

Startnotitie Stichting Mediafonds Hilversum

Over deze startnotitie

Hoe behouden we lokale media en journalistiek in Hilversum, of sterker: hoe brengen we dit naar een hoger en toekomstbestendig plan? Om een antwoord op die vraag te vinden is een uitgebreide verkenning gehouden. Er zijn gesprekken gevoerd met journalisten en mediamakers, eerdere initiatieven zijn geëvalueerd, projectdagen georganiseerd en pilots uitgevoerd. De ideeën uit de verkenning zijn ondergebracht in deze startnotitie, die door stichting Mediafonds Hilversum verder kan worden uitgewerkt.

Na de missie en visie worden de uitgangspunten benoemd. Daarna volgen de programmalijnen, die gericht zijn op nieuwsgaring vanuit de wijken, talentontwikkeling, een breed en inclusief bereik van lokaal nieuws en mediawijsheid. Een vijfde lijn gaat over het delen van kennis en inzicht, wat aansluit op de wens van het college om niet alleen in Hilversum waarde toe te voegen maar ook daarbuiten; meer gemeenten en mediaorganisaties zouden met dit initiatief hun voordeel moeten kunnen doen. De notitie sluit af met een planning en een raming van kosten en uitgaven.

Inhoud

1	Missie en visie	2
2	Uitgangspunten	2
2.1	Journalistiek	2
2.2	Stichting en bestuur	2
2.3	Ondersteuning van projecten en pilots	3
2.3.1	Indieners en aanvragen	3
2.3.2	Taken beoordelingscommissie	4
2.3.3	Verdeling van het budget	4
2.4	Samenwerking	5
2.4.1	Samenwerking met de gemeenschap	5
2.1.1	Samenwerking met de gemeente	5
2.1.2	Samenwerking met andere fondsen	6
3	Programma en doelen	8
3.1	Programmalijn Wijkjournalistiek	8
3.2	Programmalijn Talentontwikkeling	8
3.3	Programmalijn Breder bereik	8
3.4	Programmalijn Mediawijsheid	9
3.5	Programmalijn Inzicht	9
4	Afwegingskader	11
5	Planning	12
6	Raming kosten en uitgaven	13

1 Missie en visie

Stichting Mediafonds Hilversum en de organisaties met wie zij samenwerkt *staan* voor gezonde lokale media die journalistiek verantwoord lokaal nieuws brengen, omdat dit de maatschappelijke betrokkenheid en daarmee de lokale democratie versterkt. Journalistiek verantwoord betekent ondermeer dat onderscheid gemaakt tussen feiten (die waar zijn) en meningen (die vrij zijn), en dat hoor en wederhoor wordt toegepast. Dit maakt journalistiek tot een middel dat iedereen helpt koers te houden in een complexe samenleving. Journalistiek werkt pas als (de schijn van) politieke en bestuurlijke invloed op de inhoud achterwege blijft.

Stichting Mediafonds Hilversum en de organisaties met wie zij samenwerkt *gaan* voor een ruim, inclusief en duurzaam bereik van lokale media en nieuwsuitingen. Ruim houdt in dat nieuws laagdrempelig beschikbaar is. Inclusief houdt in dat ook moeilijk bereikbare groepen een goede toegang hebben tot lokaal nieuws, en dat deze groepen zich betrokken voelen bij het nieuws. Duurzaam houdt in dat deze gunstige situatie voortduurt, maar ook dat de inzet flexibel is en wordt aangepast wanneer de tijd daarom vraagt. We zien geen situatie voor ons waarbij telkens nieuwe kanalen of projecten ontstaan, maar een nieuwsvoorziening die vanuit stabiliteit innoveert.

2 Uitgangspunten

2.1 Journalistiek

We onderschrijven de [Code van Bordeaux](#) en de [Code voor de journalistiek door het Nederlands Genootschap van Hoofddredacteuren](#). Aan organisaties die met de stichting samenwerken en aan aanvragers van ondersteuning uit het mediafonds vragen wij zich aan deze codes te committeren. Het journalistiek uitgangspunt houdt ook in dat aanvragen niet worden beoordeeld op specifieke journalistieke inhoud, en dat journalistieke professionaliteit en track-record deel uitmaken van de beoordeling van aanvragen op het mediafonds. Wanneer jongeren en andere groepen uit de stad worden betrokken bij nieuwsgaring gebeurt dat vanzelfsprekend onder begeleiding van het journalistieke veld.

Sommige fondsen en subsidieregelingen zijn specifiek gericht op onderzoeksjournalistiek. Stichting Mediafonds Hilversum is dat niet. Het zet in op een breder en meetbaar bereik van nieuwsuitingen die zijn gericht op de Hilversumse gemeenschap in volle breedte.

2.2 Stichting en bestuur

De activiteiten van de stichting moeten inzichtelijk zijn. We stellen ons voor dat op de website te vinden is welke ondersteuning vanuit het fonds is verleend, welke procedures worden gevolgd, wie de bestuurstaken vervult, hoe de beoordeling tot stand komt etc.

Het bestuur, aangesteld door de gemeente, geeft de stichting richting, ondermeer door deze startnotitie uit te (laten) werken tot een afwegingskader en een werkplan voor de komende drie jaar. Ten minste één bestuurslid zou een journalistieke achtergrond moeten hebben. Wel geldt dat bestuursleden met een journalistieke achtergrond niet journalistiek actief zijn in Hilversum.

Het bestuur verbindt -waar dit bijdraagt aan de doelstellingen- mediapartijen met (maatschappelijke) organisaties. Voorwaarde is wel dat deze organisaties de doelstellingen van de stichting onderschrijven en daarvoor een verklaring ondertekenen.

Het bestuur stelt een beoordelingscommissie aan, die de taak heeft aanvragen op het mediafonds te wegen en tot een oordeel te komen over het al dan niet deels verlenen van ondersteuning. Samen met de beoordelingscommissie ziet het bestuur toe op journalistieke onafhankelijkheid van de ondersteuning en de te ondersteunen projecten. Verder zijn de taken van het bestuur en de beoordelingscommissie zo goed mogelijk gescheiden; een bestuurslid beoordeelt niet, een lid van de beoordelingscommissie bestuurt niet. Het bestuur werkt onbezoldigd.

2.3 Ondersteuning van projecten en pilots

Zodra het bestuur de voorbereiding heeft afgerond en de stichting operationeel is kunnen aanvragen worden ingediend. Ingezet wordt op 30 september 2022 als startdatum, wat neerkomt op een voorbereidingsperiode van drie maanden.

Aanvragen voor de ondersteuning van *projecten* worden een keer per jaar beoordeeld. Aanvragen voor de ondersteuning van *pilots* worden twee keer per jaar beoordeeld. Een suggestie voor uiterste inleverdata staat in de planning in paragraaf 4. Het bestuur kan er voor kiezen aan deze procedure een fase toe te voegen, wat aanvragers de kans biedt hun aanvraag schriftelijk of mondeling toe te lichten. Belangrijk is wel dat de procedure laagdrempelig en overzichtelijk blijft.

De media-uitingen moeten nieuwsgaring betreffen die is gericht op de Hilversumse gemeenschap. Het bestuur van de stichting kan verkennen of dit gebied kan worden uitgebreid naar bijvoorbeeld de regio, mits extra budget -bijvoorbeeld door regiogemeenten of vanuit landelijk opererende fondsen deze stap toestaat. Voorwaarde voor ondersteuning van een project is dat de daaruit voortkomende nieuwsuitingen kosteloos bereikbaar moeten zijn, en de aanvrager bereid moet zijn het verkregen nieuws te delen met andere lokale mediaorganisaties. Dit nieuws kan niet achter een betaalmuur worden geplaatst -ook niet voor een deel.

2.3.1 Indieners en aanvragen

Een *indieners* kan een publieke of private media- of nieuwsorganisatie zijn. Freelancers en derden kunnen mediaorganisaties benaderen met een idee of projectplan, maar kunnen zelf geen ondersteuning uit het mediafonds aanvragen. Een indiener moet aantonen journalistieke kwaliteit te kunnen leveren, en bovendien een redactiestatuut voeren. Daarnaast moet de indiener schriftelijk verklaren de in paragraaf 2 genoemde journalistieke codes te onderschrijven. Het bestuur zou daartoe een standaardverklaring kunnen opstellen.

De *aanvraag* moet een duidelijk en haalbaar projectplan bevatten, waaruit blijkt op welke manier op welke programmalijnen wordt ingezet. Onderdeel van de aanvraag is ook een deugdelijke begroting, die zal worden beoordeeld op een realistische en behoorlijke honorering voor de betrokken krachten. Aanschaf van apparatuur wordt vanuit het mediafonds niet vergoed. Inzet van data en algoritmen die het bereik van nieuwsuitingen vergroten kan wel worden vergoed, zolang dit aansluit bij een bestaande en kansrijke infrastructuur. Gaat het echter om een nieuw te lanceren app, bijvoorbeeld gericht op jongeren, dan wordt deze niet vergoed. De slagingskans is namelijk laag, en met het succesvol uitrollen van een app zijn kosten gemoeid die de scope van dit fonds ver te boven gaan.

In een aanvraag moet de journalistiek gepositioneerd zijn. Als bijvoorbeeld jongeren of bestaande Hilversumse netwerken worden betrokken bij nieuwsgaring dan is dat toe te juichen, maar vereist is

dat dit gebeurt onder begeleiding van het journalistieke veld. Dit kan bijvoorbeeld ook worden geborgd door deelname van studenten journalistiek die vanuit de opleiding voldoende door een professional worden begeleid. Om journalistieke onafhankelijkheid te borgen worden aanvragen niet beoordeeld op specifieke journalistieke inhoud.

2.3.2 Taken beoordelingscommissie

De beoordelingscommissie heeft als taak het beoordelen van aanvragen op het mediafonds en gebruikt daarvoor het afwegingskader dat door het bestuur is opgesteld. De beoordelingscommissie heeft geen directe verbinding met of belang bij de lokale politiek of lokale mediaorganisaties. Mocht bij een aanvraag sprake zijn van een (indirect) belang bij een van de leden van de beoordelingscommissie, dan dient deze zich te excuseren. In dat geval kan een vervangend lid van de beoordelingscommissie de beoordeling van de specifieke aanvraag overnemen.

Een gemeenschappelijke taak van bestuur en beoordelingscommissie is het toezien op journalistieke onafhankelijkheid en het voorkomen van inmenging in de journalistieke inhoud. De beoordelingscommissie ontvangt voor haar taken een met het bestuur overeengekomen vergoeding voor de bestede uren.

2.3.3 Verdeling van het budget

Volgens de bijgevoegde raming in paragraaf vijf is jaarlijks € 58K beschikbaar voor de ondersteuning van projecten en pilots. Onder een *project* wordt verstaan een initiatief met een looptijd van tenminste een jaar. Een *pilot* kan een kortere looptijd hebben.

Aanvragen voor pilots en projecten worden beoordeeld in volgorde van binnenkomst, nadat alle aanvragen voor een uiterste inleverdatum zijn ontvangen. De ondersteuning van alle aanvragen samen -pilots en projecten- kan de het beschikbare budget niet overschrijden. Behalve dat gegeven is voor het verlenen van ondersteuning aan *projecten* geen limiet. Voor de ondersteuning van *pilots* geldt een maximum van € 2.5K per ingediende aanvraag.

De stichting en haar programma stuurt op cofinanciering; vanuit het mediafonds kan maximaal 80% van de begrote kosten worden ondersteund. Uitgangspunt is dat jaarlijks slechts enkele projecten voor ondersteuning in aanmerking komen.

2.4 Samenwerking

2.4.1 Samenwerking met de gemeenschap

Een goede verbinding met de 'haarvaten' van Hilversum helpt de journalist bij het vergaren van nieuws, helpt de nieuwsuiting haar publiek te vinden, en versterkt ook het vertrouwen in de lokale nieuwsvoorziening. Voor het leggen van die verbinding is het nodig dat mediapartijen de weg naar de netwerken in de stad weten te vinden. Verschillende organisaties met een uitgebreid netwerk zullen zich in de doelen en uitgangspunten van de stichting kunnen vinden. Ze zullen open staan voor contact, en realiseren zich daarbij dat de journalistiek een onafhankelijk standpunt inneemt en een eigen, vakmatige agenda voert. Met een aantal partijen is hierover op een constructieve manier het gesprek gevoerd:

- Adriaan Roland Holst College (Jonkerweg)
- Alberdingk Thijm Mavo (Van Linschotenlaan)
- Bibliotheek en Volksuniversiteit Hilversum ('s-Gravelandseweg)
- Comenius College (Bisonlaan)
- Gooise Praktijkschool (Laapersveld)
- Mediaschool Hilversum (Prins Bernhardstraat)
- Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (Media Parkboulevard)
- Participatieplatform Hilversummers.nl (Korte Noorderweg)
- Stichting Stadsfonds Hilversum (stadsbreed)
- Versa Welzijn (Larenseweg)
- Vonk in de Wijk (Larenseweg)

Aan te betrekken organisaties kan het bestuur vragen een intentieverklaring te ondertekenen waarmee zij ondermeer de waarde van onafhankelijke journalistiek onderschrijven. De gemeente kan bij het leggen van contact desgewenst een verbindende rol spelen.

Bij de planning is paragraaf vijf is rekening gehouden met beslismomenten die het voortgezet onderwijs hanteert voor het samenstellen van het lesprogramma. Dit maakt het betrekken van jongeren via de scholen gemakkelijker.

2.1.1 Samenwerking met de gemeente

De gemeente kan de stichting ondersteunen, zolang er geen inmenging plaatsvindt in de journalistieke inhoud. Naast het in het leven roepen van de stichting, het verlenen van subsidie aan de stichting en het benoemen van het bestuur kan de gemeente op verzoek van de stichting:

- Contact leggen met organisaties binnen en buiten Hilversum
- Contact leggen met fondsen en ondersteunen bij fondswerving
- Ondersteunen bij het uitvoeren van peilingen en enquêtes

De capaciteit die de gemeente voor deze ondersteuning beschikbaar heeft is, aansluitend op de verwachte behoefte, het hoogst in de beginfase:

Periode	Maximaal beschikbare capaciteit
Aanlooperperiode tot 31 maart 2022	0,2 fte (8 uren per week)
1 ^e jaar (30 sept 2022 - 29 sept 2023)	0,1 fte (4 uren per week)
2 ^e jaar (30 sept 2023 - 29 sept 2024)	0,05 fte (2 uren per week)
3 ^e jaar (30 sept 2024 - 29 sept 2025)	0,05 fte (2 uren per week)

Hiernaast beoordeelt de gemeente jaarlijks de subsidieaanvraag en de financiële en inhoudelijke verantwoording van de stichting. Dit valt buiten de hierboven vermelde capaciteit.

2.1.2 Samenwerking met andere fondsen

De stichting wordt gevraagd te onderzoeken hoe kan worden samengewerkt met andere fondsen. Dat samenwerken kan zowel incidenteel waar het specifieke projecten of pilots betreft, als meer structureel.

Nederland en Europa kennen vele fondsen die zijn gericht op journalistiek. Dat wijst erop dat we belang hechten aan objectieve nieuwsvoorziening, maar ook dat deze niet zondermeer tot stand komt. Een voorbeeld van een Europees fonds is het [European Journalism Centre \(EJC\)](#). Het EJC is gevestigd in Maastricht, stamt uit 1992 en ondersteunt duurzame, ethische en innovatieve journalistiek. Het fonds werkt met crowdfunding, matchmaking en partnerships. Partners zijn ondermeer het Ministerie van OC&W en de Bill & Melinda Gates Foundation. Het fonds ondersteunt jaarlijks met enkele miljoenen.

Het [Fonds Bijzondere Journalistieke projecten](#) biedt een vooronderzoeksubsidie, een uitvoeringssubsidie voor het maken van een artikel, reportage, longread of serie artikelen, een boek, biografie, podcast, radio- of tv-documentaire of ander multimediaal project. De maximaal toe te kennen subsidie verschilt per doel en loopt uiteen van € 4.600 tot € 20.000. Daarnaast zijn er werkbeurzen, beurzen voor onderzoek en startsubsidies voor beginnende journalisten. In 2020 is vanuit dit fonds ondersteund met meer dan een miljoen.

Het [Stimuleringsfonds voor de Journalistiek](#) stimuleert kwaliteit, diversiteit en journalistieke onafhankelijkheid door met geld, kennis en onderzoek de vernieuwing van de journalistieke infrastructuur te bevorderen. Er is ondermeer een onderzoeksregeling, een exploitatieregeling, en een mogelijkheid tot sponsoring. Het fonds geeft op haar website aan welke projecten worden ondersteund.

Daarnaast is er provinciale ondersteuning voor ondermeer onderzoeksjournalistiek. Deze wordt geboden door Friesland, Groningen, Noord-Brabant en Zuid-Holland. Verder zijn er regionale en lokale fondsen en regelingen, bijvoorbeeld in Amstelveen, Arnhem, Delft, Den Haag, Haarlem, Leiden, Tilburg en Weert.

Wat opvalt is dat het bereik van ondersteunde projecten door fondsen nauwelijks wordt gemeten. Dit komt ondermeer omdat het precieze bereik van een nieuwsuiting lastig te bepalen is. Zeker bij onderzoeksjournalistiek valt een unieke uiting lastig af te zetten tegen een nulmeting. Om na te gaan wat de verspreiding is zijn de gegevens van bijvoorbeeld een uitgever nodig, wat moeilijk te verifiëren is.

3 Programma en doelen

De programmaliijnen vormen de kern van deze notitie en het belangrijkste inhoudelijke vertrekpunt voor de stichting. Het eerder omschreven maatschappelijk doel is erin ondergebracht:

Subdoel	Programmaliijn
1 Journalistiek staat dicht bij de Hilversummer	Programmaliijn Wijkjournalistiek
2 Journalistiek talent krijgt volop kansen	Programmaliijn Talentontwikkeling
3 Jongeren, internationals en minder taalvaardigen worden beter bereikt	Programmaliijn Breder bereik
4 De omgang met (lokaal) nieuws is verstandiger	Programmaliijn Mediawijsheid
5 Verkregen kennis en inzicht over de bovenstaande lijnen wordt breed gedeeld	Programmaliijn Inzicht

Sinds de komst van internet en de doorbraak van sociale media verandert niet alleen de manier waarop we nieuws en informatie gepresenteerd krijgen, maar ook de manier waarop we deze verwerken. Het is daarom goed denkbaar dat het bestuur deze programmaliijnen in de toekomst doorontwikkelt en bijstelt aan de hand van onderzoek naar nieuwe ontwikkelingen.

3.1 Programmaliijn Wijkjournalistiek

Voorbeelden zijn een op een wijk gericht journalistiek project, een journalist die een tijdelijke werkplek heeft binnen een wijk, of een journalist die jongeren mobiliseert om visies op te halen bij wijkbewoners. Het bestuur stimuleert de inzet op het subdoel door dit op te nemen in het afwegingskader, maar ook door verbindingen te leggen tussen lokale organisaties en aanvragers.

3.2 Programmaliijn Talentontwikkeling

Een voorbeeld is het over de volle lengte van een project betrekken van jongeren, die daardoor actief kennismaken met journalistieke principes en werkwijzen. Een ander voorbeeld is het verbinden van een journalistiek project aan een lesonderdeel met een maatschappelijk of journalistiek thema. Instrumenten van de stichting zijn het afwegingskader en het verbinden van met name scholen en mediamakers.

3.3 Programmaliijn Breder bereik

Hierbij gaat het om groepen die niet of nauwelijks door lokaal nieuws worden bereikt. In de eerste plaats jongeren, in de tweede plaats internationals en mensen met een lage taalvaardigheid. Daarbij de opmerking dat tussen de groepen een zekere overlap bestaat, en dat de nadruk ligt op jongeren ligt omdat het effect van inzet op die groep naar verwachting langer voortduurt.

Door de netwerken van de groepen, en de centrale rollen binnen dat netwerk actief te betrekken bij het maken van nieuws zal bij een deel van hen interesse worden gewekt. Daarbij kan het gaan om traditionele netwerken zoals familie, school, vriendengroepen, cursussen of verenigingen, maar ook om sociale media, zoals in het geval van jongeren Instagram en in het geval van ouderen Facebook.

Een mediamaker kan traditionele netwerken benaderen via bijvoorbeeld Versa Welzijn, Bibliotheek en Volksuniversiteit Hilversum, de International School Hilversum, de op Facebook actieve groep voor Hilversumse Expats, de Taaltafel of Stichting ABC. Belangrijk is het om erop te letten dat nieuwsbereik hierdoor niet versmalt maar verbreedt. Sterke voorkeur gaat uit naar nieuwsuitingen die voor alle Hilversummers de moeite waard zijn, niet alleen voor bijvoorbeeld jongeren.

Goed om in gedachten te houden dat het betrekken van een netwerk nieuwsgebruikers oplevert, die ook kunnen worden ingezet als verspreiders van de berichten, zeker als ze door de mediapartij worden opgeroepen nieuwsberichten actief te delen.

Het doordringen tot deze netwerken vraagt tijd en oprechte interesse in de personen die binnen het netwerk een actieve rol vervullen en in de doelen en issues die binnen het netwerk relevant zijn. Tijdens de verkenning is gebleken dat per schoolklas een of twee leerlingen echt werk willen maken van lokaal nieuws. Maatschappelijke thema's zijn in dat verband een goede ingang, want die leven onder veel jongeren. Het verband tussen journalistiek/nieuws en deze thema's moet echter uitgelegd worden; leerlingen blijken dat verband niet uit zichzelf te vinden. Voor wat betreft het bereiken van jongeren met nieuwsuitingen is de inzet van sociale media (Instagram) een must. Scholen kunnen om verschillende redenen een belangrijke rol spelen. De school is de plek waar belangrijke netwerken van jongeren zich bevinden, de organisatiegraad is hoog wat bereik vergemakkelijkt, en (het toevoegen van) maatschappelijke waarde maakt meestal deel uit van het lesprogramma, wat een Umfeld en aanknopingspunt biedt.

Van de vijf programmalijnen is dit de meest complexe. Het bestuur kan op deze lijn inzetten via het afwegingskader en door het leggen van verbindingen met ondermeer de genoemde organisaties.

3.4 Programmalijn Mediawijsheid

Het bijbrengen van mediawijsheid is een specialisme. Verschillende instellingen bieden cursussen en workshops aan, waaronder het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en het Grafisch Atelier Hilversum. Aanvragers kunnen dit aanbod bijvoorbeeld verwerken in nieuwsprojecten door met een instelling samen te werken bij het komen tot nieuwsuitingen. Een voorbeeld dat een stap verder gaat is het opnemen van een vorm van fact-checking in een nieuwsproject. Het bestuur kan inzetten op deze programmalijn door partijen te verbinden, maar bijvoorbeeld ook door (de omgang met) nepnieuws, filterbubbles of mediawijsheid te verwerken in het afwegingskader. Overigens is nepnieuws sterk in ontwikkeling, en is de vraag nog niet beantwoord hoe de journalistiek het best kan omgaan met de wijze waarop jongeren dit (denken te) filteren. Mediawijsheid is in die zin nog niet uitontwikkeld. Een inzet op mediawijsheid in combinatie met het maken van nieuws met jongeren kan nuttige inzichten opleveren voor de journalistiek.

3.5 Programmalijn Inzicht

De formats en inzichten die door ondersteuning van de stichting worden ontwikkeld komen beschikbaar als open source. Om kennis en inzichten te vergaren kan de stichting bijvoorbeeld kan metingen (laten) uitvoeren over de ontvangst en het bereik van nieuwsprojecten. Dat kan via een eigen kanaal of via de gemeente door inzet van het burgerpanel of het Stadspanel media¹. Daarnaast is het binnen de gemeente sinds kort mogelijk om peilingen uit te zetten onder jongeren vanaf 15 jaar.

Een andere manier waarop het effect van de inzet op de bovenstaande programmalijnen kan worden nagegaan is door samen te werken met scholen, opleidingen en kennisinstellingen. Tijdens de

¹ Het Stadspanel media bestaat uit ruim 300 Hilversummers vanaf 18 jaar, die hebben aangegeven te willen meedenken over lokale media in Hilversum.

verkenningfase voorafgaand aan deze startnotitie is samengewerkt met het A. Roland Holstcollege, de School voor Journalistiek (Hogeschool Utrecht) en het MBO College Hilversum (onderdeel van het ROC Amsterdam). Het ophalen van reacties op nieuwsuitingen levert vaak onverwachte inzichten op, zowel voor de mediamaker als de journalist. Voor meer uitgebreid onderzoek kunnen kennisinstellingen en universiteiten worden betrokken. Voorbeelden zijn de richtingen journalistiek aan de Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit en de Universiteit Leiden.

Kennis en inzicht begint altijd bij het stellen van de juiste vragen. In dit geval zijn dat de (onderzoeks)vragen die antwoorden opleveren waarmee een journalist of mediamaker echt iets kan. De stichting kan deze vragen naar eigen inzicht en in afstemming met het journalistieke veld en mediamakers formuleren. Om inzet op deze vragen bij aanvragers te stimuleren kunnen zulke vragen in het afwegingskader worden opgenomen, met daarbij meteen de kanttekening dat aanvragers niet moeten worden verleid om een specifieke vraag aan het project toe te voegen omdat dat wordt gevraagd. Kennis en inzicht komen in het beste geval organisch voort uit de inspanning.

4 Afwegingskader

Het afwegingskader bevat de criteria waarop de beoordelingscommissie haar afweging baseert. Als vertrekpunt voor verdere uitwerking geven we de stichting de volgende thema's mee:

Ervaring van de makers	Bij het beoordelen van aanvragen worden journalistieke ervaring, media-ervaring en track-record van de indiener meegewogen;
Continuïteit	Het heeft de voorkeur als een voorgesteld project al een tijd loopt, of de aanvraag betrekking heeft op uitbreiding van een bestaand project;
Duurzaamheid	Het heeft de voorkeur als een project de potentie heeft langere tijd te lopen, liefst zonder blijvende steun vanuit het mediafonds;
Promotie	Een vereiste is dat een voorstel ingaat op promotie van het project. ²
Wijkjournalistiek	Het project plaatst journalistiek dicht bij de Hilversummer;
Talentontwikkeling	Het project biedt volop kansen aan journalistiek talent;
Breed bereik	Het project zet in op een stevig bereik onder internationals, verminderd taalvaardigen en met name jongeren -de Hilversummers van de toekomst;
Mediawijsheid	Het project stimuleert mediawijsheid;
Kennis en inzicht	Het project levert nieuwe kennis en inzichten op, die in een toegankelijke vorm vrij beschikbaar worden gesteld.

² Dit is belangrijker dan het lijkt, daarom een toelichting. Het maken van media-uitingen en het bedrijven van journalistiek is een andere discipline dan het promoten van het resultaat. Tijdens de uitvoering van de Subsidieregeling lokale media 2020 is gebleken dat makers hun werk niet of nauwelijks promoten, zelfs als dit vooraf is benadrukt. Zo waren veel Hilversummers niet op de hoogte van een serie podcasts over Hilversum. Van het Stadspanel media had na voltooiing slechts 11,5% ooit van deze podcast gehoord. Binnen een groep betrokken Hilversummers is dit een heel lage score. Een voorbeeld van een geslaagde serie, die te weinig Hilversummers heeft bereikt.

Een mogelijke oplossing is dat het bestuur promotie van ondersteunde projecten laat uitvoeren door een gespecialiseerde derde partij, waarbij een deel van de verstrekte ondersteuning voor die uitvoering wordt gereserveerd.

5 Planning

Na een positief raadsbesluit in juni 2022 wordt het bestuur aangesteld. In de periode daarna worden aan de hand van deze startnotitie de statuten en het afwegingskader bepaald en wordt de stichting opgericht. Het bestuur vraagt na oprichting subsidie aan bij de gemeente.

Na verstrekking van de subsidie stelt het bestuur in augustus 2022 een beoordelingscommissie aan. Een persbericht wordt opgesteld, vormgeving en een website worden gerealiseerd en eind september is de stichting gestart. Een korte promotiecampagne volgt.

Een maand na de start kunnen ontvangen aanvragen door de beoordelingscommissie worden beoordeeld. Bijdragen voor projecten worden jaarlijks verstrekt. Bijdragen voor pilots worden twee keer per jaar verstrekt. Er zijn jaarlijks twee uiterste aanvraagdata voor ondersteuning.

Jaar	Datum beoordeling	Projecten (looptijd 1 jaar)	Pilots (maximaal € 2.500)
Start 1 ^e jaar	30 september 2022	Uiterste inleverdatum	Uiterste inleverdatum
	30 maart 2023		Uiterste inleverdatum
Start 2 ^e jaar	30 september 2023	Uiterste inleverdatum	Uiterste inleverdatum
	30 maart 2024		Uiterste inleverdatum
Start 3 ^e jaar	30 september 2024	Uiterste inleverdatum	Uiterste inleverdatum
	30 maart 2025		Uiterste inleverdatum
Start 4e jaar*	30 september 2025	Uiterste inleverdatum	Uiterste inleverdatum
	30 maart 2026		Uiterste inleverdatum

* De Reserve Regionaal Mediacentrum (RMC) is nu besteed. De stichting kan haar taken voortzetten indien de gemeente Hilversum of landelijk opererende fondsen en organisaties ondersteuning verlenen.

6 Raming kosten en uitgaven

De doelstelling van de stichting sluit aan bij die van de reserve Regionaal Mediacentrum (RMC). In deze reserve is een bedrag beschikbaar van € 240.457. Voor de exploitatie kan de stichting jaarlijks subsidie aanvragen. Volgens deze raming is dit voldoende voor dekking van de kosten gedurende drie jaar:

Fase	Periode	Post	Kosten of verstrekkingen	Raming	Deel van totale reserve
Aanloopperiode	8 juni 2022 - 29 sept 2022	Oprichtingskosten, inschrijving	Kosten	€ 900	0,4%
		Uitwerken startnotitie	Kosten	€ 5.000	2,1%
		Vormgeving en website	Kosten	€ 7.500	3,1%
		Inrichten online omgeving	Kosten	€ 5.000	2,1%
		Advieskosten	Kosten	€ 4.000	1,7%
		Overige kosten, onvoorzien	Kosten	€ 1.500	0,6%
Eerste jaar	30 sept 2022 - 29 sept 2023	Onkosten bestuur	Kosten	€ 2.800	1,2%
		Honoraria beoordelingscommissie*	Kosten	€ 6.500	2,7%
		Verstrekkingen uit Mediafonds Hilversum	Verstrekkingen	€ 58.152	24,2%
		Kosten fondswerving, netwerken, onderzoek, promotie	Kosten	€ 2.500	1,0%
		Administratiekosten, kosten jaarrekening, kosten online	Kosten	€ 1.100	0,5%
		Overige kosten, onvoorzien	Kosten	€ 1.500	0,6%
Tweede jaar	30 sept 2023 - 29 sept 2024	Onkosten bestuur	Kosten	€ 2.800	1,2%
		Honoraria beoordelingscommissie	Kosten	€ 6.500	2,7%
		Verstrekkingen uit Mediafonds Hilversum	Verstrekkingen	€ 58.152	24,2%
		Kosten fondswerving, netwerken, onderzoek, promotie	Kosten	€ 2.500	1,0%
		Administratiekosten, kosten jaarrekening, kosten online	Kosten	€ 1.100	0,5%
		Overige kosten, onvoorzien	Kosten	€ 1.500	0,6%
Derde jaar	30 sept 2024 - 29 sept 2025	Onkosten bestuur	Kosten	€ 2.800	1,2%
		Honoraria beoordelingscommissie	Kosten	€ 6.500	2,7%
		Verstrekkingen uit Mediafonds Hilversum	Verstrekkingen	€ 58.152	24,2%
		Kosten fondswerving, netwerken, onderzoek, promotie	Kosten	€ 2.500	1,0%
		Overige kosten, onvoorzien	Kosten	€ 1.500	0,6%
		SUBTOTAAL KOSTEN			€ 66.000
SUBTOTAAL VERSTREKKINGEN			€ 174.457	72,6%	
TOTAAL			€ 240.457	100,0%	

*De beoordelingscommissie bestaat uit ervaren mediamakers en journalisten. Het gangbare honorarium voor deze krachten is € 60 per uur.

Bijlage

Verkenning bedreigingen lokale media en journalistiek