Nieuwsmedia in Brabant pilotstudie lokale media ***Noord-Brabant***

Nieuwsmedia in Brabant

pilotstudie lokale media Noord-Brabant

Opdrachtgever	Willem de Graaff, Elma Meuken, Provincie Noord-Brabant
Opdrachtnemer	Fontys Hogeschool Journalistiek: Lectoraat Journalistiek & Verantwoorde Innovatie
Versie dd.:	Tilburg, 5 december 2019

Onderzoekers	Drs. Danielle Arets Dr. Harmen Groenhart Drs. Gemma van der Kamp Drs. Ruben Bastiaanse
Student-assistenten	Marius Brugman Anne Giesen Anton Isaev Meike Jentjens Daan Colussi
Design	Hannah en Karen van Luttervelt

Dank gaat uit naar **Quint Kik**, senior onderzoeker van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) voor de aangeboden codeertraining aan de betrokken student-assistenten

Fontys
LECTORAAT JOURNALISTIEK EN VERANTWOORDE INNOVATIE

Nieuwsmedia in Brabant
pilotstudie lokale media Noord-Brabant

Inhoud

4 Aanleiding en aanpak
8 **Hoofdstuk 1:** Inventarisatie Medialandschap
15 **Hoofdstuk 2:** Lokaal Nieuwsaanbod
26 **Hoofdstuk 3:** Journalisten en Gemeenten
35 **Hoofdstuk 4:** Samenvatting
38 Conclusies
40 Bijlagen
68 Literatuur

Aanleiding en aanpak

De regio Brabant kenmerkt zich als dé kennis- en innovatieregio van Nederland met een sterke internationale focus. In de Agenda van Brabant en het Bestuursakkoord 2015 - 2019 wordt de regio geschetst als een test- een ontwikkelomgeving waar vernieuwing en innovatie de standaard is en waarbij sterk wordt ingezet op talentontwikkeling en een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor bedrijven en bewoners.
Hoe is het gesteld met de lokale journalistiek in kleine gemeenten in Brabant? Om die vraag te beantwoorden heeft Provincie Noord-Brabant het Lectoraat Journalistiek en Verantwoorde Innovatie van Fontys Hogeschool voor de Journalistiek, gevraagd een pilotstudie uit te voeren naar de stand van de lokale journalistiek in de Brabantse regio. Dit met als doel om beter in beeld te krijgen hoe de sector ervoor staat en waar mogelijk versterking nodig is.

Daartoe zijn de volgende twee vragen geformuleerd:

1. Wat is stand van zaken van lokale (en regionale) journalistiek in Noord-Brabant?
Door middel van een kwantitatieve analyse zal overzicht en inzicht gegeven worden van de lokale en regionale journalistiek in de provincie Noord-Brabant. Het gaat daarbij om kwantitatieve gegevens over het aanbod van lokale en regionale media. Het kwantitatieve onderzoek is aanvullend op wat er al is aan landelijke gegevens en onderzoeken door o.a. het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is uitgevoerd.

2. Welke algemene ontwikkelingen zijn er te identificeren die ingrijpen op het fungeren en functioneren van de lokale journalistiek in de regio?
Welke ontwikkelingen worden door mediaprofessionals waargenomen ten aanzien van de lokale media in Brabant? Is er een verschuiving zichtbaar in de beschikbaarheid of type media-aanbieders? Hoe kijken journalisten, communicatie-professionals en griffiers naar het functioneren van de lokale journalistiek? Op basis van semi-gestructureerde interviews met respondenten in de voor dit onderzoek geselecteerde gemeenten Someren, Geertruidenberg en Meierijstad is getracht antwoorden op deze vraag te genereren.

Onderzoeksaanpak

Gezien de beperkte omvang van het onderzoek (periode april 2019 t/m november 2019) is er gekozen voor een pilotstudie: een vooronderzoek dat gebruikt kan worden om een eerste indruk te krijgen van het functioneren van de mediasector in de provincie.

Daarnaast is- vanwege de korte tijdspanne - in overleg met de provincie afgesproken om geen provincie-brede analyse van het medialandschap te maken, maar een zorgvuldig geselecteerde steekproef te nemen van het lokale aanbod.

Door in te zoomen op drie kleine Brabantse gemeenten, te weten **Meierijstad, Someren** en **Geertruidenberg** is getracht meer gedetailleerde inzichten te genereren over de stand van de lokale journalistiek. De keuze voor deze 'kleine' gemeenten (minder dan 50.000 inwoners) is in overleg met Quint Kik (senior onderzoeker Stimuleringsfonds voor de Journalistiek) en Willem de Graaff en Elma Meuken (Provincie Noord-Brabant) gemaakt mede op basis van onderzoek van het Stimuleringsfonds (2018) voor de Journalistiek waarin aangegeven wordt dat juist het nieuwsaanbod in kleine gemeenten verschraalt.

In de selectie van onderzochte gemeenten is gelet op:

- De geografische spreiding (regio Brabant)
- Het media-aanbod in de regio op basis van de gemaakte scan van het medialandschap (zie hoofdstuk 2)
- Keuze voor in elk geval 1 fusiegemeente (om zijdelings te verkennen in hoeverre de fusie impact heeft op het aanbod van een kleine gemeente).

De keuze is daarbij gevallen op:



Meierijstad

Meierijstad ontstond op 1 januari 2017 uit de fusie van de voormalige gemeenten Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. De voormalige lokale omroepen van deze gemeenten (Lokale Omroep Schijndel en TV Meierij) zijn opgegaan in Omroep Meierij. Dit is ogenschijnlijk zonder problemen gebeurd en Omroep Brabant detacheerde vorig jaar een van haar verslaggevers als interim-hoofdredacteur. Omroep Brabant heeft bovendien meegedacht over de opzet van de omroep. Verder blijkt uit dat de gemeente door een flink aantal huis-aan-huisbladen wordt bediend, wat het medialandschap behoorlijk rijk maakt (zie ook het media-aanbod, hoofdstuk 2).

Vanwege de in deze studie gekozen focus op kleine gemeenten, is er voor het onderzoek ingezoomd op *Veghel.*



Someren

Someren is eerder als gemeente onderzocht door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, in de studie *Op het Tweede Gezicht* (Bakker, Kik, 2018). Daarmee kunnen de in dit onderzoek opgedane inzichten goed vergeleken worden met de eerdere studie, waardoor mogelijke veranderingen sneller aan het licht komen. Someren is daarnaast gekozen vanwege de bijzondere actieve lokale omroep SIRIS, die een belangrijke rol speelt in het lokale nieuwsaanbod.



Geertruidenberg

Geertruidenberg is gekozen omdat hier een op politiek gebied uitdagende dossiers liggen, waaronder de verbreding van de A27. Ook wordt er gedebatteerd over de sluiting van de Amercentrale, de oudste kolencentrale in Nederland, in 2024

Onderzoeksmethoden en proces

In dit onderzoekstraject zijn op basis van deskresearch, kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden inzichten gegenereerd op de gestelde onderzoeksvragen.
Tussentijds zijn de inzichten van het media-aanbod besproken met Quint Kik, senior onderzoek Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Daarnaast heeft er periodiek overleg plaatsgevonden met Willem de Graaff en Elma Meuken (opdrachtgevers Provincie Noord-Brabant), waarbij de inzichten, de gehanteerde aanpak en voortgang besproken zijn.

Leeswijzer:

In **hoofdstuk 1** is een scan gemaakt van het medialandschap en zijn de inzichten uit deze analyse beschreven. De gegenereerde dataset is tevens verwerkt in een digitaal overzicht (dat via deze link te raadplegen is). In bijlage 1 is een toelichting opgenomen over de gehanteerde werkwijze en gemaakte selectie.

Om inzicht te krijgen in het lokale nieuwsaanbod is een inhoudsanalyse uitgevoerd naar het nieuwsaanbod van de geselecteerde gemeenten: Geertruidenberg, Meierijstad en Someren. **Hoofdstuk 2** geeft een weerslag van de bevindingen.

In **hoofdstuk 3** zijn op basis van een kwalitatieve analyse inzichten gegenereerd omtrent de vraag hoe de lokale journalistiek functioneert. Daartoe zijn semi-gestructureerde interviews afgenomen met journalisten, hoofdredacteuren, griffiers en communicatiemedewerkers in de drie geselecteerde gemeenten.

In het afsluitende **hoofdstuk 4,** zijn de gegeneerde inzichten samengevat.

Tot slot: om een goed beeld te krijgen van het Brabantse medialandschap is het ook belangrijk te onderzoeken in hoeverre het huidige aanbod en de vraag op elkaar aansluiten. Op welke manier vergaren Brabanders informatie over de eigen regio? Zijn ze tevreden over het aanbod? Waar liggen additionele behoeften? In hoeverre sluiten kortom het aanbod en de behoefte aan lokale nieuwsvoorzieningen in Noord-Brabant op elkaar aan? Gezien de beperkte omvang van dit onderzoek is er nu geen publieksstudie uitgevoerd. Wel is een kwalitatieve scan gemaakt waarbij, op basis van publieksinterviews in de drie geselecteerde gemeenten, **profielen van diverse typen nieuwsconsumenten** zijn gemaakt. Deze profielen zijn als **appendix** aan het onderzoek toegevoegd.

Hoofdstuk 1:

Inventarisatie Medialandschap

Een overzicht van mediatitels in Brabantse gemeenten

Om een inventarisatie te maken van het medialandschap is gebruik gemaakt van recente vergelijkbare studies waaronder *Op het tweede gezicht* (Bakker & Kik, 2018) en *Regionale en Lokale Journalistiek in Zuid-Holland* (De Jong & Koetsenruijter, 2019).
In deze onderzoeken is getracht om de complexe mediasituatie op lokaal en regionaal gebied in kaart te brengen. Op basis van deskresearch is een databestand samengesteld van nieuwsmedia in de provincie. Dit geeft een overzicht van media die zichzelf als professioneel en onafhankelijke brenger van lokaal of regionaal nieuws presenteren.

Uit de gemaakte inventarisatie[1] in de regio Brabant (zie bijlage 1 voor toelichting op de werkwijze) blijkt dat er binnen de provincie Noord-Brabant via 357 kanalen nieuws wordt verspreid. Om zo volledig mogelijk te zijn is bij de dataverzameling onderscheid gemaakt tussen verschillende outlets per nieuwstitel. Een lokale omroep die publiceert via radio, televisie en een website telt drie keer mee in dit overzicht. Een lokale omroep die enkel via radio uitzendt telt een keer mee. De online edities van print en av-outlets zijn ook apart meegerekend. Als we deze samen zouden voegen per mediatitel, dan zouden de aantallen grofweg halveren. Omdat elke gemeente valt in het verspreidingsgebied van Omroep Brabant en een regionaal dagblad, tellen deze outlets ook mee.

De outlets zijn onderverdeeld in 13 categorieën.

Type Medium	Aantal
Dagbladen (verschillende edities)	19
Dagbladen (website)	5
Huis-aan-huisbladen (HAH)	99
Huis-aan-huisbladen (website)	74
Lokale publieke TV	37
Lokale publieke radio	40
Lokale publieke omroep (website)	42
Regionale publieke TV	1
Regionale publieke radio	1
Regionale publieke omroep (website)	1
Regionale commerciële TV	1
Regionale commerciële omroep (website)	1
Internettitels	35

De geïnventariseerde outlets opereren op verschillende niveaus: zo ligt de focus bij sommigen op plaatselijk (bijvoorbeeld de internettitel Bredavandaag.nl) of gemeentelijk niveau (bijvoorbeeld De Bergse Bode). Anderen richten zich op bepaalde gemeenten of voormalige landstreken (bijvoorbeeld het Brabants Dagblad editie Meierij). Tenslotte zijn er nieuwsmedia die zich richten op de gehele provincie (bijvoorbeeld Omroep Brabant en de dagbladen tezamen). De meerderheid van de nieuwskanalen (233) zijn op gemeentelijk of plaatselijk niveau actief.

1 Het databestand is digitaal opvraagbaar bij de auteurs van dit rapport.

Als we een vergelijking maken tussen de verschillende gemeenten per groottecategorie, komen we tot de volgende gemiddelden:

Groottecategorie	Aantal gemeenten	Aantal nieuwskanalen (gemiddeld)
<10.000 inwoners	1	8
10.000-19.999 inwoners	17	13,2
20.000-49.999 inwoners	33	13,7
50.000-99.999 inwoners	7	18,3
≥100.000 inwoners	4	17,5

Er kan worden geconstateerd dat inwoners uit grotere gemeenten gemiddeld over meer nieuwskanalen beschikken dan inwoners uit kleinere gemeenten. Dit is in lijn met recente onderzoeken naar de lokale en regionale journalistiek in Nederland.[2] De verklaring die De Jong en Koetsenruijter (2019) hiervoor geven in hun analyse van het medialandschap in de provincie Zuid-Holland, gaat ook voor de provincie Noord-Brabant op: nieuwsmedia in kleinere gemeenten hebben een kleiner publiek en kunnen daarom op minder inkomsten rekenen terwijl de kosten niet per definitie lager uitvallen. Hierdoor is het lastiger voor hen om op eigen benen te blijven staan.

Uit de bovenstaande tabel blijkt overigens dat het niet de grote gemeenten zijn die over de meeste nieuwskanalen beschikken, maar de categorie daaronder. Hier is een duidelijke verklaring voor. Tot de gemeenten met een inwonertal tussen de 50.000 en 99.999 inwoners behoren de jonge fusiegemeenten Altena (2019) en Meierijstad (2017). Deze gemeenten bestaan uit verschillende kernen die veelal (nog) hun eigen nieuwsmedia hebben. Zo zijn de lokale omroepen in de gemeente Altena niet gefuseerd: A-FM/RTV Altena richt zich op de kernen Werkendam en Woudrichem, OKÉ FM/De Aalburgse Omroep Stichting richt zich op Aalburg.[3] In de gemeente Meierijstad zijn de voormalige lokale omroepen weliswaar gefuseerd maar de kernen Schijndel, Veghel en Sint-Oedenrode hebben allen hun eigen huis-aan-huisblad en worden bediend door verschillende edities van het Brabants Dagblad en het Eindhovens Dagblad. Dit verklaart het hoge aantal nieuwskanalen in deze gemeenten waardoor het gemiddelde van deze categorie omhoog wordt gedreven.

In geografisch opzicht kan er worden gesteld dat de regio 's-Hertogenbosch/Meierijstad eruit springt als er naar het totaalaantal wordt gekeken. Enerzijds kan dit worden verklaard door het feit dat het Brabants Dagblad in deze regio met vier edities aanwezig is ('s-Hertogenbosch, Meierij, Veghel-Uden en Oss). Anderzijds ligt de verklaring in het feit dat de grote, landelijke gemeenten (Meierijstad, Oss en Bernheze) bestaan uit een flink aantal kernen waar vaak aparte huis-aan-huisbladen worden verspreid. Inwoners kunnen dus kiezen uit een rijk palet aan nieuwskanalen. Hoe en of ze dat doen is in deze studie niet uitgebreid onderzocht. Wel is er een scan uitgevoerd naar het mediagebruik in de in deze studie geselecteerde gemeenten Someren, Meierijstad en Geertruidenberg (zie daartoe het volgende hoofdstuk).

Het medialandschap is een stuk minder gevarieerd in zuidelijke grensgemeenten als Baarle-Nassau, Alphen-Chaam, Valkenswaard, Bergeijk, Bladel en Zundert. Hoewel ook al deze gemeenten een lokale omroep hebben, worden er in deze gemeenten maar één, soms twee huis-aan-huisbladen verspreid. Inwoners van deze gemeenten beschikken over het minste aantal nieuwskanalen.

2 Zie Bakker & Kik 2018 en De Jong & Koetsenruijter 2019.

3 Zie https://www.hetkontakt.nl/regio/heusdenenaltena/Algemeen/205002/rtv-altena-gekozen-op-kwaliteit-.

De verschillende nieuwskanalen worden hieronder apart besproken.

Dagbladen

In alle 62 gemeenten wordt ten minste één regionaal dagblad bezorgd. Al deze dagbladen zijn onderdeel van DPG Media.[4] In West-Brabant is BN DeStem actief, het Brabants Dagblad (BD) wordt in Midden-Brabant bezorgd en het Eindhovens Dagblad (ED) bedient Oost-Brabant.

In bepaalde grensgebieden worden ook andere regionale kranten bezorgd. Zo ontvangen inwoners van de gemeente Altena de editie Rivierenland van het Algemeen Dagblad en inwoners uit de gemeenten Sint Anthonis, Mill en Sint Hubert, Boxmeer, Cuijk en Grave kunnen zich abonneren op editie Omgeving Nijmegen van De Gelderlander.

Regionale omroepen

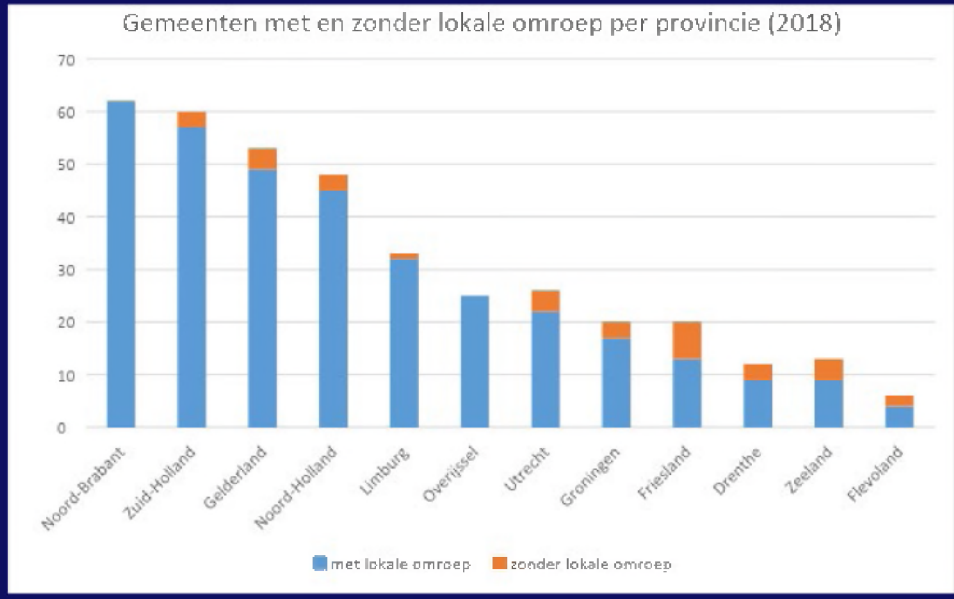
Omroep Brabant is sinds 1976 de regionale publieke omroep van de provincie Noord-Brabant. Net als de overige 12 regionale omroepen in Nederland verzorgt Omroep Brabant nieuws op radio, televisie en online.

TV73

Naast Omroep Brabant is er nog één regionale zender actief in de provincie Noord-Brabant. De zender is elke dag in de avonduren actief met voornamelijk human-interest programma's die zich richten op de regio 's-Hertogenbosch.

Lokale omroepen

Er zijn in totaal 43 lokale omroepen actief in provincie Noord-Brabant en tezamen voorzien zij alle 62 gemeenten van lokaal nieuws.[5] Het merendeel van de omroepen is zowel op televisie als op de radio actief (33). Andere omroepen zijn enkel op televisie (4) of op radio (7) actief. Alle omroepen hebben een website, behalve de lokale omroepen in Boekel (BLOK) en in Alphen-Chaam (Optimaal FM).



Figuur: Gemeenten met en zonder lokale omroep per provincie (2018), provincie Noord-Brabant gecorrigeerd (2019). Bron: Jaarverslag Commissariaat voor de Media 2018, OLON, eigen onderzoek.

Samenwerking Lokale omroepen

De laatste jaren is het totale aantal lokale omroepen in Nederland gedaald, van 320 in 2000 tot 247 in 2018.[6] Dit komt voornamelijk door het samenvoegen van kleine gemeenten waardoor er één lokale omroep overblijft. Dat geldt ook voor de provincie Noord-Brabant. Zo is Omroep Meierij sinds 2017 de lokale omroep van de nieuwe gemeente Meierijstad na een fusie van de lokale omroepen uit Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode.[7]

4 Uit onderzoek van Bakker (2018, 13 april) had DPG Media tot voor kort 63% van de regionale markt in handen. Met de recente overname (10-12-2019) van Sanoma is dat aandeel nog hoger.

5 GlowFM (onderdeel van Studio040) wordt niet geteld als opzichzelfstaande lokale omroep.

6 Zie Bakker (2019, 22 mei) en OLON (2018).

7 Dat dergelijke fusies niet altijd vlekkeloos verlopen blijkt uit de situatie in de nieuwe gemeente Altena waar A-FM/RTV Altena en Oké FM lange tijd streden om de zendmachtiging. Uiteindelijk koos de gemeenteraad voor A-FM/RTV Altena. Deze keuze moet nog worden bekrachtigd door het Commissariaat voor de Media. Zie https://www.omroepbrabant.nl/nieuws/3019904/Soap-rondom-lokale-omroepen-voorbij-RTV-Altena-is-de-winnaar.

Daarnaast zet de OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) sinds een aantal jaar in op de vorming van 'streekomroepen': omroepen die zendvergunningen hebben voor twee of meer aan elkaar grenzende gemeenten. De door de OLON opgerichte stichting NLPO (Nederlandse Lokale Publieke Omroepen) sloot in 2015 een vernieuwingsconvenant met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten en heeft zich als doel gesteld om landelijk tot tachtig streekomroepen te komen, waarvan tien in de provincie Noord-Brabant.[8]

Dit plan is een reactie op de nijpende financiële situatie waarin veel lokale omroepen verkeren. Zo concludeerde het Commissariaat voor de Media in 2016 al dat bijna een derde van de lokale omroepen met financiële zorgen kampt.[9] De Raad voor Cultuur en de Raad voor het Openbaar Bestuur delen deze zorgen en gaven afgelopen september in een advies aan de minister aan dat "de lokale omroepen [hun controlerende en verbindende] functies niet naar behoren kunnen waarmaken" door teruglopende inkomsten uit de markt en verhoogde concurrentie van andere (online) nieuwsmedia.[10] Zij adviseerden de minister om samenwerkingsverbanden, al dan niet in de vorm van streekomroepen, financieel te ondersteunen.

De financiële gezondheid van lokale omroepen is in deze rapportage niet onderzocht. Intern onderzoek van Omroep Brabant (2018) leert ons echter dat er grote budgettaire verschillen bestaan tussen de lokale omroepen. De meeste lokale omroepen hebben geen vaste, professionele journalisten in dienst en zijn daarom aangewezen op vrijwilligers.[11] Hierdoor kunnen deze omroepen, ondanks hun goede wil, niet altijd aan eigen nieuwsgaring doen en sommigen vertonen daarom voornamelijk tekst-tv of draaien muziek.

8 Zie VNG, OLON & NLPO (2015) en NLPO (2018). Zie ook https://www.nlpo.nl/overzichtstreekomroepen voor een overzicht van de door de NLPO voorgestelde indeling van streekomroepen.

9 Zie Commissariaat voor de Media (2016).

10 Zie Raad voor Cultuur & Raad voor het Openbaar Bestuur (2019).

11 Zie ter illustratie https://www.boxmeersweekblad.nl/nieuws/algemeen/424610/omroep-lvc-stap-voor-stap-vooruit-.

De situatie ziet er anders uit bij omroepen die vaste krachten in dienst hebben. Hoewel ook daar de budgettaire verschillen groot zijn en sommige omroepen moeite hebben om het hoofd boven water te houden.[12] Zo hebben DTV, Studio040 en ZuidWest TV meerdere professionals in huis en wordt er dagelijks kwalitatief nieuws gebracht. Deze omroepen willen ook graag uitbreiden en dingen mee naar de uitzendvergunningen voor andere gemeenten. Dit wordt niet altijd op prijs gesteld door de kleine omroepen die hechten aan hun onafhankelijkheid.[13]

Toch komt de samenwerking tussen omroepen langzamerhand op gang. Zo zijn er op dit moment 8 omroepen in Brabant die zendvergunningen hebben voor meer dan één gemeente. Verschillende (streek)omroepen gaan daarnaast samenwerkingsverbanden aan op zowel technisch als redactioneel vlak: Studio040 werkt samen met de lokale omroepen uit Nuenen, Son en Breugel, Best, Oirschot en Valkenswaard.[14] Omroep Tilburg wisselt producties uit met de lokale omroepen uit Goirle, Oisterwijk, Gilze-Rijen en Hilvarenbeek.[15] KempenFM/TV is een samenwerkingsverband aangegaan met de omroepen uit Veldhoven en Cranendonck en Heeze Leende.[16] Nadat gesprekken met de Deurne Media Groep (DMG) en SIRIS uit Asten en Someren tot niets leidden, heeft Omroep Helmond ervoor gekozen om met het commerciële, hyper-lokale platform Dit is Onze Wijk samen te gaan werken. De gemeente heeft dit plan inmiddels goedgekeurd.[17]

12 Recentelijk waren de streekomroepen in West-Brabant in het nieuws vanwege financiële zorgen. Zie: https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/streekomroep-zuidwest-in-financiele-problemen~a80fac47/ en https://www.bndestem.nl/etten-leur/streekomroep-ons-west-brabant-water-staat-ons-aan-de-lippen~acaa6bce/

13 Zie https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/steenbergen-kiest-voor-slos~ac3bb443/.

14 Zie https://studio040.nl/nieuws/artikel/samenwerking-tussen-studio040-en-vijf-andere-lokale-omroepen-in-de-brainport-regio

15 Zie https://www.bd.nl/tilburg-e-o/omroep-tilburg-pakt-grote-thema-s-beet~afa61a1e/

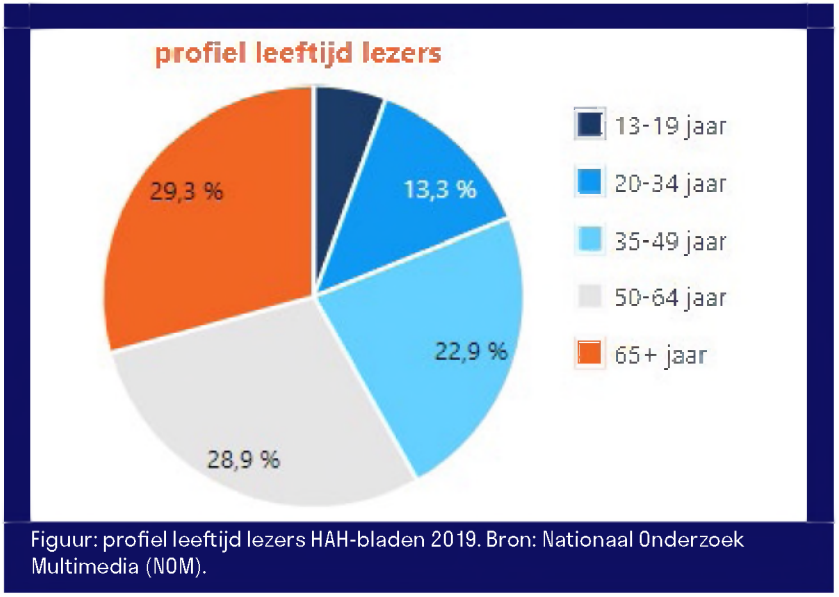
16 Zie https://www.ed.nl/heeze-leende/omroepen-bundelen-krachten-in-streekomroep-kempenland~af6cf1f3/.

17 Zie https://www.ed.nl/helmond/opdracht-en-geld-voor-lokale-media-helmond~a18dedo8/.

Ook bij Omroep Brabant zien we samenwerkingen met lokale omroepen tot stand komen, bijvoorbeeld door uitwisseling van beelden en agenda's en in 2018 detacheerden zij één van hun journalisten bij de lokale omroep in Meierijstad als eindredacteur.

Huis-aan-huisbladen

In totaal worden er in de provincie Noord-Brabant 99 huis-aan-huisbladen bezorgd, ten minste één in elke gemeente met een gemiddelde van 2,8 per gemeente. Dit is een flinke daling ten opzichte van de laatste telling uit 2012. Toen verschenen er gemiddeld 4,1 huis-aan-huisbladen per gemeente in de provincie.[18] De Jong en Koetsenruijter (2019) melden dat de personele bezetting op huis-aan-huisbladredacties al jaren terugloopt. Daar komt bij dat huis-aan-huisbladen voornamelijk oudere lezers bereiken. Slechts 18,9% van de lezers is jonger dan 35 jaar.



Figuur: profiel leeftijd lezers HAH-bladen 2019. Bron: Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM).

18 Zie Kik, Bakker & Buijs (2013)

Over het algemeen geldt: hoe groter de gemeente, hoe meer huis-aan-huisbladen er actief zijn. Belangrijk is echter dat sommige huis-aan-huisbladen slechts in bepaalde delen van de gemeente worden bezorgd. Ter illustratie: hoewel er in de gemeente Meierijstad 6 huis-aan-huisbladen verschijnen betekent dit dus niet dat alle inwoners ook daadwerkelijk 6 titels in de bus krijgen.

Groottecategorie	Aantal gemeenten	Aantal huis-aan-huisbladen (gemiddeld)
<10.000 inwoners	1	1
10.000-19.999 inwoners	17	2,6
20.000-49.999 inwoners	33	2,7
50.000-99.999 inwoners	7	3,1
≥100.000 inwoners	4	3,8

Vrijwel elk huis-aan-huisblad is digitaal terug te lezen.[19]
Uit onderzoek van het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) uit 2016 blijkt echter dat slechts 15% van de gebruikers huis-aan-huisbladen ook digitaal leest, tegenover 85% dat het blad enkel op papier leest. Slechts 1% leest huis-aan-huisbladen uitsluitend digitaal.[20]

Grote spelers

DPG Media (voorheen De Persgroep) is landelijk gezien de grootste speler op de huis-aan-huisbladen markt. Ook in de provincie Noord-Brabant speelt De Persgroep met 18 huis-aan-huisbladen, die verschijnen in 44 gemeenten, een grote rol. De grootste speler qua aantal titels is echter Uitgeverij Em. De Jong uit Baarle Nassau. Onder eigen naam

19 Wat niet wil zeggen dat de redacties van huis-aan-huisbladen ook daadwerkelijk nieuws(berichten) plaatsen op hun website. Dat doet 75% van de redacties in de provincie Noord-Brabant. Deze websites zijn opgenomen in onze inventarisatie.
20 Zie Bakker & Kik (2018)

geeft deze uitgeverij 13 titels uit in de regio's Breda en Tilburg. Sinds 2015 heeft Em. De Jong ook uitgeverij Talvi (9 titels) en DAS Publishers (4 titels) overgenomen waarmee de uitgeverij nu in 32 gemeenten actief is.[21] Uitgeverij de Bode is de derde grote speler en geeft in West-Brabant, verspreid over 11 gemeenten, 12 titels uit. MultiMooiMedia uit Sint-Oedenrode is met 7 titels actief in Meierijstad en 6 omringende gemeenten.

Internettitels (online only)

In het overzicht zijn slechts 35 online only-media opgenomen, verspreid over 22 gemeenten. Hyperlocals, plaatselijke websites met niet-professionele producties, zijn niet opgenomen in de inventarisatie. Eerder onderzoek vanuit Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2016) laat zien dat deze hyperlocals vaak komen en gaan; vanwege het weinig duurzame karakter ervan hebben we ze in dit onderzoek niet uitgelicht. Ook zijn aggregatiesites – websites die geen origineel nieuws bevatten maar uitsluitend nieuws van andere websites doorzetten zoals Nieuws.nl en Brabantnieuws.net – niet meegenomen omdat de focus van dit onderzoek primair gericht is op de nieuwsvoorziening in en door de regio.

In het gemaakte overzicht zien we een groot aantal particuliere initiatieven als 412tv.nl uit Oss, Onssonenbreugel.nl en Oisterwijknieuws.nl. Er kan worden geconcludeerd dat de lijst met online only media wordt gedomineerd door de verschillende, vrij recentelijk opgerichte Indebuurt-websites van de Persgroep en websites van de KijkOp Community. Indebuurt is actief in zes gemeenten (Bergen op Zoom, Breda, Eindhoven, 's-Hertogenbosch, Helmond en Tilburg) en de KijkOp Community beheert eveneens zes domeinen, voornamelijk in West-Brabant (Bergen op Zoom, Drimmelen, Meierijstad, Moerdijk, Steenbergen en Woensdrecht).
KijkOp profileert zichzelf als een community platform: bezoekers kunnen zich kosteloos registreren als lid waardoor ze toegang krijgen tot de nieuwsbrief en de mogelijkheid krijgen om te reageren op nieuwsberichten. Daarnaast profileert KijkOp zichzelf als een platform waar commerciële en non-commerciële organisaties tegen betaling kunnen adverteren. De verschillende KijkOp Communities worden beheerd door zogenaamde 'licentienemers' die - in samenspraak met de licentiegever Vermeulen Steenbergen - de communities bijhouden, het contact met adverteerders onderhouden en gemiddeld 2-3 nieuwsberichten per dag posten. Licentienemers kunnen zich kosteloos aanmelden en worden - met de juiste aanpak en motivatie - een 'mooi inkomen' in het vooruitzicht gesteld.
Dat er een gering aantal online-only initiatieven zijn, wil overigens niet zeggen dat online media een beperkte rol spelen in de nieuwsvoorziening. Als we ook de websites van de overige nieuwsmedia (print en lokale/regionale omroepen) meenemen, komen we op een totaal van 158 websites waar burgers hun lokale en regionale nieuws vandaan kunnen halen, met een gemiddelde van 6,1 per gemeente. Zeker met het oog op het grote online bereik van Omroep Brabant en de regionale dagbladen is er online een redelijk omvangrijk nieuwsaanbod.

Dataset

De gegenereerde dataset is opgebouwd in Excel en vervolgens omgezet naar Power BI (te raadplegen via deze link). Via dit online databestand kan er dieper worden ingezoomd op een bepaalde gemeente en kan er een overzicht worden verkregen van alle mediatitels. Ook kan er worden nagegaan op welk niveau (gemeente/plaatselijk, landstreek of provincie) de media actief zijn in hoeveel gemeenten (variërend in grootte).

21 Zie https://www.weekbladvoordeurne.nl/zakelijk/20171214/em-de-jong-neemt-das-publishers-over.

Er moet hierbij tot slot wel vermeld worden dat het overzicht een enigszins geflatteerd beeld geeft van het media-aanbod. Zo zien we bijvoorbeeld 27 titels in de gemeente Meierijstad. Dat grote aantal is te relateren aan het feit dat de online edities van print en av-outlets apart zijn meegerekend.

Samenvattend

Samenvattend kunnen we stellen dat de gemeenten in Brabant in kwantitatieve zin een aanzienlijk media-aanbod hebben. Ook in kleinere gemeenten is er keuze uit meerdere titels. Inwoners uit grotere gemeenten beschikken gemiddeld over meer nieuwskanalen dan inwoners uit kleinere gemeenten. Dit is in lijn met recente onderzoeken naar de lokale en regionale journalistiek in Nederland.[22] Nieuwsmedia in kleinere gemeenten hebben een kleiner publiek en kunnen daarom op minder inkomsten rekenen terwijl de kosten niet per definitie lager uitvallen. Hierdoor is het lastiger voor hen om op eigen benen te blijven staan.

Overigens blijkt dat het niet de grote gemeenten zijn die over de meeste nieuwskanalen beschikken, maar de categorie daaronder. Tot de gemeenten met een inwonertal tussen de 50.000 en 99.999 inwoners behoren de jonge fusiegemeenten Altena (2019) en Meierijstad (2017). Deze gemeenten bestaan uit verschillende kernen die veelal (nog) hun eigen nieuwsmedia hebben.

Dat er een groot media-aanbod is, betekent niet automatisch dat er ook daadwerkelijk veel nieuws over die gemeenten wordt gepubliceerd. In het volgende hoofdstuk hebben we het nieuwsaanbod voor drie kleine gemeenten verder onder de loep genomen.

22 Zie Bakker & Kik 2018 en De Jong & Koetsenruijter 2019.

Hoofdstuk 2:

Lokaal Nieuwsaanbod

Een analyse van twee weken lokaal nieuws in drie gemeenten

Om inzicht te krijgen in het lokale nieuwsaanbod is een inhoudsanalyse uitgevoerd naar het nieuwsaanbod van de geselecteerde gemeenten: Geertruidenberg, Meierijstad en Someren.
De inhoudsanalyse is verricht volgens de methode zoals het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek gebruikte in diverse studies naar regionaal nieuwsaanbod.

Per gemeente zijn de gemeentekernen geïdentificeerd. Voor de drie gemeenten in dit onderzoek zijn dat de volgende kernen:

Gemeente	Gemeentekern
Geertruidenberg	Geertruidenberg
	Raamsdonk
	Raamsdonksveer
	Keizersveer
Meierijstad	Veghel
	Schijndel
	Sint-Oedenrode
	Eerde
	Wijbosch
	Keldonk
	Boerdonk
	Zijtaart
	Mariaheide
	Erp
	Nijnsel
	Olland
	Boskant
Someren	Someren
	Someren-Eind
	Someren-Heide
	Lierop

Alle online en offline platformen van regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, regionale en lokale omroepen en particuliere 'hyperlocals' zijn in kaart gebracht om een goed inzicht te krijgen in de infrastructuur voor lokaal nieuws. Vervolgens is een selectie gemaakt van het onderzoeksmateriaal.

De nieuwsplatformen moesten aan drie eisen voldoen om in deze codering te worden meegenomen. Ten eerste moest het medium voldoen aan het *territoriumvereiste*, dat stelt dat het in aanleg gericht moet zijn op de te onderzoeken gemeente. Ten tweede moest worden voldaan aan het *originaliteitsvereiste:* het nieuwsmedium moest voornamelijk eigen nieuws produceren. Ten slotte moest het medium minstens één maal per week publiceren om te voldoen aan de *frequentievereiste*. Nadat de nieuwsmedia in de drie Brabantse gemeenten aan deze vereisten zijn getoetst, is in deze casestudy gekozen om de volgende media mee te nemen in dataverwerking.

Gemeente	Nieuwstitel	Nieuwstype
Geertruidenberg	BN DeStem/Oosterhout	Dagblad
	BN DeStem	Dagblad (website)
	Omroep Brabant TV	Regionale Publieke TV
	Omroep Brabant	Regionale Publieke Omroep (website)
	De Langstraat	HAH
	Het Kanton	HAH
	Het Kanton	HAH (website)
Meierijstad	Brabants Dagblad/Meierij	Dagblad
	Brabants Dagblad/Veghel-Uden	Dagblad
	Brabants Dagblad	Dagblad (website)
	ED/Noord	Dagblad
	ED	Dagblad (website)
	Omroep Brabant	Regionale Publieke Omroep (website)
	Omroep Brabant TV	Regionale Publieke TV
	Omroep Meierij TV	Lokale Publieke TV
	Omroep Meierij	Lokale Publieke Omroep (website)
	Schijndel Online	WebNieuws
	TV73	Regionale Commerciële TV
	TV73	Regionale Commerciële TV (website)
	TV Schijndel	WebNieuws
	Kijk op Meijerijstad	WebNieuws
	De Meierij	HAH
	De Meierij	HAH (website)
	De Mooi Rooi Krant	HAH
	De Mooi Rooi Krant	HAH (website)
	De Mooi Schijndel Krant	HAH
	De Mooi Schijndel Krant	HAH (website)
	Erpse Krant	HAH
	Groot Eindhoven	HAH
	Groot Eindhoven	HAH (website)
	Kliknieuws Stadskrant Veghel	HAH
	Kliknieuws Stadskrant Veghel	HAH (website)
	SLOGtv	Lokale Publieke TV
Someren	ED/Helmond	Dagblad
	ED	Dagblad (website)
	Omroep Brabant TV	Regionale Publieke TV
	Omroep Brabant	Regionale Publieke Omroep (website)
	SIRIS	Lokale Publieke TV
	SIRIS	Lokale Publieke Omroep (website)
	Nieuwsblad Traverse	HAH
	Nieuwsblad Traverse	HAH (website)
	‘t Contact	HAH
	‘t Contact	HAH (website)

In dit overzicht is rekening gehouden met verschillende regionale uitgaven die binnen één dagblad worden uitgegeven. Bijvoorbeeld: BN DeStem, BN DeStem/Oosterhout.

Onderzoeksaanpak

Voor deze casestudy is het complete nieuwsaanbod van bovengenoemde media-outlets in week 38 en 39 (16 t/m 29 september) van 2019 gebundeld tot een databestand.
Drie student-assistenten van Hogeschool Journalistiek Tilburg van Fontys zijn door Quint Kik, senior onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) getraind in coderen van alle gevonden berichten. Om de validiteit van hun werk te waarborgen hebben de onderzoekers in september een intercodeurbetrouwbaarheidstoets afgelegd.

Binnen de te coderen media, zijn alle nieuwsberichten meegenomen die over de desbetreffende gemeente/ kerngemeente gaan. Berichten zonder journalistieke input (familieberichten, rouwadvertenties, horoscopen, etc.), typen nieuws waar een commercieel belang aan zit (advertorials, aankondigingen), sportnieuws, foto's zonder tekst, historische verslagen, human-interest verhalen, informatie van de gemeente (vergunningen, persberichten op gemeentepagina's) zijn in deze studie niet meegenomen. In totaal zijn in de bovengenoemde periode **788 mediaproducten** systematisch gecodeerd.
De drie codeurs hebben ieder nieuwsbericht, dat aan de vereiste voorwaarden voldeed en dat in de onderzoeksperiode door de eerder genoemde media is gepubliceerd, gecodeerd op basis van de volgende vier kenmerken:

- Onderwerp
- Lokaal beleid
- Genre
- Brongebruik

Onderwerp

Journalistieke producties worden onderverdeeld in één van de vijftien onderwerpen die vastgesteld zijn door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Als een artikel grote overlap heeft met meerdere onderwerpen, is gekozen voor één optie onderwerp. Bij hoge uitzondering is een tweede onderwerp bij een publicatie opgenomen. De onderwerpen zijn (op alfabetische volgorde): bestuur & financiën, bouw, economie, kunst & cultuur, minderheden & integratie, natuur & milieu, netwerken, onderwijs, uitgaan & vrije tijd, veiligheid, verkeer, werkgelegenheid, wetenschap, wonen en zorg & welzijn. De vereisten voor deze onderwerpen, staan uitgebreid vermeld in de codeerinstructie verstrekt door het SvdJ (zie bijlage 4)

Lokaal beleid

Er is in nieuwsproducties gekeken naar in hoeverre een onderwerp betrekking heeft tot beleid over de gemeente. De criteria voor deze categorie staan eveneens uitgebreid vermeld in de bijgevoegde codeerinstructie.

Genre

Alle nieuwsproducties zijn ook geclassificeerd op genre. De meest voorkomende producties vallen onder de genres "nieuwsbericht" of "nieuwsverhaal". Hiernaast zijn de producties te categoriseren in tien andere genres: achtergrondverhaal/ nieuwsanalyse, verslag/reportage, interview/profiel/portret, debat, talkshow, commentaar, opinie, column, ingezonden brief en samengestelde productie.

Brongebruik

De opgevoerde bronnen zijn per productie in kaart gebracht. In eerste instantie zijn er maximaal vier bronnen per productie te identificeren. Indien een productie meer bronnen opvoert, staan deze vermeld in een speciaal opmerkingenvak.

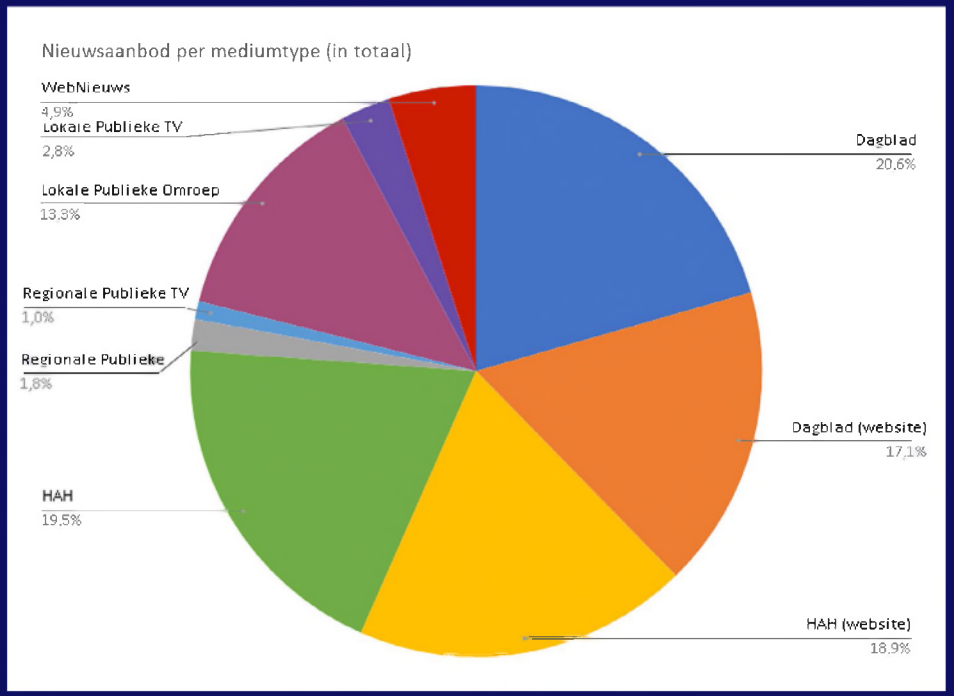
Cijfers uit analyse (per gemeente)

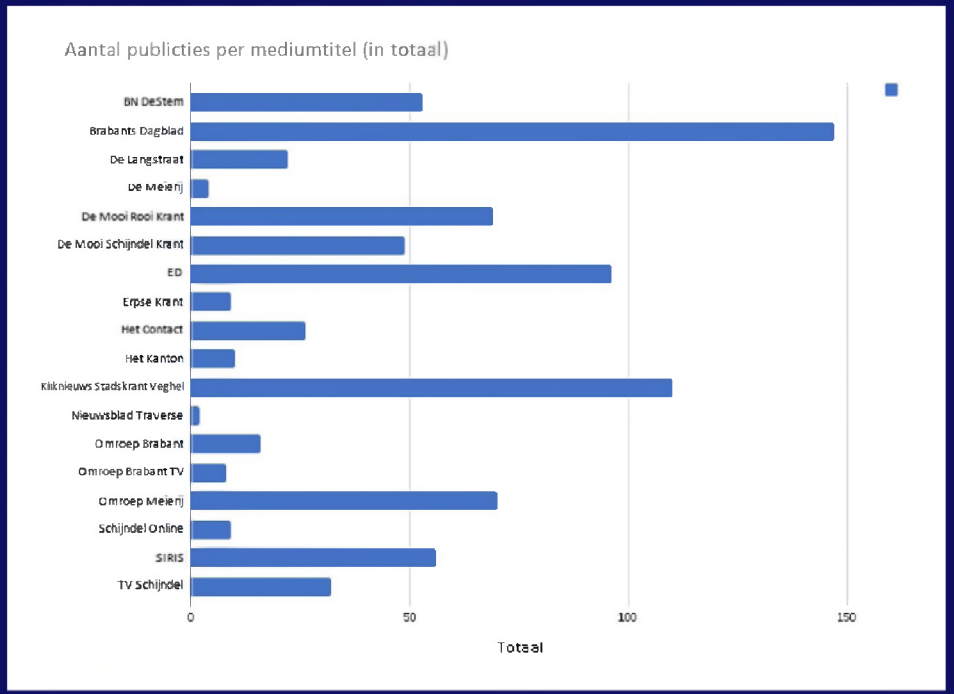
In totaal zijn in de periode van twee weken 788 berichten gecodeerd. In Meierijstad werd veruit het meeste gepubliceerd. In deze gemeente werden 576 berichten gecodeerd tegenover 86 in Geertruidenberg en 126 in Someren. Uit de gegevens blijkt dat de dagbladen (inclusief de websites van de dagbladen) en de huis-aan-huisbladen (inclusief de bijbehorende websites) veruit het grootste deel van het nieuwsaanbod in de regio voor hun rekening nemen. Tevens is een duidelijk onderscheid te zien tussen het geschreven nieuwsaanbod (dat met de HAH-bladen meer dan 50% beslaat) en het nieuwsaanbod op televisie.

Aantal publicaties op onderwerp

Gesorteerd op onderwerp springen vooral uitgaan & vrije tijd en veiligheid eruit. Onder veiligheid zijn alle berichten gecodeerd die betrekking hebben op het werk van politie, brandweer en ambulance. Nieuws over inbraken, auto-ongelukken en brand beslaan ongeveer een achtste van het totale nieuwsaanbod. Eveneens vielen veel berichten in de categorie uitgaan & vrije tijd. Hierbij moet worden opgemerkt dat de bevrijding van de Tweede Wereldoorlog voor de gemeenten die in dit onderzoek zijn onderzocht binnen de codeerperiode precies 75 jaar geleden plaatsvond. Veel activiteiten die hieromheen zijn georganiseerd zoals parachutevluchten, militaire colonnes, herdenkingsevenementen en feesten zijn allemaal gecodeerd onder uitgaan & vrije tijd omdat het vaak publieke evenementen betrof die men in de regio bezocht of kon bezoeken.

Onder bestuur & financiën zijn alle artikelen gecodeerd die betrekking hebben op de algemene begroting of portefeuille van de gemeente. Als een bericht nieuws bevatte over de gemeentelijke begroting voor één specifiek werkveld (bijvoorbeeld de zorg) dan werd het bericht onder het

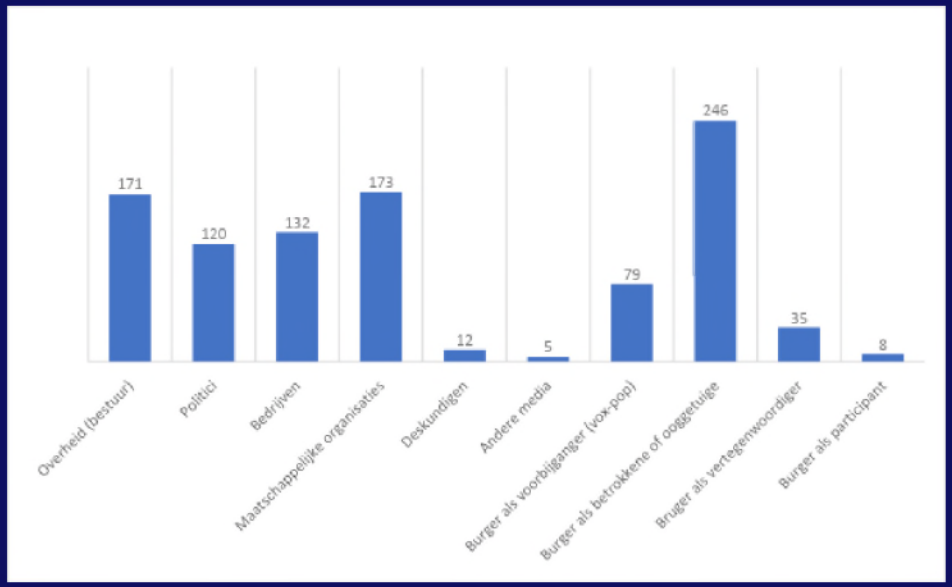


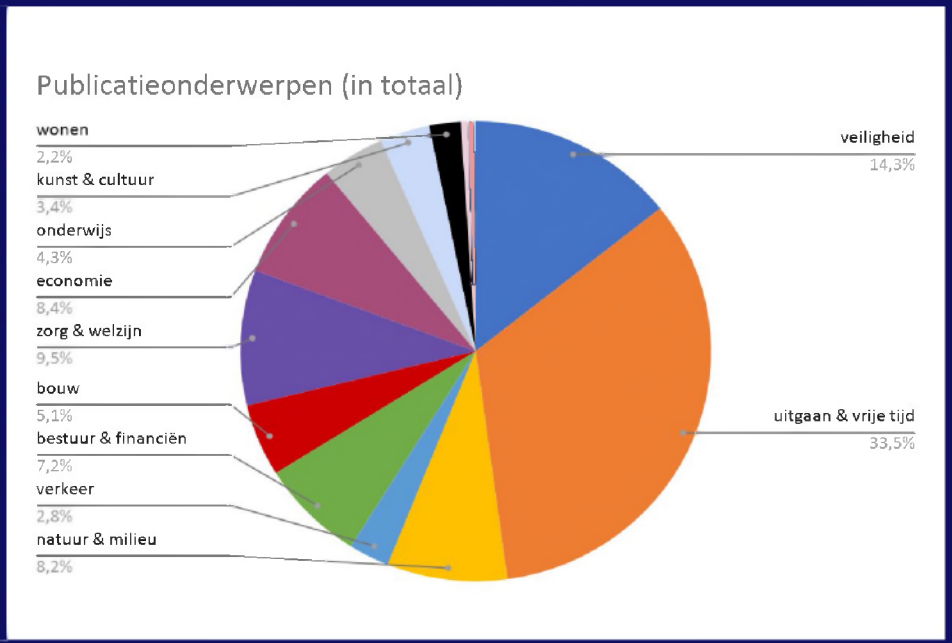


desbetreffende onderwerp gecodeerd. Over economie, natuur & milieu en zorg & welzijn werd relatief veel geschreven. In de kleine gemeente Geertruidenberg viel bijna een kwart van de gecodeerde berichten onder bestuur en financiën.

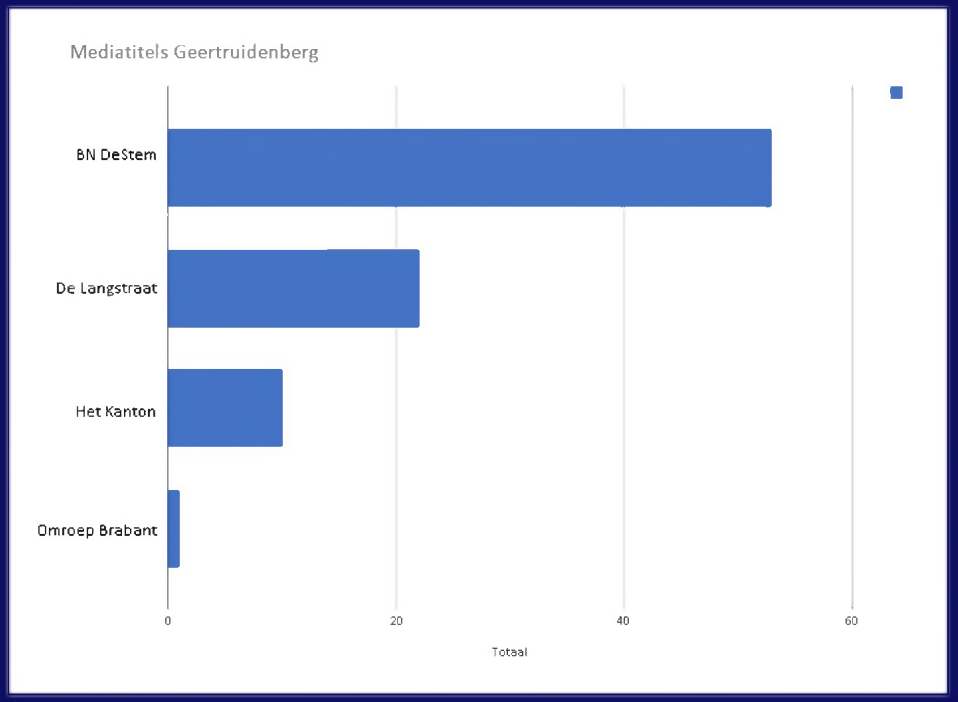
Brongebruik totaal

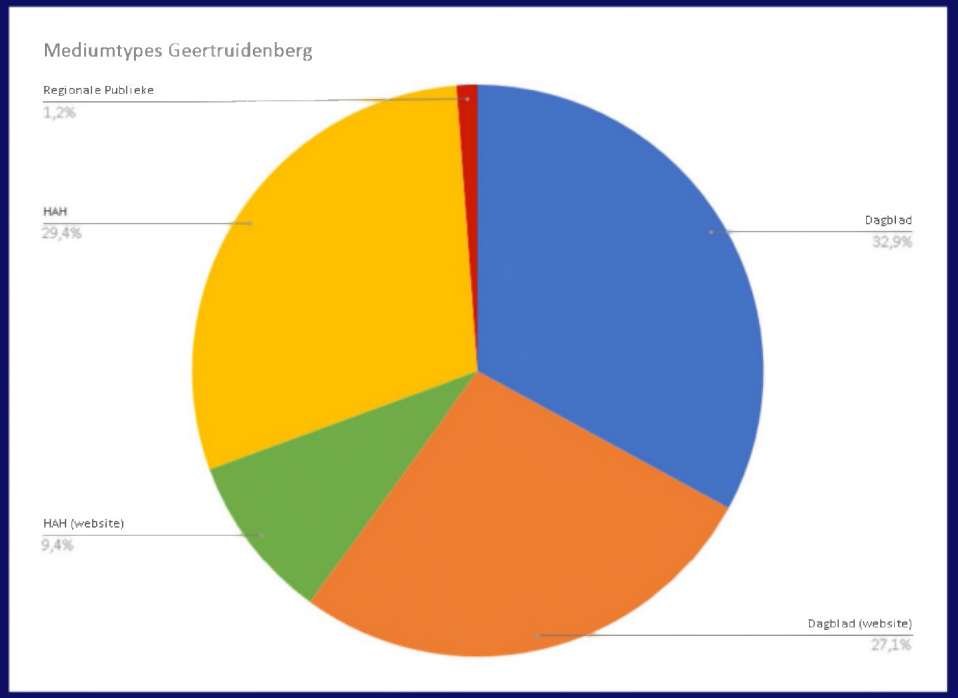
Overheid (bestuur)	171
Politici	120
Bedrijven	132
Maatschappelijke organisaties	173
Deskundigen	12
Andere media	5
Burger als voorbijganger (vox-pop)	79
Burger als betrokkene of ooggetuige	246
Burger als vertegenwoordiger	35
Burger als participant	8





Geertruidenberg

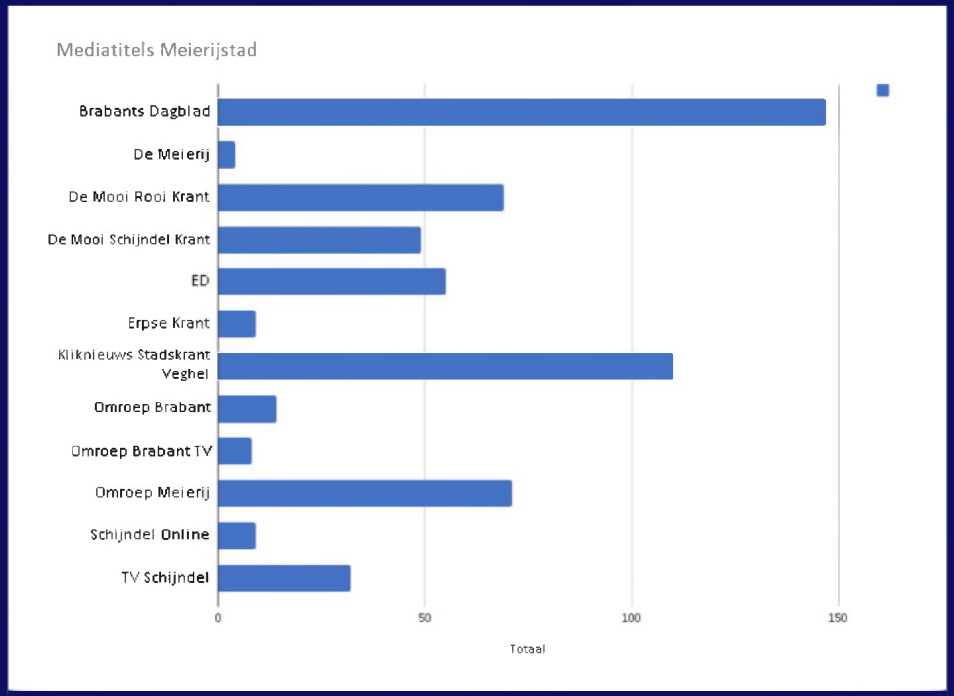


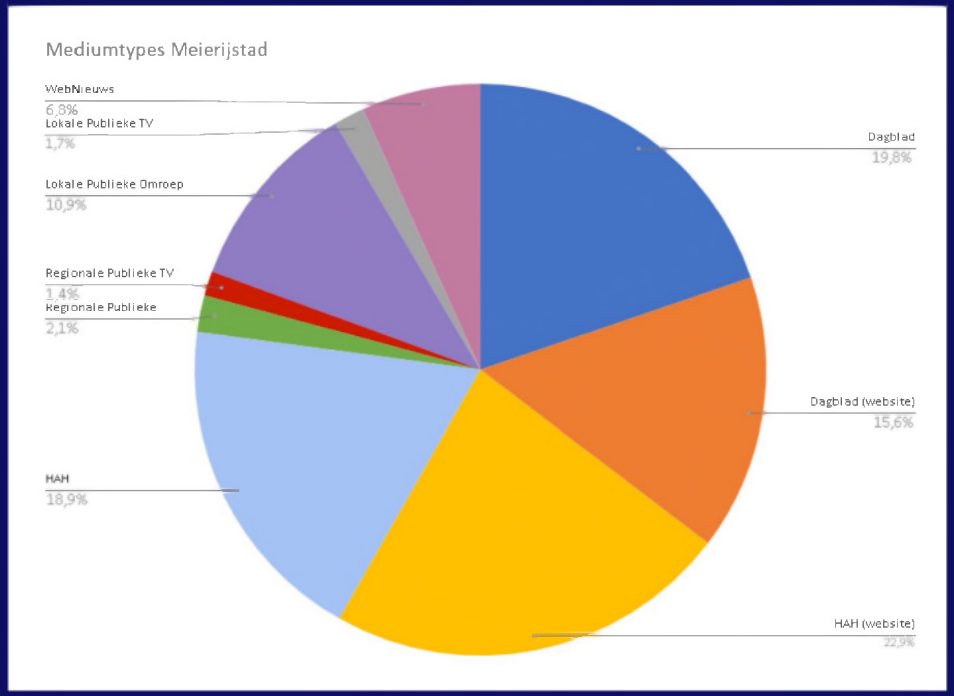


Gegevens per gemeente

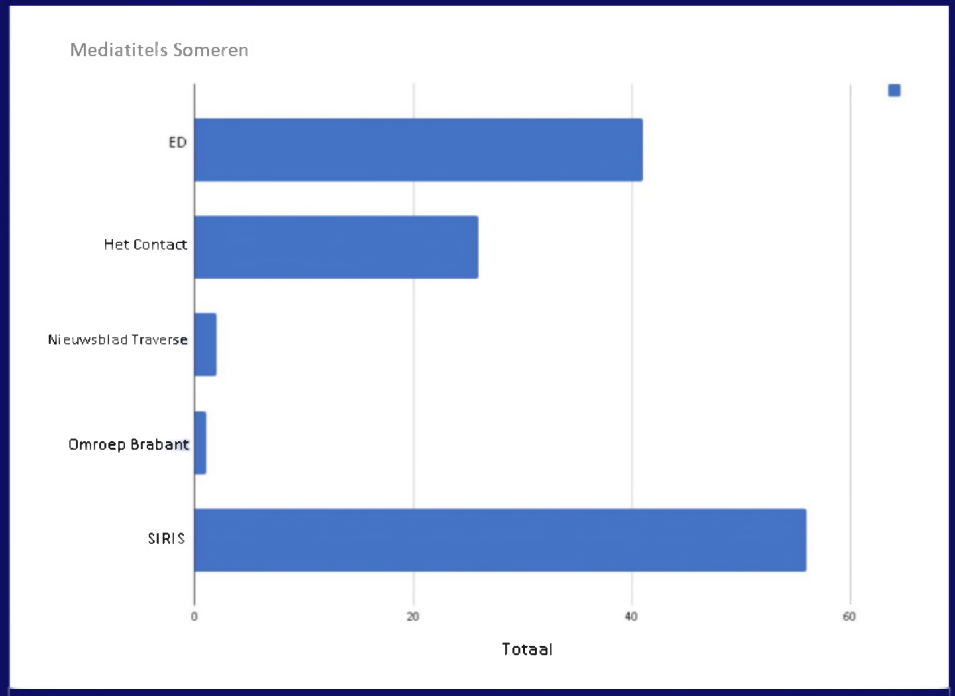
De onderstaande gegevens zijn voortgekomen uit de codeeroverzichten per gemeente. In het overzicht ontbreken bepaalde mediatitels. Dit komt omdat deze titels tijdens de codeerperiode geen nieuwsitems hebben gepubliceerd (die aan de vereisten voldeden).

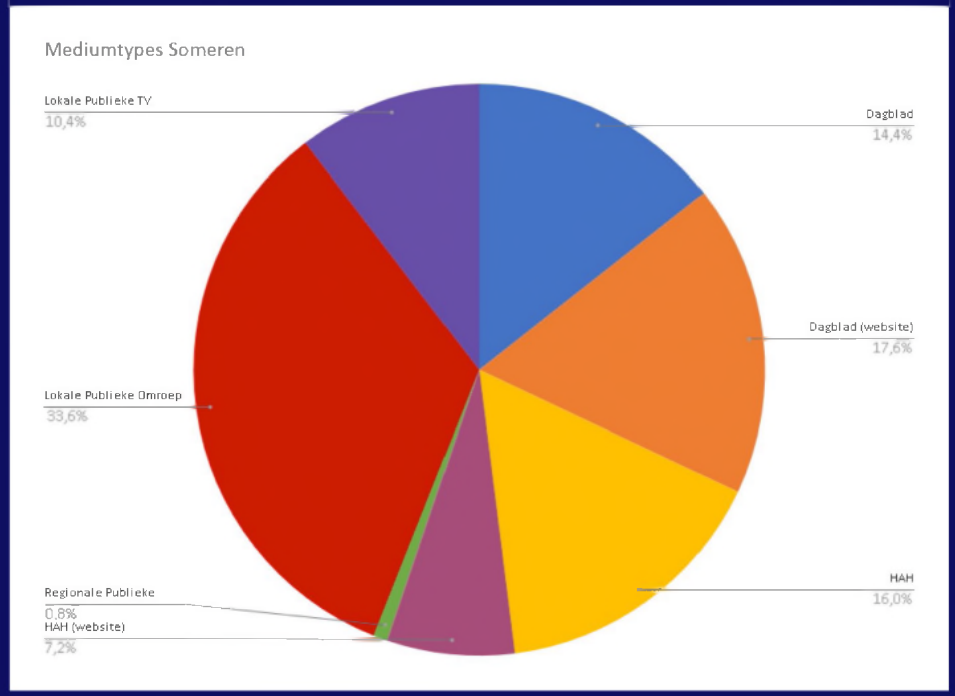
Meierijstad





Someren

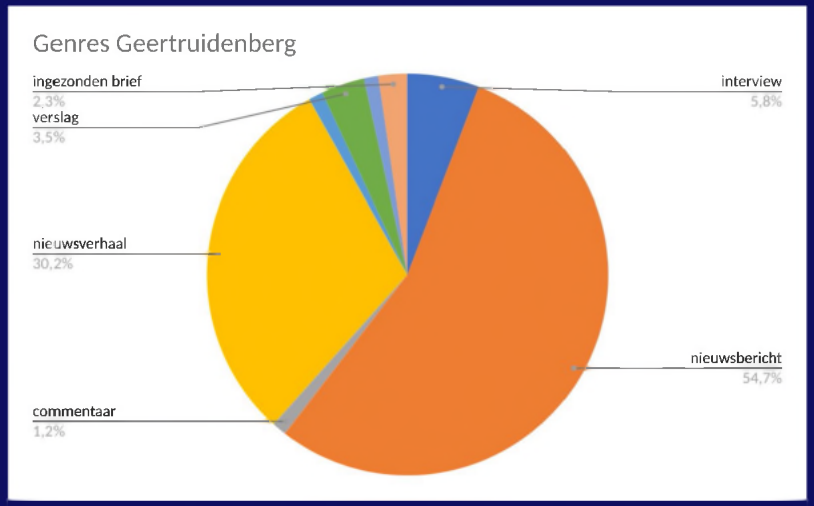


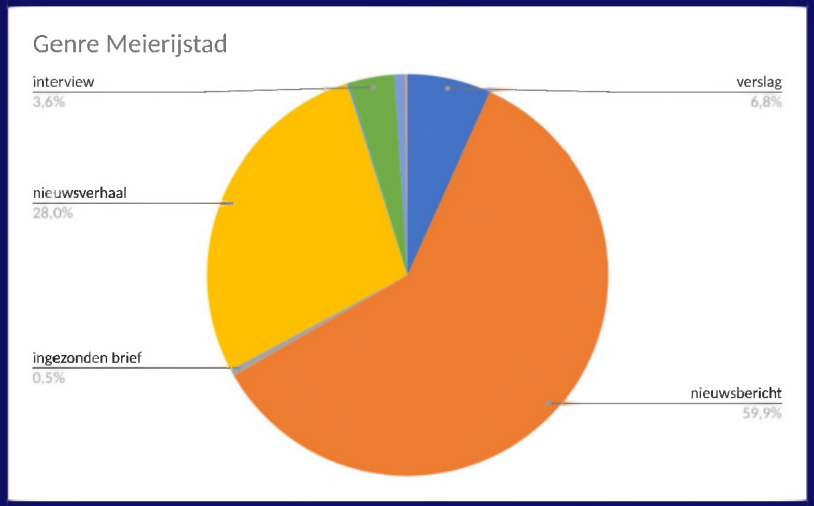


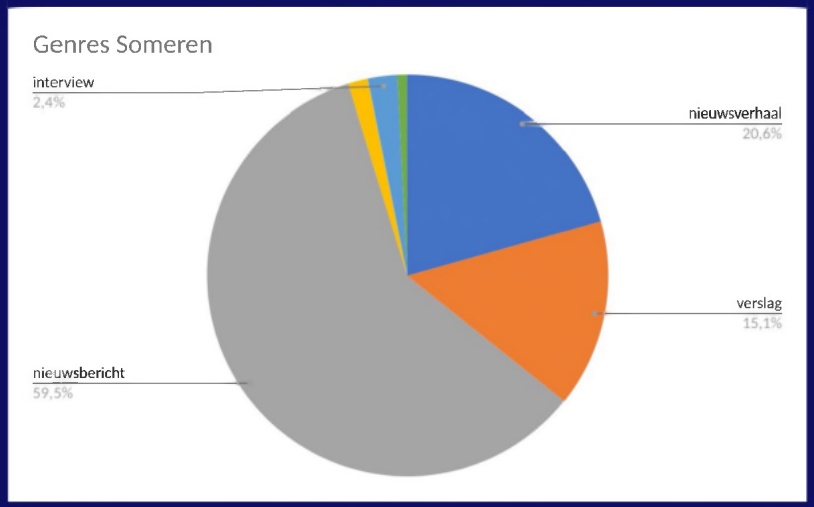
Nieuwsmenu

Op basis van de analyse krijgen we een beeld van het nieuwsaanbod in de betreffende gemeenten. In de Brabantse gemeenten die voor deze casestudy zijn gevolgd, zijn in het nieuwsaanbod vooral korte nieuwsberichten gevonden. Deze trend is zowel terug te zien in de grafiek van alle gecodeerde nieuwsberichten als in de grafieken die per regio het aantal berichten per genre laat zien. Korte nieuwsitems voeren de boventoon.

In zowel Geertruidenberg, Someren als Meierijstad was de verdeling in genres nagenoeg hetzelfde. In alle gemeenten was het nieuwsbericht verreweg het meest gecodeerde genre. Meer dan de helft van de berichten per gemeente was een nieuwsbericht. Gevolgd door het nieuwsverhaal als tweede meest voorkomende genre, zij het op gepaste afstand. Vervolgens was het verslag in zowel Someren als Meierijstad het op twee na meest voorkomende genre. Alleen in Geertruidenberg nam het interview de derde plek in als meest voorkomend genre in plaats van het verslag. Al waren de verschillen klein: 3 verslagen tegenover 5 interviews uit het totaal van 86 gecodeerde berichten.







Bronnen uit instantie vs. bronnen burgers.

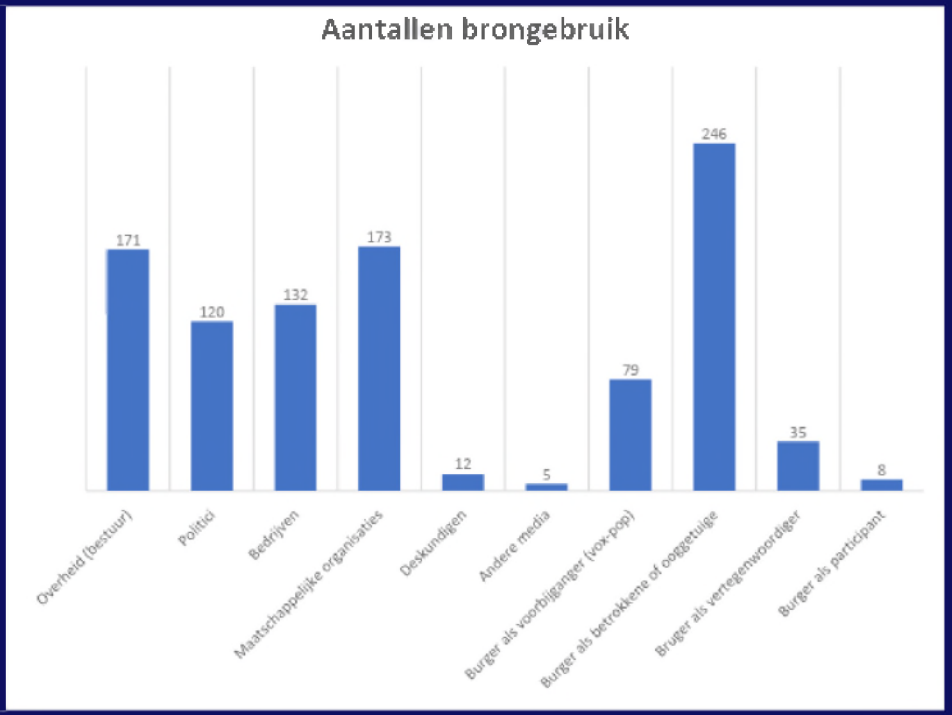
Van de 788 berichten zijn in totaal 981 bronnen gecodeerd. In de volgende categorieën: overheid (bestuur), politici, bedrijven, maatschappelijke organisaties, deskundigen, andere media, burger als voorbijganger, burger als betrokkene of ooggetuige, burger als vertegenwoordiger of burger als participant. Uit de statistieken blijkt dat de 'burger als betrokkene' de meest gebruikte bron is onder de gecodeerde media: 25%van het totaal aan bronnen.

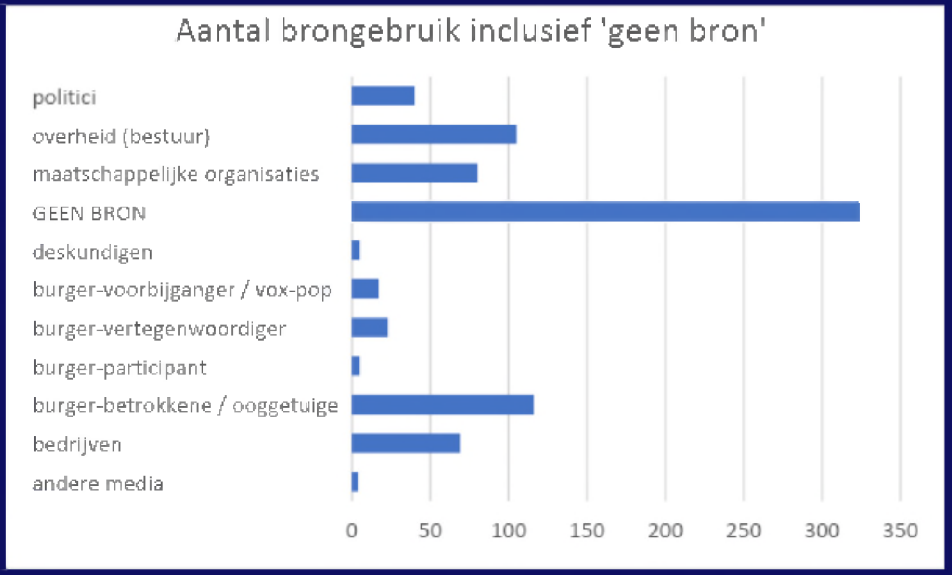
In de codeerinstructie van het SvdJ worden vier soorten burgerbronnen onderscheiden; de burger als voorbijganger (vox-pop), de burger als betrokkene of ooggetuige, de burger als vertegenwoordiger en de burger als participant.

De 'burger als betrokkene' is een bron die door de journalist willekeurig is gekozen, maar wel in verband staat met de nieuwsaanleiding. Dit laat zien dat de stem van de lokale bevolking wel wordt gehoord door de lokale journalistiek. Uit de cijfers blijkt dat betrokkenen in de praktijk vaak om hun mening of ervaring wordt gevraagd. Dit kan bijdragen aan het lokale karakter van de lokale media. De bron burger als betrokkene wordt in alle soorten onderwerpen en genres opgevoerd. Ook bij onderwerpen als bouw, zorg & welzijn, onderwijs en economie wordt de burger als betrokkene aan het woord gelaten.

Wanneer de 'burger als voorbijganger' of als 'burger als betrokkene of ooggetuige' is gecodeerd, dan heeft de burger een passieve rol. De personen zijn willekeurig gekozen en niet op basis van inhoudelijke overwegingen.

De minst gebruikte bron is 'andere media'. Uit de totale 788 zijn 981 bronnen gevonden in 464 artikelen (58,9% van het totaal). Dit geeft aan dat over het totale nieuwsaanbod van de codeerperiode 41,1% van de berichten op het moment van co-deren geen duidelijke bronvermelding hadden. Vrijwel al deze





berichten zonder bronvermelding waren korte nieuwsberichten. Vaak betrof het hier korte nieuwsberichten zoals ongelukken (veiligheid) of aankondigingen van evenementen of korte verslaglegging van evenementen die plaatsvonden (uitgaan en vrije tijd).

Berichtgeving over de gemeente

Om het lokale nieuwsecosysteem in kaart te brengen is gekeken naar de mate waarin politiek nieuws aan bod komt in de regio. Welke politieke onderwerpen komen aan bod en in hoeverre bieden de lokale media hun lezers inzichten in lokaal beleid?
Inwoners uit Someren, Geertruidenberg en Meierijstad krijgen veel berichtgeving over zorg & welzijn (75) en economie (66) in hun nieuwsaanbod, gevolgd door natuur & milieu (65) en bestuur & financiën (75). Samen vormt dit 36% van het totale aanbod. De politieke thema's wonen, onderwijs, economie, zorg & welzijn bouw, bestuur & financiën, verkeer en natuur & milieu beslaan 47,7% van het nieuwsaanbod.

Daarbij moet wel worden opgemerkt dat de politieke onderwerpen wel worden besproken, maar dat niet altijd het lokale beleid van de gemeente doorgelicht wordt. Van de 788 berichten in totaal zeiden 201 berichten direct wat over het lokale beleid.[23]

23 Een bericht valt onder lokaal beleid als het voldoet aan één van de vijf criteria uit de codeerinstructie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, zie bijlage

Samenvattend

Uit de analyse blijkt dat de dagbladen en huis-aan-huisbladen de overhand hebben in het lokale nieuwsaanbod. Inwoners van gemeente Geertruidenberg, Someren en Meierijstad die hun nieuws via lokale media consumeren zijn voor 70 tot 80 procent afhankelijk van deze vormen van media. Het Brabants Dagblad, dat verschillende regiotitels uitbrengt in deze gemeenten, produceert het grootste nieuwsaanbod. Op gepaste afstand gevolgd door Stadskrant Kliknieuws Veghel.
Het nieuwsaanbod bestaat in alle drie de gemeenten vooral (70 tot 80 procent) uit korte nieuwsberichten en -verhalen.
In de Brabantse gemeenten die voor deze casestudy zijn gevolgd, werden in het nieuwsaanbod overwegend korte nieuwsberichten gevonden. Uitgebreide achtergrondverhalen/ analyses of commentaren zijn slechts 4 maal getraceerd.
We zien dat het nieuwsaanbod voor bijna de helft (47,7%) uit politieke thema's bestaat (wonen, onderwijs, economie, zorg & welzijn bouw, bestuur & financiën, verkeer en natuur & milieu).
In het rapport *Op het Tweede Gezicht* (2018) van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is de mate waarin media invulling geven aan de waakhondfunctie afgemeten aan de verdeling van thema's binnen het nieuws over lokale politiek, de journalistieke genres en het brongebruik. Afgaande op de verdeling van thema's blijken de media in de gemeenten Geertruidenberg, Meierijstad en Someren de waakhondfunctie dan ook te kunnen vervullen.
Daarnaast zien we dat er in de onderzochte gemeenten veel geschreven wordt over de onderwerpen uitgaan & vrije tijd en over veiligheid. Dit beeld strookt met eerdere onderzoeken uitgevoerd door Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2014, 2018). Verder zien we dat de grote titels BN DeStem (Geertruidenberg), Brabants Dagblad (Meierijstad) en Eindhovens Dagblad (Meierijstad & Someren) het leeuwendeel

van de berichtgeving verzorgen. In Someren neemt ook de lokale omroep een aanzienlijk deel van de berichtgeving voor haar rekening.
Tot slot zien we dat overwegend burgers als bron worden opgevoerd. Dat is vanwege de lokale focus van de mediatitels een logische keuze en wijst erop dat de functie van lokale media sterk ligt in het weergeven van de gemeenschap.

Hoofdstuk 3:

Journalisten en Gemeenten

Hoe kijken de betrokken mediaprofessionals in kleine gemeenten in Noord-Brabant aan tegen de huidige ontwikkelingen? In de kwalitatieve analyse hebben we deze vraag breed opgevat, waarbij we zicht wilden krijgen op de huidige stand van zaken omtrent de waakhondfunctie van het lokale media-aanbod in de onderzochte gemeentes, de behoeften en uitdagingen die daarbij spelen en de ontwikkelingen die gesignaleerd worden, zoals verschuivingen in de beschikbaarheid of type media-aanbieders en in de functionaliteit als lokale waakhond.

Respondentselectie

Er zijn respondenten geselecteerd in de gemeenten Someren, Meierijstad en Geertruidenberg (zie introductie voor toelichting op selectie gemeenten). Op basis van het overzicht van mediatitels hebben we per mediumtype tenminste één respondent benaderd van desbetreffende streekeditie van het regionale dagblad, van de lokale omroep en van een huis-aan-huisblad. Daarnaast hebben we naar analogie van eerder onderzoek (Koetsenruijter en De Jong, 2019; Laroes, 2015) ook communicatieprofessionals uit de betreffende gemeenten geïnterviewd. Voor het opstellen van de topiclijst hebben we drie pilotgesprekken gevoerd met journalisten van Omroep Tilburg, Lokale Mediagroep Deurne en Omroep Brabant. In totaal hebben we 15 interviews gehouden welke alle zijn gebruikt bij het opstellen van de bevindingen (zie bijlage 3a).

Topiclijst

De interviews werden afgenomen aan de hand van een topiclijst (zie bijlage 3b). De topics zijn afgeleid van de onderzoeksopdracht en de topiclijst van het onderzoek van Koetsenruijter en De Jong (2019) en werden getest en aangepast op basis van pilotgesprekken. In de interviewfase volgden enkele bescheiden aanpassingen in de topiclijst; zoals de volgorde van onderwerpen (het thema van de waakhondfunctie ging naar achter, om niet meteen met de deur in huis te vallen) of formuleringen (voor interviews met de griffier werden de vragen anders gesteld).

Verwerking

De expertinterviews zijn letterlijk uitgeschreven en vervolgens axiaal gecodeerd. Ter ondersteuning van de analyse gebruikten we ATLAS.ti. Hoewel dit onderzoek niet gericht is op theorieontwikkeling, helpt ATLAS.ti ons bij het betrouwbaar en valide analyseren van het materiaal. In de transcripties is zowel automatisch als handmatig gecodeerd met enkele specifieke codes (te weten: controlefunctie, overige functies, behoeftes, beperkingen, kwaliteitsstandaarden en ontwikkelingen). Hierdoor is navolgbaar hoe we te werk zijn gegaan en krijgen we inzicht in de diversiteit van antwoorden en perspectieven en de mate waarin bepaalde perspectieven voorkomen. Of in termen van kwalitatief onderzoek, in hoeverre de perspectieven ‘grounded’ zijn.

Resultaten interviewfase

Waar het codeerproces zich richtte op specifieke codes over de controlefunctie van lokale media en behoeftes, beperkingen en ontwikkelingen in het algemeen, zijn er in de analyse de volgende noemers naar voren gekomen die in algemene zin in de Brabantse lokale journalistiek lijken te spelen. Deze noemers vormen de basis in de rapportage van de bevindingen in dit hoofdstuk. Of deze noemers voor lokale journalistiek in Brabant onderscheidend zijn t.o.v. andere provincies kan op basis van deze studie niet gesteld worden.

I. Relatie gemeenten en lokale journalistiek
II. Capaciteit en expertise
III. Eigen journalistieke research
IV Informatiefunctie en sociale cohesie
V. Betrokkenheid en kennis publiek
VI. Dynamiek media

I. Relatie gemeente en lokale journalistiek

▷ Tevredenheid griffiers en communicatieprofessionals

In de gemeenten die we hebben onderzocht zijn de griffiers en communicatieprofessionals over het algemeen tevreden - ze geven aan dat er structureel aandacht is van lokale media en het regionale dagblad en dat die aandacht van voldoende kwaliteit is - belangrijke onderwerpen worden in hun ogen goed gevolgd en indien nodig worden er kritische vragen gesteld. De griffiers geven aan dat ze bevoorrecht of 'gezegend' zijn met de media, omdat dit in hun ogen zeker niet voor alle gemeenten geldt. Er wordt daarbij onderkend dat journalisten meer keuzes moeten maken en dat dit niet altijd makkelijk is.

"Een vaste verslaggever van Brabants Dagblad woont bij ons de raadsvergaderingen bij en dat vinden we heel fijn. Niet heel veel gemeenten hebben dat tegenwoordig. Maar wij kunnen rekenen op heel veel interesse van het Brabants Dagblad." **gemeentelijk griffier**

"Ik zou een 8 geven. Ze zijn er altijd. Zorgen dat er over belangrijke zaken geschreven wordt. Bij belangrijke dossiers worden alle spelers benaderd. Ze zorgen ook altijd dat ze het college te pakken krijgen, ook individuele raadsleden worden gebeld. Ik word als griffie vaak gebeld. Ze zorgen dus dat ze van alle kanten informatie hebben. Dat gebeurt netjes. [...] Ik kan naar eer en geweten zeggen dat we hier gezegend zijn met goede lokale, goede verslaggeving. Ik lees vaak dat in sommige gemeenten er nooit iemand komt in de gemeenteraad. Bij ons zijn we echt gezegd met goede verslaggeving." **gemeentelijk griffier**

"Toen ik hier vroeger begon had je een journalist die alleen maar met Someren bezig hoefde te zijn. Die wist ook veel meer van Someren. Maar een journalist die twee gemeenten moet bedienen, dat wordt toch lastiger. Per onderwerp gaat het misschien niet ten koste van de kwaliteit, maar hij heeft niet de mogelijkheid meer om in heel veel onderwerpen te duiken. Hij moet veel meer keuzes maken." **gemeentelijke communicatiefunctionaris**

▷ Journalisten hebben gevoel kritisch te kunnen zijn

De respondenten die vanuit de journalistiek zijn gesproken geven een gemengd beeld. Enerzijds geven respondenten aan de gemeente waar zij zelf over berichten goed in beeld te hebben, soms ook in termen van de controlefunctie. Daarbij geven ze ook aan kritisch te kunnen zijn.

"Ze willen ook gewoon dat ik kritische vragen stel. De vorige burgemeester zei [...] dat moet je gewoon vragen. Gewoon kritische vragen stellen en daar schrikken ze ook helemaal niet van.." **hoofdredacteur lokale omroep**

"Als je de wethouders spreekt dan zeggen ze altijd: 'ik vind het juist fijn om kritisch gevolgd te worden'." **redacteur HAH-blad**

▷ Gebrek aan resources:

Aan de andere kant wordt door de ondervraagde journalisten en eindredacteuren gebrek aan resources genoemd om alles goed te blijven volgen of te onderzoeken. Veel respondenten geven aan dat er keuzes gemaakt moeten worden en dat niet alle relevante zaken en gemeenten structureel gevolgd kunnen worden.

▷ Minder gouvernementeel nieuws?

Ook wordt genoemd dat gemeentelijke vergadering niet altijd meer de meest voor de hand liggende media-content oplevert. Een respondent signaleert mede daarom dat er in de loop der jaren minder 'gouvernementeel' nieuws wordt gebracht.

"De gemeenteraad was vroeger heilig, daar gaan we nu niet allemaal meer heen. Enerzijds omdat je de mensen niet hebt, maar óók omdat het nou niet altijd het meest spannende, goed gelezen nieuws is." **verslaggever regionaal dagblad**

"Ik vind een raadsvergadering totaal niet meer van deze tijd. Het is bijna debiel hoelang het duurt. [..] ik krijg niemand gevonden die daar wil zitten. Een freelancer krijgt per woord betaald, als die daar vier uur gaat zitten voor een verhaal van 500 woorden, krijgt hij 80 euro. Dat gaan ze niet doen." **redacteur HAH-blad.**

▷ Online raadsvergaderingen vooruitgang:

Een ontwikkeling op het gebied van gemeentevoorlichting is dat de raadsvergaderingen online gevolgd kunnen worden, al dan niet gefaciliteerd door de lokale omroep (zoals in Someren en Geertruidenberg). Dat wordt door het merendeel van de respondenten gezien als een vooruitgang, omdat dit de transparantie vanuit de gemeente vergroot en journalisten zo efficiënter hun tijd kunnen indelen.
Anderzijds zien sommigen dit ook als een ontwikkeling die de journalistieke aandacht kan doen verschralen; het online volgen van een vergadering werkt versnelling in de hand (een stuk staat soms al online terwijl de vergadering nog niet is afgelopen) en het kan ook in plaats zijn gekomen van schriftelijke notulering door de gemeente.

"Het komt ook weleens voor dat ik het niet haal, bijvoorbeeld, en dan kijk ik gewoon thuis. Of als ik denk van vanavond zit er niet veel in, dan kan ik het ook thuis nakijken." **verslaggever regionaal dagblad**

"...dan zie ik al een artikel online verschijnen terwijl de raadsvergadering nog gewoon bezig is. Enerzijds denk ik 'superknap, dat wel'. Aan de andere kant denk ik: 'nou dan heb je ook geen tijd genomen om echt mensen te horen over iets'. Dus die snelheid kan nog weleens ten koste gaan van de kwaliteit." **Gemeentelijk griffier**

▷ Niet alle gemeentelijke informatie goed ontsloten & groeiende communicatieafdelingen vormen uitdaging

Een belangrijke behoefte die er in lokale journalistiek speelt is dat informatie vanuit de gemeente of provincie goed beschikbaar is. Gemeenten verschillen in de mate waarin informatie proactief beschikbaar wordt gesteld. Sommige

gemeenten i.c. colleges versturen persagenda's of organiseren 'persgesprekken'. Soms gaat dat middels de griffie, maar niet in elke gemeente. De ene gemeente doet dat wekelijks, de andere gemeente alleen bij opvallende, belangrijke momenten. Al lijken gemeenten en journalisten van mening te verschillen over wat 'belangrijk' is.

> *"Soms zijn er heel belangrijke dingen gaande geweest en dan denk ik: waarom heb je hier niet even een persgesprek [voor georganiseerd]."* **Verslaggever regionaal dagblad**

Meer ervaren journalisten hebben directe communicatielijnen met voorlichtingsambtenaren en een enkele journalist heeft de 06-nummers van wethouders. Respondenten geven aan dat ze soms lang moeten wachten op reacties van communicatieafdelingen. In hun ogen soms onnodig stroperig. De groeiende bezetting op communicatieafdelingen van de gemeenten lijkt er paradoxaal genoeg soms toe te leiden dat journalisten juist minder goed aan relevante informatie kunnen komen.

> *"...die [zorg] heeft niet alleen te maken met het feit dat wij minder mensen hebben. Het heeft er ook mee te maken dat aan de aanbod kant er iets verandert. Er zijn gemeenten waar ze meer voorlichters rond hebben lopen dan wij hier journalisten op deze redactie. En die voorlichters daar zitten hele goeie tussen die gewoon goed begrijpen wat het publiek nodig heeft en wat onze taak is, maar er zijn ook voorlichters die eigenlijk veel meer proberen de organisatie zo goed mogelijk over het voetlicht te brengen."* **redactiechef regionaal dagblad**

II. Capaciteit en expertise

Het gebrek aan mankracht wordt door veel journalisten en eindredacteuren genoemd waarbij er zowel kwantitatieve als kwalitatieve uitdagingen worden genoemd.

▷ Ze ervaren allereerst dat er te weinig mensen zijn voor een te grote taak.

> *"Ik heb het gevoel dat ik niet helemaal kritisch die raad kan volgen omdat we met te weinig mensen zitten. Ik kan niet meer elk ding doen."* **verslaggever regionaal dagblad**

> *"Eigenlijk is dat heel pijnlijk vind ik, voor mezelf. Want ik zou veel liever daar op sommige onderwerpen volle bak inhakken, alleen puur omdat ik de tijd en de manschappen niet heb, is dat gewoon bijna niet te doen."* **redacteur HAH-blad.**

> *"We hebben zoveel bezuinigd. De afgelopen tien jaar is het heel heftig geweest. Ik denk dat wij gehalveerd zijn in het aantal mensen. Dus dan moet je het doen met de mensen die je hebt."* **verslaggever regionaal dagblad.**

▷ Kwalitatieve uitdagingen

Er wordt niet alleen gewezen in de richting van gebrek aan middelen en personeel, maar ook dat het lastig is **kwalitatief goede mensen** te vinden. Met name bij lokale omroepen en HAH-bladen is het een uitdaging om mensen **met de juiste expertise en mentaliteit (geen 9-5)** in huis te halen.

> *"Dat is met ons budget niet haalbaar. Die kennis hebben wij ook niet in huis. Stel je voor dat wij hier iets zouden ontdekken over een wethouder, nou ik hou mijn hart vast want dat kunnen wij nooit van z'n leven brengen. Want ze zagen ons gewoon bij de enkels af."* **Leidinggevende lokale omroep.**

Verder is er ook behoefte aan **nieuwe expertises** om alle informatie te ontsluiten/ verifiëren en verwerken. Er worden kansen gezien in de richting van datajournalistiek, maar kennis en ervaring van redacties op dit gebied is maar mondjesmaat aanwezig. En ook op lokaal niveau krijgen journalisten met desinformatie te maken. Een trend die de noodzaak van lokaal onderzoekswerk en nieuwe expertises onderstreept.

> *"Die had een heel goed account met allemaal gegevens waar die had gewerkt. Toen hebben we zijn profielfoto door google gehaald en toen kwamen we uit bij een professor aan Harvard. Dus dat was ook gewoon een nep-account."* **redacteur HAH-blad**

▷ Meer in het algemeen wordt de transitie naar online door veel respondenten als een uitdaging genoemd. Het ligt in de lijn der verwachting dat outlets zich de komende jaren nog meer online gaan manifesteren. Diverse respondenten geven aan dat de doelgroep zich naar online lijkt te bewegen, ook op lokaal niveau. Er zijn lokale omroepen die daar op voorsorteren.

> *"Wij merken wel dat er meer mensen op reageren als wij nou iets neerzetten op facebook, twitter of insta. In het verleden was dat niet. Ik denk tot 1,5 jaar geleden dat daar helemaal niet op gereageerd werd en wij deelden zelf ook geen nieuws. Dus we hebben een social mediateam opgezet die dat nou actief aan gaat pakken."* **leidinggevende lokale omroep**

> *"Heel vaak is het centrale punt van die omroepen toch televisie en daar moet je vanaf. Instagram, Facebook en de site is echt belangrijker. Zeker met nieuws."* **bestuurder lokale omroep**

> *"Nu gaan er een stuk of tien mensen vloggen. Die hebben een camera, die lopen mee en die vertellen en staan zelf daar zo in beeld. Dat is natuurlijk nieuwigheid, maar het is geen televisie. Je hebt wel constant beeld zo. Ja, vandaag ook weer. Dus de mooie filmerij is eraf. Vroeger dachten we dat we Steven Spielberg moesten gaan creëren, die tijd is voorbij."* **hoofdredacteur lokale omroep.**

III. Eigen journalistieke research

▷ Weinig eigen onderzoek; veel behoefte aan meer onderzoekscapaciteit

Meerdere lokale media, met name de lokale omroepen, geven aan het nieuws goed te *volgen* en minder *agenderend* zijn dan ze zouden wensen. Van eigen onderzoek is bij de lokale bladen en omroepen zelden sprake. Respondenten geven aan daar veel behoefte aan te hebben, maar daar nu onvoldoende tijd en middelen voor te hebben.

> *"Het zou wel een plus zin als er meer geld komt voor onderzoeksjournalistiek. Om mensen vrij te spelen om echt iets goeds uit te zoeken. Want goed onderzoek kost natuurlijk tijd en dus geld en daar is niet altijd de ruimte voor."* **verslaggever regionaal dagblad**

> *"Echt graven dat doen we niet, want dat dat lukt gewoon niet. Als we ergens tegenaan lopen dan bel ik de afdeling van de gemeentecommunicatie en dan zeg ik van jongens ik ben hier tegenaan gelopen, hoe zit dat?"* **leidinggevende lokale omroep.**

Dit wordt overigens ook door griffiers en communicatie-functionarissen onderkend:

> *"Ik denk wel dat er meer te halen valt voor journalisten als ze meer aandacht kunnen besteden aan de gemeente. Als ze daar meer op kunnen inzetten [...] zich in meer onderwerpen konden*

verdiepen. Bij sommige dingen denk je, daar zouden ze toch wat meer mee kunnen en dat gebeurt dan niet." **gemeentelijk griffier**

"Als het gaat om versterking, dan moet je inzetten op inhoudelijke versterking. Wat mij betreft, mag een [HAH-blad als] Mooi Rooij of een Mooi Schijndel ook veel meer de analyse in dan dat ze nu doen." **gemeentelijk griffier**

▷ Meer samenwerkingen andere onderzoeksinstellingen

Er liggen informatiebehoeftes bij het onderzoekswerk van Hogescholen en Universiteiten. Die kunnen een goede houvast zijn voor journalisten om op mee te liften of aan mee te werken. Meerdere respondenten verwezen ook naar de redactionele samenwerking tussen BN DeStem, Eindhovens Dagblad, Brabants Dagblad die samen met Investico onderzoek doen naar 'Ondermijning door drugscriminaliteit' in Brabant .[24] Eerder was er een samenwerkingsonderzoek naar 'Wie heeft het in Den Bosch voor het zeggen?'

IV. Informatiefunctie en sociale cohesie

Respondenten benadrukken in de gesprekken de journalistieke kernfuncties waaronder het brengen van informatie en het controleren van beleid en bestuur.

▷ Sterke gemeenschapszin; veel belangstelling lokaal nieuws

Gemeenten en dorpskernen in Brabant kenmerken zich vaak door een sterke identiteit. In dat opzicht verschilt deze studie met die van bijvoorbeeld Zuid-Holland waar volgens De Jong en Koetsenruijter maar weinig mensen zich Zuid-Hollander noemen (2019, p 79). Dat is zowel een kracht als een beperking op niveau van lokale journalistiek. Beperkend is dat de nauwe onderlinge banden tussen journalisten en nieuwspersonen de onafhankelijkheid onder druk kunnen zetten. Krachtig is dat er vanuit een sterke gemeenschapszin op veel plaatsen in Brabant belangstelling is voor lokaal nieuws. De meeste respondenten zien dan ook dat hun producties goed gelezen, beluisterd of bekeken worden. De gemeenschap is vaak hecht en heeft in sommige gevallen een kenmerkende samenstelling, zoals in Someren.

"Dat is eigenlijk een gemeente van allemaal ondernemers. Die voelen zich ook een beetje geïsoleerd van de rest van de regio. Ze horen wel bij De Peel en ze horen ook wel bij Zuid Oost Brabant en toch liggen ze een beetje aan de rand. Ja, eigenwijs zijn ze daar." **redactiechef regionaal dagblad.**

▷ Duiding globaal naar lokaal

Waar het gaat om de informatiefunctie wordt de vertaling van bredere thema's naar lokaal niveau genoemd. Daarbij wordt ook relevant nieuws van andere media doorgezet:

" Als het maar over onze gemeente gaat. Dus echt Raamsdonk, Geertruidenberg en Raamsdonksveer. Dus als BN DeStem een keer een verhaal ergens over heeft, en het is interessant, dan plaatsen jullie het door? Ja, dan doen wij het gewoon delen". **leidinggevende lokale omroep**

"Dat je dingen die mondiaal spelen terug kunt brengen naar je eigen achtertuin. Wat betekent dit nu voor mijn voor mijn leefomgeving? We weten allemaal dat de poolkappen smelten, maar wat betekent dat [...] voor mijn straat en mijn omgeving? Daar wil ik wel echt op ingaan." **hoofdredacteur lokale omroep**

24 https://www.ed.nl/brabant/aanpak-brabantse-drugsindustrie-faalt-en-het-ziet-er-niet-naar-uit-dat-dat-de-komende-jaren-verandert~af31237c/

▷ Service en agendafunctie

Ook wordt de service- en agendafunctie genoemd, die naast het bieden van relevante informatie vooral ook een sociale functie speelt in de gemeenschap.

▷ Uitdagingen bij fusiegemeenten

Inwoners van een bepaalde dorp of deel van een gemeente hebben specifieke belangstelling voor hun eigen woonomgeving. Alles wat daarbuiten valt, in het andere dorp of aan de overkant van de rivier, wordt snel minder relevant. Het fuseren van streekredacties bij regionale dagbladen leidt er soms toe dat verhalen uit bepaalde streken soms niet meer bij lezers terechtkomen en dat kan abonnees kosten omdat die zich niet meer bediend voelen.

> *"Je hebt Raamsdonk, Raamsdonksveer en Geertruidenberg en dat [is] allemaal eigen bloedgroep. Dus als Raamsdonk al drie weken niet in de krant staat, dan wordt er geklaagd. Als dat naampje er maar staat, dat is wel belangrijk. Die [lezers] klagen wel."* **verslaggever regionaal dagblad**

Een respondent gaf aan dat ze om die reden ook wel bewust stukken publiceren waarbij meerdere gemeenten samen worden belicht. Om het gevoel te creëren dat ze wel degelijk bepaalde gemeenten in het vizier hebben.

> *"Nu doen wij combinaties van gemeenten of we proberen het heel praktisch op te lossen door een keer een overall verhaal te maken. Niet allemaal fragmentjes, maar gewoon een keer een spread. Waardoor je dan toch weer het gevoel geeft van 'hé, verrek ze zitten bovenop de zaak'."* **redactiechef regionale redactie.**

> *"[Samenwerking] is natuurlijk een fantastisch idee, alleen er zit een hele grote maar aan en daarom gaat het nooit gaat gebeuren. Schijndel richt zich op Schijndel, Rooij richt zich op Rooij en Veghel richt zich op Veghel. Dus als er iemand van Rooij gaat zitten, maakt die een verhaal voor Rooij en dat is voor hún lezers. En dat is voor mij weer niet interessant."* **redacteur HAH-blad**

V. Betrokkenheid en kennis publiek

▷ Grote betrokkenheid/ inzet van vrijwilligers

Een kracht van lokale journalistiek is de verankering in de haarvaten van de samenleving. Het Eindhovens Dagblad bijvoorbeeld werkt al heel lang met zogeheten correspondenten en Omroep SIRIS geeft aan te beschikken over veel vrijwilligers.

> *"Maar iedereen is wel met een ding bezig: nieuws, foto's, filmpjes over hun eigen dorp. Hoe mooi kan het zijn. Ik heb mensen een hobby gegeven. Een mooiere hobby kunnen ze niet hebben. Mensen gaan ook niet zomaar weg hier. Als je de 65 bent gepasseerd en je bent altijd iemand geweest die midden in het leven stond en tussen de mensen en je komt thuis: dan ga je lekker bij Siris werken."* **hoofdredacteur lokale omroep**

▷ Voor- en nadelen vrijwillige inzet

Kenmerkend voor lokale gemeenschappen is ook het werk van belangengroepen en van zogeheten éénpitters: actieve, betrokken burgers die op eigen titel (en vaak zonder verdienmodel) de gemeente volgen.

> *"Er zijn een groot aantal belangengroepen in Raamsdonk en in Waalwijk en die hebben iemand die ook de Langstraat bekijkt en die zeggen van ja dat moeten we ook aan hem doorgeven. Dat soort dingen krijg ik weleens te horen ja. En ook mailtjes:*

hoe kan het zijn dat de OZB bij mij 14 gemeenten gestegen is terwijl dat helemaal niet mag. Kan je dat eens uitzoeken?" **redacteur HAH-blad**

Dat heeft voor-en nadelen. Het hobbyisme kan soms veel extra kennis en expertise opleveren, zoals een gepensioneerde journalist die met expertise de gemeenteraad volgt of actieve burgers die onderwerpen en kennis aandragen. Maar respondenten kijken ook met enig argwaan naar deze betrokkenheid vanwege een mogelijke politieke kleuring en omdat ze vooral energie steken in wat ze nu eenmaal leuk vinden om te doen.

"In de kern zijn het hobbyisten die graag mooie dingen willen maken, en het vooral heel goed willen doen." **leidinggevende lokale omroep.**

"Ons standpunt is: een lokale omroep is geen hobbyclub. Je moet hier niet naartoe komen om door de gemeenschap betaald jouw hobby te kunnen uitvoeren. Ja, want dan moet de papiermarchévereniging ook subsidie krijgen." **leidinggevende lokale omroep**

"Het probleem is vaak dat dat gebeurt door mensen die politiek gekleurd zijn. Zeker in de vrijwilligershoek zijn er de mensen die nog politiek volgen, zijn vaak zelf van een politieke partij. En dat is wel een belemmering bij een publiek zo objectief mogelijk [infomeren]." **redactiechef regionaal dagblad**

▷ Meer onderzoek naar kansen publieksgerichtheid

Tot slot noemen respondenten veelal ook dat er weinig kennis is over het publiek en dat er mogelijk kansen liggen om meer expertisegroepen aan te haken, maar dat kennis en ervaring daarmee ontbreekt.

Een respondent geeft echter aan dat ze vanuit de uitgever bij hun HAH-blad werken met een online 'burgerpanel', waarmee ze relatief eenvoudig vragen aan het publiek kunnen voorleggen. De regionale bladen doen structureler publieksonderzoek, maar redacteuren geven aan dat daar dan 'al een tijd niet van gehoord hebben' of zeggen 'dat moeten we nodig weer eens doen'.
Een strategie om jongeren te bereiken met lokaal nieuws kan volgens een respondent ook liggen in de programmering eromheen, zoals muziek. Maar ook aantrekkelijke vormgeving en het hebben van een herkenbaar beeldmerk ziet hij als manier om het bereik te vergroten.

VI. Dynamiek tussen mediumtypen

▷ Concurrentie houdt scherp

De veronderstelling dat concurrentie tussen mediatitels elkaar scherp houdt, leeft ook onder journalisten in Brabant. Meer concurrentie helpt journalisten om hun werk naar een hoger niveau te tillen. Het is bijvoorbeeld stimulerend dat er zowel HAH-bladen als een levendige lokale omroep actief zijn.

▷ Er leven echter ook **zorgen over de monopoliepositie van DPGMedia.**

"Die gaan steeds meer plekjes in Noord-Brabant pakken. Ik denk dat dat niet goed is voor de journalistiek." **redacteur HAH-blad**

▷ Samenwerking wisselend succes

Door lokale en regionale media wordt gesproken over onderlinge samenwerking op projectbasis. Niet zelden blijft het steken bij goede bedoelingen ('dat hadden we, maar we hebben er niks meer van gehoord') of blijkt de samenwerking minder op te leveren dan gehoopt.

Op lokaal niveau kan samenwerking uitkomst bieden. Lokale omroepen zien veel mogelijkheden in samenwerking, met name op het gebied van scholing en het uitwisselen van content. Er zijn verschillende lokale omroepen die elk hun eigen kracht hebben - redactie, audio of video. Waar zij dat van elkaar weten, kunnen ze elkaar versterken. Ook HAH-bladen kunnen in zekere symbiose leven. De redacteuren van Stadskrant Veghel en de MooiRooij Krant (verschillende uitgeverijen) leveren onderling content uit, met gesloten portemonnee en onder overeengekomen publicatiemomenten.

De behoefte aan samenwerking is niet altijd wederzijds. In theorie zouden de lokale journalisten inhoudelijk de meer regionaal georiënteerde media van content kunnen voorzien, maar in de praktijk levert dat inhoudelijk weinig op.

> *"Wat zou het voordeel zijn van samenwerken met een huis-aan-huiskrant? Ik zie de synergie niet. Nee, ik wil meer materieel en meer FTE!"* **verslaggever regionaal dagblad**

Daarnaast heeft samenwerking tussen regionale bladen en omroepen zijn beperkingen. De onderlinge concurrentie heeft een belangrijke functie en bovendien zijn er juridische belemmeringen. Hoewel er vanuit regionale bladen weinig intrinsieke belangstelling lijkt te zijn voor inhoudelijke samenwerking, lijkt er op technisch gebied wel meer samenwerkingsbehoefte vanuit regionale dagbladen; de lokale omroepen hebben bijvoorbeeld ook meer av-middelen ter beschikking.

Regionale media spelen een rol in het verspreiden van lokaal nieuws dat relevant genoeg is voor een groter gebied. Het belangrijkste lokale nieuws kan worden doorgeplaatst naar het algemene katern van dagbladen. Ook de regionale omroep vervult zo'n rol. De omroep doet – mede vanwege haar rol als calamiteitenzender – verslag van grotere zaken. Dat leidt soms ook wel eens tot frustratie bij de regionale of lokale journalisten die aan de basis van een bepaald nieuwsfeit hebben gestaan.

Hoofdstuk 4:

Samenvatting

Op basis van de voorafgaande hoofdstukken zijn inzichten gegenereerd waarmee de gestelde onderzoeksvragen beantwoord kunnen worden.

1 Wat is stand van zaken van lokale (en regionale) journalistiek in Noord-Brabant?

▷ Aanbod in kwantitatieve zin op orde

Op basis van de gemaakte aanbodsanalyse kunnen we stellen dat de gemeenten in Brabant in kwantitatieve zin een aanzienlijk media-aanbod hebben. Zelfs in kleinere gemeenten is er keuze uit meerdere titels.

▷ Regionale dagbladen en huis-aan- huisbladen domineren berichtgeving

Uit de gemaakte inhoudsanalyse van drie kleine Brabantse gemeenten zien we dat BN DeStem (Geertruidenberg), Brabants Dagblad (Meierijstad) en Eindhovens Dagblad (Meierijstad & Someren) het leeuwendeel van de berichtgeving verzorgen. In Someren neemt ook de lokale omroep een aanzienlijk deel van de berichtgeving voor haar rekening.

▷ Kort nieuws & politiek nieuws domineert

In de Brabantse gemeenten die voor deze casestudy zijn gevolgd, werden in het nieuwsaanbod overwegend korte nieuwsberichten gevonden. Uitgebreide achtergrondverhalen/ analyses of commentaren zijn nauwelijks getraceerd.

Er is de gemeenten overwegend aandacht voor politiek nieuws, op de voet gevolgd door onderwerpen ‘uitgaan & vrije tijd’ en veiligheid. Dit beeld strookt met eerdere onderzoeken uitgevoerd door Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2014, 2018).

▷ Goede relatie bestuurders & media, met uitdagingen voor de toekomst

Op basis van het respondentenonderzoek zien we dat journalisten en bestuurders in de regio aangeven dat er sprake is van een goede relatie. De ontwikkelingen in de regio worden goed gevolgd, journalisten geven aan kritisch te kunnen zijn en de geconsulteerde griffies geven aan dat er een actieve en gezonde journalistieke sector in hun gemeente actief is.
Er worden hier ook uitdagingen genoemd. Met name het gebrek aan tijd en middelen om alle dossiers goed te volgen wordt door veel respondenten genoemd.
Ook worstelen geconsulteerde journalisten met de groeiende communicatieafdelingen van gemeenten. Meer onderzoek naar deze relatie strekt dan ook tot de aanbevelingen, temeer omdat voor deze pilotstudie slechts drie kleine gemeenten onder de loep zijn genomen.

▷ Behoefte aan meer resources (kwalitatief/ kwantitatief)

Het gebrek aan mankracht wordt door veel journalisten en eindredacteuren genoemd waarbij er zowel kwantitatieve als kwalitatieve uitdagingen spelen. De redacties hebben moeite om alle taken met de beschikbare resources goed in te vullen. Er is naast behoefte aan meer mankracht vooral ook behoefte aan mensen met specifieke skills, waaronder kennis van online onderzoek en het digitaal ontsluiten van nieuws (en de daarmee gepaarde gaande nieuwe formats).

▷ Weinig ruimte/ middelen voor onderzoek

De inhoudsanalyse en het respondentenonderzoek wijst uit dat er weinig ruimte is voor eigen onderzoek. De geconsulteerde journalisten en eindredacteuren geven aan daar graag meer nadruk op te willen leggen maar wijzen naar gebrek aan middelen (tijd en expertise) om hier voldoende ruimte voor te maken.

▷ Lokale journalistiek belangrijke sociale functie

Het respondentenonderzoek laat zien dat journalisten en hoofdredacteuren zelf vooral ook de sterk sociale functie van hun medium beschrijven.
Uit de inhoudsanalyse in dit onderzoek valt tevens op dat burgers vaak als bron worden opgevoerd. Dat is vanwege de lokale focus van de mediatitels een logische keuze en wijst erop dat de functie van lokale media ook sterk geeint is op het weergeven van de gemeenschap en minder in het kritisch volgen van gemeentelijk bestuur en andere instituten.
Op basis van de uitgevoerde publieksscan wordt ook genoemd dat het regionale nieuws sterk bijdraagt aan het 'wij-gevoel', al is deze scan niet afdoende om hier conclusies aan te verbinden.

II. Welke algemene ontwikkelingen zijn er te identificeren die ingrijpen op het fungeren en functioneren van de lokale journalistiek in de regio?

▷ Huis-aan-huisbladen onder druk

In totaal worden er in de provincie Noord-Brabant 99 huis-aan-huisbladen bezorgd, ten minste één in elke gemeente met een gemiddelde van 2,8 per gemeente. Dit is een flinke daling ten opzichte van de laatste telling uit 2012. Toen verschenen er gemiddeld 4,1 huis-aan-huisbladen per gemeente in de provincie .[25]
Er is in juni 2019 een wetsvoorstel ingediend waarbij de verplichting voor gemeenten vervalt om gemeentelijke berichten in huis-aan-huisbladen te publiceren. Voor huis-aan-huisbladen zal dit voorstel in sommige gemeenten een inkomstenderving betekenen.
Ook gaan begin volgend jaar (2020), in navolging van Amsterdam, een aantal gemeenten de zogeheten Ja-Ja sticker invoeren. Bewoners moeten dan actief aangeven of ze nog ongeadresseerde folders evenals huis-aan-huisbladen willen ontvangen.
Er is in deze studie geen onderzoek gedaan naar de manier waarop het lokale nieuwsaanbod aansluit op de behoeften van de nieuwsconsumenten. Wel is een publieksscan uitgevoerd, waarbij 45 respondenten uit de betreffende gemeenten zijn geconsulteerd naar hun nieuwsmenu. Uit deze scan (toegevoegd als appendix), blijkt dat huis-aan-huisbladen door nieuwsconsumenten met name geraadpleegd worden vanwege de gemeentelijke berichten en de agendafunctie. Het is dan ook de vraag of ze deze informatie ook weten te vinden als gemeenten dit zelf gaan publiceren.

▷ Schaalvergroting

Begin 2019 heeft De Persgroep haar naam gewijzigd in DPG Media. Afgelopen 25 jaar is het concern door samengaan van PCM Uitgevers en Perscombinatie en Meulenhoff & Co (1994), een fusie met VSNU (2012), overname van Wegener Media (2015) en vervolgens van o.a. videobedrijf My Channel en De Ondernemer (2016) uitgebreid tot het grootste mediahuis van Nederland. In 2018 werd door de overname van Medialaan in België (moederbedrijf van diverse commerciële radio- en televisiezenders) en Independer in Nederland (vergelijkingssite

25 Zie Kik, Bakker & Buijs (2013)

van financiële producten) ook een stevige internationale strategie ingezet. En in december 2019 werd ook Sanoma ingelijfd bij DPG media.
Met titels als BN DeStem, Brabants Dagblad en Eindhovens Dagblad, verzorgt DPG Media het leeuwendeel van het nieuws in Brabant.
De uitbreiding van het mediahuis heeft enerzijds het voordeel dat met de schaalvergroting ook de mogelijkheden voor innovatie toenemen. Zo zet DPG Media sterk in op een digitale strategie waarbij o.a. geëxperimenteerd wordt met nieuwe vormen van het ontsluiten van online content. Daarmee wordt o.a. getracht ook een jongere doelgroep te bereiken. Ook zien we dat juist de Brabantse dagbladen snel in staat zijn nationale content van DPG titels door te zetten naar de regio (zie daartoe ook de inhoudsanalyse in hoofdstuk 2).
Een nadeel van het groeiende mediahuis is dat kleine titels nauwelijks de concurrentie kunnen aangaan; daarmee zou de diversiteit van het aanbod kunnen verschralen. De veronderstelling dat concurrentie tussen mediatitels elkaar scherp houdt, leeft ook onder journalisten in Brabant.

▷ Streekomroepen

De OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) zet sinds een aantal jaar in op de vorming van 'streekomroepen': omroepen die zendvergunningen hebben voor twee of meer aan elkaar grenzende gemeenten. De door de OLON opgerichte stichting NLPO (Nederlandse Lokale Publieke Omroepen) sloot in 2015 een vernieuwingsconvenant met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten en heeft zich als doel gesteld om landelijk tot tachtig streekomroepen te komen, waarvan tien in de provincie Noord-Brabant.[26]

De samenwerking tussen omroepen komt op gang. Op dit moment zijn er in Brabant 8 omroepen die zendvergunningen hebben voor meer dan één gemeente. Omroep Brabant verkent de mogelijkheden tot samenwerking met lokale omroepen, door uitwisseling van beelden en agenda's.

▷ Transitie online vormt uitdaging

We zien dat de transitie naar online ook voor veel landelijke outlets een uitdaging vormt. Journalisten zien dat het digitale speelveld mogelijkheden biedt om nieuwe doelgroepen te bedienen, vooral ook jongeren, maar weten nog niet goed welke vormen en middelen daarbij passen.
Dat geldt ook voor het beter betrekken van doelgroepen bij het redactionele proces. De wens om meer publieksgericht te werken wordt regelmatig genoemd, maar gebrek aan kennis en expertise vormen een belemmering.

26 Zie VNG, OLON & NLPO (2015) en NLPO (2018). Zie ook https://www.nlpo.nl/overzichtstreekomroepen voor een overzicht van de door de NLPO voorgestelde indeling van streekomroepen.

Conclusies

Op basis van de gemaakte scan van het media-aanbod, de inhoudsanalyse en de interviews met respondenten komen we tot de volgende conclusies

1. infrastructuur in Provincie Noord-Brabant op orde

Er is een behoorlijk aanbod van titels bij alle 62 gemeenten.
In de drie onderzochte gemeenten blijkt ook dat de journalistieke media in staat zijn om een kritisch tegenwicht te bieden op momenten dat daartoe zichtbaar aanleiding is. In dat geval zijn verslaggevers van regionale bladen, geroutineerde redacteuren bij HAH-bladen en – indien het nieuws relevant genoeg is voor een groot verspreidingsgebied ook verslaggevers van de regionale omroep – toegerust om het lokaal bestuur van een kritisch tegengeluid te voorzien.

We zien dat de regionale dagbladredacties qua dossierkennis, ethisch geweten, journalistieke ervaring en eigen research boven andere mediatypen uitsteekt. Op inhoudelijk vlak zijn ze een belangrijk baken voor andere spelers. Voor kleinere titels is het zelf creëren van een nieuwsaanleiding (eigen nieuws), buiten de bestaande agenda van de raadsvergadering om lastig.

Om de zogeheten witte vlekken -de plekken die momenteel journalistiek buiten beeld blijven- in de regio Noord Brabant in kaart te brengen is echter een uitgebreider onderzoek noodzakelijk. De drie gemeenten die voor deze pilotstudie zijn doorgelicht kunnen we niet als 'witte vlek' typeren. Om dat van de overige 59 gemeenten te kunnen zeggen moet daar per gemeente naar gekeken worden.

2 . Waakhondfunctie wisselend, waakzaamheid geboden

We zien dat er in de onderzochte Brabantse gemeenten verschillen zijn in hoe lokale en regionale media een waakhondfunctie vervullen, maar in de drie onderzochte gemeenten zijn journalisten in staat om kritisch het gemeentenieuws te volgen en daarover te rapporteren.
De geconsulteerde respondenten zien wel ruimte voor verbetering. Lokale mediatitels vullen gezien de beperkte capaciteiten, middelen en professionaliteit niet de gaten die de regionale titels noodgedwongen laten vallen. De regionale omroep versterkt wel de media-aandacht op het moment dat er aanleiding is gegeven door andere media, maar lijkt volgens andere mediapartijen niet per definitie een eigen signalerende of onderzoeksfunctie te vervullen, zeker niet structureel op lokaal niveau.

3. Behoefte aan (nieuwe) expertise, middelen & onderzoek

Er wordt door de respondenten een urgentie gevoeld om te professionaliseren, om over te stappen op nieuwe mediatechnologie, om nieuwe doelgroepen te bedienen en

om het proces van verdere personele bezuiniging bij regionale bladen te stoppen.
Er wordt daarbij vooral genoemd dat de transitie naar online veel extra inzet, kennis en middelen vraagt, die niet altijd voorhanden zijn. Ook wordt genoemd dat er behoefte is aan gebruikersonderzoek, vooral ook ten behoeve van betere doelgroepbenaderingen. Hier komen de nieuwsmedia zelf nu weinig aan toe.
Centraal staat de behoefte aan het kunnen inzetten van kennis en middelen voor het filteren, verifiëren en verwerken van informatie, als onderdeel van journalistieke research. Binnen de huidige infrastructuur is het voor de meeste nieuwsmedia niet mogelijk om structureel in alle gemeenten onderzoek te verrichten waarmee het gemeentelijk bestuur voortdurend kritisch wordt gevolgd. Zeker niet in dossiers en thema's die niet al op de gemeentelijke agenda staan.

Bijlagen

- **Bijlage 1**: toelichting op werkwijze dataset
- **Bijlage 2a**: Profielen nieuwsconsumenten
- **Bijlage 2b:** Toelichting publieksscan
- **Bijlage 3a:** 0verzicht respondenten
- **Bijlage 3b:** Topiclijst
- **Bijlage 4:** codeerinstructie Stimuleringsfonds voor de Journalistiek
- **Bijlage 5:** literatuurlijst

Bijlage 1: werkwijze dataset

De dataset is tot stand gekomen op basis van deskresearch. Er is bewust voor gekozen om de dataset zo uitgebreid mogelijk te houden. Dit om recht te doen aan het volledige media-aanbod in de provincie.

Categorieën nieuwsmedia

In het bestand vindt men een overzicht van alle lokale en regionale nieuwsmedia in de provincie Noord-Brabant. Deze zijn onderverdeeld in de volgende categorieën:

- Dagbladen
  Hier gaat het om (regionale) dagbladen zoals BN DeStem, Brabants Dagblad, Eindhovens Dagblad, de Gelderlander (editie Nijmegen) en het AD (Rivierenland).
- Dagbladen (website)
  Van elk dagblad is apart de website vermeld omdat de content die online wordt geplaatst niet altijd overeenkomt met de content van de printversies.
- HAH (huis-aan-huisbladen)
  Er is geen onderscheid gemaakt tussen huis-aan-huisbladen en nieuwsbladen.
- HAH (website)
  De meeste HAH-titels hebben ook een website. Omdat de content op deze websites niet altijd overeenkomt met de content van de printversies is ervoor gekozen om ook deze websites apart te vermelden. Het criterium voor opname van de website van een HAH-titel is dat er op de website ook daadwerkelijk 'nieuws' moet worden geplaatst.
- Lokale Publieke Radio
  Niet elke lokale omroep heeft een radiozender/televisiezender, zo beschikt de lokale omroep in Rucphen bijvoorbeeld enkel over een radiozender. Vandaar dat deze zijn uitgesplitst.
- Lokale Publieke TV
  Niet elke lokale omroep heeft een radiozender/televisiezender, zo heeft bijvoorbeeld de Lokale Omroep Haaren. Vandaar dat deze zijn uitgesplitst.
- Lokale Publieke Omroep (website)
  Als de omroep middels een website actief is waar uitzendingen kunnen worden beluisterd of worden bekeken, is deze opgenomen.
- Regionale Publieke Radio
- Regionale Publieke TV
- Regionale Publieke Omroep (website)
- Regionale Commerciële TV
- Regionale Commerciële TV (website)
  TV73 (in het 073-gebied in de omgeving van 's-Hertogenbosch) is de enige regionale commerciële televisiezender.
- Internettitels (online only)
  Deze categorie duidt mediatitels aan die uitsluitend op internet actief zijn (online-only). Denk hierbij bijvoorbeeld aan Indebuurt van de Persgroep en de KijkopCommunity in West-Brabant. Om deze websites op het spoor te komen is de volgende methodologie gehanteerd: op Google is de zoekterm [gemeentenaam] en [nieuws] ingevoerd en vervolgens zijn uit de eerste 30 websites (die aan de gestelde criteria voldoen) opgenomen.

Criteria

De criteria voor opname in de dataset zijn overgenomen uit het onderzoek van de Universiteit Leiden naar de regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland (2019): media worden opgenomen als ze zich *professioneel* en *onafhankelijk* presenteren, en als ze *lokaal geproduceerd nieuws* brengen.

Eveneens in navolging van de Universiteit Leiden vallen bepaalde (nieuws)media buiten het blikveld van dit onderzoek:

- Nieuwsbronnen op sociale media
- Landelijke producties en samenwerkingsverbanden
  Nieuws.nl is een voorbeeld van een landelijk medium dat ook plaatselijk nieuws plaatst. Het merendeel van de plaatselijke/gemeentelijke pagina's op Nieuws.nl bevat echter geen lokaal geproduceerd nieuws. Nu.nl is samenwerkingsverbanden aangegaan met lokale media in de provincie Noord-Brabant maar ook dit landelijke medium wordt niet opgenomen.
- 112-websites en aggregatiewebsites
  112-websites als 112brabant.nl plaatsen nieuws over hulpdiensten maar de content kan doorgaans niet als professioneel worden beschouwd. Aggregatiewebsites als brabantnieuws.nl en thuisinhetnieuws.nl zijn eveneens niet opgenomen omdat deze websites geen originele content plaatsen en enkel nieuws doorzetten van andere outlets.
- Hyperlocals/wijkapps
  Zogenaamde online 'buurtplatforms' als 'Onsthuus.nl' in de gemeente Boxmeer worden niet opgenomen. Op dergelijke platforms kunnen bewoners verzoeken plaatsen, hulp aanbieden en evenementen promoten. Het gaat hier dus niet om professionele producties.
- Organisatienieuws
  De websites en krantjes/magazines van o.a. gemeenten, bedrijven, ondernemersverenigingen en andere maatschappelijke organisaties zijn niet opgenomen omdat het hier niet gaat om onafhankelijke media.

BIJLAGE 2a Profielen Nieuwsconsumenten







Profiel 1: Anneke

Anneke is 71 jaar en woont al haar hele leven in de gemeente. Ze komt uit een groot gezin en is moeder en oma. Het lokale nieuws is belangrijk voor haar; ze kan met de buren, vriendinnen en familie praten over de lokale verenigingen en de ontwikkelingen die plaatsvinden in het dorp. De lokale TV omroep staat geregeld aan in haar huis en de huis-aan-huisbladen leest ze goed. 's Avonds kijkt zij het landelijk nieuws.

Profiel 2: Jos

Jos is een 54-jarige ondernemer in de lokale bouwsector. Hij is geïnteresseerd in lokaal nieuws dat betrekking heeft op zijn bedrijf. De thema's waar hij naar op zoek is gaan over gemeentelijke besluitvorming, bouw en ruimtelijke ordening in zijn omgeving. Maar Jos wil ook weten wat er speelt in zijn gemeente. Hij is graag aanwezig op (netwerk)evenementen en sociale bijeenkomsten zodat hij met mensen in contact kan komen.

Profiel 3: Sandra

Sandra is een 48-jarige huisvrouw. Een groot deel van haar tijd besteed zij aan haar twee kinderen die inmiddels op de middelbare school zitten. Sandra is geïnteresseerd in lokaal nieuws over onderwijs en veiligheid. Ze wil als bewoner ook graag betrokken zijn bij de ontwikkelingen binnen haar gemeente. Om deze reden volgt ze dagelijks het lokale nieuws via huis-aan-huisbladen, Facebook en televisie.



Profiel 4: Mirjam

Mirjam is 32 werkt 4 dagen in de week bij een groot bedrijf in Eindhoven en woont sinds kort in de gemeente. Zij is hier gaan wonen omdat het een rustige omgeving is voor haar jonge kinderen. Haar nieuwsinteresse beperkt zich tot de thema's die betrekking hebben op haar werk; ontwikkelingen op het gebied van technologie. In het weekend raadpleegt zij het lokale huis-aan-huisblad en facebook voor de uitgaansagenda.



Profiel 5: Stijn

Stijn is 15 jaar oud, hij zit op het VMBO van de lokale middelbare school. Behalve wat hij thuis meekrijgt aan nieuws als zijn ouders het journaal kijken, is hij amper geïnteresseerd in wat er speelt in de gemeente, "want daar kan hij toch niks mee". Als Stijn het voor het zeggen had, zou hij het wel weten: "de uitslag van de lokale voetbalwedstrijd op de voorpagina!" Al zou hij het dan liever via snapchat ontvangen dan via een Huis-aan-Huisblad.

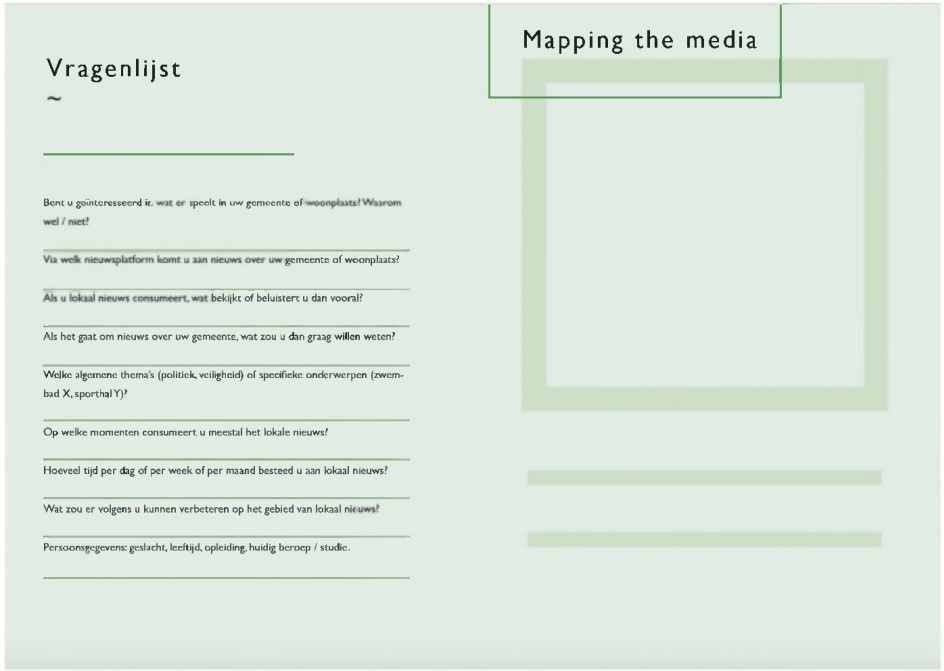


Profiel 6: Jeroen

Jeroen, 40 jaar, fulltime werkend is nauwelijks geïnteresseerd in wat er om hem heen gebeurt. Zijn buren kennen hem amper. Het lokale nieuws is niet aan hem besteed, tenzij het om zijn eigen directe woonomgeving gaat. Stel je voor, een doorgaande weg tegen zijn achtertuin! Jeroen zal de eerste zijn die naar de gemeente stapt om verhaal te halen als hij het nieuws hoort.

Bijlage 2b Toelichting publieksscan

Zoals in de inleiding aangegeven viel een uitgebreide publieksstudie naar de lokale nieuwsbehoeftes in Brabant buiten het bereik van deze studie. Dit rapport levert geen wetenschappelijke onderbouwing voor de manier waarop Brabanders momenteel informatie vergaren over de eigen regio, hun tevredenheid over en het vertrouwen in het huidige aanbod en hun mogelijke zorgen, frustraties of additionele wensen.
Om toch een indruk te krijgen van lokale nieuwsbehoefte zijn publieksinterviews gehouden in de drie voor deze studie geselecteerde gemeenten. Steekproefsgewijs zijn vijftien respondenten per gemeente geïnterviewd over hun informatiebehoefte, hun consumptie van lokaal nieuws en wat volgens hen eventuele verbeterpunten zijn. De vragen richtten zich op de volgende punten:



Van de in totaal 45 interviews zijn geluidsopnamen gemaakt. Van de respondenten is de leeftijd, hoogst genoten opleiding en/of huidig beroep vastgesteld. De interviews zijn afgenomen bij de Cultuur Haven in Veghel, en in het centrum van Sint-Oedenrode, Someren en Raamdonksveer.
De data die voortkwam uit de publieksinterviews is gecategoriseerd en hiervan zijn analyses gemaakt. De percentages die zijn vastgesteld worden niet in dit onderzoek naar voren gebracht; er is niet voldoende data beschikbaar om deze als een correcte vertegenwoordiging van lokaal nieuws te presenteren.
Algemene bevindingen uit de publieksinterviews zijn dat het lokale nieuws vrijwel door alle nieuwsconsumenten wordt geraadpleegd. Vaak betreft het dan informatie over belangrijke ontwikkelingen in de eigen gemeente en/of de agenda functie van huis-aan-huisbladen voor sociale activiteiten.

Uit de analyse van de publieksinterviews zijn duidelijk zes profielen van nieuwsgebruikers naar voren gekomen. De hoofdkenmerken van deze profielen worden in dit onderzoek beschreven. Zij geven een beeld van waar en waarom verschillende respondenten geïnteresseerd zijn in lokaal nieuws en de manier waarop Brabanders momenteel informatie vergaren over de eigen regio.

Omroepen

~

Nieuwsblads
BN DeStem/Oosterhout
Brabants Dagblad/Meierij
Brabants Dagblad/Veghel-Uden
ED/Noord
ED/Helmond
BN DeStem
Brabants Dagblad
ED
ED
De Langstraat
Het Kanton
De Meierij
De Mooi Rooi Krant
De Mooi Schijndel Krant
Erpse Krant
Groot Eindhoven
Kliknieuws Stadskrant Veghel
Nieuwsblad Traverse
Het Contact
Het Kanton
Kijk op Meijerijstad
De Meierij
De Mooi Rooi Krant
De Mooi Schijndel Krant
Groot Eindhoven
Kliknieuws Stadskrant Veghel
Nieuwsblad Traverse
Het Contact
Omroep Meierij
SIRIS
Omroep Meierij TV
SIRIS
TV73
TV73
Omroep Brabant
Omroep Brabant
Omroep Brabant
Omroep Brabant TV
Omroep Brabant TV
Omroep Brabant TV
Schijndel Online
TV Schijndel

Mapping the media
~
Interviews

BIJLAGE 3a – overzicht van respondenten

- bestuurder Omroep Meierijstad (lokale omroep Meierijstad)
- redacteur Stadskrant Veghel (HAH-blad Veghel)
- redacteur MooiRooikrant (HAH-blad Sint-Oedenrode)
- griffier Gemeente Meierijstad
- redactiechef Eindhovens Dagblad, editie Helmond
- hoofdredacteur SIRIS (lokale omroep Someren)
- redacteur Het Contact (HAH-blad Someren)
- verslaggever Brabants Dagblad, editie Meierijstad
- communicatiemedewerker Gemeente Someren
- voorzitter SLOG (lokale omroep Geertruidenberg)
- (politiek) redacteur De Langstraat (HAH-blad Geertruidenberg)
- verslaggever BN DeStem, editie Geertruidenberg
- griffier Gemeente Geertruidenberg
- hoofdredacteur, Omroep Tilburg (lokale omroep Tilburg)
- redacteur, DMG (lokale omroep Deurne)

Bijlage 3b Topiclijst

A. Huidige staat lokale media

Omschrijven van activiteiten van het uw eigen lokale nieuwsmedium

- Bezetting redactie, onderwerpselectie, informatieverzameling, redactieoverleg

Kwantiteit van het huidige lokale nieuws

- journalistieke media in ons overzicht bekend?
- Aanvullingen: nieuwssites, sociale media, éénpitters en andere lokale concepten

Controlefunctie van uw medium in uw gemeente

- Gemeenteraad, lokale politiek, complexe dossiers, provinciale staten
- Positieve / negatieve ervaringen – voorbeelden
- verschillende rollen door verschillende mediatitels
- Maak je wel eens eigen nieuws (o.b.v. eigen onderzoek). Waarom wel/ niet?

Hoe worden de overige functies van de journalistiek bediend?

- informeren, binden en eventueel andere functies

Hoe kijkt u aan tegen nieuwe (hyperlokale) media, zoals nieuwsmakers op sociale media, eenpitters en andere lokale concepten aan? Welke beeld heeft u ervan, wat weet u ervan, wat vindt u van de kwaliteit?

Motivatie lokale journalisten/ vrijwilligers

- waarom doe je dit werk?
- 'leuke verhalen' maken of diepgravend onderzoek?

Bezetting van lokale redacties is een probleem. In hoeverre is het realistisch te denken dat iemand uit de omgeving, diepgravende verhalen wil maken?

B. Ontwikkelingen lokaal medialandschap

Welke trends in het functioneren van de lokale en/of regionale medialandschap ziet u?

Wat kunt u / uw organisatie zelf doen om de kwaliteit van lokale media te verbeteren? Is er binnen uw organisatie ruimte om nieuwe wegen te exploreren en nieuwe gebieden te ontginnen? Bent u op de hoogte van specifieke problematiek rondom de kwaliteit van lokale media in uw regio? Heeft u hier zelf ook een rol in? Zijn er bijv. sterk concurrerende bedrijven die eventuele vruchtbare samenwerking in de weg staan of wordt samenwerking juist opgelegd? Zijn er eenpitters die niet onafhankelijk zijn maar wel veel invloed hebben, cultuurverschillen tussen mediabedrijven etc.?

B.1 Samenwerken

Zou u willen samenwerken met andere (hyper) lokale partijen?
Wat zou u van hen kunnen leren?
Heeft u eerder samengewerkt met andere partijen? Wat was u ervaring?

- Fusies
- journalistieke en niet-journalistieke professionals? Kan dat?

B.2 Innovatie

Wat gebeurt er op het gebied van innovatie

- Technische innovatie
- Inhoudelijke innovatie
- Organisatorische innovatie

Wat heeft u nodig?

- Vertelvormen
- Gereedschap

Is innovatie nodig om journalistiek te verbeteren/versterken?

Staan traditionele denk- en werkwijzen in uw organisatie innovatie in de weg? Of het feit dat u aan het 'overleven' bent? Hoe denkt u dat dit anders kan? Wat heeft u daarvoor nodig?

B.3 Rol van publiek

Welke groepen worden goed en niet goed bediend in de gemeente? Hoe weet u dat?
Heeft u contact met publiek? Maakt u gebruik van de expertise van uw publiek? Hoe kijkt u daartegenaan?
Denkt u dat dit de regionale media kan versterken?
Weet u wat uw publiek van uw medium vindt en verwacht? Doet u wel eens doelgroepenonderzoek?

C. Versterking van het medialandschap

Is er behoefte aan versterking? Waarom wel, waarom niet?
In welke vorm? Fondsen, Samenwerking of Scholing? Andere vormen? BBC-model?
Op welke niveau? (Nationaal, Regionaal of Lokaal)
Wie beheert of verdeelt? (bedrijfsleven, media of overheid, anders?)
Heeft u ervaringen in het verleden met (financiële) steun? Hoe verliepen die projecten/samenwerkingen?
Stel dat versterking van journalistiek wenselijk lijkt, is daarin dan een rol voor de provincie weggelegd? Wat is die rol?

LAATSTE VRAGEN

> Als we nog andere mensen in de gemeente moeten spreken, wie zou dat dan zijn?
> Welke plek in de gemeente adviseert u voor het afnemen van gebruikersinterviews?
> Wat zou u graag van de nieuwsgebruikers willen weten?

Bijlage 4: Codeerinstructie SdvJ

Onderzoek Nieuwsecosystemen G4-steden (2016-2017)

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek

Codeerinstructie (handleiding coderen deelonderzoek 1)

Inhoudsopgave

1. Inleiding p. 2
2. Algemene informatie p. 3
3. Handleiding bij het codeersjabloon p. 9
4. Praktische informatie p. 18

1. Inleiding

Beste onderzoeker,

Onderliggende handleiding dient als naslagwerk bij de codeerwerkzaamheden die je najaar 2016 zult uitvoeren voor het onderzoeksproject 'Nieuwsecosystemen van G4-steden'. Dit project borduurt voort op eerder onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek: Onder de overkoepelende titel 'Nieuwsvoorziening in de regio' bracht we in de jaren 2012 t/m 2015 de stand van de lokale journalistiek in kaart: 1)infrastructuur voor lokaal nieuws; 2)lokaal nieuws online; 3)aanbod en gebruik van lokaal nieuws in 'kleine' en 'grote' gemeenten (>50.000 inwoners); 4)lokaal nieuws in regionale dagbladen, 2004 vs. 2014.

Deze codeerinstructie beperkt zich tot het eerste van vier deelonderzoeken, dat een antwoord moet geven op de vraag 'Welk lokaal nieuws wordt door nieuwsmedia gebracht?' Voor het tweede deelonderzoek ('Hoe worden lokale nieuwsgebeurtenissen verslagen?') waaraan je een bijdrage zult leveren, krijg je te zijner tijd een aanvulling op deze handleiding.

Bij dit eerste deelonderzoek ga je lokaal nieuws coderen op de offline en online platformen van regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, regionale en lokale publieke omroepen en niet-landelijke commerciële omroepen. Afgezien van deze traditionele nieuwsmedia worden ook particuliere nieuwssites in dit onderzoek meegenomen, de zogeheten 'hyperlocals'. Je codeert zowel audio en video (radio en televisie), als geschreven nieuwsberichten die je aantreft in printuitgave en digitaal: website, app & nieuwsbrief. NB: in het tweede deelonderzoek – waarbij de focus komt te liggen op enkele grote nieuwsgebeurtenissen – wordt ook de berichtgeving op facebook, twitter en youtube onder de loep genomen.

Welke titels en kanalen je precies moet coderen vind je terug in het infosheet van de te analyseren stad: hierin vind je eveneens terug in welke vorm en via welke aanvliegroute de nieuwsberichten in een medium worden geïnventariseerd. Radioprogramma's beluister je bijvoorbeeld niet live, maar laten we als mp3 via wetransfer opsturen door de omroep, zodat we die desgewenst later kunnen herbeluisteren. Toegang tot papieren kranten wordt digitaal verkregen, hiervan codeer je de ePaper (= replica van de papieren krant). Hoewel de inhoudsanalyse overwegend kwantitatief van aard is, biedt het coderen van nieuwsproducties – het tellen van berichten en het indiceren ervan op onderwerp, genre, brongebruik en

originaliteit mogelijkheden om de kwaliteit van lokaal nieuws te beoordelen.

Om inzicht te krijgen in de kwantiteit en de kwaliteit van lokaal nieuws gaan we na hoeveel en wat voor lokaal nieuws er in G4-steden voor handen is, waaruit het aandeel van hyperlocals in de nieuwsvoorziening bestaat en welke rol is weggelegd voor verspreiding van lokaal nieuws via social media door media en niet-media (deelonderzoek 3). Dit doen we om een inzichtelijk te kunnen maken wat de eventuele toegevoegde waarde is van hyperlocals en social media binnen het nieuwecosysteem, ten opzichte van kranten en omroepen.

In deze handleiding vind je veel praktische informatie waarop je kunt terugvallen bij het coderen: wat te coderen, hoe het codeersjaboon in te vullen en hoe je ingevulde sjablonen (excelbestanden) upload naar de gezamenlijke dropbox die speciaal voor dit doel wordt ingericht. Het is zeker niet de bedoeling dat je onderstaand stuk uit je hoofd leert. Wel is het raadzaam dit stuk een aantal keer grondig door te lezen voorafgaand aan de codeurstrainingen op 10, 15 en 23 augustus.

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek / email: mariet@svdj.nl / telefoon: 070-3617111

2. Algemene informatie

Voor dit onderzoek ga je voor de aan jouw team toegewezen stad al het zelf geproduceerde nieuws coderen dat gedurende een volledige, aaneengesloten week zowel online als offline de revue passeert via de kanalen die zijn opgenomen in het infosheet.

Onder punt 2.1-2.6 volgt nadere toelichting.

2.1 Een volledige, aaneengesloten week

Onder een volle week verstaan we bij dit onderzoek alle afzonderlijke dagen (ma-di-wo-do-vr-za-zo) in de periode van 12 t/m 18 september 2016. Het excelbestand 'Infosheet [G4-stad]' bevat een verdeling van nieuwsmedia over jou en je mede-onderzoekers, alsmede uitleg bij het verkrijgen van toegang tot deze nieuwsmedia (kolom E: instructies) en eventuele aandachtspunten (kolom F: bijzonderheden). Voor de selectie van te analyseren radio- en televisieprogramma's op regionale en lokale omroepen is een apart tabblad aangemaakt.

Voor zowel offline als online nieuwsmedia geldt: wacht met coderen bij voorkeur niet langer dan maximaal 3 dagen. De meeste media – ook de offline kranten en programma's – kun je benaderen via de website van het nieuwsmedium. Let op: Sommige media beperken hun archieffunctie voor pdf-krant of uitzending gemist-functie (UGF) tot hooguit één of enkele weken. Het infosheet maakt hier altijd melding van.[1] Hetzelfde geldt voor offline kranten of programma's die niet online beschikbaar en derhalve achteraf moeten worden opgestuurd. Tip: Neem de tijd om het infosheet eerst grondig te bestuderen en plan je codeerwerkzaamheden vooruit.

2.2 online / offline

Soms lijkt de scheidslijn tussen offline en online niet altijd even helder. In de praktijk benader je bijna alle nieuwsproducties in digitale vorm, ook offline kranten, radio- en televisieprogramma's. Houdt er echter rekening mee dat nieuws dat je aantreft in een ePaper (pdf) en programma's die je via uitzendinggemist op de website (of als mp3) terugkijkt

1 Soms maken specifieke radioprogramma's geen deel uit van een 'uitzendinggemist-archief'; in die gevallen laten we ze als mp3 via wetransfer opsturen door de omroep.

en –luistert, dient te beschouwen als offline nieuwsmedia. Radionieuwsbulletins en televisiejournaals en talkshows / debatten op radio en televisie splits je op in afzonderlijk te coderen 'nieuwsberichten'.

Veel omroepen plaatsen geschreven nieuwsberichten op hun website, sommige vullen dit aan met een audio- en/ of videofragment (afkomstig uit een al dan niet eerder uitgezonden radionieuwsbulletin of televisiejournaal). Het geschreven bericht dien je te coderen als online nieuws; het audio- en/of videofragment heb je mogelijk al voorbij zien of horen komen in het offline televisie- of radioprogramma van diezelfde dag en gecodeerd als offline nieuws. Probeer dit vast te stellen en maak van een audio- of videofragment dat je niet hebt kunnen traceren melding in het codeersjabloon, kolom W (Algemene opmerkingen).

Zorg ervoor dat je bij het coderen van geschreven nieuws op websites 'incognito' te werk gaat. In de browser Chrome vind je rechts bovenin het scherm het menu 'Google Chrome aanpassen en beheren'; selecteer de optie 'Nieuw incognitovenster' (= Ctrl + Shift + N). Hiermee voorkom je dat Google naar verloop van tijd zoekresultaten 'op maat' gaat het aanbieden (= aan de orde bij het vaststellen van de originaliteit / herkomst van een bericht).

Wacht met het coderen van online nieuws tenminste 24 uur, zodat het aantal reacties (kolom U) onder een bericht zo volledig is.

Online berichten op de Facebookpagina van een medium codeer je in een afzonderlijk codeersjabloon (d.w.z.: niet in het online-bestand van een medium). In de meeste gevallen zullen deze berichten vrijwel 1-op-1 overeenkomen met de eerder aangetroffen online berichten en kun je de berichtregels uit het online-bestand kopiëren. Het verdient dan ook aanbeveling om altijd eerst de webpagina en dan pas de Facebookpagina van een nieuwsmedium te coderen. Indien sprake is van Facebook-bericht dat doorlinkt naar de website, houdt dan rekening met de volgende aandachtspunten:

- Laat kolom J (titel) en kolom K (aantal woorden) in het Facebook-bestand ongewijzigd. Veel Facebook-berichten hebben geen echte titel, in de meeste gevallen is een éénregelige beschrijving van het artikel te zijn, waarna je om verder te kunnen lezen, wordt doorgelinkt naar de bron (= website van hetzelfde medium);
- Kolom R (herkomst) vul je een '1' in (= geen '0'), in kolom S de url van het bericht op de website van het medium;
- In het Facebook-bestand maak je in de kolom W (Algemene opmerkingen) melding van een 1-op-1 kopie van het eerder aangetroffen online bericht (= *'Artikel linkt door naar webpagina').*
- Let op! Sommige Facebook-berichten linken door naar berichten op websites van andere media dan wel 'derden' (= overheid, bedrijven, maatschappelijke organisaties, burgers, etc.). Is dit het geval, dan vul je in kolom R natuurlijk wel een '0' in. In het unieke geval dat het weldegelijk originele Facebook-content betreft, krijgt het bericht sowieso een '1'.

Zoektip: Bij het zoeken naar berichten gepubliceerd in een specifieke periode hoef je niet eindeloos naar beneden te scrollen; door Facebook te openen in de internationale modus, komt er een handige zoekfunctie binnen handbereik, die het mogelijk maakt om gericht op afzender in combinatie met jaar en maand te zoeken. Dit doe je als volgt:

- Via het pijltje rechts bovenin ga je naar settings en pas je in het menu links de optie taal (English, US) aan.
- Vervolgens tik je in het zoekvak de volledige titel van het nieuwsmedium in dat je gaat coderen.
- In het menu links kies je onder 'Posted by' voor de optie 'Choose a source'; tik in het vak opnieuw de titel van het nieuwsmedium
- In het menu links kies je vervolgens onder 'Date posted' voor de optie 'Choose a date'; selecteer '2016' en vervolgens 'september'.

2.3 Nieuwsmedia

Binnen lokale medialandschap van een gemeente valt onderscheid te maken tussen lokale en regionale nieuwsmedia.

Lokale media zijn weekbladen, lokale omroepen en particuliere nieuwssites (hyperlocals).

- Een **weekblad** kan een gratis huis-aan-huisblad zijn maar ook een betaald of onbetaald nieuwsblad. Weekbladen kennen een verschijningsvorm van één of twee maal per week. Veel (maar lang niet alle) offline weekbladen hebben een website. Het nieuws wordt ofwel dagelijks ververst, dan wel het wordt eenmaal per week met het verschijnen van de papieren krant online gepubliceerd. Daarnaast bieden veel weekbladen via hun website toegang tot een ePaper of pdf-versie van de offline krant. Nogmaals: Een online geplaatste pdf dient te worden gecodeerd als offline nieuws; het betreft immers replica van de papieren krant. Het op zichzelf staande nieuws op de website codeer je uiteraard als online nieuws. NB: in een uitzonderlijke geval moet een fysiek exemplaar van een weekblad worden opgevraagd.

- Een **lokale (publieke) omroep** beschikt over tenminste één, maar dikwijls meerdere kanalen (radio, televisie, website) waarop nieuws kan worden aangetroffen. Offline nieuws verschijnt meestal in de vorm van dagelijks televisiejournaal en/of radionieuwsbulletins op halve uren, sporadisch worden ook programma's met achtergronden bij het nieuws uitgezonden. In het infosheet vind je op een separaat tabblad terug welke programma's beluistert en / of bekeken dienen te worden. Radio en televisie zijn offline nieuwsmedia, geschreven berichten op de website dien je als online nieuws te coderen.[2] Bij de meeste lokale publieke omroepen bestaat een deel van het programma uit televisie zonder bewegend beeld, ofwel teksttv. Uit praktische overwegingen is dit, evenals teletekst, buiten dit onderzoek gehouden.

- Een particuliere nieuwssite of **hyperlocal**: de naam is ongelukkig gekozen aangezien het hier niet altijd om extreem lokale media gaat die op stadsdeel- of wijkniveau opereren. Met hyperlocals worden online nieuwskanalen bedoeld die niet horen bij de traditionele nieuwsmedia (uitgevers en omroepen), maar zelfstandig daarvan opereren. Dikwijls betreft het een nieuwssite of –blog van een gepensioneerde, ontslagen of voor zich begonnen journalist (of collectief), even zo vaak zijn het goedwillende amateurs of hobbyfotografen met een fetisj voor hulpdiensten (brandweer, politie of ambulance - 112).

2 Sommige lokale omroepen ontberen in het geheel lokaal nieuws op hun kanalen of plaatsen het nieuws van andere media door. In de G4-steden hoef je hier echter niet op bedacht te zijn.

Op een aantal van dit soort nieuwssites wisselen eigen content en doorgeplaatste (pers)berichten van andere media of de gemeente, lokale politieke partijen, middenstand, verenigingen, etc. elkaar af in wisselende verhoudingen, een praktijk waar overigens ook veel weekbladen en lokale omroepen zich online schuldig aan maken. Dit gebeurt lang niet altijd met bronvermelding: Van dergelijke vormen van plagiaat dien je melding te maken in het codeersjabloon, kolommen R (originaliteit) en S (URL oorspronkelijke herkomst). Hoe je hierbij te werk gaat, is terug te lezen in hoofdstuk 3. en hyperlocals hebben niet de professionele standaard die je van een journalistiek medium zou verwachten.

Bovengenoemde media zijn in de meeste gevallen volledig gericht op één gemeente. Je kunt er vanuit gaan dat al het nieuws dat je hier aantreft, gecodeerd dient te worden.

Naast lokale nieuwsmedia zijn er in een gemeente ook regionale nieuwsmedia actief. Op hun kanalen tref je nieuws uit meerdere gemeenten aan. Afhankelijk van de dateline – in sommige gevallen ook de strekking van het bericht – codeer je het hier gevonden nieuws.

- Een **regionaal dagblad** is van oudsher het meest prominent aanwezige medium in een gemeente. Je zal dit met name merken aan de hoeveelheid berichten en de professionele uitstraling van de website/krant in vergelijking met veel lokale media. Vrijwel alle regionale dagbladen kennen een groot aantal edities; inlegkranten met een zelfstandige editietitel die gericht zijn op één of meerdere gemeenten. Voor de grotere gemeenten – rond de 100.000 inwoners en meer – geldt dat je hier verreweg de meeste nieuwsberichten zal aantreffen.

- In sommige gemeente heeft het **landelijk dagblad** een **regio-editie of -pagina**. Zo kent de Telegraaf een Metropool-pagina voor elk van de G4-steden, verschijnen van gratis krant Metro aparte edities in Amsterdam en Rotterdam (ook de website maakt dit onderscheid), heeft NRC een bijlage voor Rotterdam en maken de Volkskrant en Trouw gebruik van correspondenten voor afzonderlijke G4-steden: Volkskrant voor Amsterdam, Rotterdam / Den Haag en Utrecht en Trouw alleen één voor Rotterdam en één voor Den Haag.

- Een **regionale (publieke) omroep** is op alle kanalen (radio, televisie, website) actief met regionaal (provincie) en lokaal nieuws, hoewel dit laatste zich veelal beperkt tot de gemeente waar de redactie is gevestigd; meestal is dit de provinciehoofdstad. Offline nieuws verschijnt in de vorm van een dagelijks televisiejournaal en/ of radionieuwsbulletins op halve uren, een aantal regionale omroepen heeft daarnaast ook programma's met achtergronden. Radio en televisie zijn offline nieuwsmedia, geschreven berichten op de website dienen als online nieuws te worden gecodeerd.

- Een **niet-landelijke commerciële omroep** is in tegenstelling tot lokale en regionale publieke omroepen niet door de overheid gefinancierd. In de praktijk zal je dit medium niet of nauwelijks tegenkomen, aangezien maar weinig van deze omroepen lokaal of regionaal nieuws verzorgen. NB: een aantal niet-landelijke commerciële omroepen beschikt over een televisiezender zonder bewegend beeld, ofwel kabelkrant. Evenals zijn publieke tegenhanger teksttv is dit mediumtype buiten het onderzoek gehouden.

- **Niche media,** specifiek gericht op bijvoorbeeld **studenten, migranten of expats**: voor zover deze kranten, omroepen en websites Nederlandstalige content bevatten gericht op bevolkingsgroepen in de te onderzoeken G4-steden worden zij in het onderzoek betrokken.

- **Niche media**, specifiek gericht op **één of enkele onderwerpen**: cultuur, economie, onderwijs etc.: denk aan Universiteitsbladen en daarvan afgeleide websites, uit-magazines of websites over gebiedsontwikkeling. Een voorwaarde is dat zij kunnen bogen op een onafhankelijke redactie en een wekelijkse verschijningsfrequentie.

2.4 Nieuws

Het Stimuleringsfonds heeft voor de G4-steden een definitieve lijst opgesteld (= infosheet) met actieve nieuwsmedia die meegaan in het onderzoek. Deze voldoen aan een aantal criteria:

1. *Territoriumvereiste*: het nieuwsmedium moet in aanleg gericht zijn op de te onderzoeken gemeente. Regionale omroepen en regionale dagbladen (&landelijke dagbladen met regio-edities) opereren op regio- of provincieniveau, maar berichten over daarbinnen liggende gemeenten en gaan om die reden mee in dit onderzoek. Neem ook de volgende aandachtspunten in acht:
   a. In eerste instantie selecteer je relevante nieuwsberichten op het voorkomen van de gemeentenaam in de dateline van het bericht. Tegelijkertijd moet je er op bedacht zijn dat de te coderen gemeente ook kan figureren in een bericht waarin een andere plaatsnaam figureert (of provincie, of zelfs helemaal geen aanduiding van de plaats waar het nieuws zich afspeelt).
   b. In het geval van 'Utrecht' moet je extra alert zijn op het onderscheid tussen 'nieuws over de stad' en 'nieuws uit de gelijknamige provincie'.
   c. Verder zijn in provinciehoofdsteden (Utrecht, Rotterdam) instellingen gevestigd als provinciaal bestuur, intergemeentelijke instanties en rechtbanken; nieuwsberichten met rechtsbankverslagen mogen bijvoorbeeld alleen gecodeerd worden als incident, dader en / of slachtoffer een link hebben met de te coderen gemeente.
   d. Houdt ook rekening met het voorkomen in datelines van binnen de gemeente voorkomende stadsdelen (Amsterdam, Rotterdam) en wijken.
   e. Het komt voor dat een dateline een gemeente vermeldt, maar dat in het te coderen bericht geen aanknopingspunten te vinden zijn voor nieuws over deze gemeente. In dat geval laat je het bericht links liggen.

2. *Originaliteitsvereiste*: Sommige media verweven gekopieerde content (bijv. persberichten, nieuws-berichten van andere media) met eigen nieuws; als basisregel geldt dat, om bij dit onderzoek te worden meegenomen, het nieuwsmedia voor een aanzienlijk deel eigen nieuws vervaardigen. Die selectie is overigens vooraf gemaakt.

3. *Frequentievereiste*: het medium moet ten minste wekelijks nieuwe berichten plaatsen over de te onderzoeken gemeente.

2.5 Politiek nieuws

Nieuws over de lokale politiek: Indien de gemeente (Raad, B&W, ambtelijk apparaat, semi-overheid) een duidelijk te identificeren rol speelt in een nieuwsitem, geldt dat bericht als 'lokaal beleid' (codeersjabloon, kolom I). Dit betreft bestuurlijke (uitvoerende en wetgevende c.q. controlerende) aangelegenheden van lokale overheid. Je vindt hieronder een vijftal criteria waaraan je kunt afmeten of een bericht over lokale politiek c.q. beleid gaat:

1. Verslagen, voorbeschouwingen, commentaren en reacties die te maken hebben met bijeenkomsten van gemeenteraad, raadscommissies en politieke partijen.

2. Artikelen die voorgenomen gemeentelijk beleid betreffen zoals bestemmingsplannen, subsidieaanvragen of verkeersmaatregelen. NB: de gemeentepagina in huis-aan-huisbladen gaat nooit mee! Dit zijn namelijk persberichten van de gemeente zelf.

3. Berichten die protesten of kritiek van inwoners of betrokkenen tegen het daadwerkelijke gemeentelijke beleid betreffen.

4. Artikelen over het beleid van provincies, waterschappen en intergemeentelijke en regionale instanties (o.a. stadsregio/stadsgewest, veiligheidsregio's, natuurbeheer), voor zover deze te maken hebben met het gemeentelijke beleid.

5. Berichten over het beleid van 'semi-overheid': dit zijn instanties die wettelijke taken of beleid van algemeen belang uitvoeren en die deels of geheel bestaan bij de gratie van publieke financiering: bedrijven uit de zogeheten quartaire sector (openbaar bestuur, openbare orde en veiligheid, sociale zekerheid, onderwijs en onderzoek, zorg en welzijn, cultuur en recreatie, maatschappelijke organisaties, infrastructuur, milieudienstverlening en volkshuisvesting).

Let op: Het figureren van de burgemeester, een wethouder of raadslid in een nieuwsbericht betekent niet automatisch dat het bericht over lokaal beleid gaat. Komt een gedragsdrager op een bijeenkomst om 'lintjes te knippen' en doet deze in het artikel verder geen nadere mededelingen over een specifiek beleidsterrein, dan geldt het bericht niet als lokaal beleid.

2.6 Informatie (≠ nieuws) die niet gecodeerd dient te worden

Onder het lokale nieuws dat meegaat in dit onderzoek, bevinden zich berichten die zich ophouden in een grijs gebied tussen nieuws en informatie. Indien je hier onzeker over bent, maak bij het betreffende bericht een aantekening in het codeersjabloon, kolom W (Algemene opmerkingen) en bespreek dit met de projectleider. Een aantal typen berichten dien je daarom bij voorbaat links te laten liggen:

1. Berichten zonder evident journalistieke input: familieberichten, (rouw)advertenties, horoscopen, weerberichten, verkeersinformatie, beurskoersen, prijsvragen, puzzels / sudoku's, recepten, programma-overzichten, berichten met een service-achtig karakter, etc. NB: Berichten met journalistieke input zoals recensies codeer je alleen indien het lokale aan-gelegenheden betreft (rubrieken over boeken, cd's, films in bioscoop en op televisie etc. die (inter)nationaal zijn verschenen codeer je dus niet, een bespreking van een voorstelling in de plaatselijke schouwburg codeert u juist wél).

2. Alle typen nieuws waar een commercieel belang aan vast zit; hieronder vallen ook de 'prikbordberichten' ofwel sec aankondigingen. Denk hierbij ook aan reclames, advertenties, als zodanig aangemerkte *advertorials*, vacatures, aanbiedingen van cursussen, trainingen, workshops, etc. Als een artikel (veelal éénkolommer) eindigt met aanvangstijden, (entree-)prijzen en website-links, dan gaat het meestal om een advertorial of doorgeplaatst persbericht en kun je het artikel links laten liggen. Weeg zo zorgvuldig mogelijk het bericht, soms staat er voldoende nieuws in waardoor de balans naar de goede kant doorslaat. Probeer zo mogelijk vast te stellen dat het daadwerkelijk om een 1-op-1 doorgeplaatste content gaat (voor een toelichting hoe je hierbij te werk gaat, zie hoofdstuk 4, kolom R (originaliteit) en S (URL herkomst).

3. In dit onderzoek worden sportnieuws buiten beschouwing gelaten: Sportkaternen en wedstrijdverslagen worden niet gecodeerd. Mocht je echter een nieuwsbericht over sport aantreffen dat tevens de financiële of organisatorische aangelegenheden van een sportclub betreft – de aanleg van een nieuws sportveld, de exploitatie van horeca bij de sportaccommodatie – dan codeer je dit bericht wél. Dergelijke berichten hebben betrekking op sport, maar gaan in feite over bouw of economie.

4. Foto's zonder tekst: In principe kan een foto een enorme nieuwswaarde hebben, maar zonder duiding van plaats, tijd en omstandigheden is een foto simpelweg niet te coderen. Staat er in het onderschrift voldoende informatie (zoals hierboven vermeld), dan wordt het bericht/de foto wel meegenomen.

5. Een historisch verslag is geen nieuwsbericht, tenzij het aanhaakt bij of opgehangen is aan een actueel nieuwsfeit. Het historisch verslag is een geliefd type bericht bij sites die een sterk regionaal karakter hebben. Vaak wordt naar aanleiding van een oude foto of iets dergelijks een bericht gepubliceerd over hoe het vroeger was in die regio. Dit zijn berichten zonder actualiteit en worden dus niet meegenomen in het onderzoek. Archeologische vondsten en dergelijke worden natuurlijk wél meegeteld.

6. Human interest-verhalen zijn geen nieuwsberichten, tenzij ze aanhaken bij een actueel nieuwsfeit en daarmee van algemeen belang zijn. Ter illustratie: een portret van een persoon, die al twintig jaar met hartproblemen kampt, is niet van algemeen belang. Hangt een dergelijk portret echter samen met een lokale inzamelingsactie ten behoeve van hartpatiënten in de te coderen gemeente, dan telt het weldegelijk mee als een nieuwsbericht.

7. Informatie van de gemeente: Deze persberichten van de gemeenten zelf (bekendmakingen, vergunningen, berichten van huishoudelijke aard, etc.), waaraan in sommige weekbladen hele pagina's zijn gewijd, zijn geen onafhankelijke journalistieke producties. In de meeste gevallen zijn ze te herkennen aan afwijkende typografie. Soms zijn hiervan afgeleide berichten te vinden (al dan niet bewerkt) op de websites van nieuwsmedia. In geval van twijfel over de herkomst – dit wil zeggen: je kunt niet onomstotelijk vaststellen dat het om een persbericht gaat – codeer je het bericht in de veronderstelling dat het een onafhankelijk nieuwsbericht betreft.

3. Handleiding bij het codeersjabloon

Algemene opmerkingen bij het codeersjabloon:

- De invulvelden zitten op slot. Probeer je iets in te voeren dat niet in overeenstemming is met het format, dan verschijnt de melding (dialoogvenster) *onjuiste invoer*. Druk vervolgens op *annuleren* en vul alsnog een geldige invoer in.
- Indien van toepassing: Mocht je vanwege eigen onderzoek extra zaken willen coderen dan in het huidige codeboek mogelijk is, dan kun je na of achter de laatste kolom (vanaf X) zelf thema's toevoegen.
- Verander onder geen beding iets aan de door ons klaargezette kolommen en/of de volgorde daarvan! Houd je je hier niet aan, dan levert dit later problemen op bij het overzetten naar één totaalbestand en wordt je vriendelijk doch dringend verzocht je veranderingen ongedaan te maken.

Kolom A – Naam codeur
Vul je voor- en achternaam in. Tip: Een handigheidje van Excel is dat je zichzelf herhalende informatie maar één keer hoeft in te voeren; kopieer je naam in regel naar regel 3 en 4 en selecteer vervolgens cellen A2 t/m A4 en sleep de cursor zo ver naar beneden als het aantal berichten dat je na 7 dagen in zijn totaliteit hebt gecodeerd. Deze tip heeft ook betrekking op kolommen B t/m E.

Kolom B – Gemeentenaam
Vermeld de naam van de gemeente (G4-stad) waarover je een nieuwsbericht codeert.

Kolom C – Mediumtype
Je vindt hier een dropdownmenu: kies uit de lijst het juiste mediumtype. Elk afzonderlijk excelbestand bevat de gecodeerde berichten van hooguit één mediumtype.

Kolom D – Titel nieuwsmedium
Vul de naam van het medium in, bijv. 'AD-Utrechts Nieuwsblad'. Als het om een online medium gaat, vermeld dan de URL t/m de '.nl'- extensie, bijvoorbeeld 'parool.nl' of rtvutrecht.nl (= 'www' of 'http' laat je hierbij achterwege).

Kolom E – Naam editie of programma
Indien je te maken hebt met een bepaalde editie van een dagblad (bijv. AD-Utrechts Nieuwsblad, editie stad), vul je in deze kolom 'editie stad' in. Bij het coderen van nieuwsberichten bij omroepen noteer je de naam van het radio- of tv-programma waarin je het bericht hebt aangetroffen (bijv. RTVNH, NH Nieuws = kolom D 'RTVNH', kolom E 'NH Nieuws'). NB: Bij het coderen van nieuwsberichten op websites laat je kolom E leeg.

Kolom F – Datum publicatie
Je vindt hier een dropdownmenu: kies uit de lijst de juiste datum.

Kolom G - Tijdstip
Vul het tijdstip uit de dateline in en ga daarbij uit van de oorspronkelijke (= eerste) publicatiedatum. Indien er sprake van een 'laatste update' vermeldt je in de kolom V 'Bijzonderheden' datum en tijdstip van deze laatste update. Geen tijdstip aangetroffen? Laat deze kolom dan leeg.

Kolom H – Onderwerp
Een journalistieke productie kan vallen onder één van de zestien onderstaande onderwerpen. Achter het onderwerp staan tussen haakjes nadere toelichtingen. Je zult in het Excelbestand

een dropdownmenu aantreffen zodra je in een van de velden van kolom H gaat staan. De volgende onderwerpen komen in aanmerking:

- Bestuur & financiën: Nieuws dat de gemeentelijke begroting of bezuinigingen 'in het algemeen' betreft, anders gezegd het 'huishoudboekje'. Gaat het om uitgaven m.b.t. één specifiek beleidsterrein (bijv. zorg, onderwijs, verkeer, etc.), dan dient het bericht het bij dit onderwerp behorende etiket opgeplakt te krijgen. Onder 'bestuur' wordt verder verstaan: fusie- en herindelingskwesties, beter bestuur (gedragscode), dienstverlening (bijv. aanstaande gemeenteraadsverkiezingen, openstelling gemeentehuis, afhalen paspoort, rijvaardigheidscursussen voor ouderen etc.) en personalia B&W, raadsleden en lokale afdelingen politieke partijen.

- Bouw: Nieuws over ruimtelijke ordening in de zin van bestemmingsplannen met betrekking tot terreinen, panden en monumenten. Het ter sprake brengen van vergunningen is hier een belangrijke aanwijzing. NB: het dikwijls onder ruimtelijke ordening geschaarde 'natuur & milieu' wordt als afzonderlijk onderwerp aangemerkt. Let op: als het gaat om de bouw van nieuwe woningen valt dit onder het thema wonen.

- Economie: Nieuws over de lokale economie en de invloed die groot-, midden en kleinbedrijf daarop hebben, zoals blijkt uit jaarcijfers (omzet, winst & verlies), nieuwe producten en innovaties, maar ook verhalen over de lokale middenstand, agrarische sector of familiebedrijven die sinds jaar en dag in de gemeente zijn gevestigd. Denk ook aan winkels en horeca. Nieuwe winkels gaan open, of worden juist gesloten. Ook staan er in sommige nieuwsmedia/stadsgidsen portretten van (nieuwe) winkels, dit valt onder economie en niet onder vrije tijd omdat het van invloed is op de economie.

- Kunst & cultuur: nieuws over uiteenlopende kunstuitingen (o.a. beeldende kunst, literatuur, architectuur), musea en tentoonstellingen, archeologische vondsten en (nieuwe) media. Ook een bespreking van een voorstelling valt hieronder; het verschil met het onderwerp 'uitgaan & vrije tijd' is dat bij kunst & cultuur dieper op een stroming of product wordt ingegaan, met veel oog voor detail. Hier gaat het vooral om de inhoud en bij uitgaan en vrije tijd meer om de vorm.

- Minderheden & integratie: Nieuws waarin migrantengroepen c.q. nieuwe Nederlanders een hoofdrol vervullen en dat ingaat op integratievraagstukken (komst asielzoekerscentra, bouw moskeeën, religieus onderwijs). Ook vluchtelingenopvang maakt hiervan deel uit. Onder 'minderheid' wordt verstaan: "*Een groep die geringer van aantal is dan de rest van de bevolking van een gemeente, waarvan de leden andere etnische, religieuze of linguïstische kenmerken vertonen en een solidariteit tonen gericht op het voortbestaan van hun cultuur.*"
- Natuur & milieu: Nieuws betreffende bos- en natuurbeheer, groenvoorziening / plantsoenendienst, volkstuintjes, kinderboerderijen, duurzaamheid (afvalscheiding zonnepanelen, windmolens, etc.). Ook het ter sprake brengen van gemeentelijke regelgeving m.b.t. ruimtelijke ordening waar het de leefomgeving binnen en buiten de bebouwde kom aangaat (denk aan

luchtvervuiling, geluidsoverlast) vormt een belangrijke aanwijzing voor dit onderwerp.

- Netwerken: Nieuws inzake gas-, water- & elektriciteit-, riolering- & communicatie (kabel, glasvezel, 4G).

- Onderwijs: Nieuws over lager/middelbaar/hoger/ bijzonder onderwijs en opvoeding.

- Rechtspraak: Rechtbankverslagen, deze codeer je echter alleen wanneer dader en / of slachtoffer afkomstig zijn uit de te onderzoeken gemeente of wanneer het incident waarvoor iemand terecht staat hier heeft plaatsgevonden.

  - Het onderwerp Rechtspraak moet worden omgecodeerd. We gaan dit niet meer als een opzichzelfstaand onderwerp behandelen maar onderbrengen bij het onderwerp waar de rechtspraak over gaat.

- Uitgaan en vrije tijd: binnen- en buitenrecreatie, toerisme (van hotels tot campings), pretparken, festivals, kermis, carnaval (e.a. lokale folklore en gebruiken), verenigingsleven (inclusief amateursport, voor zover het randvoorwaarden en geen verslagen/uitslagen betreft).

- Veiligheid: alle 112-meldingen waaraan hulpdiensten als politie, brandweer en ambulance te pas komen (ongevallen, inslaande brand, inbraken, alcohol- en snelheidscontroles, arrestaties). Net als bij rechtspraak geldt: dergelijke berichten codeer je echter alleen wanneer dader en / of slachtoffer afkomstig zijn uit de te onderzoeken gemeente of wanneer het incident hier heeft plaatsgevonden. Ook terroristische dreiging en voorzorgsmaatregelen tegen aanslagen vallen hieronder.

- Verkeer: Nieuws betreffende infrastructuur via land, water en lucht. In de eerste plaats wegen en bereikbaarheid: Wegwerkzaamheden en aanpassingen aan verkeerssituaties zoals gevaarlijke kruisingen, plaatsing van verkeerslichten, een onverlichte tunnel of onbewaakte spoorwegovergang en parkeergelegenheid in de gemeente. Ook openbaar vervoer (trein, tram, metro, bus) vallen hieronder, alsmede taxibedrijven en luchthaven / vliegverkeer.

- Werkgelegenheid: Al het nieuws waarin zaken voorbij komen als lonen, pensioenen, werkeloosheidsuitkeringen & uitkeringsinstanties (UWV), vakbonden & werkgeversorganisaties, reorganisaties, arbeidsomstandigheden & arbo-wetgeving en uitzendbureaus.

- Wetenschap: Nieuws over onderzoek aan universiteiten, gevestigd in de gemeente.

- Wonen: Nieuws met huisvesting als onderwerp, bijvoorbeeld koop- en huurwoningen, hypotheken, corporaties en huurtoeslag.

- Zorg & welzijn: Nieuws over medische zorg (huisarts, tandarts, psychische zorg, ziekenhuizen, GGD), verzorgingstehuizen, uitvaart/crematoria/ begraafplaatsen, kinderopvang, verslaafden- en daklozenopvang, liefdadigheid (inzamelingsacties,

sponsorlopen, etc.) en welzijn / (volks)gezondheid van de lokale bevolking. Denk hierbij ook aan de overheveling van zorgtaken van het Rijk naar de gemeente (Wet Maatschappelijke Ondersteuning, WMO) en het persoonsgebonden budget (pgb).

Let op: Sommige nieuwsberichten gaan over meer dan één onderwerp. Ga in die gevallen uit van het dominante onderwerp of de dominante invalshoek. Dit kun je afmeten aan het onderwerp waaraan de meeste regels worden gewijd en/of het onderwerp dat uit de kop (intro, lead) af te lezen valt. Hieronder een voorbeeldlijst met lastig in te delen onderwerpen:

- kerken, religie (afhankelijk van de context: kunst & cultuur, bouw of zorg & welzijn)
- land- en tuinbouw (economie of milieu & natuur)
- begraafplaatsen (bouw, zorg & welzijn of bestuur & financiën)
- groene energie (netwerken of natuur & milieu)
- afvalverwerking (netwerken of natuur & milieu)
- speelplaatsen (bouw of zorg & welzijn)
- vrijwilligerswerk (zorg & welzijn of economie)

Bovenstaande lijst is natuurlijk niet uitputtend, maar bedoeld om je een idee te geven van de verschillende 'smaken' die in nieuwsproducties kunnen voorbijkomen.

Kolom I - Lokaal beleid
In deze kolom vermeld je of het nieuwsitem betrekking heeft op lokaal beleid over de gemeente. Hiervoor is een aantal criteria opgesteld (zie paragraaf 2.5). Vermeld een '1' (= ja) of een '0' (= nee).

Kolom J - Titel artikel/item
Hier vermeld je de titel van het nieuwsitem. De titel dient in zijn geheel te worden overgenomen (d.w.z.: Geen afkortingen of weglating van woorden of zinsdelen). Mocht het nieuwsitem geen titel hebben (omdat het bijvoorbeeld voorbij komt in een radio- of televisieprogramma), creëer dan zelf een kort en bondige titel voor het item. Tip: Je kunt eventueel ook op de website van de omroep op zoek gaan naar het bijbehorende, geschreven bericht en de titel hiervan overnemen.

Tip bij het knippen en plakken van titels: kies bij plakken voor optie 'plakken speciaal' en selecteer vervolgens 'niet-opgemaakte tekst', zodat de geplakte tekst het lettertype en de puntgrootte van het sjabloon overneemt. Indien het vak na het knippen meerdere regels beslaat (= het vak wordt na het plakken door Excel groter gemaakt), druk dan op de knop 'tekstterugloop' (= onder menubalk, tabblad Start) om er weer één regel van te maken.

Kolom K - Aantal woorden
Vermeld hier het aantal woorden waaruit een geschreven nieuwsbericht bestaat; laat hierbij titel en dateline & mogelijk aanwezige streamer of quote uit het bericht buiten beschouwing; tussenkopjes, inzet / kader en onderschriften bij foto's worden wel meegeteld. Bij het coderen van online nieuwsmedia en digitale replica's van offline dagbladen kun je voor het tellen van woorden de tekst online selecteren en in een leeg Word-document plakken. Word geeft altijd onderin je scherm in de statusbalk aan hoeveel woorden het document bevat. Maak je gebruik van een Apple computer, houd er dan rekening mee dat het aantal woorden standaard te hoog uitvalt. Apple computers lezen namelijk koppeltekens als aparte woorden. Maak in dit geval gebruik van het online hulpmiddel wordcounttool.com.

Bij een fysieke papieren krant of bij een website of ePaper waarvan de content op *slot* zit, probeer je het aantal woorden zo nauwkeurig mogelijk te schatten. Dit doe je door het aantal woorden per regel te tellen van de eerste vijf regels van het bericht; vervolgens tel je het aantal regels, dit vermenigvuldig je met het eerder vastgestelde gemiddeld aantal woorden per regel. NB: je hoeft bij het schatten niet aan te geven of een artikel 187 of 189 woorden telt; een schatting in eenheden van 50 woorden volstaat hier (150, 200, 250, etc.)
Codeer je een video,- of audio-item, dan laat je dit veld leeg.

Kolom L - Aantal seconden
Vermeld hier het aantal seconden waaruit een audio- of video-item bestaat. Ook hier geldt, mocht je niet exact kunnen zien hoe lang een nieuwsitem is, beperk je dan tot een schatting afgerond op 30 seconden. Reken de tijd om in seconden: Een correcte invulling van het veld is simpelweg: 260. Een niet-correcte variant is '4 min 20 sec'; het codeersjabloon zal in dit laatste geval dan ook een foutmelding tonen.

Kolom L – Genre
Een nieuwsbericht of –productie kan vallen onder één van de voor dit onderzoek onderscheiden genres:

- Nieuwsbericht: kort bericht ('kortje', 'éénkolommer': indicatie is 100 woorden of 15-30 seconden), met alleen de nieuwsfeiten op een rijtje. Tenminste aan bod komen de vragen wie, wat, waar een wanneer, soms is er ook ruimte voor de vragen waarom en hoe. Sec aankondigingen tellen niet als nieuwsbericht (zie paragraaf 2.6 Informatie ≠ nieuws).

- Nieuwsverhaal: iets uitgebreider bericht (ca. 250-400 woorden of 30-90 seconden), zakelijk en feitelijk (wie, wat, waar en wanneer). De hoe- en waarom-vraag komen net iets vaker aan bod dan bij 'gewone' nieuwsberichten – en dan hooguit in 1 alinea – maar lang niet altijd. Een nieuwsverhaal kent meer dan één bron en bevat dikwijls een citaat. Een follow-up stuk is vaak in de vorm van een nieuwsverhaal. Het actuele nieuws is de invalshoek c.q. het nieuws is leidend. Samengevat: Het verschil met een nieuwsbericht zit hem in de lengte, een grotere kans op beantwoording van de waarom en hoe-vraag en er wordt meer dan één bron geraadpleegd (citaat).

- Achtergrondverhaal / nieuwsanalyse: een langer artikel – vanaf 400 à 500 woorden (indicatief!) – waarin context bij en duiding aan nieuwsgebeurtenissen wordt gegeven. Achtergronden bij het nieuws leggen verband tussen oorzaken en gevolgen; het beantwoorden van de hoe- en waaromvraag is in dergelijke berichten cruciaal, de lezer/kijker/luisteraar moet het nieuws beter kunnen begrijpen en zich er een mening over kunnen vormen. Minstens zo cruciaal is het aanhalen van minstens twee (impliciete of expliciete) bronnen. Een variant op het achtergrondverhaal is de nieuwsanalyse, die zich onderscheidt door de journalist zelf meer aan het woord te laten in de rol van neutrale deskundige. Samengevat: het verschil met een nieuwsverhaal zit hem in de lengte, onontkoombaarheid van de beantwoording van de waarom en hoe-vraag en het raadplegen van tenminste twee bronnen.

- Verslag / reportage: Bericht over een gebeurtenis, bijeenkomst, evenement of incident, gemaakt vanuit de positie van de journalist als ooggetuige op locatie. Bestaat uit een selectie van eigen waarnemingen van

de journalist, zo nodig aangevuld met reacties (quotes) van aanwezigen. Een meer uitgebreide variant is de reportage, waarbij de journalist streeft naar een zo volledig mogelijk beeld van de gebeurtenis door zijn verhaal naast eigen waarneming te baseren op research en verschillende bronnen.

- Interview / profiel / portret: (uitgebreid) vraaggesprek met één persoon (soms ook meerdere personen), naar aanleiding van een nieuwsfeit. De geïnterviewde geeft een toelichting op een actuele nieuwsontwikkeling of achtergrondinformatie bij al langer lopende nieuwskwesties. Een variant hierop is het profiel, waarbij in het interview de focus wordt gelegd bij de betrokkene zelf in plaats van het nieuwsfeit; voorts is er het portret waarin een schets wordt gegeven van het leven, denken en werken van een persoon. Actuele nieuwsgebeurtenissen vormen de aanleiding voor een profiel, terwijl een portret een afgewogen, analyserende beschrijving achteraf is.

- Debat: vraag- en antwoordgesprek, waarbij aan meerdere gasten dezelfde stellingen worden voorgelegd. Bij het coderen van een debat knip je het programma op in losse debatonderwerpen; elk van deze onderwerpen codeer je op een afzonderlijke regel in het codeersjabloon.

- Talkshow: live of opgenomen programma met twee of meer gasten die met elkaar en/of met de presentator in gesprek gaan. Bij het coderen van een talkshow knip je het programma op in losse gespreksitems; elk van deze items codeer je op een afzonderlijke regel in het codeersjabloon.

- Commentaar: (hoofdredactioneel) commentaar c.q. mening van het medium zelf (d.w.z. niet noodzakelijk van de redacteur).

- Opiniestuk: betoog / opiniërend stuk van de hand van een van buiten het medium afkomstige auteur. Het gaat om meningen, niet om feitelijke berichtgeving.

- Column: Persoonlijke ontboezeming over van alles en nog eens wat, meestal haaks staand op het nieuws. Een column wordt alleen meegenomen indien deze verband houdt met nieuws uit de te coderen gemeente en voor zover de column aanhaakt bij een actueel nieuwsfeit.

- Ingezonden brief: reactie c.q. mening van een lezer op een eerder in het medium verschenen publicatie. Een brief wordt alleen meegenomen indien deze verband houdt met nieuws uit de te coderen gemeente en voor zover de brief aanhaakt bij een actueel nieuwsfeit.

- Samengestelde producties: dien je op te splitsen in losse bestanddelen en vervolgens als afzonderlijke nieuwsberichten te coderen. Houdt rekening met artikelen / producties in kranten die op de voorpagina (van de editie) worden ingezet (dikwijls d.m.v. een nieuwsbericht) en die verderop in de krant worden ‘vervolgd’ (d.m.v. een nieuwsverhaal, reportage, achtergrondartikel etc.). Je dient deze artikelen in samenhang te lezen en ook als zodanig te coderen (d.w.z. overal hetzelfde onderwerp en, voor zover vermeld, ook dezelfde bronnen). Soms loopt het stuk door en wordt het letterlijk elders in de krant ‘vervolgd’ (= het verhaal loopt door), dit dien je als één nieuwsbericht te beschouwen.

Kolom N t/m Q – Opgevoerde bronnen
Je kunt hier maximaal vier verschillende bronnen per nieuwsitem aangeven (per kolom één). Het figureren van actoren in het nieuwsbericht betekent lang niet altijd dat het hier om opgevoerde bronnen gaat. Opgevoerde bronnen zijn te herkennen aan expliciete quotes van betrokken actoren, maar er kan ook gebruik worden gemaakt door impliciete quotes (= parafrasering van de journalist / auteur van het artikel). Naast fysieke bronnen (in de vorm van personen) telt bijvoorbeeld een document (beleidsstuk, rapport, brief, etc.) als bron, aangezien hieruit kan worden ge-quote. Wel moet uit het nieuwsitem duidelijk naar voren komen wie of wat de bron is: Wees alert op werkwoorden als 'zegt', 'wil', 'vindt', etc.

Je kunt bij het coderen kiezen uit tien verschillende soorten opgevoerde bronnen, te weten:

- Overheid (bestuur): 'uitvoerende macht' = het college van Burgemeester en Wethouders en het bijbehorende ambtenarenapparaat en vaste commissies waarbinnen (deel)beleid wordt besproken (bijv. welstandscommissie). Op provincieniveau behoren gedeputeerden tot dit type bron, landelijk reken je ook de premier, ministers en staatssecretarissen en hun ministeries hiertoe. Persberichten afkomstig van de gemeente en onderzoeksrapporten in opdracht van de (lokale) overheid vallen er eveneens onder. Let op: het openbaar ministerie (OM) wordt gerekend onder overheid.

- Politici: 'wetgevende macht' = de gemeenteraad en leden & medewerkers van lokale afdelingen van politieke partijen en de lokale rekenkamers. Ook bronnen als partijprogramma's, persberichten of andere publicaties van politieke partijen worden hiertoe gerekend.

- Bedrijven: Individu dat vanuit zijn functie binnen een commercieel bedrijf iets zegt, van industrie in de regio tot boeren en lokale middenstand (winkeliers, horeca) die in die hoedanigheid worden bevraagd.

- Maatschappelijke organisaties: Particuliere organisaties in de samenleving die verschillende groepen, meningen en belangen vertegenwoordigen en een brugfunctie vervullen tussen individuele burgers en overheid. Denk bijvoorbeeld aan kerken, vakbonden / werkgeversverenigingen, milieubeweging en andere pressiegroepen, uiteenlopende sociale organisaties (NB: het gaat in dit geval om professionals, vrijwilligers worden ingedeeld bij de 'actieve burgerbronnen'). Ook 'semi-overheid' onder deze bron geschaard: alles wat behoort tot de zogeheten quartaire sector[3] ofwel niet-commerciele dienstverlening die deels of geheel wordt gesubsidieerd door de overheid: ziekenhuizen, verpleeghuizen, brandweer, justitie (politie en rechter, maar niet de advocaat: deze wordt, afhankelijk van wie of wat wordt vertegenwoordigd, tot een van de andere bronnen gerekend), defensie, sociaal werk,

3 Sociaal Cultureel Planbureau: Tot de quartaire sector worden een aantal maatschappelijke functies gerekend, te weten: openbaar bestuur, openbare orde en veiligheid, sociale zekerheid, onderwijs en onderzoek, zorg en welzijn, cultuur en recreatie, maatschappelijke organisaties, infrastructuur, milieudienstverlening en volkshuisvesting. Genoemde functies sporen min of meer met bedrijfstakken. Aldus afgebakend omvat de quartaire sector de gehele collectieve sector alsmede alle (private) non-profitorganisaties. De commerciële producenten die tot de quartaire sector worden gerekend behoren grotendeels tot twee categorieën: 1) producenten die voor een belangrijk deel uit collectieve middelen worden gefinancierd zoals vrijgevestigde medische beroepsbeoefenaren, apothekers en het openbaar vervoer, en 2) commerciële diensten die substituten zijn voor publieke of non-profitdiensten zoals particulier onderwijs en commerciële omroeporganisaties.

cultuursector, wetenschapssector en scholen. Tot slot horen UWV, openbaar vervoer, woningbouwcorporaties en netwerkbeheer op het gebied van gas, water, elektriciteit, riolering en communicatie tot de maatschappelijke organisaties (= voor zover het NUTS-voorzieningen betreft, indien het geprivatiseerde instellingen betreft dienen zij als 'bedrijven' te worden aangemerkt). Let op: Rijkswaterstaat valt onder maatschappelijke organisaties.

- Deskundigen: Individuen of organisaties die vanuit beroep, functie of ervaring veel van een bepaald onderwerp afweten. Een bron wordt gecodeerd als 'deskundige' indien de vragen die deze beantwoord inhoudelijk betrekking hebben op het onderwerp en mits deze onafhankelijk is.

- Andere media: Een quote uit of verwijzing naar een ander nieuwsmedium of een journalist die wordt geïnterviewd, of deelneemt aan een talkshow of debat.

Voor dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen vier rollen waarin burgers kunnen worden opgevoerd als bron, variërend van passief tot actief. In de passieve rollen is de inhoudelijke inbreng van de opgevoerde burger beperkt, in de actieve rollen hebben burgers een belangrijke inhoudelijke rol of voorbeeldfunctie:

- burger als voorbijganger (vox-pop): Passieve rol bij uitstek. Deze personen zijn willekeurig gekozen en niet op grond van inhoudelijke overwegingen. Het is op voorhand onzeker of ze een zinvolle bijdrage aan het nieuwsbericht leveren.

- burger als betrokkene of ooggetuige: Eveneens een passieve rol. In dit geval staat de burger in verband met de nieuwsaanleiding. Hoewel het om een willekeurig gekozen burger gaat is hij of zij op enigerlei wijze betrokken bij het nieuwsfeit kan deze op grond hiervan inhoudelijke informatie geven.

- burger als vertegenwoordiger: Hier wordt de burger opgevoerd als vertegenwoordiger namens een groep. Het gaat hierbij niet om een formele organisatie en de burger wordt niet opgevoerd in de hoedanigheid van een professional; is dit wel het geval, dan wordt deze bron ingedeeld bij maatschappelijke middenveld. De journalist heeft deze burger niet willekeurig gekozen en spreekt de vertegenwoordiger aan als lid van een groep. De burger als vertegenwoordiger zorgt voor een inhoudelijke bijdrage aan het nieuws en vervult daarmee een actieve rol.

- burger als participant: De participerende burger is net als de vertegenwoordiger een vrijwilliger en kan iemand zijn die protesteert, een probleem aankaart, de publiciteit zoekt of op een of andere wijze een voorbeeldrol vervult. Ook hier is sprake van een actieve rol. Net als de vertegenwoordiger is hij of zij niet willekeurig gekozen. Belangrijk verschil met de burger als vertegenwoordiger is dat de participant namens zichzelf spreekt; de journalist spreekt hem of haar aan als individu.

Let op! Mochten er meer dan vier bronnen in het item voorkomen, dan kun je in het vak 'Bijzonderheden' (kolom V) melding maken van de extra opgevoerde bronnen. Vermeldt de bronnen zoveel mogelijk in de volgorde waarin zij in het nieuwsbericht voorkomen; zo voorkom je dat je bij het coderen

mogelijk bronnen over het hoofd ziet.

Kolom R – herkomst online nieuwberichten
Veel nieuwsberichten blijken gedeeltelijk bewerkte persberichten. Vooral online komt het nogal eens voor dat een nieuwsbericht 1-op-1 is overgenomen van derden zoals overheden, politieke partijen, bedrijven, politie.nl en / of organisaties uit het maatschappelijk middenveld. Dit gebeurt met citaten en al, lang niet altijd is daarbij sprake van bronvermelding. Dergelijke berichten moeten tijdens het coderen worden 'ontmaskerd' zodat zij later in de analysefase alsnog kunnen worden 'gediskwalificeerd'.

Bij het coderen van online nieuws moet je – in het bijzonder op de websites van lokale media (huis-aan-huisbladen, lokale omroepen en hyperlocals) – van elk nieuwsbericht zekerheidshalve nagaan of het niet geknipt en geplakt blijkt te zijn van de websites van derden. Je doet dit door een deel van het bericht te selecteren en vervolgens te plakken in het zoekvak van Google. Wees erop alert dat je hiervoor een zo opvallend mogelijke passage selecteert, bij voorkeur een met een citaat. Google toont in zijn resultaten waar het bericht is aangetroffen; dikwijls (maar niet altijd) staat bij elk bericht vermeldt wanneer het online werd geplaatst (= '3 uur geleden', '2 dagen geleden', etc.). Hoe langer geleden, des te aannemelijker het is dat deze website het bericht als eerste bracht.

Je vult in kolom R een '1' in indien het bericht door het nieuwsmedium zelf is vervaardigd (= 'origineel'). Blijkt het bericht niet van het medium zelf afkomstig te zijn, dan vul je hier een '0' in. Neem bij het controleren de volgende aanwijzingen in acht:

- Kijk goed wat je knipt en plakt: Sommige websites zijn zo geprogrammeerd dat je met het knippen en plakken, afgezien van de door jouw geselecteerde passage, onbedoeld ook de URL van de website meekopieert. Vanzelfsprekend komt dan de website waarvan je het bericht kopieert als eerste bovendrijven.
- Voor het knippen en plakken selecteer je bij voorkeur niet de lead / intro van het artikel, maar een verderop in het artikel gelegen passage.
- Indien je de mogelijkheid hebt om een quote te knippen en plakken, maak hier dan gebruik van. Quotes worden in 'gejatte' artikelen vaak één-op-één overgenomen, terwijl andere delen van het artikel slechts worden omgebouwd.
- Tip: mocht je het bericht niet kunnen vinden via een Google-check, maar je voelt aan dat het een persbericht is, kijk dan vooral eens op de websites van (gemeentelijke) overheden, lokale afdelingen van politieke partijen, bedrijven, politie.nl of ander in het bericht genoemde instanties. Vaak vind je hier een bevestiging van je donkerbruine vermoeden.
- Het vaststellen van de herkomst beperk je in principe tot online geschreven nieuws (tenzij je het online gecodeerde item vrijwel 1-op-1 tegenkomt in de offline tegenhanger van het gecodeerde online medium).
- De praktijk van 'leentjebuur spelen' wordt verhoudingsgewijs vaker aangetroffen bij lokale media dan bij hun regionale tegenhanger. Ook deze laatste bouwen persberichten van derden om, maar bij hen is de journalistieke bewerking toch net iets zichtbaarder dan de websites van huis-aan-huisbladen, lokale omroepen en hyperlocals laten zien.
- *Kun je de originaliteit niet vaststellen, dan krijgt het nieuwsbericht het voordeel van de twijfel en vul je een '1' in.*

Kolom S – URL herkomst online berichten
Indien een bericht niet van het onderzochte nieuwsmedium afkomstig blijkt te zijn (= je hebt in kolom R een 0 ingevuld), kopieer dan in kolom S de volledige URL van de oorspronkelijke vindplaats; deze link dient later als bewijslast.

Kolom T – Reactievak
Indien een online nieuwsmedium de nieuwsconsument mogelijkheden biedt een reactie achter te laten, coderen we hier een '1', anders een '0'. Bij offline media kunt u dit niet nagaan: laat in dit geval deze kolom LEEG.

Kolom U – Aantal reacties
Als er een reactieveld aanwezig is, noteert u hier het aantal reacties op het moment van inventariseren. Dit getal kan natuurlijk variëren al naar gelang het moment van inventariseren. Daarom vragen wij u een online nieuwsmedium pas 24 uur na het verschijnen van een nieuwsbericht te inventariseren. Bij offline media kunt u dit niet nagaan: laat in dit geval deze kolom LEEG.

Kolom V – Bijzonderheden
Hier vermeld je datum en tijdstip van de laatste update en extra bronnen die je niet kwijt kunt in de kolommen N t/m Q.

Kolom W - Algemene opmerkingen
Hierin kun je alles kwijt dat nadere aandacht verdient tijdens de gezamenlijke bespreking aan het eind van iedere week. Van nieuwsberichten waarbij je tijdens het coderen tegen onduidelijkheden aanloopt, maak je hier een aantekening.

4. Belangrijke aandachtspunten

- Verschijnings- en uitzendfrequentie: Dagbladen verschijnen bijna elke dag, weekbladen verschijnen doorgaans één keer per week op een vaste dag, radio- en televisieprogramma's worden volgens een vast schema[4] uitgezonden. Websites en radio- en televisieprogramma's kunnen ook op zondag nieuwe berichten bevatten.

- Gezamenlijke verantwoordelijkheid: Hoewel er in de laatste jaren veel ervaring is opgedaan met coderen en de inschatting van de hoeveelheid werk per mediumtype redelijk is te benaderen, is het is goed mogelijk dat bij nieuwsmedia in G4-steden veel meer nieuws wordt aangetroffen dan we tot dusver gewend waren. Voor het coderen van één week nieuws over de betreffende stad staan 3 weken tot jullie beschikking. Er is getracht het codeerwerk zo eerlijk mogelijk te verdelen. Aangezien je gezamenlijk verantwoordelijk bent voor het codeerwerk, spring je bij als duidelijk wordt dat je groepsgenoot onevenredig veel codeerwerk heeft liggen.

- Coderen in groepsverband: We hebben afgelopen jaren gemerkt dat het voordelen oplevert wanneer je – zeker in het begin – in groepsverband codeert. Je kunt bij elkaar te raden gaan en elkaar op de hoogte houden van de vorderingen bij het coderen, alsmede tijdig achterstanden signaleren en deze gezamenlijk oplossen.

- Geen nieuws aangetroffen: Geef in het codeersjabloon van het betreffende medium altijd blijk ervan dat je elk van de afgesproken dagen hebt geïnventariseerd op

4 De zogeheten 'horizontale programmering': Op werkdagen beginnen op vaste tijdstippen dezelfde programma's.

aanwezigheid van nieuws, ook al tref je op sommige dagen geen nieuws aan. Noteer in het laatste geval in kolom U (Algemene Opmerkingen) / cel 2 'geen nieuws aangetroffen [op de volgende dagen]'. NB: Laat geen witregels tussen de dagen.

- Twee halve artikelen: Dagbladen opteren er nogal eens voor om een artikel op de voorpagina te laten beginnen en dit elders door te laten lopen. Wees alert op zinsneden als 'Zie ook p. x' of 'Vervolg op p. y'. Afhankelijk van de inhoud dien je dit te coderen als één bericht dan wel twee separate berichten. Vuistregels hierbij zijn: als de items afzonderlijk van elkaar te begrijpen zijn en een afgerond geheel vormen, dan codeer je ze afzonderlijk. Een artikel dat begint op de voorpagina en letterlijk wordt voortgezet elders in de krant codeer je daarentegen als één artikel. NB: kranten plaatsen weliswaar vaak een nieuwe kop boven het tweede stuk over hetzelfde onderwerp, maar dat hoeft dus lang niet altijd op een nieuw artikel te duiden.

- 'Help, ik kom er niet uit': Mocht je bij het coderen van een nieuwsitem tegen problemen aanlopen – dit kan elk van de te coderen eenheden betreffen – maak hiervan dan een aantekening in kolom U (Algemene Opmerkingen). Al naar gelang de behoefte is er aan het einde van iedere week een live of telefonisch spreekuur om in dergelijke gevallen lastige knopen door te hakken.

Literatuur

Bakker, P. & Kik, Q. (2018). *Op het tweede gezicht. Regionale en lokale media en journalistiek, 2000-2017.*

Bakker, P. (2018, 13 april). Oplage regionale kranten: Mediahuis-titels in zwaar weer. Geraadpleegd via https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/oplage-regionale-kranten-mediahuis/.

Bakker, P. (2018, 18 april). Digitale oplage kranten blijft fors stijgen. Geraadpleegd via https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/digitale-oplage-kranten-stijgen/.

Bakker, P. (2018, 4 juli). Regionale omroepen doen het nog steeds goed bij oudere doelgroep. Geraadpleegd via https://www.svdj.nl/nieuws/regionale-omroepen-goed-oudere-doelgroep/.

Bakker, P. (2019, 22 mei). De lokale omroep is overal, maar zit in de verdrukking. Geraadpleegd via https://www.svdj.nl/nieuws/de-lokale-omroep-is-overal-maar-zit-wel-in-de-verdrukking/.

Commissariaat voor de Media (2016). Evaluatie van de gemeentelijke bekostiging lokale publieke media-instellingen 2013-2015. Geraadpleegd via https://www.cvdm.nl/wp-content/uploads/2016/09/Evaluatie-Bekostiging-Lokale-Omroepen.pdf.

Costera-Meijer, I. C. (2013). Waardevolle Journalistiek voor de regio. Onderzoek naar nieuwsbereik, nieuwswaardering en kwaliteit van regionale en lokale journalistiek.

Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Het Spinhuis.

De Jong, J. & Koetsenruijter, A. (2019). *Regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland.*

Fenez, V. der D., & van der Donk, M. (2009). *Moving into multiple business models; outlook of news paper publishing in the digital age.* Global Publishing Centre of Excellence.

Kik, Q., Bakker, P., Buijs, L. (2013). Meer lokaal nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(4), 59-73.

Mediamonitor (z.j.). Marktverhoudingen. Geraadpleegd via https://www.mediamonitor.nl/mediabedrijven/marktverhoudingen/

Quint Kik & Lammert Landman (Eds.)(2013). *Nieuwsvoorziening in de regio*. Studies voor het stimuleringsfonds voor de pers / S39 (Carpenter, 2010)

NLPO (2018). Jaarplan & Begroting 2019. Geraadpleegd via https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/NLPO-jaarplan2019.pdf.

OLON (2018). Jaarverslag 2018. Geraadpleegd via https://www.olon.nl/sites/olon.nl/files/inline-files/OLON%20jaarverslag%202018.pdf.

Omroep Brabant (2019). Jaarverslag 2018. Geraadpleegd via https://omroep-brabant.foleon.com/jaarverslag-omroep-brabant/2018/cover/.

Radcliffe, D., & Ali, C. (2017). Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age. https://doi.org/10.7916/D8WS95VQ

VNG, OLON & NLPO (2015). Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018. Geraadpleegd via https://vng.nl/files/vng/20151111-vernieuwingsconvenant-gemeenten-lokale-omroepen.pdf.