

**KADERNOTA
MEDIABELEID**

**MEDIA IN HEUSDEN
DYNAMISCH EN LOKAAL**

Inhoudsopgave

Voorwoord	pg. 3
Inleiding	pg. 4
Leeswijzer	pg. 6
Hoofdstuk 1 Aanleiding	pg. 7
1.1 Algemeen	pg. 7
1.2 Burgerparticipatie	pg. 8
1.3 (Nieuwe) ontwikkelingen op Multimedia gebied	pg. 8
1.4 Positie van de lokale omroep	pg. 9
1.5 Resultaten luister- en kijkonderzoek	pg. 9
Hoofdstuk 2 Media in Heusden	pg. 10
2.1 Onderzoeksrapport de Vos en Jansen	pg. 10
2.2 Dag- en weekbladen	pg. 10
2.3 Lokale radio en televisie	pg. 11
2.4 Internet/webtelevisie	pg. 11
2.5 Conclusies uit het rapport	pg. 12
Hoofdstuk 3 Kaders mediabeleid	pg. 13
3.1 Algemeen	pg. 13
3.2 Kader 1: faciliteren lokale infrastructuur	pg. 13
3.2.1 Voorwaarden bij kader 1	pg. 15
3.2.2 Toetsingscriteria lokale omroep (HTR)	pg. 15
3.3 Kader 2: crossmediale (nieuws)programmering	pg. 15
3.3.1 Voorwaarden bij kader 2	
3.3.2 Criteria bij kader 2	pg. 16
Hoofdstuk 4 Inzet financiële middelen	pg. 17
4.1 Kader 1: faciliteren lokale infrastructuur	pg. 17
4.2 Kader 2: crossmediale (nieuws)programmering	
Lijst met bijlagen	pg. 19

Voorwoord

De gekozen titel van deze kadernota “dynamisch en lokaal” sluit aan bij onze ambitie om de media in te zetten om meer dynamiek in onze samenleving te bewerkstelligen. Wij zien het als een uitdaging om binnen de kaders die zijn neergelegd in de Mediawet prikkels te geven aan burgers, instellingen, alsook aan samenwerking tussen de media onderling. Hiermee komen wij dichterbij ons doel, het bevorderen van burgerparticipatie.

Slechts weinig gemeenten – op een enkele grote na zoals Den Haag – zijn ons voorgegaan in het opstellen van een mediabeleid. Mediabeleid is voor de meeste gemeenten synoniem met de positie van de lokale omroep.

Wij vinden deze benadering te eenzijdig en willen de lat hoger leggen. Daarom is pionierswerk verricht, pionierswerk dat nog niet in alle situaties tot een pasklaar antwoord geleid heeft. De voorliggende nota is een concept kadernota. Onze ambities op het gebied van Mediabeleid hebben wij beschreven in twee kaders waarbinnen wij de ontwikkelingen vorm willen geven.

Het eerste kader is gedefinieerd als “faciliteren lokale infrastructuur”, waarmee we in feite onze waardering voor de huidige media-aanbieders kenbaar maken. Het andere kader is: “crossmediale (nieuws)programmering”. Met dit tweede kader willen wij een stimulans geven aan de media om gezamenlijk kwalitatief goede en actuele (nieuws)programma’s te ontwikkelen. Hiermee beogen wij een verhoging van de directe betrokkenheid van onze burgers bij hun eigen leefomgeving.

Na het vaststellen van de kaders door uw raad, zullen wij deze daar waar nodig nog nader uitwerken.

Wij hopen dat u met ons deze kadernota ziet als een uitdaging om een stimulans te geven aan de dynamiek binnen ons medialandschap, waarvan onze burgers uiteindelijk kunnen profiteren.

Inleiding

Om dynamiek in het Heusdensed medialandschap te bewerkstelligen, hebben wij twee kaders geformuleerd. Ons eerste kader is gedefinieerd als: “faciliteren lokale infrastructuur”, omdat wij van mening zijn dat de huidige lokale media aanbieders van belang zijn voor de onderlinge informatievoorziening van onze burgers. Deze stelling wordt door onderzoek bevestigd, waarover wij u later in deze kadernota zullen informeren. Door de infrastructuur van de lokale media te faciliteren worden zij in staat gesteld beter te voldoen aan de verwachting van de Heusdensed inwoners.

Het tweede kader is genoemd: “crossmediale (nieuws)programmering”. Hierdoor ontstaat voor de inwoners een gevarieerder en interessanter aanbod. Hetgeen ook bijdraagt aan de interactie tussen burgers onderling en andere vormen van burgerparticipatie. Centraal in dit kader staat de ontwikkeling van een gevarieerd, dynamisch en actueel nieuwsprogramma aanbod.

Uiteraard is het van belang om binnen de wettelijke kaders te opereren die de Mediawet ons biedt. Strikt genomen biedt deze wet geen inhoudelijke mogelijkheden om invloed uit te oefenen op de wijze waarop de diverse kanalen uitvoering geven aan hun beleid. De marginale ruimte die geboden wordt, willen wij optimaal benutten.¹

Formeel verloopt de communicatiestructuur in onze gemeente langs de drie geijkte kanalen:

- 1. gedrukte media (dag- en weekbladen);**
- 2. lokale radio en televisie (kabel);**
- 3. internet en overigen (o.a. webtelevisie)**

De wettelijke kaders van deze mediakanalen hebben wij voor u geïnventariseerd. U treft deze inventarisatie aan in bijlage 1.

Er zijn diverse redenen om op dit moment beleid te formuleren. Eén daarvan is het benutten van kansen door nieuwe ontwikkelingen op multimedia gebied. Dat maakt (nieuw) beleid en een visie mogelijk. Niet reageren op deze ontwikkelingen betekent dat we kansen onbenut laten en dat past niet bij onze ambitie.

Ook willen wij met deze nota duidelijkheid verschaffen over het onderscheid tussen media- en communicatiebeleid. Mediabeleid en communicatiebeleid hebben uiteraard raakvlakken, maar in deze nota willen wij de grenzen duidelijk afbakenen.

Duidelijkheid willen wij in deze nota ook geven over de positie en bevoegdheden van een lokale omroep die in het bezit is van een zendtijdmachtiging. Discussies in het verleden hebben de behoefte hieraan duidelijk gemaakt.

¹ De nota is juridisch getoetst aan de dienstenrichtlijn voor Europes regelgeving

En als laatste, maar niet de minst belangrijke, willen wij de interactie tussen burgers onderling bevorderen. Om hier vorm aan te geven hebben wij dit voorjaar een onderzoek laten uitvoeren naar de waardering van de burger naar de lokale media. Dit onderzoek hebben wij extern uit laten voeren op aanraden van de OLON² door onderzoeksbureau de Vos en Jansen.

Verderop in de nota zullen wij nader ingaan op de uitkomsten van het rapport. Hier willen we volstaan met een belangrijke conclusie uit het rapport, dat onze burgers specifieke wensen hebben op het gebied van informatievoorziening.

Het opstellen van een mediabeleid biedt perspectief om beter tegemoet te komen aan de wensen van onze burgers.

² OLON= Organisatie Lokale Omroepen Nederland

Leeswijzer

In hoofdstuk 1 wordt ingegaan op de aanleiding en redenen voor het opstellen van deze kadernota mediabeleid. Hoofdstuk 2 geeft een beschrijving van het lokale medialandschap. Aan deze beschrijving hebben wij de belangrijkste uitkomsten gekoppeld van het onlangs door de Vos en Jansen uitgevoerde luister- en kijkonderzoek. De wensen van onze burgers treft u aan in dit hoofdstuk.

Hoofdstuk 3 geeft de twee kaders aan die wij willen gebruiken om het mediabeleid vorm te geven. Het eerste kader heeft betrekking op het faciliteren van de media. Het tweede kader is gericht op het bevorderen van een crossmediale (nieuws)programmering van de media-aanbieders. In hoofdstuk 4 treft u een voorstel aan hoe wij de kaders willen financieren.

Vanwege de leesbaarheid van de nota, hebben wij het wettelijke kader voor u bij elkaar gezet in een aparte bijlage. Ook het totstandkomingsproces van deze nota hebben wij voor u samengevat als bijlage, respectievelijk bijlage 1 en 2.

Hoofdstuk 1 - Waarom een Mediabeleid?

1.1. Algemeen

De gemeente Heusden is volop in beweging. Het gemeentebestuur stelt de burger centraal en wil deze integraal van dienst zijn. De ambities voor de periode 2006-2010 zijn verwoord onder de noemer "Ondernemend en Sociaal". Om zijn doelen en ambities te realiseren maakt het college gebruik van diverse plannen.

Eén van de ambities van het college gaat over het meer betrekken van burgers bij planvorming. Hiervoor maken we gebruik van diverse communicatie strategieën. Zo kunnen we samen met de burger plannen maken, maar we kunnen de burger ook vragen om een inhoudelijke reactie op onze plannen.

Bovenstaande heeft nadrukkelijk betrekking op ons communicatiebeleid en niet op het mediabeleid. Beide termen worden vaak gebruikt voor dezelfde materie.

Wij maken hier een duidelijk onderscheid tussen mediabeleid en communicatiebeleid en hanteren in deze nota de volgende definities:³

Communicatiebeleid

"Communicatiebeleid is er op gericht om door inzet van het media-instrument gemeentelijke beleidsdoelstellingen te realiseren in de vorm van gerichte communicatie aan specifieke groepen. Directe invloed op de boodschap is mogelijk".

Mediabeleid

"Beleid dat gericht is op de sociaal maatschappelijke rol van het gemeentebestuur om communicatie in de gemeenschap te bevorderen en te faciliteren. Het mediabeleid is voornamelijk faciliterend en er is geen directe invloed mogelijk".

Bij het mediabeleid gaat het dus niet om het zelf zenden van de boodschap aan de burger –dat valt per definitie onder het communicatiebeleid- maar om het faciliteren van communicatie tussen inwoners, verenigingen, instellingen, etcetera.

Uit het vervolg van deze nota wordt duidelijk dat het organiseren van het maatschappelijk communicatieproces niet alleen een verantwoordelijkheid is van de gemeente. Op burgers, instellingen en organisaties wordt een nadrukkelijk beroep gedaan om mee te doen en verantwoordelijkheid te nemen. De gemeente ziet het als haar taak om haar burgers, instellingen en organisaties te stimuleren en te faciliteren.

In de inleiding is reeds kort aangestipt dat een aantal ontwikkelingen noopt tot het opstellen van een mediabeleid, onderstaand zullen deze ontwikkelingen nader toegelicht worden.

³ Deze definities zijn geïntroduceerd door de heer P. Dekkers van de HVR-group tijdens de raadsvergadering van 17 oktober 2007. Tijdens deze bijeenkomst heeft een verkenning op het mediabeleid plaatsgevonden. De toen geïntroduceerde definities worden in deze nota als werkdefinities gebruikt.

1.2 Burgerparticipatie

Een aantal jaren geleden heeft de landelijke overheid het begrip burgerparticipatie geïntroduceerd. De gemeente Heusden vindt dat burgerparticipatie een belangrijk hulpmiddel is bij de voorbereiding en besluitvorming van haar beleid. Burgerparticipatie biedt ook impulsen voor bestuurlijke vernieuwing en er kan gebruik gemaakt worden van de kennis en creativiteit van de burger. Ook in de gemeente Heusden is burgerparticipatie een belangrijk item.

In het coalitieprogramma 2006-2010 wordt waarde gehecht aan openheid en vernieuwing binnen de samenleving, maar ook aan het mobiliseren van de omgeving van onze inwoners. In ons communicatiebeleid besteden wij hier op diverse manieren aandacht aan en onze strategie is er op gericht om burger op diverse niveaus te laten participeren.

Ook het mediabeleid biedt volop kansen om deze doelstelling te verwezenlijken. Het streven is dan ook om optimaal gebruik te maken van alle mediakanalen en samenwerking te bevorderen. Ons doel is stimulering van een open en dynamisch medialandschap voor onze lokale samenleving en waar belangrijke onderwerpen vanuit diverse invalshoeken aan de orde kunnen komen.

1.3 (Nieuwe) ontwikkelingen op Multimedia gebied

Naast de traditionele mediakanalen zoals radio, televisie en gedrukte pers, zijn nieuwe technieken in opmars. Relatief nieuw zijn o.a. de digitale muur- en wijkkranten, websites, meer recent zijn weblogs, streaming audio en video, mediapools en natuurlijk de allernieuwste snuffjes op het gebied van digitale techniek zoals Podcast en Vodcast. Naar verwachting zullen bovengenoemde technieken en mogelijkheden geschikt en toegankelijk worden voor een breed publiek, waardoor ze kunnen bijdragen aan het maatschappelijk communicatieproces.

Als gemeente zien wij het als een uitdaging om het gebruik van deze nieuwe multimedia aan te moedigen. Zij bieden kansen om aan te sluiten op laagdrempelige initiatieven in buurten en wijken. Juist hier kunnen kweekvijvers ontstaan waar burgers, instellingen en organisaties eigen vormen van wijkmedia en wijkcommunicatie kunnen ontwikkelen.

1.4 Positie van de lokale omroep in relatie tot zendtijdmachtiging

Tot op heden wordt mediabeleid vaak geassocieerd met de lokale omroep, en de daaraan gekoppelde zendtijdmachtiging. Mediabeleid is echter meer dan als gemeente adviseren over het verlenen van een zendtijdmachtiging.

De beslissingsbevoegdheid over de zendtijdmachtiging is voorbehouden aan het Commissariaat voor de Media. Ingevolge artikel 43 van de Mediawet beslist het Commissariaat hierover nadat de raad van desbetreffende gemeente het

commissariaat geadviseerd heeft over de representativiteit van het Programma Bepalend Orgaan (PBO). Met inachtneming van enkele conclusies en aanbevelingen hebben wij geconstateerd dat het PBO representatief geacht kan worden voor de belangrijkste in de gemeente voorkomende maatschappelijke, godsdienstige en geestelijke stromingen. Op basis van deze constatering heeft uw raad een positief advies uitgebracht inzake de aanvraag van de HTR.⁴

Op 15 september jl. hebben wij een schrijven ontvangen waarin het Commissariaat ons mededeelt dat mede op basis van uw positieve advies opnieuw een zendtijdmachtiging is toegewezen aan de HTR voor een periode van 5 jaar (geldig tot 28 augustus 2013).⁵

Verlening van de zendtijdmachtiging door het Commissariaat staat geheel los van subsidiering van de omroep. De gemeente Heusden is volledig vrij in het al dan niet subsidiëren van een lokale omroep, ook al is die in het bezit van een zendtijd-machtiging.⁶

In dit verband is het ook relevant om nog een andere reden te noemen die aan de basis ligt van opstellen van deze conceptnota. In 2002 heeft de HTR voor het eerst een gemeentelijke subsidie ontvangen. Aan de verlening van de subsidie zijn destijds voorwaarden gesteld die getoetst diende te worden aan het dan vigerende mediabeleid. Vanwege het ontbreken van een mediabeleid heeft een dergelijk toets nooit plaatsgevonden. Eén van deze criteria had betrekking op het feit dat het bestaansrecht van de HTR aangetoond diende te worden door middel van een luister- en kijkonderzoek. Dit onderzoek heeft in brede zin plaatsgevonden en fungeert als brondocument voor de concept kadernota mediabeleid.

1.5 Resultaten luister- en kijkonderzoek

De gegevens uit het luister- en kijkonderzoek bieden aanknopingspunten om meer vorm en inhoud te geven aan het mediabeleid. Één van de belangrijkste conclusies uit rapport is dat onze inwoners in belangrijke mate lokaal gebonden zijn en zich ook lokaal oriënteren.

De overige uitkomsten uit het onderzoek worden in het volgende hoofdstuk per medium nader toegelicht.

⁴ Het raadsvoorstel, d.d. 24 juni jl. inzake de toetsing van het pbo, treft u bijgaand als bijlage 3.

⁵ Het schrijven het Commissariaat, d.d. 19 augustus jl. treft u bijgaand aan als bijlage 4.

⁶ Met ingang van 1-1-2010 krijgen de gemeenten -in het kader van een nieuwe Mediawet- wel een bekostigingsplicht opgelegd, zie ook voetnoot 17.

Hoofdstuk 2 - Medialandschap in Heusden

2.1 Onderzoeksrapport de Vos en Jansen

In het vorige hoofdstuk is reeds kort verwezen naar het onderzoeksrapport van de Vos en Jansen. De aanleiding om een dergelijke onderzoek uit te voeren was voor ons divers. In het vorige hoofdstuk hebben we al verwezen naar één van de voorwaarden die in 2002 gesteld is aan de subsidieovereenkomst met de HTR. Deze voorwaarde had betrekking op het uitvoeren van een luister- en kijkonderzoek van de lokale omroep. Deze voorwaarde hebben wij in het betreffende onderzoek ten uitvoer gebracht.

Ten tweede waren we geïnteresseerd in de mening van de burger over de lokale media in het algemeen. Bovendien waren we ook geïnteresseerd in de waardering van de afzonderlijke media. In het onderzoek hebben we de volgende mediakanalen laten onderzoeken: televisie en radio, internet, en dag-, week en kwartaalbladen. Het onderzoek was breed van opzet, wij hebben hierin alle operationele mediakanalen in onze gemeente betrokken.

Onderzocht is onder andere, de bekendheid, het gebruik en de waardering voor de lokale media. Daarnaast is ook aan de burger gevraagd welke aanvullende informatiebehoefte er bestaan en via welke mediakanalen zij deze informatie bij voorkeur willen ontvangen. Het onderzoeksrapport wordt in dit hoofdstuk diversen malen aangehaald onder vermelding “rapport Vos”. De belangrijkste resultaten uit het onderzoek hebben wij onderstaand per medium voor u uitgelicht.⁷

2.2 Dag-en weekbladen

Inwoners van de gemeente Heusden kunnen gebruik maken van een breed scala aan geschreven media. Uit het onderzoek blijkt dat voor de bekendheid van lokale media geldt, dat de spreiding samenhangt met het bedieningsgebied. Sommige lokale bladen worden in de gehele gemeente verspreid en zijn om die reden meer bekend dan bijvoorbeeld bladen die in een beperkt aantal kernen verspreid worden.

Tevens blijkt dat onze inwoners in belangrijke mate lokaal gebonden zijn en zich lokaal oriënteren. De Heusdense Courant en de Scherper, die tevens de hoogste verspreidingsgraad hebben, zijn het meest bekend.

Hoewel de meeste gedrukte media de beschikking hebben over een website, wordt door een overgroot deel van onze inwoners de voorkeur gegeven aan de media in gedrukte vorm. In zijn algemeenheid geldt, dat de gedrukte media de belangrijkste

⁷ het onderzoeksrapport, “onderzoek lokale media gemeente Heusden, juli 2008” is in zijn geheel bijgevoegd als bijlage 5.

kanalen zijn waarlangs lokale informatie wordt verspreid.⁸

2.3 Lokale radio en televisie

Per gemeente wordt aan een omroep een zendtijdmachtiging verleend. Tot 2013 is deze verleend aan de Heusdense Televisie en Radio Stichting. De omroep verzorgt diverse radio- en televisie-uitzendingen.

Uit het onderzoek blijkt dat de HTR goed verankerd is in de samenleving. De lokale televisie heeft een grote bekendheid onder onze inwoners. De uitzending van lokale evenementen worden het beste gewaardeerd, het programma HTR-actueel wordt daarentegen het minst gewaardeerd terwijl uit het onderzoek blijkt dat juist behoefte is aan nieuws uit onze gemeente in het algemeen, maar ook aan onderwerpen zoals verenigingsnieuws en uitgaansinformatie. De kwaliteit en de levendigheid van de programma's is een belangrijk issue.

Voor de uitzending van de integrale raadsvergadering is geen rapportcijfer gevraagd, maar een merendeel geeft aan dat de vergaderingen een minder levendig karakter hebben en wellicht overbodig zijn.⁹

Het aandeel radio luisteraars naar de uitzendingen van de HTR is onder de bevolking beperkt. Wel is gebleken dat luisteraars van lokale radio meestal ook frequente luisteraars zijn. In de kern Vlijmen genieten de uitzendingen de meeste waardering. Ook voor radioluisteraars geldt dat zij meer informatie wensen over de onderwerpen nieuws in het algemeen, verenigingsnieuws en uitgaansinformatie.¹⁰

2.4 Internet/webtelevisie

Sinds enige jaren biedt Heusdenlokaal, lokaal nieuws en informatie aan via de internetpagina. In totaal geeft 29% van de respondenten aan bekend te zijn met de internetpagina. De waardering voor Heusdenlokaal is in de kern Heusden beduidend hoger, en wordt lager gewaardeerd in de overige kernen.

Vrij recent is ook het nieuwe internet initiatief (webtelevisie) van Heusdenlokaal actief, onder de naam: www.langstraatlokaal.nl. Ten tijde van het onderzoek was de bekendheid nog niet bijzonder hoog te noemen.¹¹

⁸ rapport Vos, pg. 26,32, 33.

⁹ rapport Vos, pg. 31

¹⁰ rapport Vos, pg. 31, 32

¹¹ rapport Vos, pg. 22

2.5 Conclusies uit het onderzoek

De meest opvallende algemene conclusie is dat onze burgers zeer lokaal georiënteerd zijn; de Vlijmenaar wil het liefst nieuws uit de eigen woonkern, een Drunenaar en Heusdenaar idem. Voor wereld- Europees, of landelijk nieuws hebben onze inwoners weinig belangstelling of interesse.

Gedrukte media vormen nog steeds het belangrijkste mediakanaal voor lokale informatie. Met name de week- en dagbladen kennen een grote spreiding. In vergelijking met andere media zijn de gedrukte media veel meer naar kernen gedifferentieerd. Zeer lokaal georiënteerde bladen worden ook zeer lokaal gelezen.

Deze conclusie legitimeert een actieve opstelling van de gemeente om de samenwerking te bevorderen – enerzijds tussen media-instellingen en burgers- anderzijds tussen de media onderling. Samenwerking betekent dat beter tegemoet gekomen kan worden aan de behoefte van de burger

De uitkomsten wijzen er op dat het kijkgedrag en de waardering voor de lokale televisie verbeterd zou kunnen worden door de kwaliteit, actualiteit en voornamelijk de levendigheid van de uitzendingen te verbeteren. Voor de lokale radio is dit minder duidelijk. Het onderzoek geeft duidelijk aan dat er kansen liggen voor het internet als lokaal medium, zeker gegeven het feit dat op dit moment via het internet een groter deel van de bevolking met lokale informatie bereikt wordt dan via de lokale radio.

Hoofdstuk 3 - Kaders Mediabeleid

3.1 Algemeen

Bij het bezigen van de term “mediabeleid” werd van oudsher automatisch de focus gericht op de lokale omroep. Uit het onderzoek van de Vos en Jansen is echter belangrijke informatie naar voren gebracht. Informatie die aanleiding geeft om mediabeleid vorm te geven waarbij we gebruik willen maken van twee kaders. Het eerste kader hebben wij genoemd “faciliteren lokale infrastructuur” en het tweede kader “crossmediale (nieuws)programmering”. Dit kader is er met name op gericht om de media “in beweging” te krijgen en nieuw initiatieven te ontplooien. Dit willen wij bereiken door samenwerking te stimuleren en te faciliteren. Wij hopen hiermee ook enige concurrentie te weeg te brengen, die kan leiden tot verbetering van de kwaliteit.¹²

Deze twee kaders sluiten goed aan bij wat in de samenleving leeft. Onze inwoners hebben te kennen gegeven dat ze sterk lokaal georiënteerd zijn. De huidige media spelen in de informatievoorziening een belangrijke rol.

Anderzijds geeft het rapport aan dat vernieuwing niet overbodig is, nieuwe technieken op multimedia gebied zijn bij uitstek een stimulans bij deze vernieuwing. Kansen liggen er met name voor televisie via internet omdat hiermee een groter deel van de bevolking met lokale informatie bereikt wordt.¹³

Mediabeleid zien wij als een instrument om maatschappelijk participatie binnen onze gemeenschap te bevorderen, alsmede interactie tussen burgers onderling. Dit betekent meer dan voorheen dat wij als gemeente onze rol als initiator willen oppakken. Uiteraard zullen wij daarbij opereren binnen de kaders die neergelegd zijn in de Mediawet. Concreet betekent dit dat we bijvoorbeeld samenwerking niet kunnen afdwingen, maar wel stimuleren.

Bovenstaande kaders vormen de basis om het mediabeleid vorm en inhoud te geven. Wij gaan er van uit dat de media, meer dan voorheen, zich actiever moeten opstellen om in aanmerking te komen voor subsidie. Voor beide kaders willen wij een bedrag beschikbaar stellen dat wij onderstaand nader zullen toelichten.

3.2 Kader 1: faciliteren lokale infrastructuur

Onder het faciliteren van een infrastructuur verstaan we dat de huidige media-aanbieders, door middel van een subsidie in staat gesteld worden hun werkzaamheden uit te kunnen voeren. Wij hopen hiermee participatie van burgers in al haar facetten te stimuleren. Aan het verlenen van een infrastructurele subsidie stellen wij als belangrijkste voorwaarde de volgende:

¹² rapport Vos, pg. 32

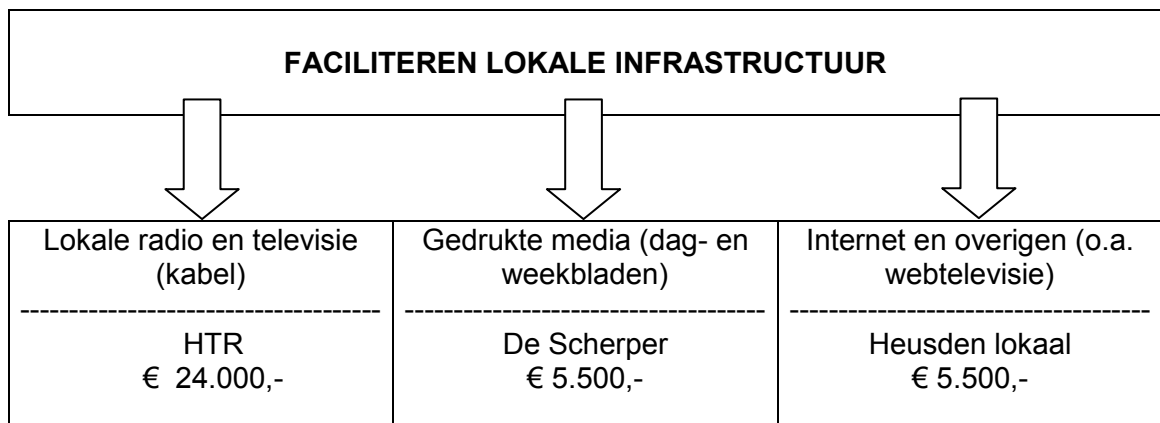
¹³ rapport Vos, pg. 32

*“ Alleen die media-aanbieders komen in aanmerking voor subsidie die een niet beroepsmatige infrastructuur onderhouden en die hoofdzakelijk gebruik maken van de diensten van vrijwilligers”.*¹⁴

Met deze voorwaarde wordt uitgesloten dat wij subsidies verstrekken aan beroepsmatige organisaties. In onze gemeente is een groot scala media-aanbieders actief, maar op basis van bovenstaande criteria komen alleen de volgende aanbieders in aanmerking voor een faciliteringssubsidie:¹⁵

- Heusdense Televisie en Radio Stichting
- Stichting Heusden Lokaal
- Stichting de Scherper

Voor dit kader willen wij een totaal bedrag van € 35.000,- beschikbaar stellen dat wij als volgt willen verdelen:



Op de totstandkoming van het bedrag dat wij beschikbaar willen stellen voor de HTR gaan wij nader in hoofdstuk 4. Hier willen volstaan met een toelichting op de verdeling van de middelen.

Bij de verdeling van de middelen hebben wij ons op hoofdlijnen laten leiden door de conclusies uit het onderzoek, maar hebben deze niet 1 op 1 vertaald.

De geschreven lokale media worden door onze burgers het meest gewaardeerd en relatief ook het meest geraadpleegd, vandaar dat wij de Scherper een subsidie toekennen. Radio daarentegen kent maar een gering percentage luisteraars. Lokale televisie heeft voldoende kijkers, maar verbetering van de kwaliteit en meer inspelen op de actualiteit zijn wensen van de burgers. Met het voorgestelde subsidiebedrag aan de HTR kan tegemoet gekomen worden aan deze wensen. Beeldkrant en internet als vernieuwend medium moeten kansen krijgen om zich verder te ontwikkelen en te profileren, vandaar een subsidie toekenning voor dit medium.

¹⁴ Hier wordt uitgegaan van het feit dat sprake moet zijn van een ideële doelstelling en zonder winstoogmerk.

¹⁵ bijgaand treft u als bijlage 6 een overzicht aan van alle media die in meer of mindere mate actief zijn in onze gemeente.

Bij de voorgestelde verdeling van de middelen gaan we er van uit dat de genoemde media geen andere gemeentelijke subsidies ontvangen. De genoemde bedragen zijn all-in bedragen en dienen onder meer ter dekking van de exploitatie en vervangingsinvesteringen. Ook inbegrepen zijn de eventuele accommodatiekosten, hiervoor worden geen aparte subsidies voor verleend.

Verwacht wordt dat de media ook hun eigen verantwoordelijkheid nemen en zelf zorg dragen voor het genereren van middelen om hun exploitatie dekkend te maken, bijvoorbeeld door sponsoring of reclame-inkomsten.

3.2.1 Voorwaarden en criteria kader 1

In hoofdstuk 3.2 hebben wij reeds een belangrijk uitsluitingscriteria genoemd, zo mogen de aanbieders geen beroepsmatige infrastructuur onderhouden en moeten ze gebruik maken van de diensten van vrijwilligers en moet sprake zijn van een ideële doelstelling.

Omdat wij voornemens zijn de faciliteringssubsidie voor een langere periode beschikbaar te stellen (parallel aan de periode dat de zendtijdmachtiging verleend wordt) willen wij aanvullende voorwaarden en criteria benoemen op basis waarvan wij na afloop van genoemde periode kunnen beoordelen of de media aan de verwachtingen voldaan hebben. Na afloop van bovengenoemde periode moet aangetoond kunnen worden dat het genoemde medium:

- het medium haar naamsbekendheid vergroot heeft en de burgers een hogere waardering toekennen aan het medium;
- het medium de interactie tussen partijen en burgers bevordert heeft;
- het medium heeft bijgedragen aan de participatie van onze burgers in algemene zin

Eind 2012 – in verband met het verlopen van de huidige zendtijdmachtiging in 2013- willen wij een herhaling van het luister- en kijkonderzoek laten uitvoeren. In dit onderzoek willen wij bovenstaande output meten. Wij zijn vooral geïnteresseerd naar de mening van onze burgers over de betreffende media.

Aanvullend op dit onderzoek willen wij de media verplichten om jaarlijks schriftelijk verslag uit te brengen van de activiteiten en concrete resultaten die ze bereikt hebben. (Wij willen dit voor het eerst doen in het eerste kwartaal van 2011 over de periode 2009-2010).

3.2.2 Toetsingscriteria HTR

De lokale omroep met een zendtijdmachtiging, in casu tot 2013 de HTR, is het enige medium dat verantwoordelijkheid verschuldigd is aan het Commissariaat voor de media. Het Commissariaat ziet er o.a. op toe dat de statuten van een omroep in orde zijn, maar ook of de omroep conform de voorschriften programma verzorgd. Daarnaast heeft ook de gemeente een beperkte controlerende taak. Ingevolge artikel 43 van de Mediawet dient de raad van desbetreffende gemeente de samenstelling van

het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) kritisch te onderzoeken.¹⁶ Op het einde van genoemde periode zal het commissariaat bij het hernieuwd aanvragen van een zendtijdmachtiging controleren of de HTR aan de wettelijke eisen voldoet en zullen wij het PBO wederom kritisch onderzoeken.

Wij beschouwen deze controle door het commissariaat als een extra toetsing dat de lokale omroep haar taken naar behoren uitvoert.

3. 3 Kader 2: Crossmediale (nieuws)programmering

Het tweede door ons voorgestelde kader heeft betrekking op de ontwikkeling van een vernieuwend mediabeleid. Nu nog werken de media-aanbieders elk afzonderlijk en levert ieder zijn of haar afzonderlijk product af waarbij vaak sprake is van doublures, in plaats van aanvulling. Wij willen samenwerking stimuleren en bevorderen waardoor nieuwe en samenhangende producten kunnen ontstaan.

Mediabeleid zien wij als een goed instrument om wijkgerichte communicatie en media-initiatieven vorm te geven. Het doel daarbij is om onze burgers in staat te stellen hun eigen vormen van media en communicatie te ontwikkelen die kunnen bijdragen aan de leefbaarheid en betrokkenheid bij hun directe omgeving.

Ons doel hierbij is dat de media gezamenlijk en waar mogelijk thematische producten gaan maken die via de diverse mediakanalen aangeboden worden. Het accent dient hierbij te liggen op producten met een hoge attentie en nieuws waarde. Dit sluit goed aan bij de wensen van onze burgers met name t.a.v. de lokale televisie. Zij hebben te kennen gegeven kwaliteit, actualiteit en voornamelijk levendigheid van de uitzendingen zeer te appreciëren.

Voor dit kader willen wij een bedrag beschikbaar stellen van € 21.000,- Op de totstandkoming van dit bedrag zullen wij eveneens nader ingaan in hoofdstuk 4.

In principe kunnen alle media aanbieders in aanmerking komen voor een bijdrage uit het beschikbare budget, mits samengewerkt wordt met een partij die op basis van kader 1 al in aanmerking komt voor subsidie. Bij dit kader hanteren wij geen uitsluitingscriteria. De aanvragen om activiteiten uit te voeren dienen eveneens te voldoen aan een aantal voorwaarden en criteria.

3.3.1. Voorwaarden bij kader 2

- Er moet sprake zijn van samenwerking tussen de verschillende media aanbieders
- Ten minste twee van de belangrijkste partijen, televisie en of radio, papier en internet moeten vertegenwoordigd zijn bij de uitvoering van een activiteit
- Activiteiten dienen betrekking te hebben op een maatschappelijk actueel en relevant onderwerp

¹⁶ In 2008 hebben wij het PBO kritisch onderzocht, en daarbij hebben wij geconstateerd dat het PBO met inachtneming van enkele conclusies en aanbevelingen representatief geacht kan worden voor de belangrijkste in de gemeente Heusden voorkomende geestelijke en maatschappelijke stromingen.

- Activiteiten dienen gericht te zijn op betrokkenheid van de burger bij de leefomgeving
- De activiteiten moeten bijdragen tot participatie van onze inwoners
- De media dienen de burger nadrukkelijk te prikkelen om actief deel te nemen

3.3.2. Criteria bij kader 2

Bij de beoordeling van een aanvraag om activiteiten uit te voeren willen wij gebruik maken van vier criteria. Elk criterium levert een maximale score op van 25 punten, een project moet minimaal 75 punten scoren om voor subsidie in aanmerking te komen.

Indien meerdere activiteiten een score van 100 punten opleveren, dan kan de weging van de prijs een aanvullend criterium vormen (degene met de meest gunstige prijs-kwaliteit verhouding komt dan in aanmerking).

ACTUEEL 25 punten	SAMENWERKING 25 punten	BETROKKENHEID 25 punten	PROFILERING 25 punten
Onderwerpen dienen actueel, relevant en duidelijk herkenbaar te zijn	Meerdere media-aanbieders (partijen) dienen te participeren in een project	Participatie van burgers op vrijwillige basis dient zichtbaar te zijn in het product	Het medium moet duidelijk herkenbaar zijn voor de burger, laagdrempelig en toegankelijk

Na vaststelling van deze conceptnota zullen wij voor de wijze waarop wij de kaders willen subsidiëren beleidsregels opstellen en vastleggen in de subsidienota. Dit geldt ook voor de procedurele criteria, zoals de wijze waarop activiteiten ingediend kunnen worden, alsmede de vorm en tijdstip van indiening, verslaglegging, financiële verantwoording etcetera.

Hoofdstuk 4 - Inzet middelen

Alvorens in te gaan op ons voorstel hoe beide kaders gefinancierd kunnen worden, willen wij eerst ingaan op de huidige verdeling van de beschikbare middelen.

Op dit moment is voor de lokale omroep (in casu de HTR) een bedrag van € 16.000,- beschikbaar. Dit bedrag is opgenomen in de subsidienota. De lokale omroep ontvangt € 8.000,- als subsidie, de andere € 8.000,- ontvangt zij voor de uitzending van de raadsvergaderingen. Hiertoe is een privaatrechtelijke overeenkomst gesloten met de omroep.

De subsidiering van de HTR is voor het eerst totstandgekomen in 2002. Gelijktijdig is ook de privaatrechtelijke overeenkomst gesloten. Als uitgangspunt heeft gediend dat in 2000 de fiscalisering van de omroepbijdrage is ingevoerd. Hiermee is de mogelijkheid voor de gemeenten om een lokale opslag te heffen komen te vervallen. Vanaf dat jaar vindt compensatie plaats door middel van storting in het gemeentefonds.

Deze bedragen zijn niet geoormerkt. Dat wil zeggen dat de gemeente niet verplicht is deze middelen over te hevelen naar de lokale omroep. In 2002 werd per wooneenheid een bedrag van € 0,74 uitgekeerd, inmiddels bedraagt dit € 1,30.¹⁷

Wij willen u voorstellen om de privaatrechtelijke overeenkomst met de HTR te beëindigen. Deze overeenkomst en ook de toebedeling van het budget strookt niet met het uitgangspunt dat mediabeleid gaat over communicatie binnen de gemeenschap. Het uitzenden van de raadsvergaderingen behoort tot het domein en bevoegdheden van ons communicatiebeleid. Door toevoeging van dit onderwerp aan communicatie zitten we op dezelfde lijn als bij de geschreven pers.

In de voorjaarsnota is vanaf 2009 structureel een bedrag opgenomen van € 40.000,- voor nieuw mediabeleid. In totaal is dan voor de uitvoering van het mediabeleid een bedrag beschikbaar van € 56.000,-.

Wij stellen u voor de kaders als volgt te financieren

4.1 Kader 1: faciliteren infrastructuur

Jaarlijks

- Een bedrag van € 24.000,- beschikbaar te stellen voor de huidige omroep met zendtijdmachtiging, in casu de HTR. Dit bedrag wordt beschikbaar gesteld gedurende de looptijd van de zendtijdmachtiging tot 2013 en gaat met

¹⁷ in 2000 kende de gemeente 16.200 wooneenheden en de vergoeding bedroeg toen € 0,63 x 16.200 = € 10.206,- ; Met ingang van 2009 is dit bedrag opgelopen tot € 1,30; het aantal wooneenheden bedraagt nu 17.669 x € 1,30 zodat momenteel een bedrag beschikbaar is van € 23.870,-. Dit bedrag hebben wij naar boven afgerond. Met ingang van 1-1-2010 heeft de gemeente een bekostigingsplicht en moet zij dit bedrag uitkeren aan de lokale omroep. Wij willen vooruitlopend op deze wet, deze subsidiesystematiek met terugwerkende kracht laten ingaan op 1-1-2009. (Vanaf 2010 geldt een berekening op basis van wooneenheden x uitkering rijk).

terugwerkende kracht in op 1-1-2009.

- Voor de papieren media, in casu Stichting de Scherper, een bedrag van € 5.500,- beschikbaar te stellen
- Voor internet/webtelevisie, in casu Stichting Heusden Lokaal, een bedrag van € 5.500,- beschikbaar te stellen ¹⁸

Noot

Wij gaan er van uit de zendtijdmachtigingshouder haar zender eventueel ook beschikbaar stelt voor partijen in onze gemeente die programma's aanleveren voor uitzending op radio, televisie of beeldkrant. De beoordeling en eindverantwoordelijkheid voor de uitzending is uiteraard voorbehouden aan de omroep met een zendtijdmachtiging, e.e.a. dient uitgevoerd te worden conform hetgeen hierover opgenomen is in de mediawet.

4.2 Kader 2: crossmediale (nieuws) programmering

- Vanaf 2009 het bedrag van € 21.000,- te oormerken voor "vernieuwend mediabeleid" en beschikbaar te stellen voor crossmediale (nieuws) activiteiten/programmering
- Ingediende projecten moeten minimaal 30% van de projectkosten zelf genereren (bijvoorbeeld sponsoring of reclame-inkomsten).
- Projecten kunnen jaarlijks ingediend worden, voor dit jaar wordt de einddatum vastgesteld op 1-12-2009.

¹⁸ ook de subsidiebedragen voor de overige media gaan in met terugwerkende kracht op 1-1-2009

Lijst met bijlagen

- Bijlage 1 Wettelijke kaders Mediabeleid
- Bijlage 2 Het totstandkomen van de nota
- Bijlage 2 a Presentatie HVR-group 17 oktober 2007
- Bijlage 2 b Verslag raadsvergadering 17 oktober 2007
- Bijlage 2 c Presentatie HVR-group aan aanbieders media gemeente Heusden 7 juli 2008
- Bijlage 2 d Verslag bijeenkomst 7 juli 2008
- Bijlage 3 Raadsvoorstel 24 juni 2008, toetsing PBO
- Bijlage 4 Brief Commissariaat voor de Media, 19 augustus 2008
- Bijlage 5 Onderzoeksrapport Lokale Media gemeente Heusden, de Vos en Jansen, 19 juli 2008
- Bijlage 6 Overzicht lokale media-aanbieders gemeente Heusden
- Bijlage 7 Totstandkoming middelen bij kaders
- Bijlage 8 Pleitnota HTR, 25 september 2008
- Bijlage 9 Memo wethouder van den Bos 28 mei 2009 aan de Raad, fractieondersteuners