



DE LEVENSVATBAARHEID VAN LOKALE OMROEPEN

Reflectieonderzoek

Luuk Glaap

Studentnummer: 319925
Afstudeerperiode: maart 2022

Inhoud

1	Inleiding	3
1.1	Hoofd- en deelvragen.....	4
1.2	Relevantie.....	4
1.2.1	Algemene relevantie.....	4
1.2.2	Persoonlijke relevantie.....	4
2	Methode	5
3	Wat is een lokale omroep?	6
3.1	Medialandschap.....	6
3.2	Lokale omroep.....	6
3.3	Functies lokale omroep.....	7
3.4	Mediawet.....	7
3.5	Media-aanbod.....	7
3.6	NLPO.....	8
4	Wat zijn financiële bronnen waar een lokale omroep gebruik van kan maken?	9
4.1	Bekostigingsplicht.....	9
4.2	Reclame.....	9
4.3	Sponsoring.....	10
4.4	Subsidies.....	11
4.5	Externe opdrachten.....	11
5	Wat zijn kostenposten waar een omroep rekening mee moet houden?	13
5.1	Personeelskosten.....	13
5.2	Buma/Stemra en Sena.....	13
5.3	Radio.....	14
5.4	Televisie.....	14
5.5	Overige kosten.....	15
6	Wat is de relevantie van een lokale omroep?	16
6.1	Relevantie.....	16
6.2	NLPO.....	16
6.3	Lokale democratie.....	17
6.4	Professionals.....	18
7	In hoeverre kan er lokaal nieuws worden verspreid als lokale omroepen gaan samenwerken?	
	19	
7.1	Streekvorming.....	20
7.2	Samenwerken.....	20
7.3	Vrijwilligers.....	21

7.4	Professionalisering	21
7.5	Lokaal toereikend media-aanbod.....	22
8	Conclusie	23
8.1	Welke factoren spelen een rol in het voortbestaan van een lokale omroep?.....	23
9	Visie	24
10	Aanbevelingen	26
11	Literatuurlijst	28
11.1	Geraadpleegde bronnen:	28
11.2	Gesproken bronnen:.....	31
12	Bijlagen	32
	Bijlage 1: Definitie lokale omroep	32
	Bijlage 2 Begrotingen lokale omroepen	33

1 Inleiding:

Een auto die de pui van de radiostudio in Den Helder doorboort, maar presentator Gert-Jan Meijer gaat onverstoort door. Grappend vertelt hij wat er gebeurt en start gewoon het volgende nummer. Hij moest immers door met zijn show (RTL Nieuws, 2020). Hij is met mij een van de ruim 20.000 vrijwilligers die actief zijn bij lokale omroepen in Nederland (NLPO, 2018).

Als vrijwilliger bij Omroep Meierij hoor ik het ieder jaar. Er moet geld bij om te overleven, anders is het einde oefening. Als stagiair bij Omroep Venlo heb ik het tegenovergestelde meegemaakt, geld en technische middelen waren geen probleem. Die twee verschillende binnen één sector tonen voor mij de kwetsbaarheid aan. Dat bleek wel tijdens mijn aanwezigheid bij de conferentie over 'de kracht van lokaal', waar lokaalomroepbestuurders uit Nederland bij elkaar kwamen om te praten met de politiek en andere belangenbehartigers over de relevantie en financiering van lokale omroepen.

Lokale omroepen spelen een belangrijke rol in de lokale democratie en zitten in de haarvaten van de samenleving. Ze zitten dicht op plaatselijke gebeurtenissen en zien zo wat er allemaal gebeurt. Ze maken programma's over onderwerpen die het publiek echt raken (Wit, 2001). Lokale omroepen vormen daarnaast vaak de enige overgebleven waakhond van de lokale democratie, omdat andere lokale media verdwijnen of zich storten op het stedelijke nieuws (NLPO, 2017).

De maatschappelijke relevantie is toegenomen, omdat gemeenten steeds meer taken uitvoeren die invloed hebben op de levenssfeer van haar bewoners, zoals de zorg en arbeidsparticipatie. De agenderende en controlerende functie van de lokale omroep wordt zo steeds belangrijker. (NLPO, 2017). In de coronacrisis is deze relevantie alleen maar toegenomen, omdat lokale omroepen met inzet van de burgemeester de burgers weten toe te spreken over de aanpak en gevolgen van het coronavirus. (NLPO, 2020).

Die informerende functie vertaalt zich ook naar de politiek in de gemeente. Lokale omroepen zorgen ervoor dat de burgers op de hoogte zijn van diversiteit aan politieke opinies. Inwoners vormen hun mening over lokale, regionale en landelijke vraagstukken. Dat heeft invloed op het stemgedrag van mensen. Zij weten dan op welke partij ze moeten stemmen bij de gemeenteraadsverkiezingen (Raad voor Cultuur, 2020).

Tegelijkertijd is het de vraag of lokale omroepen deze functies wel kunnen vervullen. De coronamaatregelen zorgen ervoor dat de schadepost voor de sector zo'n 350 duizend euro bedraagt. Het is nog maar de vraag of lokale omroepen het einde van de coronacrisis halen, als de opdrachten uitblijven en de reclame-inkomsten wegvallen (NLPO, 2020). Die kosten werden deels gecompenseerd door coronasteunmaatregelen, maar het toont wel de kwetsbaarheid van de sector aan. Zeker als er structurele financiering ontbreekt om aan de eisen van het lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) te voldoen (Raad voor Cultuur, 2020).

Het vervullen van het LTMA vergt dan ook een verankering in de Mediawet. Lokale omroepen moeten erkend worden als nieuwsvoorziening en hun functies moeten vastgelegd worden in de wet (Brandenburg, 2021). Een onafhankelijke financiering is nodig om de politieke waakhond functie te waarborgen. Het moet niet zo zijn dat een lokale omroep bij de gemeente moet aankloppen voor geld, terwijl ze die gemeente ook kritisch moet ondervragen (Raad voor Cultuur, 2020).

1.1 Hoofd- en deelvragen

De levensvatbaarheid van lokale omroepen staat door de coronacrisis onder druk, terwijl de maatschappelijke relevantie hoger is dan ooit. De onderzoeksvraag voor dit onderzoek luidt daarom als volgt: *Welke factoren spelen een rol in het voortbestaan van een lokale omroep?*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is het reflectieonderzoek opgedeeld in vijf deelvragen:

1. Wat is een lokale omroep?
2. Wat zijn financiële bronnen waar een lokale omroep gebruik van kan maken?
3. Wat zijn kostenposten waar een omroep rekening mee moet houden?
4. Wat is de relevantie van een lokale omroep?
5. In hoeverre kan er lokaal nieuws worden verspreid als omroepen gaan samenwerken?

1.2 Relevantie

1.2.1 Algemene relevantie

Om mee te praten over de politiek in de gemeente is het van belang dat burgers worden geïnformeerd over zaken die zich afspelen op straat en in de politiek. Met het oog op de toekomst en om deze te waarborgen, moet er geïnvesteerd worden in geld en het aanpakken van de Mediawet (Raad voor Cultuur, 2020).

Het moge naar aanleiding van de conferentie 'de kracht van lokaal' duidelijk zijn dat de lokale democratie onafhankelijke journalistiek nodig heeft om de gemeentebestuurders te controleren en de groeiende kloof tussen burgers en politiek te dichten (NLPO, 2021). Een zelfreflectie van de sector is daarnaast nodig om de maatschappelijke relevantie aan te tonen. De mate van "word of mouth" over jouw omroep speelt hierin een belangrijke rol.

1.2.2 Persoonlijke relevantie

Ik ben als vrijwilliger werkzaam in de sector en zie de struikelblokken waar lokale omroepen mee te maken hebben en wat een lokale omroep kan betekenen in een gemeente. Ik verbaas me iedere keer dat er bij een nieuwjaarsbijeenkomst wordt gezegd dat er extra geld nodig is, terwijl er reportages worden gemaakt die weinig worden bekeken.

Ik vraag me af of geld het probleem is. Naar mijn mening is het draaien van plaatjes niet meer van deze tijd. Lokale omroepen moeten zichzelf opnieuw uitvinden om hun relevantie aan te tonen. In dit onderzoek wil ik erachter komen of de rol van geld wordt onderschat en hoe je als omroep relevant kunt zijn in een gemeente.

2 Methode

In dit hoofdstuk wordt uitgelegd hoe de resultaten in het onderzoek zijn verzameld. Het onderzoek gaat in op de levensvatbaarheid van lokale omroepen. Elke deelvraag wordt beantwoord met zowel schriftelijke als mondelinge bronnen. De inzichten en resultaten geven vervolgens een antwoord op de onderzoeksvraag.

Het onderzoek gaat eerst in op artikelen en onderzoeken die factoren van de levensvatbaarheid van lokale omroepen beschrijven. Draait het alleen maar om geld of kun je als omroep zelf een professionele omslag maken.

In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van databanken Narcis, Nexis Uni en hbo-kennisbank. De zoektermen die van toepassing waren zijn: 'lokale omroep' en 'lokale journalistiek'. De resultaten in hbo-kennisbank en Narcis zijn minimaal. Ook zijn er zoektermen op Google, die te maken hebben met lokale omroepen. Om het onderzoek te versterken zijn er naast de databanken ook publicaties gebruikt vanuit het Commissariaat van de Media (CvdM), de SvdJ en vanuit belangbehartiger Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepinstellingen (NLPO). Deze publicaties geven een leidraad in het verloop van het onderzoek.

Het onderzoek van de SvdJ naar de professionalisering van lokale omroepen en het onderzoek van de KWINK Groep naar de vorming van streekomroepen hebben bijgedragen aan het bedenken van deelonderwerpen. Het onderzoek van de SvdJ beschrijft de toekomstbestendigheid van lokale omroepen en wat het effect is van extra geld voor de sector. De KWINK-Groep gaat in op de vorming van samenwerkingen en streekomroepen in Nederland. Het onderzoek is relevant bij de vraag of er lokaal nieuws kan worden verspreid als omroepen samenwerken.

De mondelinge bronnen zijn van grote waarde voor het onderzoek. De bronnen geven een overkoepelend beeld, omdat ze werkzaam zijn geweest voor belangenbehartiger OLON en onderzoekers die rapporten hebben uitgebracht over de sector. Een overzicht is te vinden in het literatuuroverzicht en bijlage 3 'verantwoording bronnen'. Een aantal bronnen heb ik gesproken via een videobelgesprek. Ook ben ik bij lokale omroepen op locatie geweest. Verder heb ik informatieve bronnen via e-mail en telefoon benaderd ter onderbouwing van cijfers en argumenten.

3 Wat is een lokale omroep?

3.1 Medialandschap

Het Nederlandse medialandschap bestaat uit landelijke publieke omroepen, regionale publieke omroepen en lokale publieke omroepen. De lokale omroep ontvangt financiering van de gemeente. Daarnaast zijn er commerciële omroepen, zoals RTL en SBS. Zij mogen winst maken en krijgen geen overheidsgeld (Rijksoverheid,z.d.).

Een lokale omroep besteedt aandacht aan de gebeurtenissen in haar gemeente. Het zijn onderwerpen die direct invloed hebben op het publiek. Een groot verschil met regionale omroepen en het tv-programma Hart van Nederland die lokale onderwerpen alleen oppakken als deze ook interessant zijn voor de regionale of landelijke samenleving (Wit, 2001).

In 1971 werd het kabelnet voor lokale omroepen geopend. De eerste lokale omroep was in Melick en Herkenbosch. De uitzendingen in oktober en december 1971 zorgden ervoor dat het ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk werk (CRM) besloot om de omroepwet aan te passen. Ze waren bang dat amateurs op eigen houtje zichzelf zouden aansluiten op het kabelnetwerk, ook wel een maatregel tegen de antennewouden. Zo werd een snelle uitbreiding van deze ongereguleerde omroepvorm voorkomen (Wit, 2001).

In december 1981 is de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON) opgericht. De eerste voorzitter Heisterkamp moest de positie van de lokale omroep in het medialandschap verstevigen. Heisterkamp benadrukt het belang van vrijwilligers. Zij kunnen na enige opleiding en ervaring in staat zijn om uitstekende programma's te produceren. De participatie van de plaatselijke bevolking staat dus voorop (Huysman, 1982). Vele vrijwilligers zijn nog steeds betrokken bij lokale- en streekomroepen (KWINK Groep, 2021).

3.2 Lokale omroep

In Nederland zijn er 235 lokale publieke omroeporganisaties, verdeeld over 345 gemeenten (CvdM, 2022). Streekomroepen zijn ook meegerekend. Dit zijn lokale omroepen die uitzenden voor twee of meer aaneengrenzende gemeenten. Een streekomroep kan bestaan uit een fusie van oude lokale omroepen of een federatie van alle lokale omroepen binnen een gebied (NLPO, 2019).

Op de website van belangenbehartiger Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) staat de volgende definitie gemeld: *'Een lokale omroep is een lokale media-instelling die op lokaal (gemeentelijk) niveau media-aanbod verzorgt, dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie via alle beschikbare aanbodkanalen (radio, televisie, website enz. (NLPO, 2019).*

Met een media-instelling wordt een instelling bedoeld die is aangewezen voor de verzorging van een lokale publieke mediadienst. Een dienst die bestaat uit één of meerdere elektronische beeld- of geluidsinhoud, zoals televisie en radio (Mediawet, 2008). In de bijlage staan de eisen waaraan lokale omroepen volgens de Mediawet moeten voldoen.

3.3 Functies lokale omroep

In de Mediawet staat dat lokale omroepen bekostiging ontvangen voor het produceren van een lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) (Mediawet, 2008). De lokale omroep informeert haar burgers over de besluiten in de gemeenteraad die gevolgen hebben voor de maatschappij. Onwetendheid kan ongemak veroorzaken in het dagelijks leven, wanneer je bijvoorbeeld niet weet dat er een weg is afgesloten of dat er een vuurwerkverbod is. Het volgen van de politieke agenda en het informeren van inwoners over de vraagstukken die van lokaal belang zijn, zorgen voor betrokkenheid (Raad voor Cultuur, 2020).

Het controleren van lokale bestuurders is cruciaal voor het functioneren van een lokale democratie. Een lokale omroep kan een onafhankelijke bijdrage leveren door kritisch te zijn op de houding en werkwijze van politici (Raad voor Cultuur, 2020). Die onafhankelijkheid scheidt de lokale omroep van gemeenten die hun eigen verslaggever inhuren. Een filmpje van een onafhankelijk journalistiek medium is betrouwbaarder, omdat zij geen belangen heeft bij de politiek (Gademan, 2020).

In de verbindende functie versterkt een lokale omroep de lokale democratie. Het verspreiden van een breed nieuwsaanbod zorgt voor informatievoorziening buiten de eigen familie- en vriendenkring. Op die manier kunnen burgers samen optrekken, om problemen op te lossen (Raad voor Cultuur, 2020).

3.4 Mediawet

In de Mediawet staat ook dat lokale omroepen moeten toezien op educatie- en cultuuraanbod (Mediawet, 2008). Het educatieve karakter gaat over het waarborgen van de lokale geschiedenis en het lokale dialect. Mensen die niets weten over de lokale samenleving kunnen dan bijgespijkerd worden. Het uitzenden van culturele programma, zoals concerten en toneelvoorstellingen omvat het culturele karakter van een lokale omroep (Raad voor Cultuur, 2020).

Reclame-inkomsten zijn toegestaan als financieringsbron. Al mag dat niet meer zijn dan 10% van het totale programma-aanbod. Er mag maar één lokale omroepinstelling in een gemeente actief zijn. Een lokale omroepinstelling krijgt voor vijf jaar een licentie toegewezen van het Commissariaat voor de Media (CvdM) om in een gemeente uit te zenden. De financiering bestaat uit gemeentelijke middelen, zoals contributies, donaties, opbrengsten van toegestane nevenactiviteiten (Mediawet, 2008).

De Mediawet heeft als toegevoegde waarde om een norm te stellen aan lokale omroepen. Die norm is nodig om lokale omroepen hun verzorgingsgebied van voldoende informatie te voorzien (Raad voor Cultuur, 2020).

3.5 Media-aanbod

Een van die taken is het verzorgen van een media-aanbod, dat bestaat uit informatie, cultuur en educatie. Ook wel de ICE-norm genoemd. Daarin wordt beoordeeld of de uitzendingen tussen 07:00 en 23:00 uur, voor de helft van deze toetsingstijd informatief, cultureel of educatief van aard zijn (CvdM, z.d.).

Van die helft is tenminste zestig procent lokaal informatief of educatief. Denk hierbij aan nieuws- en sportprogramma's, maar ook carnavalsoptochten en de avondvierdaagse. De andere veertig procent heeft een lokaal cultureel karakter, zoals het uitzenden van een kerkdienst of concert en

spelprogramma's (CvdM, z.d.). Het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) controleert de ICE-norm en wordt vertegenwoordigd door mensen uit verschillende sectoren uit onze samenleving, zoals ouderen, kunst en cultuur, etnische en culturele minderheden. Een PBO bestaat uit minimaal vijf mensen (CvdM, z.d.).

Het CvdM handhaaft alleen de ICE-norm als er signalen zijn dat een lokale omroep niet aan de norm voldoet en geeft als waakhond zodoende ook waarschuwingen. Een lokale omroep moet zich dan opnieuw bewijzen om de norm te halen (CvdM, 2022).

3.6 NLPO

In 2015 is de Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) opgericht door de vereniging OLON. De OLON werd in november 2020 opgeheven, omdat de sector toe is aan verdere professionalisering, relevantie en levensvatbaarheid (NLPO, 2021). De NLPO is gericht op het versterken van de lokale democratie en het stimuleren van mensen om actief bij te dragen aan de gemeenschap (NLPO, z.d.). Zij wil als belangenbehartiger van lokale- en streekomroepen streven naar professionalisering en verbetering van de kwaliteit van de producties.

Een lokale omroep moet zich volgens de Mediawet houden aan verschillende eisen, maar het is de vraag of die eisen nog wel van deze tijd zijn. Online kan iedereen een blog bijhouden of een vlog opnemen over het lokale nieuws, daarvoor hoeft je niet bij een lokale omroep te zijn (Wel, z.d.). Ook het aanwezig zijn op alle relevante platformen, zoals de NLPO definieert, staat lokale omroepen in de weg om verder te professionaliseren en het nieuwsaanbod uit te breiden (Ven, 2021). Later daarover meer in dit onderzoek.

4 Wat zijn financiële bronnen waar een lokale omroep gebruik van kan maken?

De gemeente financiert de lokale omroep (Mediawet, 2008). Tegelijkertijd krijgen ze niet allemaal aanvullende subsidie van de (gemeentelijke) overheid om te groeien. Waar de eerste zes lokale omroepen in 1975 100.000 gulden kregen voor drie jaar, krijgt in het jaar 2000 maar 41% van alle lokale omroepen subsidie. Een gemeente bepaalt of zij een lokale omroep wel of niet subsidieert (De Wit, 2001). In 2020 geven 99% van de Nederlandse gemeenten subsidie aan de lokale omroep, zij voldoen daarmee aan de bekostigingsplicht. (CvdM, 2020)

4.1 Bekostigingsplicht

De bekostigingsplicht moet de kosten dekken die lokale omroepen maken voor het produceren van het nieuws, maar deze is niet toereikend (CvdM, 2020). Er moeten dus meer inkomsten worden gegenereerd voor het voortbestaan van lokale omroepen. Dit kan door reclame, subsidie, sponsoring of het verlenen van diensten.

In 2010 is de bekostigingsplicht ingevoerd. Dat houdt in dat een gemeente de lokale omroep bekostigt als de gemeenteraad positief is over de representativiteit van het PBO. Het gaat om de kosten voor het produceren en de distributie van radio, televisie, internetaanbod en de mogelijkheid om deze mediumtypen te ontwikkelen. De gemeente gaat over de bekostiging, maar niet over de inhoud. Daar beslist een lokale omroep zelf over (Mediawet, 2008).

Lokale omroepen hebben met gemeenten in 2010 een richtsnoerbedrag afgesproken van €1,30 per woonruimte. Dat richtsnoerbedrag is aangepast aan de inflatie in Nederland en is in 2020 bijgesteld naar €1,39 (VNG, 2020). Het blijft volgens oud-OLON voorzitter Martijn Vroom (persoonlijke communicatie, 2021) een advies dat destijds met gemeenten is afgesproken. Het richtsnoerbedrag heeft volgens hem in de bijlage gestaan van de Mediawet maar is niet wettelijk vastgelegd.

De financiële-verhoudingswet, zoals opgenomen in de Mediawet, geeft dat ook aan. Gemeenten zijn vrij in de besteding van hun middelen, maar moeten het voortbestaan van de lokale omroep waarborgen (Mediawet, 2008).

4.2 Reclame

Lokale omroepen mogen sinds 2008 legaal reclame uitzenden. Sinds 1989 werd dat al gedaan (OLON, 2006), maar het was oorspronkelijk niet opgenomen in de Mediawet van 1987 (Mediawet, 1987). Het Commissariaat voor de Media (CvdM) stelt eisen aan het uitzenden van reclame. Een lokale omroep mag reclame uitzenden als zij lid is van de Stichting Reclame Code. Ieder uur mag er maximaal twaalf minuten aan reclame worden besteed en het moet zichtbaar zijn dat het om een reclame gaat. De reclameboodschappen worden uitgezonden tussen twee programma's in. Programma's mogen niet onderbroken worden door een reclameblok. (CvdM, z.d.).

Martijn Vroom, Oud-OLON voorzitter (persoonlijke communicatie, 2021), vindt dat je gemakkelijk geld kunt verdienen aan reclames. Een lokale supermarkt die voor vijftig euro per dag aan reclame inkoop, zorgt voor een verdubbeling van het budget. Dat is volgens Vroom nodig om als lokale omroep levensvatbaar te blijven en een kwalitatief betere omroep te worden.

Het vinden van vrijwilligers of personeel dat niet huiverig is om op bedrijven af te stappen om reclame-inkomsten te werven, is volgens Vroom lastig. Vrijwilligers die naast de werkzaamheden bij de lokale omroep ook contacten hebben met het bedrijfsleven, vindt Vroom heel belangrijk. De reclame-inkomsten stromen dan eerder binnen. Vroom benadrukt daarbij ook het bereik (aantrekkelijkheid tot kijken) van een lokale omroep.

Eric Horvath, directeur van DTV-nieuws (persoonlijke communicatie, 2021), heeft bij streekomroep DTV werknemers die zich specifiek bezig houden met advertenties en reclame en niet mensen die volgens hem zogenaamd het bedrijvennetwerk kennen, maar nul reclames binnenhalen. Dat moet iemand zijn met een auto, telefoon en laptop van de omroep.

Een club vrijwilligers is volgens Horvath niet in staat om de benodigde reclame-inkomsten te generen. Een e-mailadres op de website met 'adverteer hier' vindt hij ouderwets. Bedrijven moeten volgens Horvath weten wat het bereik van de omroep is en waar zij voor staat.

Erwin Ferket (persoonlijke communicatie, 2021) voorzitter van Omroep Kontakt in de gemeente Laarbeek, werkt met alleen maar vrijwilligers. Hij verloor in de coronacrisis 90% van zijn reclame-inkomsten (Plas, 2020) en moet zelf langs bedrijven om reclames te verkopen. De helft van de begroting is volgens Ferket reclame-inkomsten, vaak van kleine bedrijven, zoals de plaatselijke groenteboer of slager. Ferket benadrukt dat Omroep Kontakt geen geld heeft voor onderzoek naar haar bereik en is met 2700 vind ik leuks op Facebook niet aantrekkelijk voor grote bedrijven.

Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) zegt dat een dergelijk onderzoek ruim vijfduizend euro kost, geld dat kleine lokale omroepen meestal niet hebben. Van de lokale supermarkt hoeft Ferket het niet te hebben. Zij hebben hun eigen kanalen en schermen bij de kassa waar andere bedrijven adverteren. Omroep Kontakt zou dus zelf moeten investeren in zichtbaarheid bij de supermarkt.

Het is dus niet zo gemakkelijk als Vroom (persoonlijke communicatie, 2021) beschrijft, je moet volgens Ferket weten waar je staat in de markt en daarnaast rekening houden met opbrengst voor de ondernemers. Ze hebben volgens Ferket namelijk ook hun eigen website, sociale media en andere kanalen in eigen beheer.

4.3 Sponsoring

Een lokale omroep kan onder strikte regels ook gesponsord worden. Programma's die voldoen aan het media-aanbod worden niet gesponsord. Een programma dat bestaat uit nieuws, actualiteiten, politieke informatie of bestemd voor minderjarigen onder de twaalf jaar, mag niet worden gesponsord. Culturele programma's, zoals een verslag van een sportevenement en evenementen die een maatschappelijk doeleind hebben, mogen wel gesponsord worden (CvdM, z.d.).

Sponsoren in de vorm van goederen of diensten vallen onder het sponsorregime en moeten volgens de prijs op de markt gefactureerd worden. Het CvdM moet toestemming geven aan een lokale omroep voor het benoemen van een sponsor in de uitzending (CvdM, z.d.).

In de uitzending worden vooraf of achteraf de sponsoren bij naam of logo voor 5 seconden getoond. Als een bedrijf geld sponsort, mogen ze geen producten vertonen in dat programma. Kleine bijdragen, zoals een bloemetje op tafel of kleding van de presentatoren, worden niet als sponsoring gezien. Deze worden benoemd in de aftiteling van het programma onder 'met dank aan', (CvdM, z.d.).

Op het gebied van sponsoring is er verder volgens Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) weinig mogelijk. Hij stelt dat de Mediawet het verbiedt om programma's te laten sponsoren. Je onafhankelijkheidspositie kan volgens hem dan ook in het geding zijn. Horvath kreeg vroeger meer voor elkaar op het gebied van sponsoring. De lokale Rabobank zorgde voor een studio renovatie of aanschaf van nieuwe camera's. De Rabobank is volgens Horvath nu anders georganiseerd en geeft geen lokale sponsorgelden meer uit.

4.4 Subsidies

Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) verleent subsidies aan lokale omroepen. Zij steunt lokale omroepen met geld om de kwaliteit, diversiteit en onafhankelijkheid van de lokale journalistiek te bevorderen (SvdJ, z.d.). Omroepen vragen deze subsidie aan om hun werk te professionaliseren, zoals bij de regeling pilot professionalisering lokale omroepen, waar volgens projectleider Jesse Beentjes (persoonlijke communicatie, 2021) 26 omroepen uit Nederland een subsidie ontvangen (SvdJ, z.d.).

De subsidie vanuit de SvdJ is nodig, omdat lokale omroepen die enkel op vrijwilligers draaien anders moeilijk overeind blijven. Sommige taken zijn niet voor iedere vrijwilliger weggelegd. Politieke verslaggeving is bijvoorbeeld taaie stof, en zie maar het vuur aan de schenen van een wethouder te leggen na een politieke vergadering. Een pilot in de vorm van een betaalde kracht kan het gebrek aan achtergrond en commentaar bij lokale omroepen oplossen (Goedegebuure, 2020).

In de coronacrisis ontvingen 181 lokale omroepen subsidie van het steunfonds dat de SvdJ uitvoert. Er werd 35 miljoen euro uitgetrokken om lokale omroepen te steunen (Rijksoverheid, 2020). Het geld was volgens Beentjes (persoonlijke communicatie, 2021) gemakkelijk aan te vragen. Een lokale omroep moest volgens hem alleen bewijzen dat ze de zendmachtiging hebben in de gemeente.

Het steunfonds was volgens Toos Bastiaansen, accountmanager NLPO (persoonlijke communicatie, 2021), noodzakelijk, zodat lokale omroepen het financieel volhielden. Niet alle subsidieregelingen helpen volgens Bastiaansen. De pilots zijn volgens haar vaak tijdelijk en zorgen niet voor een langdurige oplossing. Bastiaansen vindt dat de SvdJ moet stoppen met korte pilots. Lokale omroepen zijn volgens haar na de pilots weer terug bij af. Een structurele financiering noemt Bastiaansen als oplossing voor het vervangen van de subsidieregelingen vanuit de SvdJ.

Beentjes (persoonlijke communicatie, 2021) zegt dat een pilot nooit structureel is. Hij herkent de voorbeelden dat twee jaar na de pilot de stekker eruit kan liggen, maar daar kunnen wij niets aan doen. Een subsidie moet volgens Beentjes een aanvulling zijn op je begroting. We hebben aan het ministerie van onderwijs, cultuur en wetenschap (OCW) gevraagd of er structurele financiering voor lokale omroepen mogelijk is.

4.5 Externe opdrachten

Een lokale omroep kan ook haar diensten inzetten om geld te verdienen. Erwin Ferket (persoonlijke communicatie, 2021) laat weten dat Omroep Kontakt aanvullende reportage-opdrachten vanuit de gemeente uitvoert. Dit gebeurt volgens Ferket jaarlijks met de Lintjesregen. De gemeente bekostigt deze opdrachten.

Dit komt volgens Toos Bastiaansen (persoonlijke communicatie, 2021) vaker voor. Ze herkent dat in Nederland lokale omroepen geld verdienen door bijvoorbeeld de raadsvergadering vast te leggen. Bastiaansen ziet het als een soort ruildeal, die ook gesloten kan worden met bedrijven of verenigingen. De lokale omroep maakt een video van het bedrijf of vereniging en zendt deze uit. Zij krijgen dus zendtijd en moeten daarvoor betalen.

Bastiaansen benadrukt dat je het bedrijf of de vereniging niet moet promoten, als het mensen aanzet tot actie. Daarnaast zegt ze dat een lokale omroep meerdere bedrijven moet laten zien. Het kan niet bij één video blijven. Anders wordt het gezien als reclame. Dit soort series worden volgens haar dan ook vaak 'het bedrijfsleven in beeld' genoemd.

Het zijn volgens Bastiaansen inhoudelijk video's over hoe een bedrijf erachter de schermen uitziet, Zo help je het bedrijf met een dienst en kun je er als lokale omroep een mooi geldbedrag aan overhouden.

Nevenactiviteiten, vindt Bastiaansen moeilijk realiseerbaar. Het moet om de inhoud gaan en niet om het verkopen van bijvoorbeeld dvd's of cd's. Daardoor is er maar weinig mogelijk. Verder benadrukt Bastiaansen dat een lokale omroep geen winst mag maken. Dat is een extra belemmering om als omroep iets te kunnen bijverdienen.

Een lokale omroep kan dus op verschillende manier aanvullende inkomsten genereren. Die inkomsten zouden volgens mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) niet nodig moeten zijn, als er structurele financiering vanuit het rijk zou komen. De focus gaat volgens hem dan meer op de journalistiek in plaats van geld verdienen om uit de kosten te komen. Later daarover meer in dit onderzoek.

5 Wat zijn kostenposten waar een omroep rekening mee moet houden?

Om het voortbestaan van lokale omroepen te kunnen waarborgen, is inzicht nodig in de uitgaven. Lokale omroepen moeten volgens de Mediawet actief zijn op alle relevante platformen, alleen dat brengt kosten met zich mee (Mediawet, 2008).

De NLPO heeft een modelbegroting ontwikkeld voor omroepen (Crop Registeraccountants, 2017). Deze voldoet aan het lokaal toereikend media-aanbod (LTMA). De modelbegroting schetst wat de kosten zijn van een streekomroep voor ongeveer 225.000 inwoners. In dit onderzoek is gekozen voor een lokale omroep met verzorgingsgebied tussen de 30.000 en 80.000. Het merendeel van de gemeenten in Nederland behoort tot deze categorie (Vereniging Nederlandse Gemeenten, z.d.). In Nederland heb je volgens het CBS op 1 januari 2022 345 gemeenten (CBS, 2021). Als je dat getal deelt door het aantal inwoners, ongeveer 17,6 miljoen (CBS, 2022), kom je op gemiddeld 50.000 inwoners per gemeente.

Op basis van de bovenstaande gegevens, zijn er in Nederland vier gemeenten die rond de 50.000 inwoners hebben en geen onderdeel zijn van een streekomroep: Woerden, Kampen, Goeree-Overflakkee en Zutphen. In bijlage 2 staan gebruikte jaarrekeningen voor het in beeld brengen van de kostenposten.

5.1 Personeelskosten

Een lokale omroep die gebruikt maakt van professionele journalisten kan kiezen tussen het inhuren of het in vaste dienst nemen van personeel. Het inhuren van een beginnend redacteur kost gemiddeld €35,- per uur (NVJ, 2017).

Ook kun je personeel in vaste dienst nemen. In de huidige CAO ontvangt een beginnende redacteur een bruto salaris tussen €2.375,- en €3.493,- fulltime per maand. De werkgeverslasten komen hier nog bovenop, een redacteur kost een lokale omroep minimaal €36.000 per jaar (CNV Vakmensen, 2019).

Het belang van personeel is volgens mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) groot. Omroepen geven veel uit aan rechten en apparatuur, terwijl het in de journalistiek gaat om handjes. Als je een journalist inhuurt, dan weet je dat die op pad gaat en met verhalen terugkomt.

5.2 Buma/Stemra en Sena

Lokale omroepen die gebruik maken van muziek van artiesten voor televisie en radio, krijgen te maken met de Buma, Stemra en Sena. Lokale omroepen sluiten een licentie af en dragen een deel van hun inkomsten af om de muziek van artiesten te mogen uitzenden (Buma/Stemra, 2019).

Het Bureau voor Muziek-Auteursrechten (Buma) gaat over het openbaar maken van muziek. Het gaat over de rechten voor het afspelen van muziek op radio, televisie en internet. Zij komt op voor de rechten van artiesten. De Stichting tot Exploitatie van Mechanische Reproductierechten voor Auteurs (Stemra) is belangenbehartiger voor tekstschrijvers, componisten en uitgevers. Zij gaat over de vergoeding voor de vastlegging van muziekwerken op beeld- en geluidsdragers (Buma/Stemra, 2019).

Een lokale omroep draagt per jaar 10% van de netto-inkomsten af aan Buma en 3,33% van de netto-inkomsten aan Stemra. Dit zijn inkomsten uit onder andere reclameboodschappen, gesponsorde programma's en productplaatsing. Ook de bekostiging van de gemeente telt mee, anders zou een omroep die geen reclame-inkomsten heeft niets betalen (Buma/Stemra, 2019).

De Stichting ter Exploitatie van Naburige rechten (Sena) regelt de rechten voor muzikanten en producenten. Sena keert een vergoeding uit aan hen als hun muziek in het openbaar gedraaid wordt. Die vergoeding is geregeld op basis van muzieklicenties (SENA, 2021).

Er is volgens Chantal Rooke, manager licenties Sena (persoonlijke communicatie, 2021), geen vaste rekensom voor de berekening van de kosten aan Sena. De tarieven aan Buma, Stemra en Sena zijn in de begroting opgenomen in de kostenpost afdrachten aan de NLPO. Zo zie je in de bijlage dat deze posten bij de lokale omroep van Woerden en Zutphen nagenoeg gelijk zijn. Zij zijn dus minstens € 2.000,- kwijt aan het uitzenden van muziek in hun programma's. Dit is ongeveer 5% van de jaarlijkse begroting.

5.3 Radio

Als je via een FM-frequentie wilt uitzenden, heb je een zendmast nodig, met een bijpassende vergunning van de overheid om te mogen uitzenden. Dat is volgens George Van den Burg, eigenaar van GB-Antennes, een ingewikkeld proces. Dit kan op drie manieren. Zo kun je als lokale omroep een eigen mast laten bouwen. Je bent volgens Van Den Burg gemiddeld zo'n € 10.000,- kwijt.

Als tweede optie noemt Van den Burg het plaatsen van een antenne op een hoog gebouw. Je moet volgens hem zorgen dat de antenne hoger is dan omliggende huizen en met toestemming van de eigenaar van het gebouw. De antenne kost gemiddeld € 600,- volgens Van den Burg. De derde optie is volgens Van den Burg het bemachtigen van een antenne op een bestaande zendmast. Belangrijk is dat de signalen van jouw antenne niet de signalen van de anderen verstoren. Zo'n huurconstructie heeft bijvoorbeeld RTV IJsselmond. Zij betalen daar jaarlijks € 374,-.

De tarieven voor het uitzenden van radio komen daar dus nog bij. In een overzicht van het Agentschap Telecom staat vermeld dat het uitzenden van radio voor de lokale omroep meer dan €1.000,- per jaar kost (Agentschap Telecom, z.d.)

5.4 Televisie

Lokale omroepen hebben voor het uitzenden van televisie een uitzendlicentie nodig. Een lokale omroep regelt dat het tv-signaal vanuit de eigen studio naar Hilversum gaat, waar alle gegevens worden verzameld. Een radio/televisie aanbieder zorgt voor die verbinding. Zij testen het signaal en melden het aan bij de gewenste providers (Netchange, z.d.).

Die RTV-aanbieders worden ook wel leveranciers genoemd. Zij kunnen het signaal van een lokale omroep in Hilversum brengen en een lokale omroep bij providers op de buis brengen. Een lokale omroep betaalt eenmalige installatiekosten en de kosten voor het doorgeven van het signaal. De installatiekosten bedragen ongeveer € 1.000,-. De maandelijkse kosten voor het doorgeven van het signaal zijn tussen de € 150,- en € 235,- (NLPO, 2022).

Een lokale omroep is dus minimaal €2.820,- per jaar kwijt om op televisie te komen. Een kabelkrant zorgt er volgens Peter Hindriks, eigenaar PHeCap, voor dat er nieuws wordt verspreid via televisie. Met zijn bedrijf voorziet hij 20 lokale omroepen van een kabelkrantsysteem. Hij vertelt dat de kosten voor het systeem € 1.000,- bedragen.

Ook kunnen lokale omroepen gebruik maken van het systeem van de NLPO. Naast het verzorgen van een kabelkrant, worden uitzendingen op televisie ook 14 dagen bewaard. De NLPO Mediahub zorgt ervoor dat een lokale omroep een livestream kan plaatsen op haar website (NLPO, z.d.). De NLPO heeft twee versies. De ene versie is €390,- per maand en de lightversie, waar geen internetstreaming mogelijk is, kost €264,- per maand (NLPO, 2020).

Een grote hap uit het budget, vindt Piet Bakker (persoonlijke communicatie 2022). Hij filmt bij zijn lokale nieuwssite de Orkaan veel met zijn telefoon en zet het vervolgens op YouTube. De kosten zitten zo alleen in de apparatuur. De hoge kosten van televisie komen ook doordat lokale politici graag op televisie willen en zij beslissen als gemeente over de subsidie en licentie van omroepen. Daardoor wordt televisie bij lokale omroepen als belangrijk medium gezien, maar het kost een hoop geld (Wel, z.d.).

5.5 Overige kosten

Op de jaarrekeningen in bijlagen 2 is te zien dat lokale omroepen ook andere kosten maken dan alleen voor televisie of radio. Zo worden er kosten gemaakt voor het onderhouden van een website, het huisvesten van de omroep, het kopen en afschrijven van apparatuur en bijvoorbeeld de kerstattenties voor vrijwilligers. Deze kosten bedragen ongeveer 30% van de totale lasten.

De jaarrekeningen van RPL Woerden, RTV SLOGO en B-FM komen qua kosten en opbrengsten met elkaar overeen. Op de jaarrekeningen is te zien dat de kosten € 35.000,- bedragen. Deze zijn hoger dan de bekostiging van de gemeenten.

Een omroep moet extra inkomsten genereren om uit de kosten te kunnen komen, maar je moet je afvragen of de kosten wel van deze tijd zijn. Piet Bakker (persoonlijke communicatie,2022) vindt dat de kosten niet moeten zitten in rechten, techniek en organisatie. Journalistiek moet voorop staan en daarna pas de techniek.

6 Wat is de relevantie van een lokale omroep?

Het register van het Commissariaat voor de Media (CvdM) geeft aan dat in de meeste gemeenten een lokale omroep actief is. In de gemeenten, Weesp, Lopik, Nieuwegein, IJsselstein, Dronten, Gorinchem, Neder-Betuwe, Westerveld, Midden-Drenthe, Opsterland en Heerenveen is er geen lokale omroep. Ook de Waddeneilanden Vlieland, Terschelling, Ameland en Schiermonnikoog hebben geen lokale omroep (CvdM, 2022).

Niet iedere gemeente heeft dus een lokale omroep en dat is ook logisch volgens mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022). Je hebt volgens hem grote verschillen tussen lokale omroepen. De een ontvangt meer geld dan de ander, waardoor je verschil krijgt in professionaliteit, nieuwsvoorziening en relevantie.

6.1 Relevantie

Mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) vindt de relevantie van een omroep afhangen van de omvang en de professionaliteit van de organisatie. Het zijn volgens hem vrijwilligersorganisaties die hun hobby uitvoeren, maar journalistiek vindt Bakker geen hobby maar een vak. Bakker benadrukt dat als je uitsluitend televisie of radio maakt, je niet weet wat de burger wil. Hij geeft aan dat je als omroep moet focussen op de inhoud en niet op mensen die plaatjes draaien of willen presenteren op televisie. Een lokale omroep moet je volgens Bakker goed aansturen met professionele journalisten, anders lijkt het op een organisatie die persberichten kopieert en plakt van de gemeente.

Het verspreiden van persberichten kunnen lokale nieuwssites en huis-aan-huisbladen ook volgens Jesse Beentjes, projectleider lokale omroepen bij de SvdJ (persoonlijke communicatie, 2021). Je hebt daar geen lokale omroep voor nodig. Lokale omroepen worden volgens hem ingehaald, omdat een ander lokaal nieuwsmedium laat zien dat deze het publiek beter kan bereiken en brengt wat er toe doet in een gemeente.

In de coronacrisis was de relevantie van lokale omroepen groter dan ooit. Websites trokken veel meer bejooks en mensen wisten de lokale omroep steeds vaker te vinden, voor informatie over het virus en de maatregelen (Raad voor Cultuur, 2020). Toos Bastiaansen, accountmanager NLPO (persoonlijke communicatie, 2021), benadrukt de relevantie, maar er waren ook omroepen die niets extra's deden als lokaal nieuwsmedium. Die deden hetzelfde als voor de coronacrisis.

6.2 NLPO

De gemeente heeft in principe een zorgplicht en stelt geld beschikbaar voor de lokale omroep (Tweede Kamer der Staten-Generaal, 2019). Gemeenten zorgen dus voor een relevante lokale omroep. Daar kun je volgens mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) niet van uit gaan. Lokale omroepen moeten volgens de NLPO op alle relevante platformen aanwezig zijn en minimaal vijf dagen per week 24 uur per dag nieuws verspreiden (NLPO, z.d.). Dat kun je volgens Bakker niet verwachten van lokale omroepen met een budget van tienduizenden euro's. Bakker ziet



dat lokale omroepen steeds programma's herhalen, kabelkranten uitzenden. Er is geen budget om erop uit te gaan.

Je moet je als lokale omroep afvragen of die eisen van de NLPO nog wel wenselijk zijn. Het lokale medialandschap gaat steeds meer de kant op van alleen online, en social media en apps voeren de boventoon, zoals in Utrecht waar niet de lokale omroep, maar De Utrechtse internet courant (DUIC) de belangrijkste nieuwsbron is (Kik, Q, Medendorp, M. & Ruigrok, N. (2019).

In het kamerstuk toekomst mediabeleid staat dat lokale omroepen niet verplicht zijn om op alle relevante platformen te publiceren. Ze moeten zelf bepalen waar ze uitzenden en waar ze het best bereikt kunnen worden (Tweede Kamer der Staten-Generaal, 2019). De NLPO heeft die platformverplichting volgens Piet Bakker (Persoonlijke communicatie, 2022) om lokale omroepen te beschermen en de subsidie op peil te houden. Gemeenten zien volgens Bakker dan in dat lokale omroepen minder hoeven te doen, en de subsidie omlaag kan.

Het is dus apart dat je als lokale omroep actief moet zijn op alle platformen, en dus ook op kanalen waar wellicht het publiek volgens Bakker niet eens zit. Hij benadrukt dat een lokale omroep met alléén radio wel mag bestaan, maar met alléén een website, zoals de Orkaan niet.

De Orkaan heeft volgens Bakker een verzoek ingediend om een lokale omroep te worden en inmiddels is de vergunning verleend. Dus het lukte wel in dit geval, maar Bakker legt uit dat bij de bezwaarmakende partij dit werd aangevoerd als 'strijdig met de Media'. Ook de NLPO is niet onverdeeld gelukkig met omroepen die geen radio en tv maken, zij kunnen bv geen 'keurmerk' krijgen en voldoen volgens de NLPO dus niet aan het hun definitie van LTMA.

6.3 Lokale democratie

Het aanwezig zijn op alle platformen is niet meer van deze tijd, maar toch moeten lokale omroepen hun relevantie aan kunnen tonen. Mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) concludeert dat er wel degelijk lokale omroepen zijn die het presteren om dagelijks relevant nieuws te maken, professioneel journalistiek bedrijven en het publiek bereiken, zoals in Amsterdam, Venlo, Enschede, Rotterdam en Houten.

Dit lijkt allemaal rooskleurig, toch lukt het niet iedere lokale omroep om dit te bewerkstelligen. Lokale omroepen beschikken over beperkte mankracht en financiële middelen om aan de slag te kunnen. Gemeenten hebben er veel taken bijgekregen, zoals het verduurzamen van woningen en de zorg die gedecentraliseerd is. Tegelijkertijd investeren gemeenten in communicatiemedewerkers om via hun eigen nieuwskanalen nieuws te verspreiden. Dit stuit de functies van de lokale omroep tegen de borst, omdat de gemeente nu haar inwoners informeert en niet de lokale omroep. De lokale omroep zou moeten verbinden, maar door onderbezetting en minder financiële middelen wordt informatie overgenomen van de gemeente (Raad voor Cultuur, 2020).

Het ontbreken van het kritisch volgen van gemeentebestuurders om misstanden te voorkomen, zorgt ervoor dat burgers zelf hun mening op andere kanalen gaan vormen. Zij gaan de functies vervullen die een lokale omroep zou moeten bewerkstelligen. Burgers gaan zich afvragen of het nieuws nog onafhankelijk is en kiezen hun eigen kanalen om te discussiëren en nieuws te maken. Ze informeren elkaar en zorgen ervoor dat eventuele misstanden van lokale bestuurders worden opgelost. De burger voelt zich niet verbonden met de lokale omroep en deze kan zo zelfs ingeruild worden (Raad voor Cultuur, 2020).

Een goede functionerende lokale omroep zorgt ervoor dat wethouders en raadsleden op hun woorden letten, voorziet burgers van informatie en maakt de samenleving hechter door een onafhankelijk media-aanbod (Raad voor Cultuur, 2020).

6.4 Professionals

Een beperkte mankracht bij een lokale omroep zorgt ervoor dat de lokale democratie in gevaar komt (Raad voor Cultuur, 2020). De financiële middelen zijn daarnaast schaars. Veel lokale omroepen hebben een bekostiging van tussen de 20.000 tot 30.000 euro (Nieuwenhuijsen, 2021). Zij kunnen volgens Toos Bastiaansen, accountmanager NLPO (persoonlijke communicatie, 2021), niet een relevante omroep zijn, omdat ze een groot deel van hun geld kwijt zijn aan kosten die ze maken voor televisie en radio. Daarnaast kun je volgens de CAO voor omroepers voor € 30.000,- geen fulltime journalist in dienst nemen en die heb je wel nodig om aan de functies van een lokale omroep te voldoen.

Lokale omroepen moeten dus meer geld krijgen om een professionele journalist te kunnen inhuren of in dienst te nemen. Dat is ook waar mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) voor pleit. Journalisten kunnen volgens hem zorgen voor een professionele nieuwsvoorziening en niet vrijwilligers die plaatjes draaien of braderieën filmen. Professionele journalisten kunnen volgens Eric Horvath, directeur DTV-nieuws (persoonlijke communicatie, 2021), er ook voor zorgen dat je bepaalde reportages wel kunt maken, zoals het aftreden van de wethouder of een grote brand. Beelden waar mensen in een gemeenschap over praten en waarmee je aantoont dat je relevant bent. Horvath benadrukt dat een omroep die helemaal op vrijwilligers draait eerst moet uitvogelen wie er naar een gebeurtenis toe kan. Een professionele journalist stapt volgens hem meteen in de auto en maakt de beelden.

Uit onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) blijkt ook dat een lokale omroep een professionele redactie nodig heeft om de nieuwsvoorziening op peil te houden. Een redactie van een lokale omroep zou eigenlijk moeten bestaan uit een verslaggever, een redacteur en een hoofdredacteur, om de continuïteit van de nieuwsvoorziening te garanderen (Ven, 2021).

De relevantie van een lokale omroep hangt dus sterk af van de mankracht en de financiële middelen. Een lokale omroep die professionele journalisten kan inzetten, is beter in staat om haar relevantie aan te tonen. Dat is niet bij iedere lokale omroep het geval en deze kunnen op den duur dan ook worden ingeruild door lokale nieuwssites of burgers die zelf op social media het debat met elkaar voeren.

7 In hoeverre kan er lokaal nieuws worden verspreid als lokale omroepen gaan samenwerken?

Lokale omroepen moeten volgens de Mediawet voldoen aan het Lokaal Toereiken Media-Aanbod. Dit betekent dat ze op alle relevante platformen aanwezig zijn (Mediawet, 2008). Een streekomroep kan daar volgens de NLPO gemakkelijker aan voldoen en zo blijft de nieuwsvoorziening gewaarborgd (NLPO, z.d.).

In het Nederlandse medialandschap bestaan ook streekomroepen. Dat is volgens de NLPO een lokale omroep die een aanwijzing heeft voor twee of meer aaneengrenzende gemeenten. De streekomroep moet aan dezelfde eisen en voorschriften voldoen als een lokale omroep. Een streekomroep kan ook bestaan uit een samenwerkingsverband van lokale omroepen binnen een bepaald gebied (NLPO, 2020).

De streekomroepen zijn er volgens onderzoeker Janine Mulder (persoonlijke communicatie, 2021) in verschillende vormen. Zij onderzocht namens KWINK-groep de streekvorming tussen 2016 en 2021 in Nederland. Een fusie van twee streekomroepen is volgens Mulder niet de enige vorm van streekvorming. Een samenwerking tussen twee lokale omroepen op het gebied van radio of televisie kan volgens haar al betekenen dat je functioneert als streekomroep. Mulder geeft aan dat je ook over een streekomroep kunt spreken als lokale omroepen met aangrenzende uitzendgebieden onderdeel zijn van een grote organisatie.

De NLPO heeft in 2016 samen met de VNG, het ministerie van OCW en de lokale omroepen zelf een kaart van Nederland gemaakt waar de in totaal 77 streekomroepen zijn afgebeeld. Deze omroepen hebben allemaal een verzorgingsgebied van gemiddeld 200.000 inwoners. De streekomroep moet volgens de NLPO zorgen voor belangrijke voordelen. Samenwerking verzorgt voor meerdere gemeenten het media-aanbod. Het afzetgebied wordt zo vergroot, de journalistieke kwaliteit gaat omhoog en lokale omroepen worden financieel gezonder, door een samenvoeging van budgetten. Als streekomroep richt je je op een streek in plaats van een gemeente en zo kunnen omroepen volgens de NLPO meer continuïteit en professionaliteit bieden (NLPO, z.d.)



In Nederland zijn er in totaal 31 streekomroepen gerealiseerd. Zij hebben gemiddeld een verzorgingsgebied van 2,6 gemeenten en bestaan voor het grootste gedeelte uit 2 oude lokale omroepen die nu samenwerken of gefuseerd zijn (KWINK Groep, 2021)

7.1 Streekvorming

Streken die bezig zijn met het vormen van een streekomroep willen graag de lokale -identiteit behouden. Een derde van die initiatieven wil dan ook niet fuseren tot een grote organisatie, maar de lokale omroepen los van elkaar laten bestaan met een samenwerking in een overkoepelende stichting. Gemeenten en lokale omroepen zijn kritisch over de nieuwsvoorziening in een samenwerking. Zij vragen zich af of er voldoende nieuws wordt verslagen uit de dorpen als lokale omroepen opgaan in een streekomroep (KWINK Groep, 2021).

Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) vindt dat je de burger centraal moet stellen. Wat verwachten zij van jou en waarover willen zij geïnformeerd worden. Je moet je volgens hem ook afvragen hoe lokaal het moet zijn. Horvath besteedt met DTV Nieuws in Noordoost-Brabant ook aandacht aan de kleine dorpen, maar het is maar net waar de mensen op zitten te wachten. Een harmonie in een klein dorp die 100 jaar bestaat, is volgens hem in dat dorp superbelangrijk, maar iemand uit het dorp daarnaast interesseert het niets. Andersom precies hetzelfde. Als er parkeerproblemen zijn bij een basisschool in de stad, maken we daar ook een reportage over. Het blijft volgens Horvath keuzes maken. Hij vindt dat je bij de streekomroepvorming daar van tevoren afspraken over moet maken.

7.2 Samenwerken

Het samenwerken in de vorm van een streekomroep komt volgens Mulder (persoonlijke communicatie, 2021) niet zomaar van de grond. Ze benadrukt dat lokale omroepen welwillend naar elkaar moeten zijn en daarnaast gelijkwaardig moeten zijn. Volgens Mulder is het in een streek lastig om een streekomroep te beginnen als in het gebied grote verschillen in stedelijkheid aanwezig zijn. Kleine lokale omroepen zien volgens mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) hun zelfstandigheid verloren gaan en weten niet wat zij ervoor terugkrijgen, net zoals de gemeenten. Streekomroepen komen volgens Bakker zo moeilijk van de grond.

Het onderzoek van KWINK groep laat ook zien dat er in 39 van de 77 te vormen streekomroepen sprake is van initiatief om te gaan samenwerken. Het laat zien dat omroepen in ieder geval de wens hebben uitgesproken om een streekomroep te willen vormen. Als je als lokale omroep denkt dat je het prima doet, en de wil er niet is om samen te werken, is een samenwerking in Mulders (persoonlijke communicatie, 2021) ogen moeilijk te realiseren. Mulder geeft aan dat gemeenten veelal denken dat een omroep een andere omroep over moet nemen. Gemeenten benadrukken vaak de onderlinge verschillen. De invloed van mensen is volgens Mulder groot.

Die invloed merkt Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) ook bij het vormen van een streekomroep. Het struikelblok is volgens hem vaak de lokale identiteit. Horvath vindt het een tweeledig begrip. Je kunt het naar zijn zeggen hebben over de bedrijfscultuur of over het soort publiek dat je hebt. Dat vindt Horvath een wezenlijk verschil. Het is volgens hem altijd lastig als vrijwilligers uit rivaliserende dorpen moeten samenwerken, dat is het clubgevoel. Horvath benadrukt dat kleine lokale omroepen denken dat ze het goed doen en dat ze het gezellig hebben, maar ze doen nooit onderzoek. Ze weten dus eigenlijk niet of ze het goed doen.

Uiteindelijk leidt het volgens Horvath tot een bedrijf onder iemands vleugels. Diegene zorgt dat de burger centraal staat en dat er activiteiten worden uitgevoerd.

7.3 Vrijwilligers

De keuzes in de nieuwsvoorziening van een streekomroep worden net zoals bij een lokale omroep beperkt door vrijwilligers. Zij moeten bij een streekomroep niet alleen in hun eigen vertrouwde gemeente werken. Vrijwilligers die niet actief willen zijn in een andere gemeente zijn zo een belemmering voor streekomroepen. Zij zijn afhankelijk van de tijd en toewijding die een vrijwilliger heeft voor de omroep (KWINK, 2021).

Om die reden huurt Ruben Landman, bestuurder van de federatieve streekomroep XON (persoonlijke communicatie, 2021), werknemers in om het nieuws te verslaan. Het nieuws vindt plaats op de gekste momenten, als vrijwilligers niet beschikbaar zijn. Hij benadrukt dat vrijwilligers vaak een vaste baan hebben, een gezin of een andere hobby waar de aandacht ligt. Landman huurt dus personeel in voor de continuering van de nieuwsvoorziening.

Dit vermeldt KWINK-groep ook in haar onderzoek. Streekomroepen zijn daarnaast beter in staat om content te publiceren via radio en televisie dan lokale omroepen (KWINK Groep, 2021). Een verklaring is volgens Mulder (persoonlijke communicatie, 2021) logisch. Streekomroepen hebben meer professionals in dienst en zijn beter in het produceren van nieuws. Je moet je volgens haar afvragen of je van een vrijwilliger mag verwachten dat diegene een opleiding of cursus volgt en dat deze vaak beschikbaar is.

De rol van vrijwilligers bij streekomroepen is dus bepalend voor de koers. Het is niet zo dat vrijwilligers bij een streekomroep niet meer nodig zijn. Jesse Beentjes, projectleider lokale omroepen bij het stimuleringsfonds voor de journalistiek (SVDJ) (persoonlijke communicatie, 2021), vindt dat vrijwilligers wel degelijk een meerwaarde hebben. Zij komen volgens hem met tips en ideeën over nieuws dat zich bij hen in de buurt afspeelt en daarnaast leren ze van de professionals.

Daarnaast vindt Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) dat vrijwilligers ook iets moeten toevoegen aan een streekomroep. Je hebt als organisatie een bepaalde visie wat het publiek van een lokale omroep verwacht. Vrijwilligers kunnen daar in Horvaths ogen een steentje aan bijdragen, maar wel binnen de kaders van de organisatie.

7.4 Professionalisering

Een samenwerking van lokale omroepen kan volgens Mulder (persoonlijke communicatie, 2021) zorgen voor betere financiering. Zo kunnen meerdere lokale omroepen één studio delen, om kosten te besparen. Het geld wat daarmee wordt bespaard, kan worden uitgegeven aan een betaalde kracht.

Een betaalde kracht werkt mee aan de continuering van het nieuws en zorgt voor een eigen nieuwsgaring. De professionele journalist moet in staat zijn om met eigen nieuws te komen en niet alleen persberichten overnemen en plaatsten op de website. De betaalde kracht kan op die manier een gevarieerder nieuwsaanbod verzorgen (SvdJ, 2020).

Erwin Ferket, voorzitter van Omroep Kontakt (persoonlijke communicatie, 2021), benadrukt het belang van een betaalde kracht. Ferket heeft zelf gezien dat een betaalde kracht vrijwilligers kan aansturen, waardoor ze een stapje extra doen. Het nieuws wordt volgens Ferket op die manier beter geproduceerd.

Naast het aannemen van een betaalde kracht, kan een streekomroep volgens Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) de nieuwsvoorziening verhogen door kijk- en luisteronderzoek te doen. Zonder onderzoek te doen, weet je volgens hem niet of je het goed doet als lokale omroep en waar het nieuws in je gemeente echt zit.

7.5 Lokaal toereikend media-aanbod

In artikel 2.170b van de Mediawet staat dat lokale omroepen een lokaal toereikend media-aanbod (LTMA) moeten verzorgen om de continuering van de bekostiging te kunnen waarborgen (Mediawet, 2008). De NLPO ziet streekomroepen als middel om aan de eisen van het LTMA te voldoen. Het vormen van streekomroepen verhoogt volgens de NLPO de kwaliteit en de professionaliteit van de lokale omroep. Een lokale omroep die minder professioneel is, kan ook moeilijker voldoen aan de LTMA-eisen volgens Janine Mulder (persoonlijke communicatie, 2021). Het LTMA stelt eisen die boven de verwachtingen van vrijwilligers uitstijgen. Zeker als je de bekostiging laag houdt, kun je niet veel van hen verwachten.

Ferket (persoonlijke communicatie, 2021) kan bij Omroep Kontakt met de vrijwilligers niet al het nieuws in hun gemeente verslaan en dus niet aan het LTMA voldoen. Ferket heeft niet de financiële middelen om een journalist in te huren en ziet een samenwerking of fusie als manier om wel aan het LTMA te voldoen.

Een samenwerking van lokale omroepen kan er dus wel degelijk voor zorgen dat lokaal nieuws kan worden verspreid, alleen hangt het er vanaf welke keuzes je wilt maken. Wil je dat iedereen een klein nieuwtje meldt of focus je meer op het grote nieuws? De rol van vrijwilligers hierin is cruciaal. De flexibiliteit en welwillendheid is belangrijk. Betaalde krachten kunnen een samenwerking van lokale omroepen een boost geven. Zij zijn immers beschikbaar als vrijwilligers niet beschikbaar zijn en kunnen zo zorgen voor de continuering van het nieuws. Ook het LTMA zorgt voor vraagtekens. Samenwerkende omroepen kunnen, volgens de definitie van de NLPO, er baat bij hebben, door professionalisering, schaalvergroting en samengevoegde budgetten. De Tweede Kamer steunt die professionalisering (Tweede Kamer der Staten-Generaal, 2019) en het verhogen van de kwaliteit, maar wil omroepen verder de vrije hand geven.

8 Conclusie

8.1 Welke factoren spelen een rol in het voortbestaan van een lokale omroep?

Er zijn verschillende factoren die meespelen in het voortbestaan van een lokale omroep. Een lokale omroep houdt zich volgens de Mediawet aan verschillende eisen, maar het is de vraag of die eisen nog wel van deze tijd zijn. Online kan iedereen een blog bijhouden of een vlog opnemen over het lokale nieuws, daarvoor hoeft je niet bij een lokale omroep te zijn (Wel, z.d.). Ook het aanwezig zijn op alle relevante platformen staat lokale omroepen in de weg om verder te professionaliseren en het nieuwsaanbod uit te breiden (Ven, 2021). Mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) begrijpt dat lokale omroepen niet op alle relevante platformen aanwezig kunnen zijn. Dat komt volgens hem doordat er geen goede financiering is.

Een uitgebreide definitie van lokale omroepen in de Mediawet moet duidelijkheid scheppen. Jesse Beentjes, projectleider lokale omroepen bij de SvdJ (persoonlijke communicatie, 2021), vindt dat de Mediawet een duidelijke definitie moet geven. Hij benadrukt dat in de Mediawet niet staat dat lokale omroepen nieuws moeten brengen. Volgens Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) wordt ook het LTMA niet duidelijk uitgelegd. Lokale omroepen hoeven volgens het kamerstuk 'Toekomst mediabeleid' niet op ieder platform actief te zijn. Zij moeten onderzoeken wat voor hen de beste uitzendkanalen zijn (Tweede Kamer der Staten-Generaal, 2019).

De bekostiging vanuit de gemeente is gekoppeld aan het LTMA. In de Mediawet staat dat de bekostiging moet zorgen voor het functioneren van de lokale omroep, maar verder worden er geen wetten en eisen gesteld aan die bekostiging (Mediawet, 2008). Toos Bastiaansen van de NLPO (persoonlijke communicatie, 2021) beschrijft de bekostiging als een eis, maar niet als een plicht. Je hebt volgens haar recht op geld, maar in de wet staat niet hoeveel. Daarnaast is volgens Bastiaansen het richtsnoerbedrag van €1,30 niet voldoende om als lokale omroep een LTMA te presenteren. Piet Bakker vindt dat je als lokale omroep moet weten waar die bekostiging voor bedoeld is.

De relevantie is een andere factor voor het voortbestaan van een lokale omroep. In Nederland heeft niet iedere gemeente een lokale omroep (CvdM, 2022). Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) vindt dat niet zo gek. Hij benadrukt dat als een lokale omroep alleen maar informatie van de gemeente verspreidt, het niet uitmaakt of er wel of geen lokale omroep is. Gemeentes verspreiden tegenwoordig via haar kanalen nieuws en op social media voeren burgers zelf het debat (Raad voor Cultuur, 2020). Beentjes (persoonlijke communicatie, 2021) noemt die situatie wel zorgelijk omdat de democratie in een gemeente goed moet blijven functioneren, maar hij merkt ook wel dat je het met alleen vrijwilligers niet gaat redden.

Samenwerking met een andere omroep of fusie kan het voortbestaan van een lokale omroep bevorderen, volgens onderzoeker Janine Mulder (persoonlijke communicatie, 2021). De flexibiliteit en welwillendheid van vrijwilligers is cruciaal voor het tot stand komen van een samenwerking. Een samenwerking kan er volgens Eric Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) wel voor zorgen dat er een betaalde kracht kan worden ingezet die de nieuwsvoorziening op peil houdt. Het is volgens Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) dan ook aan omroepen zelf om de stap naar professionalisering te zetten. Als het blijft zoals het nu is, gaat er volgens hem niets veranderen.

9 Visie

In de inleiding van dit onderzoek had ik het over de invloed van de coronacrisis op lokale omroepen. De een houdt de studio dicht en de ander verspreidt informatie om haar relevantie aan te tonen. Het zijn de verschillen die de lokale omroepsector zelf heeft gecreëerd. De ene lokale omroep is de ander niet en het zijn net zoals Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) al zegt vrijwilligersorganisaties, die soms worden aangevuld met journalisten. Natuurlijk zijn er ook lokale omroepen die het professioneel aanpakken, maar dat geldt niet helaas niet voor iedereen. Het congres over 'het verhaal van lokaal' op 12 november 2021 maakte het een en ander duidelijk. Zo werd er veel over geld gesproken en dan met name over het geld dat nog niet beschikbaar is voor lokale omroepen.

Geld is zeker belangrijk als ik kijk naar de bronnen die ik heb gesproken, maar het ligt er aan wat lokale omroepen ermee doen. De randvoorwaarden die Piet Bakker suggereert, zijn nog niet zo verkeerd. Het is voor lokale omroepen belangrijk om stil te staan bij wat de burger verwacht dat jij gaat uitzenden. Die professionele aanpak ziet Eric Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) ook voor zich, maar het is moeilijk te begrijpen voor een vrijwilliger die al tientallen jaren zijn of haar radioprogramma heeft. Die hobbyprojectjes herken ik als ik kijk naar de lokale omroep waar ik actief voor ben: het is wel journalistiek, maar de vraag is wie je ermee bereikt, als er geen geld is voor onderzoek. Ik deel de mening van Horvath dat vrijwilligers tegenwoordig ook hun radio- of tv-programma op een ander kanaal kunnen uitzenden. Zij krijgen op die manier een uitzendplaats en dan kan de lokale omroep verder met het bedrijven van journalistiek. Ik heb namelijk het gevoel dat de functies die een lokale omroep moet vervullen, ook door lokale nieuwssites of andere lokale media gedaan kunnen worden. Het is niet meer zo dat mensen in een plaats afhankelijk zijn van de lokale omroep.

Is de lokale omroep helemaal verleden tijd? Dat verwacht ik niet, maar er gaat wel een verandering plaatsvinden. Lokale initiatieven, zoals de Orkaan van Piet Bakker, gaan zich mengen in de strijd om een licentie voor het uitzenden in een gemeente. Gezien de kosten die er moeten worden gemaakt voor het opzetten van een lokale omroep, zal het ook anders moeten om het lokale nieuws te kunnen blijven verslaan. Anders maak je van belastinggeld programma's waar niemand naar kijkt.

Ik vind dat een lokale omroep haar relevantie moet aantonen in een gemeente en daarbij onafhankelijk, waarheidsgetrouw en eerlijk te werk moet gaan. Lokale omroepen zijn niet de enigen in een gemeente die nieuws verspreiden, maar wel de enigen die bekostiging krijgen vanuit de gemeente. Ik vind dat je dus ook een hogere kwaliteit mag verwachten, maar dan moet een lokale omroep die ook kunnen bieden. Die relevantie hangt ook sterk af van de definitie die de NLPO hanteert van het LTMA. Een lokale omroep zou beter tot haar recht komen als zij publiceert op de kanalen waar ook het publiek zit. Ik denk namelijk dat lokale omroepen er ook goed aan doen om zichzelf opnieuw uit te vinden. Ga kijken wat er speelt in een gemeente, ga proactief op pad en laat dure camera's, grote studio's en andere dure apparatuur achterwege. Zo druk je naar mijn mening de kosten en kun je als lokale omroep een journalist inhuren die zorgt voor de continuering van de nieuwsvoorziening. Dit gebeurt nu niet omdat lokale omroepen volgens de NLPO op alle relevante platformen aanwezig moeten zijn, daar gaan nu de kosten naartoe.

Een samenwerking kan een uitkomst zijn, maar denk daarbij vooral aan wat het journalistiek gezien oplevert. Dat de ene vrijwilliger van omroep A de andere vrijwilliger van omroep B niet mag, heeft niets met journalistiek te maken. Die lokale identiteit zoals Horvath het schetst zit echt in de mensen

zelf. Natuurlijk heeft het tijd nodig om samen te werken en zijn er ook omroepen die niet willen samenwerken. Ik zie streekomroepen als een oplossing om lokale omroepen een boost te geven. In Nederland zijn er 31 streekomroepen en zijn lokale omroepen initiatieven gestart om samen te werken. Een samenwerking zorgt ervoor dat je uitgaven maar één keer hoeft te doen en zo kun je journalisten inhuren die lokale omroepen professioneler maken. Het voortbestaan van lokale omroepen hangt echt niet van geld af, het hangt af van de professionaliteit. Ik vind dat lokale omroepen zelf de eerste stap moeten zetten en laten zien wie ze zijn, dan word je vanzelf relevant en gaan mensen en bedrijven er ook in investeren.

10 Aanbevelingen

Op basis van de conclusie doe ik aanbevelingen die van toegevoegde waarde kunnen zijn voor de levensvatbaarheid en het voortbestaan van lokale omroepen.

1. **Beschrijf lokale omroepen duidelijk en uitgebreid in de Mediawet. Wat zijn de taken van een lokale omroepen en wat wordt er van ze verwacht?**

Lokale omroepen worden in de Mediawet minimaal benoemd. Er staat slechts dat ze informatie moeten verspreiden, moeten voldoen aan de ICE-norm en een LTMA moeten verzorgen, maar deze wordt niet uitgelegd. (Mediawet, 2008). Er staat niet hoe lokale omroepen nieuws moeten verspreiden en hoe frequent dat moet. Die verduidelijking staat in het Kamerstuk uit 2019 (Tweede Kamer der Staten-Generaal, 2019). De NLPO raadpleegt die niet. Zij hanteert haar eigen definitie van het LTMA (NLPO, z.d.), die haaks staat op het kamerstuk en onduidelijkheid schept over het functioneren van lokale omroepen. Een duidelijke uitleg over het doen en laten van lokale omroepen in de Mediawet schept niet alleen duidelijkheid, maar zorgt ervoor dat lokale omroepen anders te werk kunnen gaan. De Mediawet is helaas niet direct te veranderen. Ervan uitgaand dat de vorige mediawetten steeds na twintig jaar herzien werden, zie ik net zoals mediaonderzoeker Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) een verandering niet snel gebeuren.

2. **De bekostigingsstructuur in Mediawet moet op de schop. Lokale omroepen moeten weten of ze recht hebben op geld, hoeveel de bekostiging is en waar deze vandaan moeten komen.**

Lokale omroepen ontvangen bekostiging vanuit de gemeente. Deze is niet geormerkt in de Mediawet. Er staat alleen voorgeschreven dat de kosten voor het distribueren en uitzenden van programma's moeten worden vergoed om te voldoen aan het LTMA (Mediawet, 2008). Die bekostiging komt vanuit het gemeentefonds en dat betekent dat een lokale omroep geld krijgt van de gemeente, die ze ook moeten controleren. De onafhankelijkheidspositie raakt in het geding. Lokale omroepen met journalisten in dienst zijn beter in staat om onafhankelijk en kritisch de politiek te controleren. Die onafhankelijkheidspositie van lokale omroepen kan gewaarborgd worden door de financiering over te hevelen naar het rijk en in de Mediawet beschrijven wat de hoogte van die bekostiging is. De financiering via het rijk is opgenomen in het huidige regeerakkoord (Rijksoverheid, 2022). Ik acht deze aanbeveling haalbaar.

3. **Oormerk de bekostiging en zorg ervoor dat er een afgesproken deel van de bekostiging kan worden uitgegeven aan journalistiek.**

Lokale omroepen zijn volgens de Mediawet vrij in het besteden van de bekostiging. Dit zorgt ervoor dat lokale omroepen het belastinggeld overal aan uit kunnen geven. Je weet zoals Piet Bakker (persoonlijke communicatie, 2022) als gemeenten niet waar ze het geld aan uitgeven. Een oormerking zorgt ervoor dat gemeenten weten wat er met het geld gebeurt en wat ze van een lokale omroep kunnen verwachten. Als je een journalist inhurt, mag je als werkgever bepaalde voorwaarden eisen. Deze kun je niet verwachten van een vrijwilliger. Daarnaast zorgt een betaalde kracht voor meer professionaliteit en kan hij de vrijwilligers aansturen om zo de kwaliteit van de omroep te verbeteren. Als werkgever monitor je de gestelde voorwaarden.

4. **Stel jezelf als lokale omroep proactief op en beschouw journalistiek als een vak en niet als een hobby.**

Lokale omroepen moeten meer naar buiten treden als journalistieke organisatie. Ze moeten zich afvragen of ze journalistiek bedrijven of dat ze bezig zijn met een hobbyprojectje. Ik deel de mening van Bakker dat journalistiek een vak is en geen hobby. Stel de burger centraal en ga kijken wat je publiek van de omroep verwacht. Op de begrotingen van de lokale omroepen in het onderzoek is te zien dat een groot gedeelte van de uitgaven naar techniek en organisatie gaan. Het geld moet gaan naar de nieuwsvoorziening. Een dergelijk onderzoek naar je publiek kan volgens Eric Horvath (persoonlijke communicatie, 2021) ook helpen. Het laat zien waar de kansen van omroepen liggen en hoe ze relevanter kunnen worden.

11 Literatuurlijst

11.1 Geraadpleegde bronnen:

- Agentschap Telecom. (sd). *Tarieven Omroep*. Opgeroepen op december 22, 2021, van Agentschap Telecom: <https://www.agentschaptelecom.nl/onderwerpen/radio-en-televisie/tarieven-omroepen>
- Buma/Stemra. (2019). *BINNENLANDSE OMROEP*. Opgeroepen op december 18, 2021, van Buma/Stemra: <https://www.bumastemra.nl/wp-content/uploads/2019/01/BST.445.0119-06-Tarief-Binnenlandse-omroep.pdf>
- CBS. (2021, december 29). *345 gemeenten op 1 januari 2022*. Opgeroepen op februari 6, 2022, van CBD: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/52/345-gemeenten-op-1-januari-2022>
- CBS. (2022, februari 6). *Bevolkingsteller*. Opgeroepen op februari 6, 2022, van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsteller>
- CNV Vakmensen. (2019). *Omroepersoneel - Cao*. FNV. Opgeroepen op december 19, 2021, van <https://www.fnv.nl/getmedia/30800f59-4e44-4bce-a2a8-a569e3cdbff1/546-omroepersoneel-cao-2019-2021-v221121.pdf?ext=.pdf&dt=20211205131652>
- Crop Registeraccountants. (2017). *NLPO normbegroting streekomroep*. Arnhem. Opgeroepen op december 1, 2021, van <https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/0.%20NLPO%20normbegroting%20streekomroep%20met%20accountantsverklaring.pdf>
- CvdM. (2003). *Jaarverslag 2002*. Opgeroepen op december 12, 2021, van Commissariaat van de Media: <https://www.cvdM.nl/sites/default/files/Documenten/CvdM-Jaarverslag-2002.pdf>
- CvdM. (2020, februari 4). *Gemeentelijke bekostiging lokale omroepen vaak niet*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van Commissariaat voor de Media: <https://www.cvdM.nl/actueel/gemeentelijke-bekostiging-lokale-omroepen-vaak-niet-toereikend>
- CvdM. (2022, januari 10). *Lokale omroepen moeten zich inspinnen voor de ICE-norm*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van Commissariaat voor de Media: <https://www.cvdM.nl/actueel/lokale-omroepen-moeten-zich-inspannen-voor-de-ice-norm>
- CvdM. (2022, januari 2022). *Registers*. Opgeroepen op februari 4, 2022, van Commissariaat voor de Media: <https://www.cvdM.nl/toestemmingen/registers>
- CvdM. (sd). *Lokale omroep beginnen*. Opgeroepen op December 2, 2021, van Commissariaat voor de Media: <https://www.cvdM.nl/toestemmingen/lokale-omroep-beginnen>
- De Drontenaar. (2015, november 5). *RTV8 had volgens de gemeente geen meerwaarde*. Opgehaald van De Drontenaar: <https://www.dedrontenaar.nl/nieuws/gemeente/81381/rtv8-had-volgens-de-gemeente-geen-meerwaarde>
- Gademan, J. (2020, maart 6). *Lokale omroep vraagt om een politieke keuze*. Opgeroepen op januari 31, 2022, van Eindhovens Dagblad: <https://www.ed.nl/opinie/lokale-omroep-vraagt-om-een-politieke-keuze~a42ec4db/>
- Goedegebuure, J. (2020, juli 23). *Hoe helpt subsidie lokale omroepen om hun waakhondfunctie te vervullen?* Opgeroepen op december 1, 2021, van SvdJ: <https://www.svdj.nl/nieuws/hoe-helpt-subsidie-lokale-omroepen-om-waakhondfunctie-te-vervullen/>
- Huysman, P. (1982, februari 18). Verengiging Lokale Omroepen Nederland eist in nota: CRM moet snel tijdelijke vergunning verlenden. *Leidsch Dagblad*, p. 5. Opgeroepen op december 3, 2021, van <https://leiden.courant.nu/issue/LD/1982-02-18/edition/0/page/5>
- Keen, A. (sd). *Project Kabel Omroep Deventer*. Opgeroepen op januari 17, 2022, van Mijn stad mijn dorp: <https://mijnstadmijndorp.nl/app/hcovestigingdeventer/verhalen/project-kabel-omroep-deventer-kod>

- KWINK Groep. (2021). *Beleidsevaluatieonderzoek Streekomroepvorming*. Den Haag: KWINK Groep. Opgeroepen op december 10, 2021, van <https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/20210907%20KWINK%20groep%20-%20Eindrapport%20Tussenevaluatie%20Streekomroepvorming.pdf>
- Landman, Q. K. (2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Diemen: AMB. Opgeroepen op December 2, 2021, van <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2020/11/Rapport-Nieuwsvoorziening-in-de-Regio.pdf>
- Nieuwenhuijsen, B. (2021, december 13). *Marc Visch (NLPO): 'Lokale omroep is geen hobby, maar van belang voor de democratie'*. Opgeroepen op februari 1, 2022, van Spreekbuis: <https://www.spreekbuis.nl/marc-visch-nlpo-lokale-omroep-is-geen-hobby-maar-van-belang-voor-de-democratie/>
- NLPO. (2017). *De lokale omroep midden in de samenleving*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van NLPO: https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/folder_nlpo_lokaleomroep_midden_in_de_samenleving_2017.pdf
- NLPO. (2018). *Toekomst voor de lokale publieke omroep*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van NLPO: https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/toekomst%20voor%20de%20lokale%20omroep.compressed_2.pdf
- NLPO. (2019, december 13). *FAQ gemeenten*. Opgeroepen op december 4, 2021, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/NLPO%20FAQ%20-%20gemeenten%20%282019%29.pdf>
- NLPO. (2020, Maart 29). *Lokale omroep dreigt te verdwijnen door coronacrisis*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/index.php/lokaleomroepdreigtteverdijnendoorcoronacrisis>
- NLPO. (2020, augustus). *Totaaloverzicht contributieoplossingen MediaHub*. Opgehaald van NLPO: <https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/Contributieoplossingen%20MediaHub%20%282021%29%20-%20tijdelijke%20versie%20augustus%202021.pdf>
- NLPO. (2021, november 18). *'Beschouw lokale journalistiek niet als sluitpost'*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/beschouw-lokale-journalistiek-niet-als-sluitpost>
- NLPO. (2021, november 15). *NLPO gaat verder als enige sectororganisatie lokale omroep*. Opgeroepen op januari 17, 2022, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/NLPO-gaat-verder-als-enige-sectororganisatie-lokale-omroep>
- NLPO. (sd). *De lokale omroep in kaart*. Opgeroepen op december 15, 2021, van De lokale omroep in kaart: <https://www.delokaleomroepinkaart.nl/report/home.html>
- NLPO. (sd). *Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA)*. Opgeroepen op januari 5, 2022, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/ltma>
- NLPO. (sd). *NLPO MediaHub (lineair)*. Opgeroepen op januari 12, 2021, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/mediahub>
- NLPO. (sd). *Over NLPO*. Opgeroepen op december 17, 2022, van NLPO: <https://www.nlpo.nl/overnlpo>
- NVJ. (2017). *Witboek Ja Journalistiek heeft een prijs*. Amsterdam: NVJ. Opgeroepen op december 16, 2021, van <https://www.nvj.nl/sites/nvj/files/publicaties//NVJ-Witboek-web.pdf>
- OLON. (2006). *OLON Jaarverslag 2005*. Nijmegen: Drukkerij Trioprint. Opgeroepen op december 1, 2021, van https://web.archive.org/web/20071009001547/http://www.olon.nl/publiekdocs/jaarverslag_2005.pdf
- Overheid. (1987, april 21). *Mediawet*. Opgeroepen op december 4, 2021, van Staatsblad van het Koninkrijk der Nederlanden: <file:///C:/Users/Gebruiker/Downloads/stb-1987-249.pdf>

- Overheid. (2008). *Mediawet*. Opgeroepen op december 4, 2021, van Overheid.nl: https://wetten.overheid.nl/BWBR0025028/2021-07-01#Hoofdstuk2_Titeldeel2.3
- Plas, A. v. (2020, juni 22). *Lokale omroepen raken in coronatijd bijna alle adverteerders kwijt*. Opgeroepen op februari 3, 2022, van Omroep Brabant: <https://www.omroepbrabant.nl/nieuws/3221588/lokale-omroepen-raken-in-coronatijd-bijna-alle-adverteerders-kwijt>
- Quint Kik, M. M. (2019). *Pas op! Breekbaar*. Den Haag: Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Opgeroepen op februari 2, 2022
- Raad voor Cultuur. (2020). *Lokale media: niet te missen*. Den Haag: Raad voor het Openbaar Bestuur en Raad voor Cultuur. Opgeroepen op januari 30, 2022
- Rijksoverheid. (2020, mei 28). *Kabinet verlengt steun aan lokale media*. Opgeroepen op december 1, 2021, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/05/28/kabinet-verlengt-steun-aan-lokale-media>
- Rijksoverheid. (2022, januari 10). *Coalitieakkoord 'Omzien naar elkaar, vooruitkijken naar de toekomst'*. Opgehaald van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2022/01/10/coalitieakkoord-omzien-naar-elkaar-vooruitkijken-naar-de-toekomst>
- Rijksoverheid. (sd). *Welke omroepen zijn er?* Opgeroepen op januari 17, 2022, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/vraag-en-antwoord/welke-omroepen>
- Rijksoverheid. (sd). *Wijzigingen Mediawet: toekomstbestendige publieke omroep*. Opgeroepen op december 2, 2021, van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/wijzigingen-mediawet>
- RTL Nieuws. (2020, November 9). *Man rijdt radiostudio binnen, dj zet rustig plaatje op: 'Ben wel wat gewend'*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van RTL Nieuws: <https://www.rtlnieuws.nl/editie/artikel/5195905/man-rijdt-radio-studio-binnen-dj-gert-jan-meijer-den-helder>
- SvdJ. (sd). *Over het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*. Opgeroepen op december 2, 2021, van SvdJ: <https://www.svdj.nl/over-svdj/>
- Tweede Kamer der Staten-Generaal. (2011, december 12). *Kamerstuk*. Opgehaald van Overheid: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-32827-29.html#ID-143670-d28e363>
- Tweede Kamer der Staten-Generaal. (2019, november 11). *Staatscourant van het Koninkrijk der Nederlanden*. Opgeroepen op december 22, 2021, van Overheid: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2019-64302.html>
- Ven, T. B.-v. (2021, april 19). *Een jaar lang extra geld naar lokale media. Wat is het effect?* Opgeroepen op januari 30, 2022, van Villamedia: <https://www.villamedia.nl/artikel/een-jaar-lang-extra-geld-naar-lokale-media-wat-is-het-effect>
- Vereniging Nederlandse Gemeenten. (sd). *Netwerken van onze leden*. Opgeroepen op januari 30, 2022, van VNG: <https://vng.nl/artikelen/netwerken-van-onze-leden>
- VNG. (2020). *Bedragen voor lokale omroep in Gemeentefonds 2021*. Opgeroepen op Januari 17, 2022, van VNG: <https://vng.nl/sites/default/files/2020-08/bedragen-voor-lokale-omroep-in-gemeentefonds-2021-augustus-2020.pdf>
- Voeten, H. (2017, december 29). *Laatste uitzending Omroep Maasduinen draait oneindig door*. Opgeroepen op december 23, 2021, van De Limburger: https://www.limburger.nl/cnt/dmf20171229_00052997
- Walsum, S. v. (1987, mei 11). *Lokale omroep krijgt plaatsje in file kabelgebruikers*. Opgeroepen op januari 17, 2022, van NRC: https://www.nrc.nl/nieuws/1987/05/11/lokale-omroep-krijgt-plaatsje-in-file-kabelgebruikers-kb_000028730-a3517403?t=1642413312

Wel, E. V. (sd). *Lokale omroepen moeten lokale netwerkorganisaties worden*. Opgeroepen op januari 31, 2022, van Numbrush: <https://numrush.nl/lokale-omroepen-moeten-lokale-netwerkorganisaties-worden/>

Wit, P. d. (2001, November 8). *Lokale omroep: Parel van de lokale democratie*. Opgeroepen op december 4, 2021, van OLON: <file:///E:/afstuderen/olon1048.pdf>

11.2 Gesproken bronnen:

- Eric Horvath, directeur van streekomroep DTV Nieuws en oud-bestuurslid van de OLON.
- Erwin Ferket, voorzitter Omroep Kontakt.
- Ruben Landman, bestuurslid Omroep Ede en Omroep Rhenen en oud-bestuurslid OLON.
- Jesse Beentjes, projectleider lokale omroep bij het stimuleringsfonds voor de journalistiek.
- Toos Bastiaansen, accountmanager NLPO.
- Martijn Vroom, oud-voorzitter OLON.
- Piet Bakker, mediaonderzoeker
- George van den Burg, eigenaar van GB Antennes.
- Pieter Hinderks, eigenaar van PHeCap.
- Peter van de Ven, Penningmeester B-Fm.
- Chantal Rooke, manager licenties SENA.
- Albert Snippe, penningmeester RPL Woerden.

12 Bijlagen

In dit hoofdstuk staan documenten die toelichting geven op deelvragen en die van belang zijn voor het beantwoorden van mijn hoofdvraag.

Bijlage 1: Definitie lokale omroep

De eisen waaraan een lokale omroep moet voldoen volgens de Mediawet die in 2008 is opgesteld. De overheid heeft in 2008 de Mediawet opgesteld en stelt volgens artikel 2.61 aan lokale omroepen de volgende eisen:

1. Voor de verzorging van de publieke mediadiensten op regionaal en lokaal niveau kan het Commissariaat regionale respectievelijk lokale instellingen als publieke media-instellingen aanwijzen volgens de bepalingen van deze paragraaf.
2. Voor aanwijzing komen slechts in aanmerking instellingen die:
 - Een rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid zijn;
 - Zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel stellen het op regionaal respectievelijk lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in een provincie, een gemeente of een deel van de provincie waarop de instelling zich richt leven, en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen; en
 - Volgens de statuten een orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt en dat representatief is voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie of gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.
3. Aanwijzing geschiedt nadat provinciale staten hebben dan wel de gemeenteraad heeft geadviseerd over de vraag of de instelling aan de eisen, bedoeld in het tweede lid, voldoet.

Bijlage 2 Begrotingen lokale omroepen

In deze bijlage vindt u de begrotingen van de lokale omroepen die ik heb gebruikt bij het schrijven van het onderzoek.

De winst- en verliesrekening van B-Fm, de lokale omroep van de gemeente Zutphen. Dit bestand is vrijgegeven door penningmeester Peter van de Ven.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
2	Uitgaven 2022					Inkomsten 2022							
3													
4	Huur	€	11.150,00			Bijdrage gemeenter	€	25.200,00					
5	Opslagbox	€	551,76			Diverse livestreams	€	2.000,00					
6	Kosten bank	€	180,00										
7	Kosten boekhouding	€	605,00										
8	Kosten jaarrekening	€	968,00										
9	Verzekering	€	650,00										
10	KPN	€	338,40										
11	ANP	€	2.100,00										
12	NLPO (inclusief Brein)	€	2.000,00										
13	Internet	€	943,80										
14	Telefoon (VoipTiger)	€	400,00										
16	Teamviewer	€	382,00										
17	Onderhoud	€	2.500,00										
18	Verbouwing op locatie*	€	10.000,00										
19													
20	*af te schrijven over												
21	meerdere jaren												
22	Totaal	€	32.768,96										
23													
24	Totaal begroting	€	32.768,96			Totaal	€	27.200,00					
25													
26													

De winst- en verliesrekening van RPL Woerden, de lokale omroep van de gemeente Woerden. Dit bestand is vrijgegeven door penningmeester Albert Snippe.



Stichting Lokale Omroep Woerden

Toelichting Winst- en Verliesrekening:

in euro's

	<u>2019</u>	<u>2020</u>
<u>Inkomsten</u>		
Waarderingssubsidie Gemeente Woerden	32650	29.312,82
Bijdrage Mediahub Gemeente Woerden	3000	3.000,00
Vrienden van RPL	2550	3.050,00
Donaties en giften	3837,04	1.383,00
Giften verbouwing studio	5000	0,00
Huuropbrengsten	1815,12	2.515,12
Reclameboodschappen	1722,51	6.636,00
Diversen	1157,02	
	<u>51731,69</u>	<u>45.896,94</u>
<u>Uitgaven</u>		
Investeringen		7.850,40
Verbouwing studio	4382,17	98,43
NLPO-Mediahub	4020	4.020,00
Medegebruik zender Voltaweg	1180,31	1.782,89
Kosten digitale doorgifte	2100	2.100,00
Afschrijvingen	5169	4.640,93
NLPO-afdrachten	912,28	2.307,04
Huur studiogebouw	8230,12	6.370,11
Vergunningen	442,9	1.082,90
Energiekosten	4262,66	3.265,75
Telefoon-/Internetkosten	2139,39	1.927,10
Beveiligingskosten	618,53	335,79
Verzekeringen	1551,73	632,86
Contributies/Abonnementen	379,58	455,64
Onderhoud apparatuur/Klein inventaris	843,66	2.407,32
Programmakosten/Opleidingskosten	1540,02	559,33
Bankkosten	301,13	236,60
Reclame/PR/Representatie/Jubilea	1217,77	1.894,28
Huisvestingskosten/Kantoorkosten	943,73	1.509,41
Kantinekosten	561,19	306,38
Administratiekosten	1000	1.000,00
	<u>41796,17</u>	<u>44.783,16</u>

Woerden, 25 februari 2020

A. Snippe, penningmeester.

De winst en verliesrekening van RTV SLOGO, de lokale omroep van de gemeente Goeree-Overflakkee kunt u vinden via de onderstaande link:

<https://www.rtvlogo.nl/wpr/wp-content/uploads/2013/10/page/Jaarrekening-SLOGO-2020.pdf>

De jaarrekening van RTV IJsselmond, de lokale omroep van de gemeente Kampen.

<https://rtvijselmond.nl/wp-content/uploads/2021/05/RTV-IJsselmond-Jaarverslag-2020.pdf>