte participatie eisen).

Alhoewel we dus graag zouden bijdragen aan de lokale media zijn we als gemeente beperkt in de mogelijkheden.

2.3. Specifieke randvoorwaarden lokale media

Om een goed functionerende lokale media te waarborgen zijn er verschillende belangrijke randvoorwaarden. Hieronder lichten we enkele van deze randvoorwaarden toe.

Financiële stabiliteit

Lokale media moeten voldoende financiële middelen hebben om onafhankelijk te kunnen opereren. Dit kan worden bereikt door een mix van inkomstenbronnen, zoals advertenties, abonnementen en lokale en landelijke subsidies. Lokale media hebben daar vooral een eigen verantwoordelijkheid in.

Professionele journalistiek

Het is essentieel dat lokale media beschikken over goed opgeleide en ervaren journalisten die in staat zijn om objectief en diepgaand te rapporteren. In het rapport “handvatten voor een gemeentelijk mediabeleid” van de VNG wordt erkend dat het moeilijk is om antwoord te gegeven op wat een gemeente ‘nodig’ heeft in termen van media en professionele journalistiek. Men kan niet aangegeven bij hoeveel media en hoeveel journalisten gezegd kan worden dat het ‘adequaat’ weergeven van wat in de gemeente speelt kansrijk is. Zelfs als er een specifiek aantal media en journalisten zou kunnen worden vastgesteld, zegt dit nog weinig over de kwaliteit van de berichtgeving. De omvang van gemeenten varieert enorm waardoor één model voor alle gemeenten onmogelijk is. Dit maakt het moeilijk om een benchmark/vergelijking vanuit het perspectief van de gemeente vast te stellen.

Om professionele journalistiek te bereiken kunnen er mogelijk door lokale media partnerschappen aangegaan worden met journalistieke opleidingen en universiteiten om stages en werkervaringsplaatsen te creëren voor studenten. Dit kan helpen om nieuwe generaties journalisten goed op te leiden.

Journalistieke code

Toenemende zorgen om desinformatie en wantrouwen in het online nieuws kunnen – vooral bij mensen die zich met name via sociale media op de hoogte houden – leiden tot wantrouwen in ál het nieuws. De journalistieke code is een set ethische richtlijnen en normen die journalisten helpen hun werk op een verantwoorde en betrouwbare manier uit te voeren. De journalistieke code is essentieel voor het behoud van de geloofwaardigheid en het vertrouwen van het publiek in de journalistiek.

3. Het Amstelveense medialandschap

In dit hoofdstuk omschrijven we het Amstelveense medialandschap. We onderzoeken onder andere of de Amstelveense media informatief, pluriform en onafhankelijk zijn en bijdragen aan verbinding. Ook bekijken we of men voldoet aan de in het vorige hoofdstuk omschreven randvoorwaarden.

3.1. Landelijke media

Naast de Amstelveense lokale media bestaan er diverse media in Nederland (en ver daarbuiten). De landelijke media in Nederland omvatten een breed scala aan platforms, waaronder televisie, radio, kranten, en online nieuwswebsites. Grote mediabedrijven zoals, RTL Nederland, en DPG Media spelen een dominante rol. Daarnaast kennen we het Nederlandse Publieke Omroep (NPO) bestel. In hoofdstuk 4 gaan we dieper op de NPO in en de mogelijke veranderingen van de Mediawet. De landelijke organisaties bieden een mix van nieuws (onderzoeksjournalistiek), entertainment, en educatieve content.

3.2. Lokale media

In deze verkenning nemen we de landelijke (en wereldwijde) partijen niet mee alhoewel ze natuurlijk wel een belangrijke bron zijn voor informatie voor de Amstelvener. Amstelveen kent meerdere lokale media. Hieronder omschrijven we enkele van deze lokale media.

- **1Amstelveen:** De lokale publieke omroep van Amstelveen, met een eigen tv-kanaal en website. Ze bieden diverse programma's en nieuwsitems, variërend van actuele nieuwsberichten en talkshows tot evenementen en culturele reportages. 1Amstelveen is aangewezen door het Commissariaat voor de Media en wordt gesubsidieerd door de gemeente Amstelveen. Ze kunnen in de toekomst mogelijk een streekomroep vormen wanneer de Mediawet gaat veranderen (zie hoofdstuk 5).
- **Het Amstelveens Nieuwsblad:** Een lokale gratis huis-aan-huis krant en nieuwssite die nieuws en informatie verstrekt over Amstelveen en de omliggende regio. De krant behandelt diverse onderwerpen, waaronder lokaal nieuws, sport, politiek, cultuur en evenementen. De gemeente Amstelveen publiceert regelmatig in de krant. Ook lokale ondernemers publiceren in de krant waarmee de krant inkomsten genereert. Het nieuwsblad wordt huis-aan-huis bezorgd en is ook af te halen bij diverse afhaalpunten.
- **Amstelveenz:** Een commerciële nieuwssite die nieuws en informatie biedt over Amstelveen en de omliggende regio. De site behandelt onderwerpen zoals lokaal nieuws, evenementen, politiek, cultuur en sport. Amstelveenz genereert inkomsten door advertenties en heeft ook een maandelijks magazine dat gratis wordt verspreid in Amstelveen.
- **Amstelveenblog.nl:** Een lokale nieuwssite die nieuws en informatie biedt over inwoners van Amstelveen en omgeving. De site wordt beheerd door een journalist en draait op vrijwillige basis.
- **MijnAmstelveen:** MijnAmstelveen is een initiatief van Stichting MijnAmstelveen en een non-profit organisatie. Het betreft een lokaal nieuws- en informatieplatform. Het platform heeft als doel om inwoners te informeren en te betrekken bij de gemeenschap en biedt ook mogelijkheden voor vrijwilligerswerk en lokale projecten.
- **Amstelveenweb:** Een lokale nieuwssite opgericht in 2007, die nieuws en informatie biedt over Amstelveen en omgeving. De site behandelt onderwerpen zoals lokaal nieuws, evenementen, cultuur, geschiedenis en politiek. Amstelveenweb is een non-profit organisatie die draait op vrijwilligers.
- **De Mediaraad:** de rol van de Mediaraad wordt in hoofdstuk 5 besproken. De Mediaraad is geen lokale mediapartij. Ze maken geen journalistieke producten.

3.3. Gesprek met lokale media

Voor deze notitie heeft de portefeuillehouder media in 2023 gesproken met de verschillende lokale media, van de werkvloer tot aan het bestuur. Alle gesprekspartners kwamen met (bijna) dezelfde punten. Zo is het merendeel van de lokale media van mening dat er te weinig journalistieke capaciteit beschikbaar is. Persberichten van de gemeente worden hierdoor veelal overgenomen en op verschillende plekken verschijnt hetzelfde nieuws. Lokale media vervullen momenteel amper een rol bij het controleren van de gemeentelijke overheid maar bieden wel informatie over de lokale gemeenschap.

De lokale media zijn het erover eens dat er de laatste jaren een flinke verschraling van het nieuwsaanbod heeft plaatsgevonden. “Vroeger zaten er 6-7 journalisten op de redactie van een krant. Tegenwoordig is iedereen een éénpitter en lijkt het produceren van nieuws steeds meer een hobby achtige activiteit”. Onderzoeken van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2015) bevestigen dat Amstelveen geen uitzondering is. Bij regionale dagbladredacties werken 50% minder journalisten dan 20 jaar geleden, bij de huis-aan-huisbladen werkt bijna geen enkele journalist in dienstverband meer en de freelancers, die nu lokaal verslag doen, ontvangen daarvoor “amateurtarieven”. De controlerende functie van de lokale media is volgens dezelfde lokale media hierdoor onvoldoende belegd in Amstelveen (en landelijk). “Daar is ervaring en continuïteit voor nodig”.

3.4. Onderzoek bereik en waardering lokale media Amstelveen

In het kader van het herijken van het mediabeleid heeft de gemeente onafhankelijk onderzoek laten uitvoeren door de afdeling Onderzoek en Statistiek (O+S) van gemeente Amsterdam naar het bereik en waardering van de lokale media. Hiervoor is in september 2024 een vragenlijst uitgezet bij circa 1.000 leden van het burgerpanel van de gemeente en zijn 2.000 brieven naar inwoners gestuurd. 622 inwoners hebben de vragenlijst ingevuld (451 uit het burgerpanel en 213 uit de steekproef uit de Basisregistratie personen). Dat geeft verschillende resultaten. De leden van het burgerpanel zijn over het algemeen oudere, betrokken inwoners (87% >50 jaar). De respondenten uit de steekproef zijn meer een afspiegeling van de Amstelveense bevolking (69% < 50 jaar).

Van de panelleden volgt 38% het lokale nieuws goed of intensief, van de steekproef 22%. En hoewel minder dan de helft lokaal nieuws goed volgt, is de bekendheid van de lokale media groot: vrijwel alle burgerpanelleden erkennen één of meer Amstelveense lokale media, van de steekproef is dat 87% (geholpen bekendheid). Het bekendst zijn Amstelveenz en Amstelveens Nieuwsblad voor beide groepen. Amstelveenz en Amstelveens Nieuwsblad zijn vervolgens ook de meest gebruikte media, met de nadruk op de papieren versies. Amstelveens nieuws wordt daarnaast ook nogal eens via landelijke en/of regionale media gevolgd: twee derde van de panelleden en ruim de helft van de steekproef pikt via deze route (ook) lokaal nieuws op. Het onderzoek toont aan dat lokale (geprinte en digitale) media een groot bereik onder inwoners hebben, waarbij verschillende media verschillende groepen bereiken. Van de respondenten uit de steekproef herkent 13% geen van de lokale media.

Social media spelen een beperkte rol bij het volgen van lokale media. Respondenten uit de steekproef volgen vaker nieuws via sociale media. Wat betreft onderwerpen gaat bij beide groepen de meeste belangstelling uit naar “Nieuws uit mijn buurt”, gevolgd door (weg)werkzaamheden/verkeer”. Iets meer dan de helft (58%) van de respondenten voelt zich voldoende geïnformeerd over het nieuws in Amstelveen door de lokale media.

3.5. Visie versus huidige situatie

Door naar de in het vorige hoofdstuk omschreven termen als informatie, pluriform en onafhankelijk te kijken en dit af te zetten tegen al het voorafgaande kunnen we een beeld krijgen van het lokale medialandschap.

	Visie	Huidige situatie
Informatief	Lokale media moeten betrouwbaar nieuws en informatie bieden over wat er speelt in de buurt.	Onze lokale mediapartijen geven aan dat er een gebrek is aan diepgaande verslaggeving en dat persberichten vaak zonder hoor-en-wederhoor worden overgenomen. Er is een behoefte aan meer tijd en middelen om kwalitatief goede en betrouwbare journalistiek te bedrijven en op wijk- of buurtniveau nieuws te bieden. Uit het rapport van de VNG "Handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid" blijkt dat jongeren moeilijk worden bereikt en dat de traditionele media er nauwelijks in slagen om een jong publiek te bereiken. Uit ons eigen onderzoek naar het bereik van onze lokale media blijkt dat jongeren zich minder goed geïnformeerd voelen.
Pluriform	Er moet een verscheidenheid aan perspectieven, meningen en informatiebronnen zijn.	Op zich lijken er voldoende aanbieders te zijn van lokaal nieuws. Er zijn echter veel éénpitters en de diversiteit in berichtgeving is beperkt. Veel Amstelveense media plaatsen dezelfde persberichten zonder eigen onderzoek of invalshoek. 1Amstelveen maakt veel eigen programma's en draagt daardoor mede bij aan een pluriformer medialandschap.
Onafhankelijk	Media moeten onafhankelijk opereren zonder beïnvloeding van externe belangen.	Bij de lokale media in Amstelveen lijkt er een algemene consensus te zijn dat de onafhankelijkheid van de media onder druk staat door financiële problematiek. De lokale media benadrukken het belang van onafhankelijkheid maar geven aan dat dit moeilijk te realiseren is zonder structurele financiering. 1Amstelveen benadrukt daarbij dat een hogere subsidie niet zal resulteren in een minder onafhankelijke journalistieke opstelling ten opzichte van de gemeente. Verder worden de Media in Amstelveen, voor zover we kunnen nagaan, niet beïnvloed door externe belangen. De onafhankelijkheid lijkt in die zin niet onder druk te staan. De commerciële media zijn sterk afhankelijk van de verkoop van bijvoorbeeld advertentieruimte en andere commerciële activiteiten om hun bedrijfsvoering te financieren en winstgevend te blijven.
Verbinding	Door lokaal nieuws krijgen inwoners het idee dat ze meer met elkaar gemeen hebben dan louter de plaats waar ze wonen. Gemeenschapszin en een gedeelde identiteit kunnen door lokale media worden versterkt.	Lokale media in Amstelveen lijken bij te dragen aan verbinding. Dan doen ze door bijvoorbeeld verslag te doen van lokale evenementen zoals recent 24h Amstelveen of Amstelveen culinair (die met eenzelfde doel zijn opgericht). Er is echter ook ruimte voor versterking op het gebied van diversiteit (lees pluriformiteit) en bereik.

	Randvoorwaarden	Huidige situatie
Financieel stabiel	Voldoende financiële middelen door een mix van inkomstenbronnen.	Veel lokale mediapartijen benadrukken het gebrek aan structurele financiering en de afhankelijkheid van incidentele subsidies.
Voldoende journalisten	Goed opgeleide en ervaren journalisten	Er is een tekort aan professionele journalisten en een sterke afhankelijkheid van vrijwilligers en freelancers. Dit belemmert de kwaliteit en continuïteit van de berichtgeving.
Journalistieke code	De journalistieke code is essentieel voor het behoud van de geloofwaardigheid en het vertrouwen van het publiek in de journalistiek.	Onze lokale mediapartijen geven aan dat er een gebrek is aan diepgaande verslaggeving en dat persberichten vaak zonder hoor-en-wederhoor worden overgenomen. Mede door beperkte redacties (veel éénpitters) en beperkte middelen lijkt erop dat er niet altijd genoeg ruimte is om uitvoering te gegeven aan het brede scala aan journalistieke codes en professionele richtlijnen.



4. Toekomstig omroepbestel en de lokale omroep

In dit hoofdstuk omschrijven we het landelijke omroepbestel en de contouren van het nieuwe omroepbestel wanneer de Mediawet gaat veranderen. We eindigen met enkele uitdagingen en aandachtspunten die we de nieuw op te richten streekomroep willen meegeven.

Het landelijke publieke omroepbestel bestaat uit verschillende omroeporganisaties die gezamenlijk het media-aanbod verzorgen, gecoördineerd door de NPO. Het huidige systeem is verouderd en er zijn plannen voor hervorming. Naast landelijke omroepen zijn er regionale en lokale media, ondersteund door de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO), die lokale omroepen helpt professionaliseren.

Het Commissariaat voor de Media (CvdM) wijst lokale omroepen aan voor een periode van vijf jaar, na advies van de gemeenteraad. Gemeenten ontvangen een bijdrage uit het gemeentefonds voor de financiering van lokale omroepen, gebaseerd op een richtsnoerbedrag per huishouden. In Amstelveen ontvangt de lokale omroep '1Amstelveen' ongeveer 2x het richtsnoerbedrag. De financiering van lokale omroepen in Amstelveen is ruimhartiger dan in veel andere gemeenten, waar vaak minder dan het richtsnoerbedrag wordt toegekend.

In mei 2023 stelde de staatssecretaris van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) voor om het lokale omroepstelsel te veranderen met als doel de kwaliteit te verbeteren en de lokale omroep te versterken. Schaalvergroting werd als onontkoombaar gezien vanuit het oogpunt van doelmatigheid en effectiviteit. In het nieuwe bestel is er plaats voor één lokale publieke omroep per streek, wat de journalistieke onafhankelijkheid ten opzichte van gemeenten vergroot. Een groter gebied biedt meer journalistieke mogelijkheden en meer financiële middelen om professionele journalisten in dienst te nemen, wat de kwaliteit ten goede komt. De wettelijke bekostigingsplicht verschuift van gemeenten naar het Rijk.

4.1. Van Lokale omroep naar Streekomroep

De voorgenomen plannen vervangen de 250 lokale omroepen door 80 streekomroepen. De Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroep (NLPO) ondersteunt lokale omroepen bij deze ontwikkeling en stelt kwartiermakers ter beschikking. In onze regio is het conform de voorgenomen plannen van het Rijk de bedoeling dat de gemeenten Ouder-Amstel, Uithoorn, Haarlemmermeer, Aalsmeer en Amstelveen samen een streekomroep, met circa 340.000 inwoners, gaan vormen. De omroepbesturen overleggen met elkaar en worden sinds begin 2024 bijgestaan door een kwartiermaker van de NLPO. Het staat de omroepen vrij om de organisatie naar eigen inzicht in te richten, waarbij zij zelf verantwoordelijk zijn voor de bedrijfsvoering, toekomstige inrichting en financiële randvoorwaarden.

- **Wettelijke taak gemeente**

Als de plannen doorgaan, hebben gemeenten vanaf 2028 geen wettelijke taak meer om de omroep in stand te houden en te bekostigen. De gemeenteraad blijft echter elke vijf jaar advies geven aan het Commissariaat voor de Media voor het aanwijzen van een publieke omroep. Hoe dit advies er precies in de nieuwe Mediawet uit komt te zien, is nog niet bekend. Ook de NLPO krijgt een rol in de aanwijzingsprocedure. Elke gemeenteraad adviseert apart en het is mogelijk dat ook andere omroepen zich aanmelden bij het Commissariaat voor de Media. Gemeenteraden kunnen verschillend van elkaar en van de NLPO adviseren.

- **Bekostiging**

Vanaf 2028 neemt het Rijk de financiering van de lokale omroepen over, met een verhoogd budget van € 28 miljoen. De streekomroepen ontvangen een vast bedrag van circa € 375.000 per streek, plus de huidige richtsnoerbijdrage per gemeente. In de streekomroep Amstelland (inclusief Haarlemmermeer) komt dit neer op circa € 220.000 op basis van het richtsnoerbedrag van 2023 van €1,53 per huishouden. Wij zijn positief over het feit dat het Rijk de bekostiging verhoogt naar circa € 28 miljoen, wat bedoeld is om de professionaliteit en onafhankelijkheid van lokale media te vergroten.

De nieuw te vormen streekomroep voor de regio Amstelland-Meerlanden heeft via het stimuleringsfonds voor de journalistiek €250.000 toegezegd gekregen om de overgang te ondersteunen. Deze extra financiële middelen zijn ook van belang voor meer kwaliteit van de lokale journalistiek. De gemeenten van de te vormen streekomroep hebben geen rol in dit proces, maar portefeuillehouders zijn wel in gesprek met de besturen van de lokale omroepen over de ontwikkelingen en voortgang.

- **Inwerkingtreding**

Recent heeft het Rijk aangekondigd dat de nieuwe Mediawet in werking treedt op 1 januari 2028. Gemeenten behouden dus in 2027 de instandhoudingsplicht. Er is echter nog veel onduidelijk, er zijn nog geen overgangsbepalingen en de nieuwe Mediawet is nog niet gepubliceerd. De Raad van State heeft nog geen advies uitgebracht en het is nog onbekend wanneer de Tweede en Eerste Kamer een definitief besluit nemen.

Standpunt Vereniging Nederlandse Gemeente (VNG)

De Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) heeft recent haar standpunten ten aanzien van de nieuwe Mediawet kenbaar gemaakt. De VNG benadrukt het belang van lokale omroepen voor de democratie en de lokale gemeenschap. Ook benadrukt men het belang van een duidelijke rol en positie van het programma bepalend orgaan in het nieuwe stelsel. De VNG vindt dat de vorming van streekomroepen van onderop moet gebeuren en dat er geen maximum van 80 streekomroepen moet worden gesteld. De VNG constateert dat de ambitie van de nieuwe Mediawet hoger lijkt dan de beschikbare middelen.

4.2. Uitdagingen en aandachtspunten

De grootste uitdaging bij het vormen van een streekomroep is het behouden van lokale binding terwijl omroepen opschalen naar streekomroepen.
De toekomstige streekomroep zouden wij dan ook een tweetal aandachtspunten willen meegeven.

- **Aandachtspunt 1: Lokale inbedding**

De schaalvergroting naar streekomroepen mag niet te koste gaan van de lokale aandacht en binding. Het is belangrijk dat de lokale binding met Amstelveen blijft bestaan en daar waar mogelijk wordt versterkt. We vragen dan ook aan de streekomroep om in de toekomstige plannen rekening te houden met het goed meenemen van het programmabeleid bepalend orgaan (PBO).

Het PBO is een verplicht orgaan binnen lokale omroepen en verantwoordelijk voor het bepalen van het beleid en de programmering van de lokale omroep.

De plannen van het Rijk zien toe op een professionalisering van de lokale omroepen maar we zien tot op heden geen plannen om ook de PBO's te professionaliseren. Wij achten dit van belang en vragen de huidige omroep en de toekomstige streekomroep ervoor te zorgen dat alle streken, groepen, kernen zijn vertegenwoordigd in de streekomroep. Het PBO moet de lokale verankering waarborgen.

Bij lokale omroepen werken veel vrijwilligers. Zij zorgen voor lokale binding en dat is tegelijk vaak hun motivatie om zich te verbinden aan de lokale omroep. Het is van belang dat er bij de vorming van een streekomroep goed wordt nagedacht over het vasthouden en motiveren van vrijwilligers en jongeren. Vaak zijn de ervaringen die jongeren opdoen bij een lokale omroep een eerste stap naar een carrière als journalist. Wij zouden het dan ook toejuichen als de lokale omroep én de toekomstige streekomroep een kweekvijver blijven voor jong talent.

- **Aandachtspunt 2: Bereik en voorzien in de behoefte van de Amstelvener**

Een belangrijk aandachtspunt is dat de lokale omroep en straks de streekomroep onze inwoners voldoende weet te bereiken en te boeien. De resultaten uit het onderzoek naar het bereik kunnen daarbij helpen. Bij een groter bereik wordt het makkelijker om meer reclame-inkomsten te creëren hetgeen kan bijdragen aan de verdere professionalisering van de (streek) omroep.

In het onderzoek geven respondenten (74%) aan dat ze vooral geïnteresseerd zijn in nieuws uit hun eigen buurt. Daarnaast is een groot deel van de respondenten geïnteresseerd in nieuws over werkzaamheden en verkeer (46%) en de politiek (39%). In mindere mate hebben mensen behoefte aan nieuws en verhalen over sport (15%), welzijn (10%) en Lifestyle en human interest (4%).



5. Mediaraad en het Mediafonds

5.1. Algemene omschrijving mediaraad

De Mediaraad Amstelveen is een onafhankelijke adviesraad die is opgericht in 2020. In het uitvoeringsprogramma 2023 - 2026 is voor de hele periode budget beschikbaar gesteld voor het Mediafonds. In 2026 zal de integrale afweging gemaakt moeten worden over het vervolg van het Mediafonds vanaf 2027. Het doel van het Mediafonds is om inwoners, bedrijven en organisaties beter te informeren over wat er speelt in hun omgeving door middel van kritische, betrouwbare en onafhankelijke journalistieke producties te stimuleren. De gemeenteraad heeft uitgangspunten vastgesteld op basis waarvan de Mediaraad de aanvragen voor een bijdrage uit het Mediafonds moet verdelen en beoordelen.

Na het opdoen van ervaring in het eerste jaar, zijn de uitgangspunten uitgewerkt in nadere regels. De projecten moeten onder andere journalistiek en maatschappelijk relevant voor Amstelveen zijn . Een aanvraag hoeft niet op alle criteria even goed te scoren: een zwakte op één punt kan worden gecompenseerd door hoog te scoren op een ander punt. De mediaraad geeft bindende adviezen aan het College van B&W over welke projecten financiële ondersteuning moeten ontvangen uit het Amstelveens Mediafonds.

De Mediaraad heeft een eigen website: www.mediaraadamstelveen.nl
Op deze website staat:

- informatie over het Mediafonds en de Mediaraad;
- de uitgangspunten waaraan een aanvraag moet voldoen;
- het aanvraagformulier;
- persberichten;
- informatie over toegekende projecten.

Aanvragen worden ingediend via info@mediaraadamstelveen.nl en onder andere beoordeeld op basis van het Besluit van burgemeester en wethouders van de gemeente Amstelveen tot vaststelling van de Nadere regels subsidiëring Amstelveens Mediafonds 2024 | Lokale wet- en regelgeving

Sinds 2021 organiseert de Mediaraad jaarlijks het Mediacafé, een informatieavond in de bibliotheek aan het Stadsplein. Tijdens het Mediacafé wordt met aanvragers teruggekeken naar succesvolle producties en krijgen inwoners en organisaties de mogelijkheid om onderwerpen onder de aandacht van lokale journalistiek te brengen. Deze avond trekt ieder jaar meer bezoekers en de Mediaraad wil dit initiatief graag behouden.

5.2. Uitgangspunten mediafonds

De onafhankelijke Mediaraad Amstelveen beoordeelt aanvragen voor bijdragen uit het Mediafonds op de volgende uitgangspunten:

- De beoogde eindproductie of het project is onderscheidend en heeft een goede journalistieke kwaliteit.
- Het onderwerp heeft maatschappelijke relevantie voor de inwoners van Amstelveen.
- De productie/het project heeft maatschappelijke impact: stimuleert debat en ontmoeting van diverse groepen Amstelveners en bevordert op deze manier de diversiteit van het maatschappelijk debat.
- Publicatie vindt plaats bij een mediapartij die zich hoofdzakelijk richt op Amstelveense bewoners.
- De productie/het project is een open publicatie: de uiting moet na publicatie publiekelijk toegankelijk zijn voor een breed publiek en mag niet achter de betaalmuur van de samenwerkende mediapartij geplaatst worden. Aanvrager dient vooraf duidelijk te maken waar/hoe de productie/het project wordt gepubliceerd.
- De productie/het project dient klaar voor publicatie te zijn binnen een redelijke en vooraf vastgestelde termijn (max. 12 maanden) na het begin van de financiering.
- De productie/het project bevordert of streeft naar innovatie, journalistieke samenwerking, of de ontwikkeling van talent. Idealiter leidt dit tot een duurzame verbetering van journalistieke processen op de lange termijn.
- Er is een terdege en redelijke financiële onderbouwing van het aangevraagde bedrag. Bestaande mediapartijen kunnen maximaal 80% van het begrote bedrag toegekend krijgen.

5.3. Evaluatie mediabeleid

De Mediaraad voert regelmatig evaluaties uit om de impact en werking van het Mediafonds te beoordelen. Een eerste evaluatie vond plaats in juni 2021. De meest recente evaluatie dateert uit juni 2024. Alle producties die zijn gemaakt met een bijdrage uit het Mediafonds worden gepubliceerd op www.mediaraadamstelveen.nl onder het kopje ‘toegekende projecten’.

Het valt de leden op dat de lokale mediapartijen weinig of niet aanvragen. Het zijn vooral projecten van freelancers die worden aangevraagd. Het Amstelveens Nieuwsblad publiceert wel veel van die projecten. Dat is waarschijnlijk een van de redenen waarom ze geen eigen aanvragen indienen. Doordat voornamelijk freelancers aanvragen indienen, draagt dit niet bij aan een structurele versterking van de journalistieke basis.

Er bestaan in Nederland diverse landelijke, provinciale en lokale mediafondsen. Het blijkt dat de andere fondsen dezelfde knelpunten kennen als het Amstelveense mediafonds. Net als Amstelveen, vallen ook de aanvragen bij Haarlem tegen. Leiden blijkt het meest succesvolle fonds te hebben. Daar hebben ze een speciale studentenregeling om jong journalistiek talent te stimuleren. Om de basisinfrastructuur in Amstelveen te bevorderen zou de Mediaraad graag uitzoeken wat er mogelijk is aan structurele ondersteuning van de lokale media. De Mediaraad start hiervoor een pilot in de voorjaarsronde 2025. Hieronder bij 5.4 volgt een omschrijving van de pilot afkomstig van de mediaraad.

5.4. Pilot structurele verbetering journalistieke kwaliteit

Persbericht mediaraad:

Dit jaar introduceert de Mediaraad een pilot voor de financiering van structurele verbetering van journalistieke kwaliteit, speciaal gericht op de verdere professionalisering van de journalistieke basis in Amstelveen. Deze subsidie biedt Amstelveense mediaorganisaties de kans om gedurende een jaar financiële ondersteuning te ontvangen ter versterking van de redactie door het aannemen van extra redactiekracht (max. 1 fte).

Het doel van deze subsidie is om de journalistieke kwaliteit op een duurzame manier te verhogen. De verwachting is dat door het aantrekken van een nieuwe (ervaren) journalist de slagkracht van een redactie wordt vergroot, leidt tot meer variatie in journalistieke inzichten en keuzes en meer ruimte geeft voor verdiepende producties.

De Mediaraad beoogt hiermee bij te dragen aan een structurelere ontwikkeling van kwaliteitsjournalistiek in Amstelveen. Mediaorganisaties kunnen subsidie aanvragen om hun eigen organisatie te professionaliseren of kunnen een samenwerkingsverband aangaan met andere lokale media om gezamenlijk hun professionaliteit te vergroten. Als extra ondersteuning krijgt de geselecteerde organisatie een mentor vanuit het landelijk Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Deze mentor helpt bij het bijsturen en stimuleren van talentontwikkeling.

5.5. Het belang van het Mediacafé

De VNG geeft in haar rapport van november 2020 ‘Handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid: wachten kan niet meer’ aan dat het belangrijk is om een plek voor stads- of dorpsjournalistiek met debat en educatie mogelijk te maken. Door het afnemende aantal traditionele media en het krimpen van het personeelsbestand gaan journalisten steeds meer als eenlingen functioneren, terwijl zij voorheen in teamverband van een redactie, organisatie of concern werkten. Het Mediacafé beschouwen wij daarom als grote meerwaarde en zien wij als een mooi alternatief om journalistieke netwerken in Amstelveen te ondersteunen.

6. Gemeentelijke communicatie en lokale media

De Afdeling Communicatie en Publieksinformatie (CoPi) heeft een veelzijdig takenpakket en bestaat uit verschillende teams. Een groot deel van de medewerkers houdt zich bezig met publieksinformatie (Klant Contact Centrum en balie) en digitale dienstverlening. Een aantal kleinere teams houdt zich bezig projectcommunicatie, interne communicatie, arbeidsmarktcommunicatie, participatie, kabinetszaken en bestuurscommunicatie. Behalve kabinetszaken en bestuurscommunicatie voert de afdeling deze communicatietaken uit voor de gemeenten Amstelveen én Aalsmeer.

6.1. Taken gemeentelijke communicatie

Een belangrijke taak is het informeren van inwoners en ondernemers over onze dienstverlening, projecten en werkzaamheden in de stad, subsidies, voorzieningen, wet- en regelgeving, activiteiten en kennisgevingen – fysiek en digitaal. Ook informeren wij inwoners over besluiten en beleid. Daarnaast hebben wij als lokale overheid een taak op het gebied van voorlichting en preventie, bijvoorbeeld over duurzaamheid, veiligheid en welzijn.

6.2. Bereik diverse doelgroepen

De gemeentelijke website is ons belangrijkste communicatiekanaal. Daar is alle informatie over de gemeente en de gemeentelijke dienstverlening te vinden. De vernieuwde website heeft een vertaalfunctie die vertaling in meerdere talen biedt. Daarbij is de website volledig digi-toegankelijk en dus bereikbaar voor diverse doelgroepen. Ook wordt verkend of een voorleesknop voor laaggeletterden en doelgroepen zoals slechtzienden als extra voorziening op de website mogelijk is. Daarnaast zetten we verschillende social media kanalen in en sturen we wekelijks een digitale gemeentelijke nieuwsbrief. Voor participatiedoeleinden gebruiken we een apart platform Denkmee.nl.

6.3. Communicatiekanalen en kosten van gemeentelijke informatievoorziening

Bestuurlijke informatie en informatie over dienstverlening, projecten en activiteiten communiceren wij via nieuws- en persberichten op onze website en de lokale media. Daar zijn geen kosten aan verbonden. Voorlichting en preventie doen wij doorgaans in geprinte media en in toenemende mate op de sociale media. Hierbij gaat het in veel gevallen om betaalde uitingen.

Daarnaast hebben we in het Amstelveens Nieuwsblad de zogenaamde gemeentepagina met (deels verplichte) mededelingen en informatie van de gemeente. Rijkswaterstaat plaatst veel informatie over de werkzaamheden aan de A9 in de gedrukte media. In deze gevallen gaat het ook om betaalde uitingen.

6.4. Inzet lokale media

Het onderzoek naar mediabereik toont aan dat geprinte en digitale lokale media een groot bereik onder inwoners hebben. Bereik en waardering blijken hand in hand te gaan. Daarom gebruikt de gemeente bij voorkeur deze kanalen voor gemeentelijke communicatie. We hanteren geen vastomlijnde criteria voor het gebruik van bepaalde kanalen of media maar maken wel een afweging dat media aan een bepaalde (journalistieke) kwaliteit voldoen en inhoudelijk en qua positionering passen bij de gemeente.

6.5. Belang instandhouding lokale media

De gemeente hecht waarde aan een divers en breed lokaal medialandschap voor een zo groot mogelijk bereik onder Amstelveners. Het gaat daarbij niet alleen om nieuws van gemeente maar om lokaal nieuws in de breedste zin. De lokale omroep ontvangt als enige subsidie van de gemeente. De overige lokale media zijn commerciële bedrijven en ontvangen geen subsidie (omdat dit niet is toegestaan). Wel ontvangen deze media inkomsten van de gemeente voor het plaatsen van de informatieve pagina's. We beseffen dat deze advertentie-inkomsten belangrijk zijn voor deze media. Voor ons is het belangrijk dat er meerdere lokale media in Amstelveen blijven, omdat het lokale medialandschap anders erg schraal en beperkt wordt.

6.6. Bezorging Amstelveens Nieuwsblad

Met Amstelveens Nieuwsblad als huis-aan-huis blad hebben we een dienstverleningsovereenkomst, met vaste, lagere tarieven als het gaat om de informatiepagina's van de gemeente. De verspreiding van het Amstelveens Nieuwsblad is een aandachtspunt. Het blijkt voor de krant steeds lastiger om bezorgers te vinden en vervolgens ook vast te houden; de doorloop is groot. Daarom heeft het Amstelveens Nieuwsblad ook afhaalpunten, onder meer in winkelcentra, buurthuizen en andere locaties waar veel inwoners komen. Het aantal afhaalpunten is recent uitgebreid en blijkt goed te werken. De gemeente voert met regelmaat voortgangsgesprekken met de uitgever over de bezorging.


Gemeente Amstelveen

Voorlichting cyberveiligheid en babbeltrucs

Informatie

Bent u dak- of thuisloos?

Besluit om bijhouding persoonslijst ambtshalve op te schorten

Voornemen om bijhouding persoonslijst ambtshalve op te schorten

amstelveen.nl

Gemeente Amstelveen

Attendering

Raadsavond op 12 maart

Informatieavond dakisolatie

amstelveen.nl

7. Raadscommunicatie

Het communicatiebeleid van de raad is deze raadsperiode opgesteld door de griffie en de klankbordgroep raadscommunicatie. De klankbordgroep heeft geen formele status, maar dient als sparringpartner voor de griffie bij nieuw communicatiebeleid, voorstellen omtrent de communicatiemiddelen en de evaluatie daarvan. De griffie communiceert namens de raad via diverse communicatiemiddelen om zoveel mogelijk mensen te bereiken.


Raad Amstelveen

Week 12 • Pagina 1

Raadsbesluiten

Agenda

Cursus Amstelveense raad: Iets voor mij?

Klassenbezoek Amstelveen College

Gemeenteraad Amstelveen

amstelveen.nl/gemeenteraad

7.1. Communicatiemiddelen gemeenteraad

- De websites amstelveen.nl/gemeenteraad en amstelveen.bestuurlijkeinformatie.nl (iBabs)
- Sociale media: X, Instagram, Facebook
- Publicatie agenda raadsavond op de wekelijkse gemeentepagina in Amstelveens Nieuwsblad
- Raadspagina in Amstelveens Nieuwsblad
- Maandelijkse nieuwsbrief

7.2 Website

Op de website amstelveen.nl/gemeenteraad staat de volgende informatie

- Algemene informatie over de raad en mogelijkheid voor contact met de raad, inspreken, aanbieder petities en dergelijke
- Overzicht van de genomen besluiten door de raad
- Aankondiging en agenda van het Raadsgesprek, het Raadsdebat en de raadsvergadering
- Vaste rubrieken: op dit moment publiceren we bijvoorbeeld ‘Raad op de plaat’
- Korte nieuwsberichten van werkbezoeken of andere acties van de raad, zoals de recente klassenbezoeken van het Amstelveen College

Op amstelveen.bestuurlijkeinformatie.nl worden de agenda’s van de raad en andere vergaderingen gepubliceerd. Hier staat ook informatie over de diverse fracties en individuele raadsleden, informatie voor de raad, zoals moties en toezeggingen. Ook zijn de uitzendingen van vergaderingen hier live te volgen en terug te kijken.

7.3. Sociale media

Berichten die op de website worden geplaatst, worden verkort en gepost op de sociale mediakanalen. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van sjablonen ontworpen in Canva volgens de huisstijl van de gemeente.

7.4. Raadspagina in Amstelveens Nieuwsblad

In 2021 is er raadsbreed een motie aangenomen om te starten met een raadspagina in Amstelveens Nieuwsblad. Na het zomerreces in 2024 is gestart met de raadspagina. Op deze pagina staat altijd een overzicht van de besluiten die de raad heeft genomen en een overzicht van de vergaderingen. Verder wordt een aantal onderwerpen uitgelicht die op dat moment actueel zijn voor de raad.

7.5. Nieuwsbrief

In januari 2025 is de griffie gestart met een maandelijkse nieuwsbrief van de raad. Er moet nog een campagne worden gevoerd voor de nieuwsbrief, zodat inwoners en andere belangstellenden zich kunnen abonneren.

8. Samenvatting en advies

8.1. Samenvatting

In hoofdstuk 1 en 2 hebben we een aantal algemene ontwikkelingen geschetst ten aanzien van de media en hebben we aangegeven wat de aanleiding is van dit stuk.

Het initiatiefvoorstel 'Versterking lokale publieke omroep' vraagt het college om toekomstig mediabeleid te formuleren en samen met de lokale publieke omroep voorstellen te doen voor een toekomstbestendige inrichting van de lokale omroep, inclusief financiële randvoorwaarden. Dit is noodzakelijk vanwege de opkomst van digitale media en nieuwe technologieën, en de druk op traditionele mediabedrijven. Kranten verliezen abonnees en advertentie-inkomsten dalen door de concurrentie van tech-giganten zoals Google en Meta, wat leidt tot financiële druk, bezuinigingen en kostenbesparing. Huis-aan-huisbladen worden gesaneerd, waardoor het aantal titels afneemt, en nieuwe spelers zoals lokale online nieuwssites zijn vaak kwetsbaar en weinig stabiel. Het aantal journalisten bij lokale media neemt af, wat de kwaliteit en diepgang van de berichtgeving kan verminderen. Bovendien is het vertrouwen in de media een voortdurende zorg, vooral met de verspreiding van nepnieuws en desinformatie. Innovatie en samenwerking kunnen helpen om de kwaliteit en het bereik van lokale media te verbeteren.

In dit hoofdstuk 2 hebben we aangegeven dat een goed functionerende lokale media informatief, pluriform, onafhankelijk moeten zijn en moeten bijdragen aan verbinding. Bij voorkeur dragen lokale media bij aan het behalen van onze doelen zoals verwoord in ons coalitieakkoord "een warm hart voor Amstelveen". De lokale media moeten daarbij beschikken over voldoende financiële stabiliteit en voldoende professioneel opgeleide en bij voorkeur ervaren journalisten. Journalisten die de journalistieke code en professionele richtlijnen omarmen.

We moeten ons realiseren dat goede lokale journalistiek een bepaalde maatschappelijke waarde heeft die niet altijd in commerciële zin rendabel is. Goede lokale journalistiek moet gezien worden als een publieke voorziening van algemeen nut.

Lokale media moeten voldoende financiële middelen hebben om onafhankelijk te kunnen opereren. Dit kan worden bereikt door een mix van inkomstenbronnen, zoals advertenties, abonnementen en lokale en landelijke subsidies. Lokale media hebben daar vooral een eigen verantwoordelijkheid in.
Helaas bestaat er niet een maatstaf waarbij wordt aangegeven bij hoeveel media en hoeveel journalisten gezegd kan worden dat het 'adequaat' weergeven van wat in de gemeente speelt kansrijk is

In het hoofdstuk 3 gaan we in op het Amstelveense Medialandschap. We vergelijken onze uitgangspunten met de huidige stand van zaken van de lokale media. De huidige situatie van het Amstelveense medialandschap voldoet gedeeltelijk aan de geformuleerde visie. Er wordt voldoende bericht over nieuws en activiteiten in de wijk/buurt. Deze informatievoorziening zorgt voor context en verbinding met de omgeving. Er zijn ook uitdagingen.

De lokale media zijn het erover eens dat er de laatste jaren een flinke verschraling van het nieuwsaanbod heeft plaatsgevonden. Ten aanzien van de informatievoorziening zijn er goede intenties, maar de uitvoering wordt belemmerd door fragmentatie (veel éénpitters) en beperkte middelen. Bij de lokale media is er een duidelijke behoefte aan meer diepgaande en betrouwbare verslaggeving. Conclusie is dat de diversiteit in perspectieven en berichtgeving beperkt is (beperkte pluriformiteit).

Ten aanzien van de onafhankelijkheid kunnen financiële beperkingen en afhankelijkheid van subsidies een risico zijn voor de onafhankelijkheid van de media. Er zijn uitdagingen op het gebied van financiële stabiliteit en professionele journalistiek en er lijkt behoefte te zijn aan structurele steun zonder de onafhankelijkheid van de media in gevaar te brengen.
In Amstelveen is er een tekort aan professionele journalisten en een sterke afhankelijkheid van vrijwilligers en freelancers. Uit het onderzoek onder inwoners van Amstelveen komt naar voren dat jongeren zich minder gehoord voelen en dat de bezorging van het Amstelveens nieuwsblad te wensen overlaat. Er zijn steeds meer

afhaalpunten waar het Amstelveens nieuwsblad kan worden verkregen.

In hoofdstuk 4 zijn we ingegaan op het landelijk omroepbestel en de vorming van de streekomroepen. We hebben enkele aandachtspunten meegeven aan de nieuw te vormen streekomroep. Daarnaast geven wij aan wat volgens ons onderzoek de behoeften zijn van de Amstelveners zodat zij bereikt worden en geboeid blijven. We zijn er voorstander van om een streekomroep te vormen samen met de gemeente Aalsmeer, Haarlemmermeer, Uithoorn en Ouder-Amstel.

In hoofdstuk 5 zijn we ingegaan op de Mediaraad en het mediafonds. Doordat voornamelijk freelancers aanvragen indienen voor het Mediafonds draagt dit niet bij aan de versterking van de journalistieke basis. Om de journalistieke basisinfrastructuur in Amstelveen te bevorderen start de Mediaraad in het voorjaar van 2025 met een pilot financiering structurele verbetering journalistieke kwaliteit. Het door de Mediaraad georganiseerde Mediacafé is een goede manier om lokale journalistiek met elkaar te verbinden.

In hoofdstuk 6 is de gemeentelijke communicatie besproken en onder andere de bezorging van het Amstelveens Nieuwsblad. Een belangrijke taak van de gemeente is het informeren van inwoners en ondernemers over gemeentelijk beleid, besluiten en kennisgevingen, onze dienstverlening, projecten, subsidies, regelingen en activiteiten. Ook hebben wij als gemeente een taak op het gebied van voorlichting en preventie. We beogen zoveel mogelijk bewoners te bereiken door rekening te houden met verschillende doelgroepen. We beseffen dat de advertentie-inkomsten belangrijk zijn voor onze lokale media.

In hoofdstuk 7 hebben we gesproken over de raadscommunicatie. Het communicatiebeleid van de raad is opgesteld in 2022 door de griffie en de klankbordgroep raadscommunicatie. In 2021 is er raadsbreed een motie aangenomen om te starten met een raadspagina in Amstelveens Nieuwsblad. Na het zomerreces in 2024 is gestart met deze raadspagina. In januari 2025 is de griffie gestart met een maandelijkse nieuwsbrief van de raad. Hiermee wordt beoogd de inwoner te informeren en mogelijk te interesseren in de besluitvorming van de gemeenteraad.

8.2 Advies:

- Goede lokale journalistiek moet gezien worden als een publieke voorziening van algemeen nut. Goed functionerende lokale media moet informatief, pluriform en onafhankelijk zijn en bijdragen aan verbinding. Dat is de nadrukkelijke wens van de gemeente en de lokale media zelf.

- In Amstelveen zijn er uitdagingen op het gebied van financiële stabiliteit en professionele journalistiek en er lijkt behoefte te zijn aan structurele steun zonder de onafhankelijkheid van de media in gevaar te brengen. We hebben daar beperkte mogelijkheden toe. Daar waar we kunnen via subsidie aan de streekomroep, subsidie aan het Mediafonds, of het betaald publiceren van informatie in huis-aan-huis bladen zullen wij bijdragen aan deze gewenste ondersteuning. De commerciële media zijn sterk afhankelijk van de verkoop van bijvoorbeeld advertentieruimte en andere commerciële activiteiten om hun bedrijfsvoering te financieren en winstgevend te blijven. Het is vooral aan de commerciële media om alle financiële mogelijkheden te benutten die wij via het mediafonds beschikbaar stellen en landelijk via bijvoorbeeld de raad van de journalistiek beschikbaar zijn.

- Ten aanzien van de streekomroep: het Rijk gaat de Mediawet veranderen. Totdat het Rijk de financiering en de instandhoudingsplicht overneemt, zijn wij voornemens 1Amstelveen te subsidiëren. Dit doen we op basis van het richtsnoerbedrag van het Rijk + een extra instandhoudingssubsidie van €70.000. Ten aanzien van de streekvorming willen we 1amstelveen/ de toekomstige streekomroep vragen:
  - Een kweekvijver te zijn en blijven voor jong talent;
  - Zorg te dragen voor een goede lokale inbedding door vrijwilligers te koesteren en het Programma Bepalend Orgaan goed mee te nemen in de vorming naar een streekomroep;
  - Te voorzien in de behoefte van de Amstelvener en daarvoor het onderzoek naar het bereik van lokale media hiervoor te gebruiken;
  - Alle mogelijke gemeentelijke, provinciale en landelijke fondsen te gebruiken om te komen tot een goede streekomroep.

- Ten aanzien van alle lokale media. De Mediaraad start in het voorjaar 2025 met een pilot om te kijken hoe een structurele bijdrage aan de lokale media te realiseren is. Dit kan betekenen dat er gedurende jaar journalistieke capaciteit ingehuurd kan worden door zowel de lokale publieke omroep als de lokale commerciële media. De uitkomsten van deze pilot kunnen voor ons mogelijk aanleiding zijn om daarnaast nog extra middelen beschikbaar te stellen, die beschikbaar komen nadat het Rijk de financiering overneemt van de lokale omroepen. We wachten de resultaten van de pilot van de Mediaraad af en zullen wanneer we meer weten over de plannen van het Rijk een voorstel doen aan de gemeenteraad.

- Het is essentieel dat lokale media beschikken over goed opgeleide en ervaren journalisten die in staat zijn om objectief te rapporteren. Om dit te bereiken adviseren wij onze lokale media om het initiatief te nemen om partnerschappen te ontwikkelen met bijvoorbeeld journalistieke opleidingen en universiteiten om stages en werkervaringsplaatsen te creëren voor studenten. Dit helpt om een nieuwe generatie journalisten goed op te leiden en mogelijk te binden aan Amstelveen. In de gemeente Leiden zijn hier goede voorbeelden van. Voorgesteld wordt dit nader te onderzoeken in samenspraak met de Mediaraad en de lokale media.

- We vinden het van belang dat onze lokale media aansluiting zoeken bij de nieuwsbehoeften van jongeren zodat zijn in de toekomst verbonden blijven bij de lokale gemeenschap. Zijn waar jongeren zijn en nieuws bieden dat relevant voor hen is. Om dit mogelijk te maken zullen we na besluitvorming in de gemeenteraad in 2025 €25.000 beschikbaar stellen aan de Mediaraad speciaal voor een pilot met dit doel.

Bijlage 1: Verslag O&S onderzoek Amsterdam bereik lokale media

Gemeente Amstelveen, mei 2025
Aan deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend.