



MEDIA BELEID

Gemeente Dordrecht

versie juli 2024

Samenvatting

In 2027 verandert het stelsel van de lokale omroepen. De huidige 220 lokale omroepen gaan dan over in 80 streekomroepen en de bekostiging van de lokale omroepen wordt verlegd van de gemeente naar het Rijk. Voor de Gemeente Dordrecht is dit aanleiding om het huidige gemeentelijke mediabeleid (uit 2004) te vernieuwen, aangezien de financiering van de lokale publieke omroep (RTV Dordrecht) de kern is van het huidige beleid.

Om te komen tot nieuw gemeentelijk mediabeleid is in november 2023 een expertmeeting georganiseerd met de gemeenteraad, zijn gesprekken gevoerd met verschillende mediastakeholders en is er een Mediamiddag georganiseerd voor de lokale stakeholders uit het medialandschap. Daarnaast zijn inzichten en uitkomsten meegenomen uit vergelijkbare trajecten in andere gemeenten.

Het belang van lokale media staat buiten kijf; lokale media doen verslag van grote en kleine gebeurtenissen en institutionele ontwikkelingen, wakkeren gemeenschapszin aan en versterken die. In een ideale situatie functioneert het stelsel van lokale media als een ecosysteem: een opstelsom van verschillende partijen die zorgen voor een pluriform aanbod en die wederzijds van elkaar profiteren. Verschillende doelgroepen (oud, jong, hoog- en laagopgeleid, etc) maken ieder op hun eigen manier gebruik van dit pluriforme aanbod, waarbij met name drie *functies* worden vervuld: informeren, controleren en binden.

Een gemeente speelt binnen de drie functies verschillende rollen:

1. Informeren: De gemeente is één van de belangrijkste afzenders van informatie over lokale kwesties.
2. Controleren: De gemeente is een belangrijk onderdeel van de lokale democratie en wordt derhalve gecontroleerd door de lokale journalistiek.
3. Binden: Voor de gemeente is het van belang dat iedereen mee kan doen (participatie) en dat iedereen wordt gehoord (representatie). Dit zorgt voor binding met de lokale omgeving.

Er zijn zorgen over lokale media. In Dordrecht specifiek met name over het online aanbod, en het bijbehorende lage(re) bereik onder jongere doelgroepen die voor hun informatie veelal gericht zijn op online bronnen. Bestaande merken innoveren weinig online en kennis ontbreekt. Daarnaast is er soms een lastige relatie tussen gemeente en het lokale media-ecosysteem: bij een aantal mediapartijen bestaat het beeld dat de gemeente niet het gehele lokale mediaveld overziet, maar met name contact heeft met enkele partijen. Erkenning voor het gehele ecosysteem ontbreekt.

Verder erkennen de actoren in het lokale veld dat er weinig onderlinge samenwerking en uitwisseling is, en dat er weinig overzicht is op het totale bereik van alle lokale media. Net als in veel andere gemeenten zijn ook in Dordrecht zorgen over het borgen van de controlerende functie. Zo zijn er amper journalisten bij raadsvergaderingen en zijn het vooral landelijke media die onderzoeksjournalistieke onthullingen brengen. Samenhangend met de uitdaging voor controlerende content wordt ook genoemd dat het lastig is om grotere projecten op te zetten die kunnen zorgen voor een breed bereik of een grotere mate van interactie.

Om deze uitdagingen het hoofd te bieden hebben we de volgende *vijf Dordtse doelstellingen* geformuleerd voor het lokale mediabeleid:

1. Behouden en versterken huidige pluriform landschap
2. Open tegemoet treden onafhankelijke journalistiek
3. Bundelen en delen sectorkennis
4. Optimaliseren inzet lokale media
5. Samenbrengen partijen

Bij deze doelstellingen hebben we actiepunten benoemd, waaronder bijvoorbeeld het stimuleren van meer online media-aanbod, het opzetten van Mediamiddagen om samenwerking te stimuleren en het opzetten van een 'mediaoverzicht' om de kennis van de sector te bundelen en delen.

RTV Dordrecht, RTV Ridderkerk, RTV Papendrecht, ATOS, MerweRTV en Klokradio zijn voornemens om per 2027 samen op te gaan in de streekomroep *Streek 56* (werktitel). Het Rijk zorgt vanaf die datum rechtstreeks voor de basisfinanciering van de streekomroep en de aanwijzing ervan. De negen gemeenten die verbonden zijn aan deze streekomroep blijven elkaar wel tegenkomen in beleid. Daarom hebben ze gezamenlijk *vier uitgangspunten* geformuleerd:

1. Ondersteuning van de ontwikkeling naar de streekomroep
2. Behoud van de lokale identiteit in de streekomroep
3. Borging van de centrale rol van vrijwilligers
4. Optimaal bereik doelgroepen

Er is nog een aantal onzekerheden rond de financiering van de streekomroep, maar we gaan er vooralsnog vanuit dat we de doelstellingen kunnen bereiken binnen de huidige financiële middelen.

Inhoud

Samenvatting	2
1 Inleiding	5
1.1 Aanleiding en doel nieuw mediabeleid	5
1.2 Proces	6
1.3 Leeswijzer	6
2 Algemene schets lokale media	7
2.1 Inleiding	7
2.2 Lokale media	7
2.3 Functies lokale media	9
2.4 Rol gemeente lokale media	10
2.5 Zorgen over lokale media	11
3 Mediabeleid Gemeente Dordrecht	12
3.1 Inleiding	12
3.2 Media-ecosysteem Dordrecht	12
3.3 Huidige gemeentelijke steun	13
3.4 Uitdagingen	14
3.5 Lokale doelstellingen mediabeleid Dordrecht	15
4 Van lokale omroep naar streekomroep	17
4.1 Landelijke stelselwijziging	17
4.2 Huidige ontwikkeling	18
4.3 Gezamenlijke gemeentelijke uitgangspunten streekomroep Streek 56	19
5 Financiële consequenties	20
Bijlage: Overzicht betrokken stakeholders en gebruikte bronnen	23



Inleiding

1.1 Aanleiding en doel nieuw mediabeleid

In 2027 verandert het stelsel van de lokale omroepen. De huidige 220 lokale omroepen gaan dan over in 80 streekomroepen en de bekostiging van de lokale omroepen wordt verlegd van de gemeente naar het Rijk. Dordrecht maakt onderdeel uit van *Streek 56*, samen met de gemeenten Hardinxveld-Giessendam, Hendrik-Ido-Ambacht, Papendrecht, Sliedrecht, Ridderkerk en Zwijndrecht. Alblasserdam en Molenlanden horen op het moment van schrijven (mei 2024) formeel nog niet tot Streek 56, maar er loopt een verzoek tot uitbreiding (bij NLPO). De lokale omroepen van deze negen gemeenten werken samen aan de vorming van een streekomroep die vanaf 2027 als dusdanig moet opereren.

Voor de gemeente Dordrecht is de stelselwijziging aanleiding om het staande gemeentelijke mediabeleid (uit 2004) te vernieuwen, aangezien de financiering van de lokale publieke omroep (RTV Dordrecht) de kern is van het huidige beleid. Want als het Rijk straks de lokale omroep financiert, en die ook nog eens een hele streek bedient, wat is dan nog de rol van de gemeente? Wat is de positie van de lokale/streekomroep in het totale lokale medialandschap? Welke uitdagingen zijn er voor de lokale media op de korte en langere termijn? En hoe is de samenhang met de omliggende gemeenten, als er gezamenlijk wordt opgetreden binnen de streekomroep? Deze vragen worden in dit beleid beantwoord.

1.2 Proces

Om een goed beeld te krijgen van de uitdagingen en de kansen voor mediabeleid in de gemeente Dordrecht is in november 2023 een expertmeeting georganiseerd met de raad. Dit was de start van het traject voor het opstellen van nieuw mediabeleid. Hierbij zijn gesprekken gevoerd met verschillende mediastakeholders binnen de gemeente Dordrecht. Ook is een Mediamiddag georganiseerd waarop de lokale stakeholders uit het medialandschap konden meedenken over de uitdagingen en mogelijke oplossingen. Ter inspiratie zijn verder inzichten meegenomen die in eerdere, vergelijkbare trajecten zijn opgedaan (zoals in de [gemeente Tilburg](#), [gemeente Utrecht](#) en de [gemeente Amersfoort](#)), evenals de '[handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid](#)' van het expertiseteam vitalisering lokale journalistiek van de VNG (2020). Daarnaast is zowel op ambtelijk als bestuurlijk niveau afgestemd met de overige gemeenten in de streek om op een aantal relevante punten gezamenlijk mediabeleid te formuleren. In de bijlage staat een overzicht van de stakeholders die betrokken zijn bij het opstellen van het beleid en de gebruikte bronnen.

1.3 Leeswijzer

Dit document start met een algemene schets van kenmerken, trends, functies van lokale media en de rol van gemeenten (hoofdstuk 2). In hoofdstuk 3 wordt ingezoomd op de Dordtse situatie, zowel qua uitdagingen, uitgangspunten voor het mediabeleid, waarna het inzoomt op de uitgangspunten die gelden voor het mediabeleid van de streek (hoofdstuk 4) en die gezamenlijk worden vastgesteld in de regiogemeenten. In hoofdstuk 5 staan tenslotte de financiële consequenties van het beleid, zowel lokaal als regiobreed.

2

Algemene schets lokale media

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk schetsen we het belang en functies van lokale media in het algemeen en landelijke trends in het gebruik, en zorgen. In de hoofdstukken hierna zoomen we in op de lokale situatie.

2.2 Lokale media

Belang

Het belang van lokale media staat buiten kijf. Meedoen in de maatschappij betekent meer en meer: toegang hebben tot informatie. En dat heeft ook zeker betrekking tot lokale informatie. Meer dan 65% van mensen voelt zich verbonden met de lokale gemeenschap waarin ze wonen. 85% geeft aan geïnteresseerd te zijn in lokaal nieuws (SvdJ, 2020). Lokale media doen verslag van grote en kleine gebeurtenissen en institutionele ontwikkelingen, wakkeren gemeenschapszin aan en versterken die.

Gebruik

Hoe mensen lokale media gebruiken, verschilt nogal. Oudere doelgroepen (50+) lezen met name de lokale krant op papier of online (66% van de lezers van papieren kranten is 50+) en kijken naar de lokale omroep (85% van de kijkers van lokale omroepen is 50+). Onder 30- tot 49-jarigen is de *hyperlocal* populair (lokale nieuwswebsites die niet verbonden zijn met een ander (offline) medium) en 18- tot 34-jarigen gebruiken met name sociale media (Instagram, YouTube, TikTok etc) om in hun informatiebehoefte te voorzien. Lokale omroepen hebben met name laag bereik onder jongeren en mensen met een migratieachtergrond. Mensen met

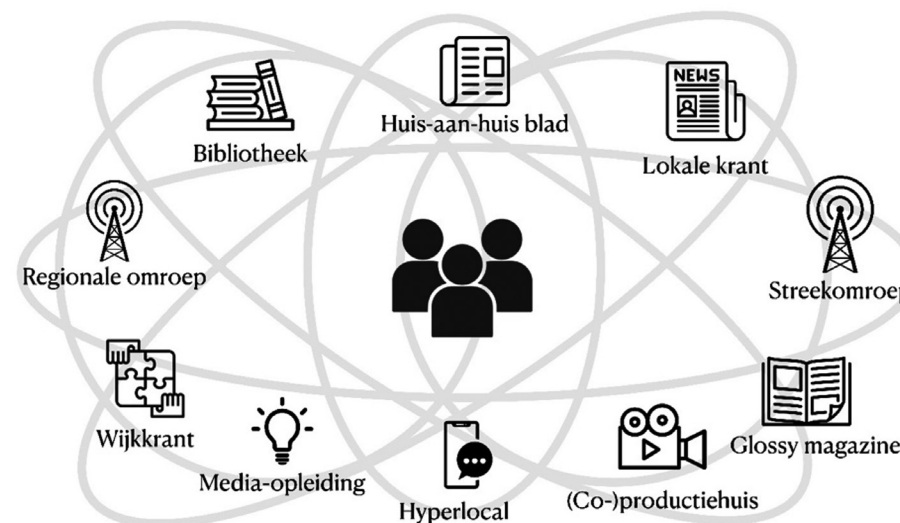
lagere inkomens betalen minder vaak voor nieuws en hebben dus minder vaak abonnementen op kranten. Zij zijn dus meer afhankelijk van gratis aangeboden diensten.

Ontwikkelingen

Het meest belangrijkste trend van de afgelopen 20 jaar is natuurlijk de digitale ontwikkeling die heeft plaatsgevonden en een grote invloed heeft gehad op (lokale) media. Niet alleen is het gebruik en aanbod van journalistieke bronnen ingrijpend veranderd, ook zijn verdienmodellen op z'n kop gezet. Mede onder invloed hiervan is er een grote media-concentratie ontstaan, met als resultaat dat er nu nog maar twee eigenaars zijn van de landelijke kranten. Op regionaal en lokaal gebied is ook een enorme afname geweest van aanbieders, omdat de verdienmodellen niet langer standhouden. Recent zijn de ontwikkelingen rondom AI natuurlijk relevant, zowel als kans als bedreiging.

Lokale media als ecosysteem

In een ideale situatie, functioneert het stelsel van lokale media als een ecosysteem: een opstelsom van verschillende partijen die zorgen voor een pluriform aanbod en die wederzijds van elkaar profiteren. Bijvoorbeeld omdat ze samenwerken of bepaalde voorzieningen delen, maar ook omdat ze met elkaar concurreren en op die manier voor evenwicht zorgen.



Afbeelding: Lokaal media-ecosysteem

2.3 Functies lokale media

Het lokale media-ecosysteem vervult met name drie functies voor lokale burgers: het informeert, controleert/agendeert en zorgt voor binding.

1. Informeren

Lokale media informeren inwoners van een gemeente over gebeurtenissen in de directe omgeving, via nieuws, communicatie en serviceberichten. Dit kan gaan over ontwikkelingen in het lokaal bestuur, maar ook over de komst van een nieuwe school of een gepland muziekevenement. Op basis van deze informatie kunnen burgers grote en kleine beslissingen nemen (hoe te stemmen, welke school te kiezen of wat te doen in het weekend). Er zijn veel verschillende partijen die informeren: nieuwsorganisaties, maar ook influencers, maatschappelijke organisaties, glossy magazines, individuele beeldmakers, verhalenvertellers en opiniemakers. Belangrijk voor de burger is de mogelijkheid om zoveel mogelijk toegang te hebben tot al deze informatie, en duidelijk te weten welke informatie van welke afzender afkomstig is.

2. Controleren en agenderen

Als geen ander hebben lokale media de taak om lokale machtshebbers te controleren en een breed en kritisch maatschappelijk debat te faciliteren over lokale kwesties. Bijvoorbeeld door de lokale politiek nauwlettend te volgen, diepgravend journalistiek onderzoek te doen (naar vervuilende bedrijven of vriendjespolitiek) en opiniestukken te publiceren of debatten te organiseren. Dergelijk journalistiek werk kan eigenlijk alleen gedaan worden door volledig onafhankelijke, professionele

organisaties. Dat zijn zowel publieke partijen zoals de lokale omroep en een debatcentrum, als private partijen als kranten, onderzoekscollectieven en huis-en-huis-bladen. Geregeld richten ook regionale of landelijke partijen zich op lokale verhalen – zij komen echter vaak alleen voor korte periode en richten zich op specifieke thema's. Voor burgers is het van belang dat er een stabiele, professionele en onafhankelijke basis is van partijen die controleren en agenderen.

3. Binden

Lokale media zijn een belangrijk platform om verbondenheid te tonen en stimuleren: zowel met een geografische locatie (een wijk, buurt, stad of regio) als tussen burgers onderling. Zo dragen ze bij aan identiteitsvorming en gemeenschapszin. Dit gebeurt via verschillende kanalen en op verschillende plekken, bijvoorbeeld met een lokaal muzikfestival, portretten van lokale bewoners in de krant en het meedoen aan een buurtevenement. Belangrijke aspecten bij verbinding zijn *participatie* en *representatie*. Burgers moeten de mogelijkheid hebben zelf mee te doen en hun talenten te ontwikkelen (bijvoorbeeld in de mediaproductie). Ook moeten verschillende 'groepen' in de lokale gemeenschap worden bereikt en bedient, en zouden in het algemene aanbod verschillende geluiden te horen en zien moeten zijn.

2.4 Rol gemeente lokale media

Lokale media functioneren onafhankelijk en zelfstandig. Wel is er een grote relatie tussen lokale media en de gemeente, zeker omdat doelstellingen vaak overlappen. Ook is er in sommige gevallen sprake van een financiële relatie. De verschillende relaties tussen media en de gemeenten en de rollen die een gemeente hierbij speelt zijn te koppelen aan de drie omschreven functies van media:

1. Informeren

De gemeente is één van de belangrijkste afzenders van informatie over lokale kwesties.

De gemeente heeft de plicht haar burgers zo goed mogelijk te informeren over alle besluiten die ze neemt en alle zaken die lokaal spelen. Hierbij moeten zoveel mogelijk en de juiste mensen worden bereikt, via de meest geschikte kanalen (zoals krant, televisie, radio, websites, en fysieke locaties zoals de bibliotheek). Beleids- en communicatie-afdelingen zijn hier binnen een gemeente gezamenlijk verantwoordelijk voor. Het is daarbij voor de burger van groot belang dat duidelijk is dat dit *informatie* betreft en dat de gemeente de afzender is.

2. Controleren

De gemeente is een belangrijk onderdeel van de lokale democratie en wordt derhalve gecontroleerd door de lokale journalistiek.

Dit gebeurt door private partijen (zoals de lokale krant of onderzoekscollectieven) en door de lokale publieke omroep. Deze laatste wordt echter momenteel ook rechtstreeks gefinancierd door de gemeente, wat een onafhankelijke relatie complex maakt.

Mede hierom is besloten de aansturing van lokale publieke omroepen over te hevelen van gemeentes naar het rijk. Naast meer afstand is het voor gemeentes van belang zo open en transparant mogelijk te zijn (zoals vastgelegd in de Wet Open Overheid) en mee te werken aan journalistieke onderzoeken. Een veelgehoorde klacht is dat gemeentes vaak wel royaal investeren in communicatie, maar tegelijkertijd amper meewerken aan kritisch onderzoek.

3. Binden

Voor de gemeente is het van belang dat iedereen mee kan doen (participatie) en dat iedereen wordt gehoord (representatie). Dit zorgt voor binding met de lokale omgeving.

Lokale media zijn voor burgers een belangrijk middel voor herkenning en erkenning: ze zien hun eigen omgeving en/of problemen terug en voelen zich gehoord en gezien. Dit is voor het functioneren van een gemeente van essentieel belang.



2.5 Zorgen over lokale media

Afname bereik en aanbod

Er zijn zorgen over de lokale journalistiek in heel Nederland. Zo verdwijnen lokale kranten en huis-aan-huisbladen op steeds meer plekken, mede door de afname van advertentie-inkomsten. Tegelijkertijd is het bereik van lokale omroepen veelal laag, wat niet wordt opgevangen door nieuwe digitale initiatieven. Dit leidt ertoe dat het aanbod afneemt en versnippert. Ook zit een deel van de journalistieke verhalen achter betaalmuren, waardoor alleen mensen die ervoor kunnen en willen betalen, toegang hebben.

Gebrek aan bestuurlijk nieuws en achtergronden

Inhoudelijk valt met name op dat er in de media een gebrek is aan lokaal bestuurlijk nieuws en achtergrondverhalen en duiding. Het aanbod beperkt zich in veel gemeenten tot vooral korte berichten en zogenoemde 112-berichten. Raadsvergaderingen worden niet goed gevolgd en er is weinig aandacht voor meer diepgravende, onderzoeksjournalistieke verhalen. Er zijn landelijke titels die onderzoek doen op lokaal niveau, maar deze partijen vertrekken ook weer als het verhaal klaar is.

Geringe continuïteit bij vrijwilligersinitiatieven

De grote vrijwillige inzet bij lokale media laat zien dat er behoefte is om deel te nemen aan de productie van lokale media. Helaas is bij dergelijke initiatieven vaak weinig continuïteit, omdat het gehele productieproces afhankelijk is van vrijwilligers. Veel van deze initiatieven komen dan ook snel op, en verdwijnen helaas ook weer snel. Dit is vervelend voor het publiek dat ze bedienen, maar maakt ook samenwerking met professionele aanbieders moeilijk.

3

Mediabeleid Gemeente Dordrecht

3.1 Inleiding

Met lokaal mediabeleid kan een gemeente invulling geven aan de doelstellingen die ze hebben, en werken aan de problemen die er in het media-ecosysteem bestaan. De aanstaande stelselwijziging maakt dat de aanwijzing en financiering van de lokale publieke omroep naar het Rijk gaat. Een deel van het beleid verhuist daarmee ook. Die ontwikkeling heeft raakvlakken met andere gemeenten in de streek. In het volgende hoofdstuk gaan we daar wat uitgebreider op in. Er blijft echter nog altijd ruimte voor gemeenten om eigen keuzes te maken en accenten te leggen, zowel voor de publieke omroep als het totale lokale media-ecosysteem. Na een beschrijving van de huidige situatie en uitdagingen geven we de doelstellingen die we onszelf stellen.

3.2 Media-ecosysteem Dordrecht

Het lokale media-ecosysteem in Dordrecht bestaat uit verschillende organisaties die gezamenlijk invulling geven aan de functies zoals beschreven in paragraaf 2.2. Op dit moment zijn dat:

- Lokale publieke omroep: RTV Dordrecht – *per 2027 streekomroep*
- Regionale publieke omroep: RTV Rijnmond
- Private media: AD de Dordtenaar, 078MGZN
- Huis-aan-huisblad: Dordt Centraal
- Maatschappelijke- en op participatie gerichte organisaties: Via Cultura, TienPlus, Kinderkrant Drechtsteden, de bibliotheek
- Special interest titels, zoals Dordrecht Monumenteel
- Lokale media-opleiding: DaVinci College

De gemeente Dordrecht telde in 2024 122.089 inwoners in 56.730 huishoudens (CBS, 2024). De leeftijdsopbouw van de inwoners is grotendeels gelijk aan die van Nederland, waarbij ongeveer een derde van de inwoners jonger is dan 27 jaar en 20 procent ouder dan 65 jaar.

Onderzoek naar het mediagebruik van inwoners in de Drechtsteden (Monitor Communicatie en Bestuur, OCD, 2022) laat zien dat 63% van de inwoners het lokale huis-aan-huisblad een belangrijke bron van informatie vindt voor nieuws over de gemeente. Voor 46% is sociale media de voornaamste bron, gevolgd door krant of dagblad (42%) en voor 20% de lokale nieuwssite. Lokale radio wordt slechts door 2% genoemd. Er zijn wel verschillen te noemen tussen groepen inwoners. Bijvoorbeeld: Respondenten in de leeftijd 18-39 jaar noemen meer dan oudere respondenten lokale nieuwswebsite (28%) en sociale media (65%) als media van voorkeur. Terwijl oudere respondenten (55+) relatief meer traditionele media zoals het huis-aan-huis blad (83%), krant/dagblad (51%) en lokale televisie (18%) noemen.

De afzonderlijke media doen ook geregeld zelf onderzoek naar hun publiek. Er is geen overkoepelende informatie over bereik en waardering van de titels.

3.3 Huidige gemeentelijke steun

We steunen de lokale media op verschillende manieren. Zo financieren we momenteel de lokale omroep RTV Dordrecht met een jaarlijkse bijdrage (en de afgelopen twee jaren zijn aanvullend incidentele verhogingen toegekend in aanloop naar de streekomroepvorming). De gemeente publiceert ook bekendmakingen en gemeentelijk nieuws in het huis-aan-huisblad Dordt Centraal. Hiervoor kopen we enkele pagina's in. Verder financiert de gemeente ook de organisatie die negen wijkkranten uitgeeft; TienPlus. Jaarlijks krijgt Dordrecht Sociaal hiervoor een bedrag waar zij twee medewerkers van aanstellen (0,5 fte), en de drukkosten mee betalen.

Verder heeft de gemeente een communicatie-afdeling die beleidsafdelingen ondersteunt in het publiceren van persberichten, het benaderen van media voor projecten en het uitzetten van commerciële opdrachten (zoals het laten maken van een promotiefilmpje). Er is ook een *newsroom* die berichten publiceert op verschillende platformen (de eigen website en sociale media). Verschillende beleidsafdelingen financieren/ondersteunen specifieke publicaties of projecten. Te denken valt aan een documentaireserie over armoede in de gemeente (gegrond aan Via Cultura) of steun aan de Kinderkrant Drechtsteden vanuit de afdeling onderwijs (t.b.v. leesbevordering).

3.4 Uitdagingen

Samen met de sector is gekeken naar de uitdagingen waar het lokale media-ecosysteem in Dordrecht zich voor geplaatst ziet. Uiteraard zijn niet alle uitdagingen voor de verschillende organisaties even groot of betekenisvol, toch was er behoorlijke overeenstemming over de belangrijkste uitdagingen.

Online media

Zo zijn er uitdagingen bij het online aanbod in Dordrecht, en het bijbehorende lage(re) bereik onder jongere doelgroepen die voor hun informatie veelal gericht zijn op online bronnen. De bestaande mediamerken vinden het lastig digitaal te innoveren gezien dit vaardigheden en tijd kost (wat niet altijd beschikbaar is). Er ontbreekt ook een duidelijk beeld van wat precies de online kansen zijn. Daarnaast is het opvallend dat er in Dordrecht relatief weinig online titels zijn die niet gekoppeld zijn aan bestaande mediamerken (*hyperlocals*).

Gemeente en media

Een tweede uitdaging heeft betrekking op de manier waarop de gemeente omgaat met de verschillende lokale media in Dordrecht. Hier komen drie elementen samen. Zo bestaat bij een aantal mediapartijen het beeld dat de gemeente niet het gehele lokale mediaveld overziet, maar met name contact heeft met enkele partijen – erkenning voor het gehele ecosysteem ontbreekt in hun ogen. De gemeente heeft, als opdrachtgever voor commerciële opdrachten, invloed op de verdienmodellen van bepaalde mediaorganisaties. Tegelijkertijd ziet een aantal van deze organisaties dat opdrachten vaak gegeven worden aan

niet-lokale partijen. Daarbij spelen diverse afwegingen een rol bij de gemeente, maar de lokale media vinden dat daarmee kansen worden gemist.

Het derde punt betreft de manier waarop de gemeente informatie verstrekt. Communicatie over wat de gemeente wil communiceren gaat in principe via de woordvoerders van de communicatie-afdeling, maar er zijn ook contacten vanwege beleid en subsidie-relaties, die via de betrokken beleidsafdelingen lopen (dit staat los van perscontacten). Lokale media ervaren dat informatie over beleid, projecten en mogelijke kansen voor nieuwsitems of projecten niet altijd open en proactief met hen worden gedeeld.

Samenwerking

De actoren in het lokale veld erkennen ook dat er weinig samenwerking is. Iedereen opereert op z'n eigen terrein en er is weinig uitwisseling. Dit terwijl doelgroepen op elkaar aansluiten (kinderen en ouderen, wijk- en stadbewoners) en het aanbod niet altijd direct concurrerend is. Ook op het gebied van innovatie, talentontwikkeling en voorzieningen wordt weinig tot niet samen opgetrokken. Dit terwijl alle partijen aangeven dat hier winst te behalen zou zijn. Zo zou talent kunnen doorstromen binnen de lokale context (van opleiding naar organisatie, maar ook van een vrijwilligersorganisatie naar een professionele) en zou huisvesting gedeeld kunnen worden. De mediaorganisaties benoemden daarnaast dat er weinig overzicht is op het totale bereik van alle lokale media. Er is geen centrale 'database' waarin het bereik en de focus per medium te vinden is. Een dergelijk overzicht is interessant voor de sector omdat zowel maatschappelijke als commerciële opdrachten dan beter verdeeld kunnen worden.

Controlerende functie onder druk

Net als in veel andere gemeenten zijn ook in Dordrecht zorgen over het borgen van de controlerende functie. Zo zijn er amper journalisten bij raadsvergaderingen en zijn het vooral landelijke media die onderzoeksjournalistieke onthullingen brengen. Daarbij zit een deel van deze content achter betaalmuren: je hebt een abonnement nodig om het te consumeren. Met name voor inwoners met lagere inkomens zijn dergelijke abonnementen een te grote kostenpost. Voor alle partijen is geld- en tijdgebrek de voornaamste reden om weinig aandacht aan controlerende content te werken. Ook wordt hier genoemd dat er weinig onderlinge samenwerking is.

Budget voor grotere projecten

Samenhangend met de uitdaging voor controlerende content wordt ook genoemd dat het lastig is om grotere projecten op te zetten die kunnen zorgen voor een breed bereik of een grotere mate van interactie. Er is, vrijwel bij alle partijen, weinig eigen budget voor dergelijke projecten. En het aanvragen van tijdelijke extra gelden (bijvoorbeeld bij de gemeente, maar ook bij het Fonds Bijzondere Journalistiek Projecten of Zuid-Hollands Mediafonds) vraagt expertise en tijd.

3.5 Lokale doelstellingen mediabeleid Dordrecht

Op basis van de huidige situatie en de genoemde uitdagingen formuleren we de volgende doelstellingen voor ons mediabeleid en daarbij de acties die we daar, waar nodig, zelf op ondernemen:

1. Behouden en versterken huidige pluriform landschap

Het is een groot goed dat er verschillende mediapartijen actief zijn in onze gemeente, zodat inwoners op veel manieren, passend bij hun behoefte en interesse, informatie kunnen vergaren. De financiering van deze partijen is verschillend en loopt van volledig privaat naar (deels) publiek gefinancierd – dan wel indirect ondersteund door vanuit communicatiemiddelen (zoals de publicatie van het gemeentenieuws in Dordt Centraal) of participatiegelden (zoals bij de wijkkranten van TienPlus).

Actie: we blijven lokale media ondersteunen op diverse manieren (direct en indirect).

Actie: we stimuleren partijen om meer online media aanbod te ontwikkelen en aan te bieden (oa. via Mediamiddagen, zie punt 5).

2. Open tegemoet treden onafhankelijke journalistiek

We zorgen dat de onafhankelijke journalistieke media hun controlerende taak kunnen uitvoeren. Bij de publieke partijen (nu de lokale omroep en straks de streekomroep) wordt deze geborgd door de stelselwijziging. De private partijen moeten zoveel mogelijk onafhankelijk opereren. We nemen onze verantwoordelijkheid door de journalistiek zo open mogelijk tegemoet te treden en transparant te zijn.

3. Bundelen en delen sectorkennis

Lokale media en partijen die er mee te maken hebben (maatschappelijke organisaties, adverteerders, de gemeente) hebben behoefte aan overzicht en inzicht. Welke partijen zijn actief, wie bereikt welke doelgroep en wat zijn geplande grote projecten? Om dit goed te kunnen ontsluiten, richt de gemeente een centraal punt in, met als werktitel *'Mediaoverzicht'*. Dit is een (virtuele) plek waar alle data te vinden is over de media die in Dordrecht actief zijn. Het *'Mediaoverzicht'* laat zien welke doelgroepen ieder medium heeft, en hoe het bereik is. Deze informatie kan vervolgens door publieke en private partijen gebruikt worden voor allerlei projecten. Ook voor de gemeente zelf is deze informatie nuttig – op basis hiervan kan de gemeente alle relevante lokale partijen benaderen bij perswaardige momenten. Samenwerking met het onderwijs ligt voor de hand: voor zowel mbo- als hbo-studenten is het interessant om deze informatie op te halen en te (helpen) ontsluiten.

Actie: samen met de lokale media-partijen vormgeven aan de inrichting van een *'Mediaoverzicht'*.

4. Optimaliseren inzet lokale media

Lokale media de mogelijkheid geven om inwoners goed te informeren en binden betekent het delen van relevante informatie (zie ook doelstelling 1 en 2), maar ook proactief betrekken bij projecten (zoals bijvoorbeeld is gebeurd bij armoedebeluid). Als de gemeente zich voor betaalde opdrachten en advertenties meer wendt tot lokale partijen, kan ze daarmee ook de infrastructuur versterken en in stand houden. Daarbij is het wel belangrijk om de onafhankelijke rol van media te behouden.

Actie: verkennen mogelijkheden om meer opdrachten te verlenen aan lokale media met behoud van de onafhankelijke rol van media

5. Samenbrengen partijen

De lokale media onderschrijven dat ze met name zelf verantwoordelijk zijn voor onderlinge samenwerking. Bijvoorbeeld door meer naar elkaar door te verwijzen, talenten door te laten stromen en gezamenlijke projecten op te pakken. De gemeente wil wel, als neutrale partij, deze samenwerking stimuleren en mogelijk maken. Dit doet ze door *Mediamiddagen* te organiseren: momenten voor ontmoeting en samenwerking, maar ook het gezamenlijk agenderen van belangrijke punten en het uitwisselen van kennis, zoals over onderzoeksfondsen voor journalistiek. Op dergelijke middagen kunnen projecten, kruisverbanden en kruisbestuivingen ontstaan, bijvoorbeeld ter versterking van transitie naar meer online media. De studenten van DaVinci kunnen bijvoorbeeld een *'jongerenproject'* opzetten voor Dordt Centraal. Daarmee kan Dordt Centraal experimenteren met het bereiken van jongere doelgroepen (online) en studenten een interessante opdracht hebben.

Vanaf 2026 gaan de gemeente, de stadsbibliotheek, de Sociale Dienst Drechtsteden en VVV samenwerken binnen eenzelfde pand: het Dordthuis. Dit wordt niet alleen een fysieke plek, maar ook een gedeeld merk waar bewoners terecht kunnen voor dienstverlening, informatie en cultureel en educatief aanbod. Daarnaast biedt het ook openbare ruimte voor ontmoeting en flexibele werkplekken voor de stad. Ook lokale media kunnen daar gebruik van maken.

Actie: het opzetten van een tweemaandelijks Mediamiddag.

Actie: het uitwerken van de mogelijkheden van een *'mediaplek'* in het Dordthuis.

4

Van lokale omroep naar streekomroep

Een belangrijk onderdeel van de lokale media is de lokale omroep, waarbij de komende jaren een ontwikkeling naar streekomroep wordt beoogd. Na 2027 is de lokale publieke omroep niet langer verbonden met slechts één gemeente, maar met meerdere (in dit geval met negen) en zorgt het Rijk rechtstreeks voor de basisfinanciering van de streekomroep en de aanwijzing ervan. Zo is de ontwikkeling die afgelopen jaren landelijk is voorbereid en komende jaren verder zijn beslag krijgt.

Dit betekent dat de gemeenten onderling meer met elkaar zullen moeten afstemmen en samenwerken in hun positie ten opzichte van de streekomroep. Waar nu het mediabeleid geheel per gemeente ingevuld kan worden, ontmoeten de negen gemeenten elkaar straks in relatie tot de streekomroep.

4.1 Landelijke stelselwijziging

Per 2027 is er een landelijk dekkend netwerk van 80 streekomroepen. In de nieuwe Mediawet¹ staan dan criteria die aangeven waar een streekomroep aan moet voldoen om een aanwijzing te krijgen. De NLPO, het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de lokale publieke omroep in Nederland, dat in het nieuwe bestel een coördinerende rol krijgt, noemt dit Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA): “Een continu aanbod van informatieve en opiniërende kwaliteitsprogramma's op radio

¹ Huidige planning voor de nieuwe Mediawet is in oktober 2024 internetconsultatie en voor de zomer 2025 besluitvorming in Tweede Kamer.



en tv, een actuele website met nieuws en levendige aanwezigheid op sociale media.” Daarnaast wordt er gekeken naar de kwaliteit: “De kwaliteitscriteria hebben onder andere betrekking op het soort content, de technische kwaliteit van de producties en uitzendingen, de distributie en het bereik. De criteria voor een LTMA zijn door de sector vastgesteld en vertaald in een keurmerk.” (NLPO).

Omroepen kunnen een aanvraag doen voor een aanwijzing voor een bepaalde streek. Hierbij vervullen de gemeenten van deze streek en de NLPO een adviesrol, en neemt het Commissariaat voor de Media het uiteindelijke besluit. De NLPO wordt het wettelijk samenwerkings- en coördinatieorgaan van de streekomroepen en zal onder andere een gezamenlijke koers vastleggen in een concessiebeleidsplan.

Per 2027 krijgen streekomroepen jaarlijks een basisfinanciering en daarnaast een bedrag dat gebaseerd is op het aantal huishoudens en de kernen die de omroep bedient. De hoogte van deze bedragen is nog niet bekend, wel is duidelijk dat de bekostiging over gaat van het Gemeentefonds naar de Mediabegroting van OCW. Ook is het uitgangspunt dat streekomroepen gemiddeld per huishouden meer te besteden hebben dan de huidige lokale omroepen. Dit wordt gedaan om de streekomroepen verder te professionaliseren. Waar nu nog veel lokale omroepen met name draaien op vrijwilligers en een enkele vaste kracht, kunnen vanaf 2027 meer journalisten worden aangenomen.

De landelijke stelselwijziging moet met name resulteren in het verbeteren van de journalistieke kwaliteit in gemeenten. Onder andere door meer professionele journalisten aan te nemen, maar

ook door de journalistieke onafhankelijkheid van de omroep beter te borgen. Daarnaast kan schaalvergroting zorgen voor efficiëntie: voorzieningen, zoals studio's en filmapparatuur, kunnen bijvoorbeeld gedeeld worden. Ten slotte biedt de financiële stabiliteit ook meer ruimte om toekomstbestendig te investeren.

4.2 Huidige ontwikkeling

RTV Dordrecht, RTV Ridderkerk, RTV Papendrecht, ATOS, MerweRTV en Klokradio zijn voornemens om per 2027 samen op te gaan in de streekomroep Streek 56 (werktitel). Dit samenwerkingsverband zal vervolgens een aanvraag doen voor de aanwijzing als de erkende streekomroep voor deze streek. Er is geen garantie dat Streek 56 de aanwijzing krijgt – er kan ook een andere partij een aanvraag indienen.

Tot en met 2026 zijn gemeenten zelf verantwoordelijk voor de financiering van de lokale omroepen, terwijl die dus tegelijkertijd bezig zijn met de samenwerking richting een streekomroep. Om deze transitie te ondersteunen (zowel financieel als deskundig) is er door OCW voor de jaren 2024, 2025 en 2026 budget beschikbaar gesteld via het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Van deze steun kunnen bij huidige lokale omroepen vaste krachten worden aangesteld om verder te professionaliseren en de journalistieke kwaliteit te verbeteren. Een voorwaarde voor deze steun is dat er al samenwerking is tussen verschillende omroepen.

In 2024 heeft het samenwerkingsverband Streek 56 helaas geen subsidie gekregen van het Stimuleringsfonds voor de

Journalistiek en zijn de betrokken gemeenten zelf bijgesprongen met aanvullende financiering ter ondersteuning van de vorming van een streekomroep. Voor 2025 zal opnieuw een aanvraag worden ingediend. Ter voorbereiding hierop hebben de zes lokale omroepen in 2024 extra journalisten aangenomen (met steun van de gezamenlijke gemeenten) en een gezamenlijke website ingericht met nieuws uit de verschillende gemeenten.

4.3 Gezamenlijke gemeentelijke uitgangspunten streekomroep Streek 56

De negen gemeenten die samenkomen in het overkoepelende geheel van de toekomstige streekomroep Streek 56 onderschrijven de volgende vier uitgangspunten:

1. **Ondersteuning van de ontwikkeling naar de streekomroep**
Er is nog veel onduidelijk en onzeker over de inrichting van de streekomroep vanaf 2027. Zo zijn de bedragen die de rijksoverheid beschikbaar zal stellen nog niet bekend gemaakt en zijn de details van het LMTA nog niet bekend. De NLPO begeleidt het proces vanuit de omroepen en de gemeenten stellen zich bereidwillig op om gezamenlijk mee te denken en te werken.
De negen gemeenten van streek 56 zien het daarbij als een gezamenlijke verantwoordelijkheid om vanuit de huidige zes lokale omroepen te bouwen aan een gemeenschappelijke streekomroep. De inspanningen moeten zoveel mogelijk worden

beloond en waar mogelijk moeten de omroepen ondersteund blijven om de ontwikkeling richting een streekomroep mogelijk te blijven maken.

2. **Behoud van de lokale identiteit in de streekomroep**
Voor elke gemeente is het behoud van de eigen lokale identiteit een belangrijk uitgangspunt. In de uiteindelijke streekomroep zullen al deze identiteiten een goede plek moeten krijgen. Te denken valt aan het verslaan van amateurwedstrijden in een bepaalde gemeente, de registratie van specifieke culturele evenementen, het activeren van bepaalde groepen burgers om zelf aan de slag te gaan met media en participatietrajecten met de inwoners op streek cq gemeentelijk niveau.
3. **Borging van de centrale rol van vrijwilligers**
De vrijwilligers die nu bij de lokale omroepen werkzaam zijn belangrijk voor de verschillende gemeenten. Hun inzet en energie, en hun waarde als lokale verbinder, mag niet verloren gaan in de totstandkoming van de (meer professionele) streekomroep. Daarom is het voor alle gemeenten van belang dat, waar mogelijk, gewerkt zal blijven worden met vrijwilligers (huidige of nieuw aangetrokken). Dit vergt voldoende ondersteuning van en aandacht voor het binden en aantrekken van vrijwilligers.
4. **Optimaal bereik van doelgroepen**
Naar verwachting zal in de nieuwe Mediawet hier voldoende aandacht voor zal zijn, maar we vinden in ieder geval zelf ook dat de nieuwe streekomroep moet inzetten op een zo breed mogelijk bereik van doelgroepen in onze streek.

5

Financiële consequenties

De financiële consequenties van het lokale mediabeleid en (overgang naar) de streekomroep worden in dit hoofdstuk beschreven. Daarbij is er nog een aantal onzekerheden, vooral in de financiering van de streekomroep. De financiering voor dit mediabeleid kan verder onder voorbehoud van tussentijdse evaluatie en ontwikkelingen (bv. ombuigingen, nieuwe kansen voor samenwerking) bekostigd worden binnen de huidige begroting.

Lokaal mediabeleid

Het behalen van de doelstellingen en het uitvoeren van de genoemde acties voor het lokale mediabeleid Dordrecht zoals beschreven in hoofdstuk 3 kunnen naar verwachting uitgevoerd worden binnen de huidige capaciteit en begroting. Het continueren van huidige subsidies voor lokale media en de opdracht aan Dordt Centraal voor het gemeentenieuws passen in de huidige begroting en de extra personele inzet voor bijvoorbeeld het opzetten van Mediamiddagen kan geboden worden vanuit huidige middelen.

Van lokale naar streekomroep

De financiële consequenties van de ontwikkeling van lokale naar streekomroep zijn nog moeilijk in te schatten. Deze zijn afhankelijk van landelijke besluitvorming over de streekomroepen en verdere uitwerking op basis van gesprekken tussen gemeenten en met samenwerkende lokale omroepen. Begin 2025 hopen we meer duidelijkheid te hebben. Voor Dordrecht gaan we er vooralsnog vanuit dat de huidige basissubsidie voor RTV Dordrecht (€270.315, prijspeil 2024) tot 2027 voldoende is om minimaal het huidige niveau van de nieuwsvoorziening in Dordrecht te behouden en de doorontwikkeling naar de streekomroep mogelijk te maken.

Na 2027 zou het extra bedrag dat we nu verlenen minus de normbijdrage (€ 181.249, prijspeil 2024) naar verwachting genoeg moeten zijn.

Een nadere toelichting hierop per uitgangspunt:

1. De totstandkoming van de streekomroep ondersteunen

Er zijn kosten verbonden aan de voorbereiding van de totstandkoming van de streekomroep door de lokale omroepen en professionalisering van de journalistiek die daarbij hoort. Het samenwerkingsverband *Streek 56* heeft hiervoor een subsidieverzoek ingediend bij het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (ten hoogte van €250.000). In september 2024 wordt bekend gemaakt of de subsidie wordt toegekend. Mocht de subsidie voor 2025 en 2026 *niet* toegekend worden door het SvdJ (bekend in september 2024), dan overleggen gemeenten of en hoe ze verdere ontwikkeling kunnen ondersteunen. De extra personele inzet vanuit gemeenten om te ondersteunen bij de totstandkoming kan binnen de huidige begroting worden geleverd.

2. Behouden van de lokale identiteit in de streekomroep

Veel is nog onduidelijk ten aanzien van de financiering van de streekomroep vanaf 2027, zowel vanuit de landelijke overheid als de nog in oprichting zijnde streekomroep. De besluitvorming over de nieuwe Mediawet en de concrete bedragen vanuit het Rijk voor de basisfinanciering en aanvullende financiering (gericht op het verzorgingsgebied) moet nog plaatsvinden. Op basis van de huidige beschikbare informatie kan de streekomroep naar verwachting vanaf 2027 rekenen op een budget van ca. €500.000 vanuit het Rijk. De dekking

vanuit het Gemeentefonds voor lokale media ter hoogte van de normbijdrage zou op basis van huidige informatie dan vervallen. De meeste gemeenten in deze streek geven subsidie ter hoogte van het normbedrag; alleen Dordrecht en Ridderkerk verlenen meer. Als de extra bijdragen blijven, maar de normbijdragen vanuit gemeenten zouden vervallen, kan de streekomroep vanaf 2027 rekenen op een bedrag dat iets hoger is dan het huidige totaal van alle bijdragen vanuit de gemeenten.

De lokale omroepen in de streek stellen volgens huidige planning voor eind 2024 een gezamenlijk businessplan en begroting op. De verwachting is dat sec financiering vanuit het Rijk niet voldoende zal zijn om in alle gemeenten naast de beoogde versterking van de journalistieke kant, ook veel nieuws over lokale cultuur, evenementen en inwonersparticipatie te kunnen bieden. Nadere gesprekken gemeenten en omroepen over het businessplan en de financiering zullen in het najaar van 2024 worden gevoerd. Een optie is dat lokale gemeenten voor aanvullende, specifieke doelstellingen een extra opdracht en bijbehorende lokale financiering geven aan de streekomroep. Die keuze kan lokaal gemaakt worden en de omroep kan dan voor de betreffende gemeente extra inzet leveren. Te denken valt aan:

- Het uitzenden van lokale sportwedstrijden, evenementen, kunst en cultuur, educatie en participatie. Een grove schatting van kosten is ca. gemiddeld €25 000 per jaar per gemeente (afhankelijk van omvang gemeente).
- Behoud van lokale mediaplek voor lokale binding en ontmoeting van vrijwilligers en medewerkers. Meerkosten naast basisvoorzieningen streekomroep: PM, verschillend per gemeente.

Voor Dordrecht gaan we er op dit moment vanuit dat de huidige subsidie die we verlenen bovenop het normbedrag (€ 181.249, prijspeil 2024) hiervoor toereikend zou moeten zijn.

3. Borgen van de centrale rol van vrijwilligers

Ondersteuning en binding van vrijwilligers in de streekomroep zou binnen de basisfinanciering van het Rijk mogelijk moeten zijn. Inzet078 wordt daarnaast vanuit het vrijwilligersbeleid van de gemeente Dordrecht gefinancierd en kan binnen hun taken ook mediapartijen ondersteunen bij vragen rond vrijwillige inzet.

4. Optimaal bereik van doelgroepen

We gaan ervanuit dat hiervoor binnen de basissubsidie van het Rijk voldoende ruimte voor zal zijn. Wellicht zou voor het bereiken van specifieke doelgroepen in een gemeente een extra opdracht gegeven kunnen worden, zoals bij punt 2.

Samengevat in een tabel de activiteiten die naar verwachting mogelijk zijn binnen de basisfinanciering van het Rijk en waar eventueel een extra bijdrage van gemeenten voor nodig zal zijn:

Financiering	Activiteiten
Vanuit de basisfinanciering van het Rijk	• Nieuwsvoorziening volgens criteria LTMA • Ondersteuning en binding van vrijwilligers • Breed bereik van doelgroepen
Eventueel vanuit extra bijdrage van gemeenten	• Het uitzenden van lokale sportwedstrijden, evenementen, kunst en cultuur, educatie en participatie. • Behoud van lokale mediaplek voor lokale binding en ontmoeting van vrijwilligers en medewerkers. • Bereik van specifieke doelgroepen

Bijlage: Overzicht betrokken stakeholders en gebruikte bronnen

Betrokken stakeholders

- RTV Dordrecht
- RTV Rijnmond
- Dordt Centraal
- Via Cultura
- Kinderkrant Drechtsteden
- 078MGZN
- AD de Dordtenaar
- TienPlus
- Bibliotheek aan Zet
- DaVinci College

Gebruikte bronnen

- Informatie uit Expertmeeting Mediabeleid Dordrecht (14 november 2023)
- Expertiseteam Vitalisering Lokale Journalistiek / VNG (2020). Wachten kan niet meer: Handvatten voor een breed gemeentelijk mediabeleid
- Gemeente Utrecht (2022) Adviesrapport ten behoeve van de Toekomst Lokale Omroep
- Visiebrief lokale omroepen (2023) Ministerie OCW
- Bélair-Gagnon, V., Nelson, J.L. & Lewis, S.C. (2019). Audience engagement, reciprocity, and the pursuit of community connectedness in public media journalism. *Journalism Practice*, 13:5 (pp. 558 – 575). London, Routledge.

- Commissariaat voor de Media (2009). Publieke lokale media-instellingen en de mediawet. Spelregels voor de lokale publieke omroep in Nederland.
- Commissariaat voor de Media (2019). Evaluatie van de gemeentelijke bekostiging lokale publieke media-instellingen 2016 – 2018.
- Commissariaat voor de Media (2024). Digital News Report 2023: Nederland.
- Hogeschool Utrecht, Journalismlab, lectoraat Kwaliteitsjournalistiek in Digitale Transitie (2021). Lokaal online nieuws in Nederland: de opmars van de hyperlocal, gebrekkige participatie.
- Landman, L. Kik, Q., Hermans, L., Hietbrink, N. (2015). Nieuwsvoorziening in de regio 2014: 'Gelukkig zijn hier geen journalisten.' Diemen: AMB.
- Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (2017). De toekomst voor de lokale publieke omroep.
- Olij, M. (2019). Mediabeleid Gemeente Utrecht: Een verkenning naar de mogelijkheden.
- Raad voor het Openbaar Bestuur (2020). Lokale media: niet te missen.
- Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2019). Pas op! Breekbaar.