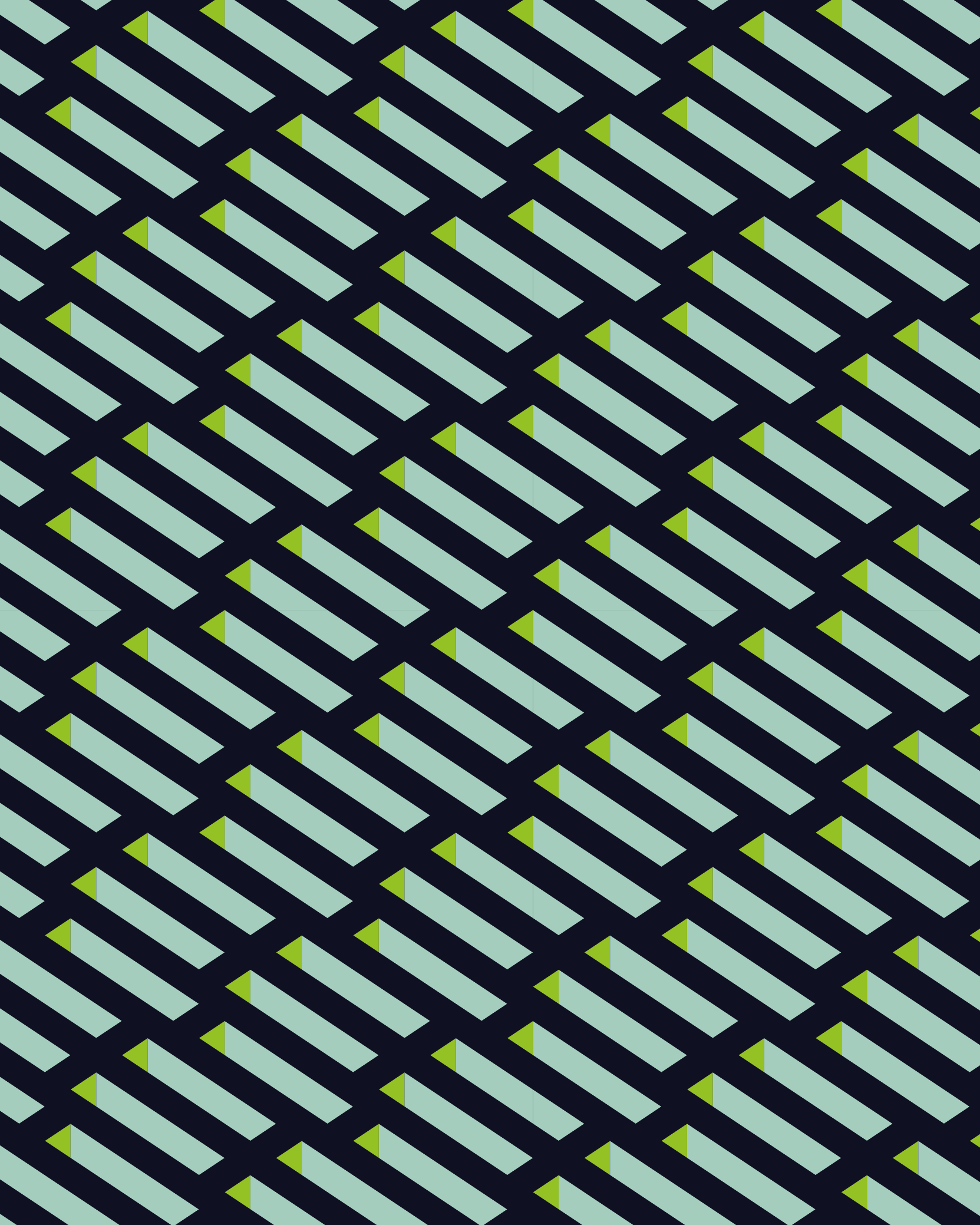
gemeente
Zoetermeer

LOKAAL MEDIABELEID ZOETERMEER



INHOUD

Voorwoord 5
Samenvatting 7
Het Zoetermeerse Medialandschap 9
De lokale omroep en het Lokaal Toereikend Media-Aanbod 14
LTMA In Zoetermeer 15
Lokaal Mediabeleid 16
Medialoket 17
Programma Ondersteuning 19
Financiën 20
Verwachte wijziging Mediawet 22
Evaluatie Mediabeleid 23
Colofon 25



HOOFDSTUK 1

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]

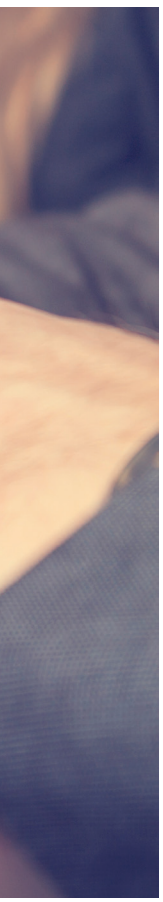
De gemeente Zoetermeer hecht waarde aan vrije meningsvorming en een goed werkende democratie. Lokale media speelt daarin een belangrijke rol. De gemeente heeft daarom een sterke wens om het lokale medialandschap van dienst te zijn. Door hen te ondersteunen, streven we naar een mediaomgeving waarin creativiteit 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.

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



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).



HOOFDSTUK 2

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.

HOOFDSTUK 3

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.

4 De vragenlijst is te vinden in Bijlage 1. Interviewvragen.
5 Stadspeiling Zoetermeer 2023.
6 Stadspeiling Zoetermeer 2023.
7 Onderzoeksjournalistiek is kritische en diepgravende journalistiek.
Zie ook: Onderzoeksjournalistiek, wat is dat? - VVOJ - Vereniging van Onderzoeksjournalisten.

STERKTE- EN ZWAKTE ANALYSE LOKAAL MEDIALANDSCHAP

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:
  - Onderzoeksjournalistiek[7];
  - Kleinschalige, wijkgerichte items en ontwikkelingen.
- Met minder personeel moet een bredere regio verslagen worden, zodat verschraling 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 uit te voeren.

RELATIE MET GEMEENTE

WAT GAAT GOED?

- 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;

- **Informele 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.

HOOFDSTUK 4

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:

- Het uitzenden van radio en voldoen aan de ICE-norm[12];
- 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.

[8] Vereniging van Nederlandse gemeenten, *Lokale omroep: richtsnoerbedrag voor 2024* (2023). In 2025 bedraagt het richtsnoerberag € 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] Zoetermeer FM heeft een hoger ambitieniveau, maar kan deze vanuit de huidige bekostiging niet realiseren.
[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.

HOOFDSTUK 5

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]

[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.

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

1 VERSTERKEN LTMA

De VNG heeft samen met de brancheorganisatie Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) een keurmerk[14] uitgegeven. Dit is het Keurmerk Nederlandse Streekomroepen. Dit is een LTMA waarin de lokale omroep volledig is uitgerust om na de beoogde Mediawetherziening deel te nemen aan de streekomroep. ZFM kan zonder verdere financiële ondersteuning niet aan dit keurmerk voldoen.

2 ONDERSTEUNING IN VASTE LASTEN

De lokaal georiënteerde niet-commerciële mediaorganisaties hebben moeite om de begroting rond te krijgen. Dit brengt de continuïteit in gevaar.

3 RUIMTE VOOR ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

Er is een gedeelde behoefte aan gedegen onderzoeksjournalistiek. Op dit moment is er onvoldoende capaciteit om diepgravende onderzoeksjournalistiek te verrichten.

4 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.

5 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.

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

HOOFDSTUK 6

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.

TABEL 1 Overzicht financiën Lokaal Mediabeleid Zoetermeer.

	MEDIALOKET	PROGRAMMA ONDERSTEUNING
STRUCTURELE FINANCIERING		
Bekostiging lokale omroep	€ 85.968	X
Inkoop en communicatie Gemeenteblad*	€ 65.000	X
INCIDENTELE FINANCIERING 2024-2025	€ 20.000	X
PROGRAMMA ONDERSTEUNING		
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**

* Dit betreft het in de perspectiefnota 2025 opgenomen budget voor inkoop van het Streekblad. Dit is exclusief losgeplaatste advertenties en themapagina's.

[30] Richtsnoerbedrag plus tijdelijke impuls vanuit motie 2307-01 omgezet in permanente steun.
[31] Dit bedrag is exclusief personele inzet voor het vormgeven en opmaken van de gemeentepagina's. Dit bedrag is exclusief incidentele afname van themapagina's door andere beleidsafdelingen.

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.



HOOFDSTUK 7

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.



HOOFDSTUK 8

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, bezien 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.

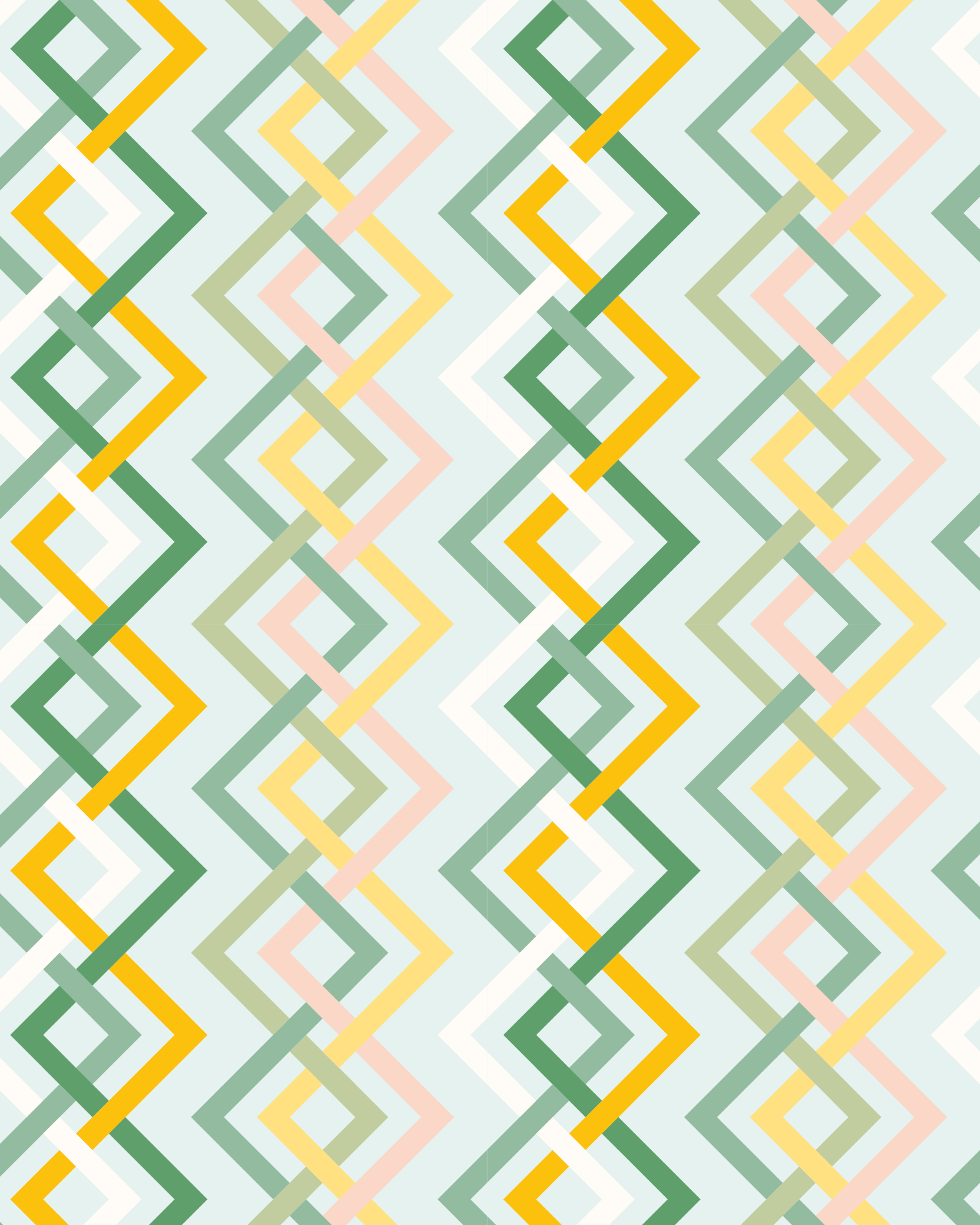
Hiervoor wordt gekeken naar:

- 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.



COLOFON

Aan de totstandkoming van dit beleid hebben negen mediaorganisaties, twee zelfstandige journalisten en ambtenaren vanuit verschillende afdelingen meegewerkt. Zij hebben daarin vrijuit kunnen spreken over hun ambities, wensen, drempels en verwachtingen.

Het Lokaal Mediabeleid Zoetermeer is opgesteld door:

- Stefan Vogels
- Huub van Breugel

Dit lokale mediabeleid is tot stand gekomen met deelname van de volgende collega's en afdelingen:

- Communicatie: Yorick Roos, Monique Broman
- Cultuur: Karen Florizoone, Boris van Vorstenbosch

Dit lokale mediabeleid is tot stand gekomen met deelname van de volgende organisaties en personen aan het participatietraject:

- AD Zoetermeer: Rémon van Zuijlen
- Focus op Zoetermeer: Fred Roland, Fred Wolters
- In de Buurt Zoetermeer: Marijke Helsloot
- Lennert Hut (onafhankelijk journalist)
- Omroep West: Anniek Enthoven, Ivar Lingen
- Raymond Timmermans (onafhankelijk journalist)
- Regio 15: Rene Hendriks
- Streekblad Zoetermeer: Hélène Ouwerkerk, Harald Huurman
- Zoetermeer Actief: Mark Neijssel, Rita Neijssel
- ZFM Zoetermeer: Wim Kampers, André Hillebrink, Yoran Kipping
- Zoetermeers Dagblad: Bart Bakker

