

Jeugd & Samenleving

De gemeenteraad

Disclaimer: deze brief is ongetekend op persportal geplaatst. Aan deze versie kunnen geen rechten worden ontleend. Alleen de ondertekende schriftelijke versie is bindend.

Datum 29 augustus 2018

Ons kenmerk Z-2018/033295 D-2018/176298

Betreft Rapport 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen'

Geachte raad,

Op 10 mei 2017 heeft de gemeenteraad de motie "RTV Amstelveen" aangenomen. In de motie vraagt u het college een onderzoek uit te voeren naar de bedrijfsvoering en het toekomstperspectief van RTV Amstelveen. Medio september 2017 bleek dat de gemeenteraad een breder debat wilde voeren over de toekomst van lokale media in Amstelveen. Het presidium heeft in die periode aangegeven dit debat pas na de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 te willen voeren.

Begin januari 2018 hebben wij u bericht dat in opdracht van het college een onafhankelijk onderzoeksbureau gestart was met een onderzoek naar de toekomstige inrichting van de publieke lokale omroepfunctie. Dit onderzoek is inmiddels afgerond.

Bijgevoegd treft u aan de rapportage 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen'. De rapportage bieden wij u aan mede als input voor het door u te voeren debat met betrekking tot de toekomst van lokale media in de gemeente Amstelveen. Dat debat is voorzien in november 2018. Een raads werkgroep met ondersteuning van de griffie neemt initiatief voor het organiseren van de mediadiscussie. Indien u dat wenst, kunnen de onderzoekers het rapport nader aan u toelichten.

Bij het rapport is een lijst gevoegd van (veelal digitaal) raadpleegbare bronnen gebruikt in het onderzoek. Verder treft u bij de stukken een visiedocument van RTV Noord-Holland aan ('NH/Amstelveen. Toekomstvisie en ambitie', februari 2018) waarnaar voetnoot 61 in de rapportage verwijst.



Datum 29 augustus 2018

Pagina 2 van 2

Op 7 augustus jl. heeft het college besloten voorafgaand aan het debat nog onderzoeken te laten uitvoeren naar het lokale medialandschap in de breedte (denk aan aspecten als bereik en waardering, onafhankelijkheid). Rapporten van die onderzoeken zullen wij naar verwachting in oktober, in de weken voorafgaand aan het raadsdebat, aan u toezenden.

In vertrouwen u hiermee voldoende te informeren.

Hoogachtend,
burgemeester en wethouders van de gemeente Amstelveen,
de secretaris, de burgemeester,

Bert Winthorst

Bas Eenhoorn

cc. het bestuur van RTV Amstelveen

Bijlage Rapport ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep, lijst van raadpleegbare bronnen en een visiedocument van RTV-NH

Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen

Informatie ten behoeve van een raadsdebat over de toekomst van
de publieke lokale omroep in Amstelveen

Amsterdam, 23 augustus 2018

Uitgebracht aan: Gemeente Amstelveen

**Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep
Amstelveen**

Informatie ten behoeve van een raadsdebat over de toekomst van
de publieke lokale omroep in Amstelveen

Amsterdam, 23 augustus 2018

drs. M. (Maikki) Huurdeman
L. (Lisette) Lubberman MSc

INHOUD

DEEL A. OPGAVE VOOR DE GEMEENTE AMSTELVEEN	1
A1. Context	1
A2. De opgave voor de gemeente Amstelveen	3
A3. Leeswijzer	6
DEEL B. BASISINFORMATIE	7
B1. KADERS PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN	8
B1.1 Wet- en regelgeving publieke lokale media-instellingen	8
B1.2 Regelgeving aanwijzing en bekostiging publieke lokale media- instellingen door gemeenten	9
B2. ONTWIKKELINGEN PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN	11
B2.1 Trends in de sector	11
B2.2 Ontwikkelingen publieke lokale media-instellingen	13
B2.3 Financiële ontwikkelingen rondom de lokale omroep	16
B3. HUIDIGE ORGANISATIE RTV AMSTELVEEN	18
B3.1 Organisatie	18
B3.2 Functies en kanalen	19
B3.3 Financiering	21
B3.4 Samenwerkingen	22
B4. HET MEDIALANDSCHAP EN DE BEHOEFTE AAN LOKALE MEDIAVOORZIENINGEN IN AMSTELVEEN	24
B4.1 Het medialandschap in Amstelveen	24

B4.2 De behoefte aan lokale mediavoorzieningen in Amstelveen	26
DEEL C. ONTWIKKELSCENARIO'S	29
C1. LOKALE OMROEP GEBASEERD OP RICHTLIJN GEMEENTEFONDS	30
C2. DOORONTWIKKELING STAND-ALONE LOKALE OMROEP RTVA	32
C2.1 Organisatie	32
C2.2 Functies en kanalen	33
C2.3 Financiering	33
C2.4 Samenwerkingen	34
C2.5 Spiegelen aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod	35
C3. STREEKMOMROEP	36
C4. GEÏNTEGREERDE LOKAAL REGIONALE OMROEP MET EEN AMSTELVEENS BULLETIN	38
C4.1 Organisatie	38
C4.2 Functies en kanalen	39
C4.3 Financiering	40
C4.4 Samenwerkingen	41
C4.5 Spiegelen aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod	41
BIJLAGEN	
BIJLAGE 1: WET- EN REGELGEVING PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN	
BIJLAGE 2: REGELGEVING AANWIJZING EN BEKOSTIGING PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN DOOR GEMEENTEN	

DEEL A. OPGAVE VOOR DE GEMEENTE AMSTELVEEN

A1. Context

De stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) omschrijft de rol van lokale omroepen als de waakhond van de lokale democratie. Ze volgen de politieke agenda en controleren het gemeentebestuur, maatschappelijke instellingen en bedrijven. Ze attenderen burgers en bestuur op problemen die van belang zijn en hebben zo ook een agenderende functie. Maar ze zijn meer dan dat: ze verbinden burgers met elkaar en met hun omgeving. Ze bieden hen een platform voor discussie. Ze besteden aandacht aan culturele en sportieve evenementen en ze informeren burgers over andere belangrijke ontwikkelingen op lokaal niveau¹.

Publieke lokale media-instellingen hebben geen vrijblijvende functie. Hun functie is vastgesteld in de Mediawet² als 'het op lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod op het terrein van informatie, cultuur, educatie en verstrooiing, via alle beschikbare aanbodkanalen'. Lokale media-instellingen zijn gebonden aan een taakstelling en moeten voldoen aan specifieke eisen. Het Commissariaat voor de Media ziet toe op naleving van de regels en kan het overtreden van regels bestraffen. In de praktijk blijkt er voor veel lokale media-instellingen het nodige 'kunst- en vliegwerk' aan te pas te komen om te voldoen aan de taakstelling en eisen. Zo is de bekostiging van de publieke lokale media-instellingen in veel gemeenten niet gebaseerd op een calculatie van benodigde middelen in relatie tot de functie en is de verantwoordelijkheid voor het opvangen van het budgettekort niet belegd³.

De lokale omroep van de gemeente Amstelveen, RTV Amstelveen (RTVA), loopt hier ook tegen aan. Zij verkeert al meerdere jaren in zwaar weer⁴. Naast financiële problemen⁴ kampt(e) de organisatie met wisselingen in de personele bezetting en interne onrust. De gemeente Amstelveen heeft in de afgelopen jaren steeds extra financiële middelen bijgelegd⁵ ten opzichte van de structureel toegekende middelen.

De problemen van RTVA op het gebied van organisatie en financiering maakte dat RTVA in 2013 extra financiële steun vanuit de gemeente Amstelveen nodig had voor investeringen in apparatuur en materialen⁶.

¹ Strategisch plan NLPO, mei 2016

² Mediawet 2008, wet van 29 december 2008 ter vaststelling van de nieuwe Mediawet en Wet van 16 maart 2016 tot wijziging van de Mediawet 2008 in verband met het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst

³ Sector onder de radar: visitatieonderzoek en toekomstverkenning van de publieke lokale mediasector en de OLON, Van de Bunt Adviseurs, november 2010

⁴ Lokale omroep in Amstelveen: Nieuws dat de stad verbindt, Erik van der Zwam, 15 oktober 2015

⁵ Exploitatiebegroting 2017-2021 - De adem van de stad, Stichting RTV Amstelveen

⁶ Brandbrief RTVA, Amstelveen 12 juni 2015

In het jaar daarna (2014) waren er eveneens financiële zorgen binnen de omroep. Daarop besloot RTVA te bezuinigen op personeel. Als gevolg van dit besluit vertrok de toenmalige hoofdredacteur Bert Kuizenga⁷. Daarnaast vergrootte RTVA haar inspanningen om extra inkomsten te genereren⁶. Uiteindelijk haalde RTVA in 2014 25% van haar totale inkomsten uit reclamebatens en producties voor derden⁸. Toch werd ook in 2014 een negatief exploitatieresultaat behaald.

Omdat in juni 2015 nog steeds grote zorg over de financiële gezondheid van de omroep bestond, verstuurde RTVA een brandbrief aan de gemeenteraad van Amstelveen. In deze brief verkondigde zij met de destijds beschikbare financiële middelen geen toekomst te zien voor RTVA en verzocht zij extra ondersteuning vanuit de gemeenteraad⁶. In deze brandbrief gaf RTVA daarbij aan zich ervan bewust te zijn dat zij zelf ook nog meer inspanningen moest leveren door op commercieel vlak extra inkomsten te genereren⁶. In 2015 haalde de omroep uiteindelijk 13% van de totale inkomsten uit reclamebatens en producties voor derden⁹. Ook paste de omroep haar programmering aan tot een minimale variant¹⁰. Doordat RTVA in 2015 flink in de kosten schrapte, was voortzetting van de lokale omroep mogelijk¹¹.

In antwoord op het verzoek aan de gemeenteraad zijn in 2015 twee onderzoeken uitgevoerd¹²: Een kijk- en luisteronderzoek binnen de gemeente Amstelveen¹³ en een onderzoek door Erik van der Zwam naar de lokale omroep RTVA⁴. Van der Zwam constateerde een aantal problemen binnen de lokale omroep. Naast structurele geldproblemen, stelde hij onder andere dat toezicht en uitvoering binnen de organisatie te dicht op elkaar opereerden, dat er weinig tot geen journalistieke ervaring en opleidingscapaciteit aanwezig was en dat radio geen nieuws bracht en los stond van de rest van RTVA⁴. De aanbeveling van Van der Zwam om het principe internet first te hanteren, is door de lokale omroep opgevolgd. Aanbevelingen als het verhogen van het subsidiebedrag met € 122.500,- en het afstoten van de radio zijn niet opgevolgd door respectievelijk de gemeente Amstelveen en RTVA.

In 2016 zette het liquiditeitsprobleem van de lokale omroep zich voort. Financiële verplichtingen bij anderen dan de gemeente zijn destijds wel afgelost. In 2016 haalde de omroep 20% van de totale inkomsten uit reclamebatens en producties voor derden¹⁴. Vernieuwing van het bestuur van RTVA stond reeds op de agenda, maar werd bemoeilijkt door de penibele financiële situatie¹¹. Wel benoemde de omroep in september 2016 een nieuwe hoofdredacteur, Jan van Galen¹⁵.

⁷ <https://www.dichtbij.nl/3802943/onbetaalbare-bert-kuizenga-weg-bij-rtva>

⁸ Rapport inzake de jaarstukken 2014, Stichting RTV Amstelveen, 29 mei 2015

⁹ Rapport inzake de jaarstukken 2015, Stichting RTV Amstelveen, 28 april 2016

¹⁰ <https://mediamagazine.nl/rtv-amstelveen-luidt-noodklok-en-past-programmering-aan/>

¹¹ Afsprakenlijst bestuurlijk overleg RTVA, 2 juni 2016

¹² RTVA Brief aan wethouder Veeningen, Amstelveen 21 september 2015

¹³ Stadspeiling Amstelveen 2015, Gemeente Amstelveen I&O Research, augustus 2015

¹⁴ Rapport inzake de jaarstukken 2016, Stichting RTV Amstelveen, 26 april 2017

¹⁵ <https://nl.linkedin.com/pulse/jan-van-galen-wordt-per-1-november-hoofdredacteur-rtva-van-reijsen>

In 2017 heeft de gemeenteraad van Amstelveen geconstateerd dat er al langere tijd discussies lopen over de organisatiekracht en subsidiëring van RTVA. Zij heeft met de motie van 10 mei 2017¹⁶ het college het onderstaande verzocht.

Motie RTV Amstelveen, 10 mei 2017¹⁶

Verzoekt het college:

- op korte termijn RTV Amstelveen te voorzien van ondersteuning om onder regie van de gemeente financieel inzichtelijk te krijgen hoe de organisatie op redelijkerwijs rond kan komen;
- medio najaar 2017 hierover te rapporteren, als ook RTV Amstelveen te verzoeken met een toekomstig bedrijfsplan te komen inclusief financiële raming, zodat dit als discussie kan dienen voor de raad;
- voor 2017 een éénmalig bedrag van € 25.000,- beschikbaar te stellen voor RTV Amstelveen, zodat het behoud van de stageplekken voor de huidige stagiairs niet in het geding komt.

Naar aanleiding van deze motie heeft de gemeenteraad verzocht een raadsdebat te organiseren over de lokale media/journalistiek. Onder andere het voorliggende onderzoek, naar de ontwikkelscenario's voor de lokale omroep, dient als input voor deze discussie.

In september 2017 stapte hoofdredacteur Jan van Galen, een jaar na zijn benoeming, op uit onvrede over het gemeentelijk subsidiebeleid¹⁷. Het college van burgemeester en wethouders van Amstelveen had kort daarvoor bericht dat geen extra subsidie verleend werd en dat er eerst een onderzoek naar het kijk- en luistergedrag in Amstelveen uitgevoerd zou worden. Evenals een discussie in de gemeenteraad. GroenLinks stelde schriftelijke vragen aan het college omdat zij zich zorgen maakte over het voortbestaan van RTVA en over het effect op de Amstelveense journalistiek¹⁸. Door middel van een communicatieonderzoek heeft de gemeente Amstelveen in 2017 het kijk- en luistergedrag van Amstelveners onderzocht¹⁹. Het communicatieonderzoek dient in combinatie met het voorliggende onderzoek, naar de ontwikkelscenario's voor de lokale omroep, het genoemde gesprek in de gemeenteraad te faciliteren.

A2. De opgave voor de gemeente Amstelveen

Duidelijk is dat de gemeenteraad van Amstelveen zich zorgen maakt over de kwaliteit en de continuïteit van de lokale omroep, maar dat zij ook niet steeds ad hoc financieel wil moeten bijpassen.

¹⁶ Actuele Motie RTV Amstelveen, 10 mei 2017

¹⁷ <https://rtva.nl/2017/09/hoofdredacteur-rtva-jan-galen-stapt-op/>

¹⁸ Schriftelijke vragen vertrek hoofdredacteur RTVA, 30 september 2017

¹⁹ Communicatieonderzoek 'Lokale media en participatie' onder 870 inwoners (Digipanel) van Amstelveen in de leeftijdsklasse 18+, gemeente Amstelveen, 2017

In de mediawet staat beschreven dat het college van burgemeester en wethouders zorgt voor de bekostiging van het functioneren van de lokale media-instelling die aangewezen is als de publieke instelling². De bekostiging door de gemeente betreft een vergoeding van de kosten die rechtstreeks verband houden met het verzorgen van de lokale publieke mediadienst. Deze bekostiging dient op zodanige wijze te geschieden dat op lokaal niveau in een toereikend media-aanbod kan worden voorzien². Het is primair aan de gemeenten en de media-instellingen om, in onderling overleg, invulling te geven aan dit publiek Lokaal Toereikend Media-Aanbod en de financiering hiervan.

Om tot invulling te komen, heeft de gemeente Amstelveen achtereenvolgens twee opgaven:

1. Vaststellen van de inhoudelijke ambitie met betrekking tot het toekomstig publiek Lokaal Toereikend Media-Aanbod (het 'wat').
2. Keuzes maken ten aanzien van de wijze waarop het publiek lokaal media-aanbod georganiseerd en wordt bekostigd wordt (het 'hoe').

Door deze opgave te beantwoorden, kan de gemeente Amstelveen de discussie over financiering en organisatie van de omroep achter zich laten en verder werken met een kwalitatief sterke lokale omroep met een organisatorisch en financieel stabiele organisatie.

Opgave 1: vaststellen ambitie toekomstig publiek Lokaal Toereikend Media-Aanbod

In de Mediawet² speelt het begrip 'Lokaal Toereikend Media-Aanbod' een cruciale rol. Ook door de rechter is meermaals beslist dat de realisatie daarvan door de lokale omroepen leidend is voor bijvoorbeeld de gemeentelijke bekostigingsvraag. In het Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018²⁰ is een voorzet gedaan voor het vastleggen van het minimale, kwalitatieve niveau als ambitie voor alle gemeenten in Nederland om te realiseren. Deze invulling is hieronder verkort weergegeven, de volledige informatie is te vinden in Deel B2.2 Basisinformatie.

Voorzet minimale, kwalitatieve niveau publieke lokale media-instelling als ambitie²⁰
--

<p>Content: gericht op de natuurlijke habitat van de burger, met evenwichtige en volledig dekkende redactionele aandacht voor burgers, straten, buurten, dorpen en steden in het verzorgingsgebied, (werk)dagelijks op alle kanalen multimedial nieuws en informatie, met interactie en participatie van burgers en groeperingen, waarbij ten minste 50% van de mediaproducties informatief, cultureel en/of educatief is</p>
--

<p>Kanalen: radio, tv, internet en social media, (non-) lineaire distributie</p>

<p>Bedrijfsvoering: professioneel geborgde organisatie, kwalitatieve toets/visitatie, lokale productie (omroepfunctie), paraplu in streek of regio (regiefunctie), gebruikmaking van landelijke infrastructuur, kijk- en luisteronderzoek</p>
--

²⁰ Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen 2015-2018, VNG/OLON/NLPO, 13 november 2015

Redactie/journalistiek: professioneel geborgde journalistiek, lokale samenwerking met bibliotheken, scholen en culturele organisaties, publieke toegankelijkheid, representatief en goed functionerend programmabeleidend orgaan (PBO), samenwerking binnen het publieke bestel

Veel van de in het Lokaal Toereikend Media-Aanbod opgenomen zaken volgen logischerwijs uit de functie van een publieke lokale omroep en zijn in wet- en regelgeving bepaald. Voor een gemeente is ruimte om op een aantal zaken een eigenstandige ambitie te formuleren, zoals:

- Welke content wordt gebracht: sec publieke omroep of breder?
- Welke kanalen worden ingezet: smal (internet en app) of breed (ook radio, televisie of radio én televisie)?
- Welke mate van interactie en participatie van burgers en groeperingen wordt nagestreefd?
- Welke mate van samenwerking met lokale maatschappelijke organisaties zoals bibliotheken, scholen en culturele organisaties wordt nagestreefd?
- Welke mate van samenwerking binnen het publieke bestel, zoals in een streek of regio-omroep, wordt nagestreefd? zie opgave 2.

Opgave 2: keuzes maken ten aanzien van de wijze waarop het publiek lokaal media-aanbod georganiseerd wordt en bekostigd wordt

Na vaststelling van de ambitie met betrekking tot het publiek Lokaal Toereikend Media-Aanbod is de vraag aan de orde 'hoe' daar het beste invulling aan gegeven kan worden. Op 24 augustus 2019 verloopt de uitzendlicentie van RTVA. Hiermee ontstaat momentum om de omroep opnieuw te organiseren. Bij het verlopen van deze licentie kunnen lokale media-partijen opnieuw een beroep doen op de uitzendlicentie. Indien meerdere partijen zich hiervoor bij de gemeente Amstelveen melden, staat in de Mediawet beschreven dat de gemeente het samengaan van die instellingen moet bevorderen. Meer informatie hierover is opgenomen in Deel B1.2 van de Basisinformatie en in bijlage 2.

In het Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018²⁰ wordt samenwerken op landelijk niveau én in de streek als de sleutel gezien voor gelijktijdige verhoging van de kwaliteit en maatschappelijke waarde en een verlaging van de productiekosten. Lokaal dient dat te gebeuren via een regionale regierol vanuit een 'paraplu-organisatie' van samenwerkende omroepen. Deze vorm van streekomroepen is voor de mediasector het leidende principe bij de vernieuwing.

Om een gedegen besluit te kunnen nemen over 'hoe' het beste invulling gegeven kan worden aan het publiek lokaal media-aanbod in Amstelveen, zijn vier mogelijke ontwikkelscenario's uitgewerkt. De ontwikkelscenario's bieden de gemeente Amstelveen opties om toe te werken naar een stabiele lokale omroep (organisatorisch en financieel). De scenario's maken op hoofdlijnen inzichtelijk hoe de lokale omroep eruit zal zien (organisatie, functies en kanalen) en wat de benodigde financiële middelen hiervoor zijn. Partijen (gemeente en omroep(en)) kunnen aan de hand van de scenario's met elkaar in gesprek gaan en hun plan en de daarbij horende begroting uitwerken.

Om als publieke lokale omroep te voldoen aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod moet rekening gehouden worden met een richtbegroting van circa € 200.000,- . Hoofdstuk B2.3 van Deel B Basisinformatie gaat in op totstandkoming van dit richtbedrag.

Deze ontwikkelscenario's zijn hierna kort weergegeven. Uitgebreidere informatie is te vinden in Deel C Ontwikkelingscenario's.

1. Lokale omroep gebaseerd op de richtlijn bijdrage uit gemeentefonds

In dit scenario staat de maximering van het budget op het niveau van de bijdrage uit het gemeentefonds centraal. Keuze voor dit scenario zal verdere minimalisering van de inrichting van de lokale omroep vereisen.

2. Doorontwikkelen stand-alone lokale omroep RTVA

Op basis van de inhoudelijke plannen en de begroting van RTVA kan de lokale omroep zich doorontwikkelen tot een steviger stand-alone lokale omroep.

3. Streekomroep

Zoals voorgesteld in het Vernieuwingsconvenant 2015-2018²⁰ zet de NLPO in op de vorming van een streekomroep. Vorming van een streekomroep in de aangewezen streek lijkt op korte termijn niet levensvatbaar. De mogelijkheden met omliggende streken kunnen verkend worden.

4. Geïntegreerde lokaal regionale omroep met een Amstelveens bulletin

De regionale omroep RTV NH stelt voor om de regionale omroep en de lokale omroep samen te brengen in één bestel: een geïntegreerde lokaal regionale omroep met een Amstelveens bulletin.

A3. Leeswijzer

Om het raadsdebat over de omvang, de functie en de bekostiging van de lokale omroep goed te kunnen voeren, is inzicht nodig in wat Amstelveen voor omroep nodig heeft en wat de kosten daarvan zijn. Het is hierbij belangrijk om expliciet keuzes te maken ten aanzien van de omroepfuncties en om dit te doen op basis van valide informatie. Dit rapport geeft inzicht in die informatie die nodig is om in de gemeenteraad een debat te voeren over de opgave en om als gemeente Amstelveen vervolgens keuzes te kunnen maken.

Deel A van dit rapport introduceerde de opgave voor de gemeente Amstelveen. In Deel B van dit rapport is de basisinformatie ten aanzien van lokale omroepen in het algemeen en de lokale omroep Amstelveen in het bijzonder verzameld. Deel C van dit rapport gaat in op de mogelijke ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep in Amstelveen.

DEEL B. BASISINFORMATIE

Om de ambitie te bepalen en keuzes te kunnen maken, is het van belang om voldoende informatie te hebben over lokale omroepen in het algemeen en de lokale omroep in Amstelveen in het bijzonder.

Dit deel van het rapport voorziet in de volgende basisinformatie:

1. Kaders publieke lokale media-instellingen.
2. Ontwikkelingen publieke lokale media-instellingen.
3. Huidige organisatie RTV Amstelveen.
4. Het medialandschap en de behoefte aan lokale mediavoorzieningen in Amstelveen.

B1. KADERS PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN

B1.1 Wet- en regelgeving publieke lokale media-instellingen

Veel lokale omroepen zijn begonnen als vrije radiozenders in dorpen en steden. Sinds 2008 regelt de Mediawet de toelating tot het omroepbestel en de eisen die gesteld worden aan publieke lokale media-instellingen.

In het bepalen van de gewenste publieke lokale omroep voor Amstelveen, zullen betrokkenen rekening moeten houden met wet- en regelgeving. Het Commissariaat voor de Media (CvdM) houdt toezicht op naleving van de regelgeving. Daarbij richt het CvdM zich op eerlijke verhoudingen tussen publieke en commerciële media-instellingen en transparante eigendomsverhoudingen in de mediasector. Hiervoor vult het CvdM de regelgeving in met richtlijnen en beleidsregels. Het overtreden van de regels kan bestraft worden met bijvoorbeeld een boete.

Voor het verzorgen van het publieke media-aanbod in Nederlandse gemeenten wijst het CvdM publieke lokale media-instellingen aan. Kerntaak van deze publieke lokale media-instellingen is het verzorgen van (publiek) media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie. Er kan slecht één publieke lokale media-instelling per gemeente zijn. Deze publieke lokale media-instelling moet onder meer voldoen aan de hierna genoemde eisen²¹. Een volledig overzicht van de eisen is opgenomen in Bijlage 1.

Publieke media-opdracht	Deze bestaat uit het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, van cultuur en van educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen. Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Het programma-aanbod wordt via omroepzenders verspreid naar alle huishoudens in het verzorgingsgebied.
Productienorm	Ten minste vijftig procent van de programma's tussen 7.00 en 23.00 uur dient in eigen beheer te zijn geproduceerd. Uitbesteding van productie is, onder de voorwaarden, zoals opgenomen in Bijlage 1, mogelijk.
ICE-norm	Voor elk kanaal moet ten minste vijftig procent van de programma's tussen 7.00 en 23.00 uur een informatief, cultureel of educatief karakter hebben, gericht op de eigen gemeente. Hiervan moet minimaal zestig procent een lokaal informatief of educatief karakter hebben en veertig procent mag een lokaal cultureel karakter hebben. In geval van samenwerking met een regionale omroep of met andere lokale omroepen wordt de ICE-norm bijgesteld.

²¹ Publiek lokale media-instellingen en de mediawet, Commissariaat voor de Media

Reclame en sponsoring	Om de onafhankelijkheid van de media-instelling te waarborgen, zijn regels rondom reclame en sponsoring vastgelegd.
Nevenactiviteiten	Voor nevenactiviteiten moet de omroep vooraf toestemming krijgen van het CvdM.
Uitbesteden	Er zijn regels opgesteld op het gebied van uitbesteden van programma's, van reclameboodschappen en van verwerving van reclame-inkomsten.
Programmabeleidsbepalend orgaan (PBO):	De Mediawet schrijft voor dat lokale media-instellingen een representatief orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt. Dit is een afzonderlijk orgaan naast de redactie en het bestuur. Zij stelt het programmabeleid vast, houdt toezicht en ziet toe dat de media-instelling zich aan de ICE-norm houdt. Regels aangaande de invulling van het PBO zijn opgenomen in Bijlage 1.
Financiële administratie en verantwoording	Media-instellingen zijn verplicht te werken met een jaarrekening (balans, exploitatierekening en toelichting). Jaarlijks moeten zij een verklaring afleggen over de integriteit van bestuurders en medewerkers.
Gegevensverstrekking en bewaarplicht	Lokale media-instellingen dienen jaarlijks gegevens aan het CvdM te verstrekken. Media-instellingen moeten hun uitzendingen twee weken bewaren.

B1.2 Regelgeving aanwijzing en bekostiging publieke lokale media-instellingen door gemeenten

Vanaf 2010 is de wet in werking getreden om de financiering van publieke lokale omroepen door gemeenten beter te regelen. Gemeenten zijn vanaf dat moment verplicht de lokale omroep te bekostigen als ze die eenmaal representatief hebben verklaard. De toets ten behoeve van de aanwijzing betreft de volgende aspecten:

- de samenstelling van het PBO moet representatief zijn voor de belangrijkste in de desbetreffende gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen;
- de media-instelling is een rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid;
- de media-instelling stelt zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel om op lokaal niveau de publieke mediaopdracht uit te voeren. Dit doet zij door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op bevrediging van maatschappelijke behoeften die in een gemeente waarop de instelling zich richt, leven en door het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen.

Het college van burgemeester en wethouders zorgt voor de bekostiging van de lokale omroep conform een vergoeding van de kosten die rechtstreeks verband houden met het verzorgen van de lokale publieke mediadienst (voor zover die kosten niet op een andere wijze zijn gedekt) op zodanige wijze dat op lokaal niveau een toereikend media-aanbod kan worden voorzien en continuïteit van bekostiging is gewaarborgd. Een volledig overzicht van de wet- en regelgeving omtrent aanwijzing en bekostiging van lokale media-instellingen is te vinden in Bijlage 2.

Deze bekostigingsplicht van de gemeenten voor publieke lokale media-instellingen is vastgelegd op basis van het richtbedrag van minimaal € 1,30 per woonruimte (plus index). Dit is de omvang van het bedrag in 2009 (€ 9,9 miljoen) dat na de fiscalisering van de omroepbijdrage in het Gemeentefonds is gestort. Dit bedrag wordt jaarlijks bijgesteld. Conform de VNG meicirculaire 2017 is het voorlopig accres 2018 bepaald op 4,02%. Het bedrag per huishouden voor lokale omroep stijgt hierdoor van € 1,20 in 2017 naar € 1,25 in 2018²².

Naast de structurele bijdrage vanuit de bekostigingsplicht ontvangen de meeste media-instellingen een aanvullende vorm van bekostiging. In de meeste gevallen betreft het een additionele bijdrage ter compensatie van de huisvestingslasten, eenmalige subsidies of vergoedingen voor het uitzenden van gemeenteraadsvergaderingen.

Aanwijzing van de lokale omroep geschiedt door het CvdM op basis van een aantal voorwaarden (zoals opgenomen in Bijlage 2) en nadat de gemeenteraad heeft geadviseerd over de vraag of de instelling aan de eisen voldoet. Indien meer dan één lokale instelling in een gemeente aan de eisen voldoet, is het college van burgemeester en wethouders toegewezen, voor zover dat mogelijk is, het samengaan van de instellingen te bevorderen. Een aanwijzing van de lokale omroep geldt voor vijf jaar. Een aanwijzing kan door het CvdM ingetrokken worden als de betreffende publieke media-instelling niet meer voldoet aan de eisen. Meer informatie hierover is opgenomen in Bijlage 2.

Kortom, de bekostiging door de gemeente dient op zodanige wijze te geschieden dat op lokaal niveau in een toereikend media-aanbod kan worden voorzien. Het is primair aan de gemeenten en de media-instellingen om, in onderling overleg, invulling te geven aan het begrip Lokaal Toereikend Media-Aanbod en de financiering daarvan.

²² Bedragen voor lokale omroepen in gemeentefonds, stand van zaken juni 2017, VNG, 2018

B2. ONTWIKKELINGEN PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN

B2.1 Trends in de sector

De toekomst van de media en de journalistiek is lastig te voorspellen. Toenmalig Staatssecretaris Dekker van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap schetste in zijn brief over het mediabestel van juni 2015 en op basis van onderzoek vier toekomstscenario's voor de journalistiek en de media²³. Hij stelde dat de overheid innovatie en ondernemerschap mogelijk moet maken, maar niet moet willen sturen²³. In het onderzoek 'Anders nog nieuws?' zijn ontwikkelingen binnen de journalistiek en media in kaart gebracht, die vervolgens zijn geclusterd en geprioriteerd. Hieronder is een overzicht van de trends te vinden²⁴.

Sturende trends:

- smart devices en social media veranderen het speelveld van de journalistiek:
 - jongeren snacken nieuws;
 - men consumeert simultaan, wat inhoudt dat men meerdere media gelijktijdig gebruikt;
 - de leestijd loopt drastisch terug;
 - de behoefte van de nieuwsconsument staat centraal: on demand heeft de toekomst;
- voortschrijdende technologische ontwikkeling: tempo, vorm en acceptatie zijn onzeker:
 - the internet of things;
 - algoritmes sturen in toenemende mate nieuwsconsumptie;
 - de groei van bandbreedte schept meer mogelijkheden voor beeld;
 - slimmer gebruik van gegevens versus schending van privacy;
- een terugtrekkende overheid: bezuinigingen en decentralisatie;
- onmacht van overheden ten opzichte van technologiegiganten;
- instituties versus individu(en): er is sprake van een toenemende spanning in de samenleving tussen diegenen die behoefte hebben of de voorkeur geven aan zelforganisatie en diegenen die vertrouwen op de centrale sturing vanuit instituties en overheden;
- een groeiende kloof in de samenleving: er heerst een gevoel van verminderd grip op de samenleving, wat gepaard gaat met een gevoel van onthechting.

²³ Kamerbrief: journalistiek, toezeggingen gedaan in het wetgevingsoverleg over de mediabegroting van 2014, Sander Dekker, juni 2015

²⁴ Anders nog nieuws? Scenario's voor de toekomst van de journalistiek, Van de Bunt Adviseurs, april 2015

Afhankelijke trends:

- ontwrichting van verdienmodellen:
 - dalende advertentie-inkomsten;
 - nieuwe verdienmodellen, zoals ontbundeling: het per stuk aanbieden van nieuwsproducten;
- commercialisering van de media;
- het belang van beeld neemt steeds verder toe;
- een veranderende perceptie van de waarde van journalistiek: vertrouwen daalt;
- de ontbundeling van producten: er worden steeds meer losse onderdelen verkocht;
- de burger als journalist;
- de veranderkracht van traditionele journalistieke organisaties is te gering.

Op basis van deze trends zijn in het onderzoek vier scenario's uitgewerkt langs de as van technologie (radicale vernieuwing versus terughoudendheid) en de as vertrouwen (do-it-yourself versus do-it-for-me)²⁴. Voor 2025 zijn de volgende vier plausibele situaties geschetst voor de toekomst van de Nederlandse journalistiek in 2025²⁴:

1. *Wisdom of the crowd: radicaal en do-it-yourself*

Een wereld waarin de economie en maatschappij worden gedomineerd door eigenwijze uitvinders, start-ups en virtuele samenwerkingsverbanden. De overheid is teruggedrongen in een faciliterende rol. Dankzij de technologische revolutie is een sterke do-it-yourself mentaliteit dé sleutel tot succes geworden. Nieuwe initiatieven verschijnen en verdwijnen in hetzelfde razendsnelle tempo. Wat nieuws is wordt niet langer door het ANP of door omroepen bepaald, maar door de crowd. Journalisten zijn in de eerste plaats feitenverzamelaar, curator en community manager.

2. *A handful of apples: radicaal en do-it-for-me*

Een wereld waarin een handvol megaconcerns in toenemende mate de economische, maatschappelijke en politieke agenda bepaalt. Veel kleine spelers zijn overgenomen of hebben het veld moeten ruimen. Het nieuws wordt slim gepersonaliseerd en lijkt het publiek steeds precies op het juiste moment te vinden. De meeste traditionele mediabedrijven hebben deze ontwikkeling niet overleefd.

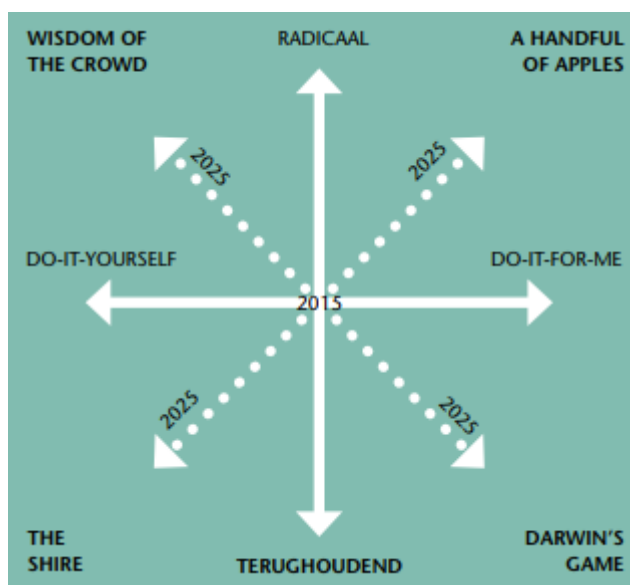
3. *The sire: terughoudend en do-it-yourself*

Een wereld waarin kleinschaligheid, zelfredzaamheid en voorzichtigheid hoog in het vaandel staat. De zorgende overheid heeft goddeels afgedaan. Solidariteit is weer een belangrijke waarde, de eigen wijk en de eigen regio zijn de nieuwe ankerpunten. De algemene opinie is dat met technologie uiterst behoedzaam moet worden omgegaan (door onder andere cybercrime). Het medialandschap is een eilandrijk geworden van kleinschalige titels, vaak met een regionale of lokale focus. Het nieuws wordt uitgewisseld op thematische community-sites, waaraan zowel burgerjournalisten als professionals bijdragen.

4. Darwin's game: terughoudend en do-it-for-me

Een wereld waarin de ooit gezaghebbende instituties zichzelf opnieuw weten uit te vinden, en daarmee het vertrouwen van hun oorspronkelijke publiek terugwinnen. Overheidsinstellingen en mediaondernemingen verrassen vriend en vijand met hun adaptieve vermogen. Ze tonen zich transparanter en toegankelijker. Het journalistieke landschap evolueert: het lukt een aantal traditionele nieuwsbrengrers om hun merken opnieuw relevant te maken, en daardoor de explosieve daling van kijkers en abonnees te remmen. Anderen komen te langzaam in beweging en sneuvelen. De traditionele mediaondernemingen veranderen sterk van structuur door efficiencylagen, verregaande samenwerking en het continu experimenteren met verdienmodellen. Het publiek verwacht dat de journalistiek zich steeds opnieuw bewijst, stelt hoge eisen en is niet loyaal aan specifieke merken.

Figuur 1 geeft de assen en de geschetste scenario's weer. Meer informatie over de toekomst van de journalistiek, inclusief het onderzoeksrapport, is te vinden op www.journalistiek2025.nl.



Figuur 1. Assen en scenario's voor de toekomst van de journalistiek

B2.2 Ontwikkelingen publieke lokale media-instellingen

In het strategisch plan 2016 van de stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO)¹ wordt gesteld dat de eisen die het veranderende medialandschap aan de omroepen stelt, aanzienlijk hoger liggen dan in het verleden het geval was. Nieuws moet actueel, onafhankelijk en op een professioneel, inhoudelijk en technisch kwalitatief hoog niveau worden gemaakt. Het moet worden uitgezonden op TV, radio en internet en gericht zijn op de natuurlijke habitat (=streek) van de burger. Deze eisen zijn in 2015 vastgelegd in een convenant tussen de VNG en de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON)/NLPO als Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA)²⁰.

Het Vernieuwingsconvenant stelt eveneens dat vernieuwing bij de lokale omroep zelf dient te beginnen en benadrukt dat zij onafhankelijk van overheidsinvloeden moet kunnen functioneren²⁰. Onafhankelijkheid binnen de publieke lokale omroep is onder andere te herkennen aan haar kerntaak - het verzorgen van (publiek) media-aanbod (informatie, cultuur en educatie) - en aan de rol van het PBO als adviesorgaan dat eveneens toeziet op het programmabeleid en de ICE-norm. Ook moet de omroep, om de onafhankelijkheid te waarborgen, beschikken over een redactiestatuut, waarin de journalistieke rechten en plichten van de medewerkers zijn vastgelegd²¹.

Het begrip ‘Lokaal Toereikend Media-Aanbod’, zoals vastgelegd in het Vernieuwingsconvenant, speelt in de Mediawet een cruciale rol. Ook door de rechter is meermaals beslist dat de realisatie daarvan door de lokale omroepen leidend is voor bijvoorbeeld de gemeentelijke bekostigingsvraag²⁰. Hoewel de lokale toereikendheid per geval kan verschillen, is er in het Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen 2015-2018 VNG/OLON/NLPO wel een kwalitatieve ondergrens aangegeven: toereikend zijn kan niet zonder een aantal vaste elementen en criteria. Het staat vervolgens partijen vrij om daarboven méér ambitie te formuleren en bijvoorbeeld, naast de bekostiging, op basis van de wet aanvullende gelden te verstrekken²⁰.

Er spelen drie dimensies een rol bij het bepalen van een Lokaal Toereikend Media-Aanbod: het productaanbod, de kwaliteit van de omroep en de effectiviteit en efficiency van de exploitatie²⁰. Hieronder is de voorzet voor het minimale, kwalitatieve niveau van publieke lokale-instellingen als ambitie weergegeven, zoals opgenomen in het Vernieuwingsconvenant²⁰.

Voorzet minimale, kwalitatieve niveau publieke lokale media-instelling als ambitie²⁰
<p>Content</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gericht op de natuurlijke habitat van de burger. Dat wil zeggen het gebied waarin deze woont, leeft, werkt, de dagelijkse of niet-dagelijkse inkopen doet, uitgaat, sport, voortgezet onderwijs volgt e.d.; het gaat om een streek of centrumstad met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit, dus vaak ook gemeentegrensoverstijgend; - met evenwichtige en volledig dekkende redactionele aandacht voor burgers, straten, buurten, dorpen en steden in het verzorgingsgebied; - (werk)dagelijks op alle kanalen multimediaal nieuws en informatie; - met interactie en participatie van burgers en groeperingen; - waarbij ten minste 50% van de mediaproducties informatief, cultureel en/of educatief is. <p>Kanalen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Radio (audio): analoog en digitaal, ether, kabel, IP-based/computer; - tv (video): analoog en digitaal, ether, kabel, IP-based/computer; - internet (tekst/foto/audio/video): interactieve internetsite inclusief gebruik mobile devices (via smartphones, tablets e.d.) en social media; - (non-)lineaire distributie: must carry/wettelijk verplichte deel en must offer van lineaire radio-/tv-uitzendingen en centrale non-lineaire distributie. <p>Bedrijfsvoering</p>

- Professioneel geborgde organisatie, in de praktijk veelal met vrijwilligers/onbetaalde krachten;
- kwalitatieve toets/visitatie binnen planning- en controlcyclus door OLON;
- lokale productie (omroepfunctie), paraplu in streek of regio (regiefunctie);
- gebruikmaking van landelijke infrastructuur (o.a. distributie: mediahub);
- kijk- en luisteronderzoek (bovenop reguliere bekostiging).

Redactie/journalistiek

- Professioneel geborgde journalistiek: kwaliteit en onafhankelijkheid;
- lokale samenwerking met bibliotheken, scholen en culturele organisaties;
- publieke toegankelijkheid (van iedereen, voor iedereen, door iedereen);
- representatief en goed functionerend programmabeleidbepalend orgaan (PBO);
- samenwerking binnen het publieke bestel.

In reactie op het veranderend medialandschap zet de NLPO in op de vorming van streekomroepen. Het vormen van de streekomroep moet, met het vergroten van de schaal, ertoe leiden dat omroepen het vereiste Lokaal Toereikend Media-Aanbod kunnen bieden. De NLPO heeft met het vormen van de streekomroep de ambitie om een professioneler lokaal media-aanbod te realiseren door krachten te bundelen¹. In 2016 waren er ongeveer 260 lokale omroepen, waarbij de NLPO het doel stelde deze binnen vijf jaar tijd te bundelen in streekomroepen. Een streekomroep wordt hier gedefinieerd als een stads-/fusieomroep of een samenwerkingsverband van lokale omroepen in een streek. Per augustus 2015 bestonden er reeds 16 stadsomroepen en 10 streekomroepen. Er werd ten doel gesteld om 49 nieuwe streekomroepen te vormen om in totaal via 75 streekomroepen de publieke lokale mediafunctie te verzorgen²⁰.

De NLPO stelt dat alleen wanneer lokale omroepen zich door fusies en/of samenwerkingen omvormen tot streekomroepen, zij voldoende schaal kunnen realiseren en in staat zijn om het vereiste Lokaal Toereikend Media-Aanbod te bieden. Dit omdat streekomroepen kunnen profiteren van gedeelde technische voorzieningen en een efficiëntere organisatie¹.

In maart 2016 presenteerde de NLPO een voorstel voor een indeling in Nederland in streken. Vervolgens is aan zowel de besturen van de lokale omroepen als aan de gemeenten gevraagd hun zienswijze te geven op de voorgestelde te vormen streekomroep. Op basis van deze reacties heeft een commissie, bestaande uit vertegenwoordigers vanuit de VNG, OLON en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het advies voor de indeling van streken vastgesteld²⁵. In haar adviesbrief van december 2016 stelt de commissie voor om een indeling te maken van 77 streken, deze streekindeling vast te stellen en deze zo spoedig mogelijk aan de lokale omroepen en besturen te presenteren²⁵. Begin 2017 stelde zij de definitieve indeling in streken vast. Tot op heden stimuleert zij de lokale omroepen tot de vorming van streekomroepen. In hoofdstuk 3 van deel C Ontwikkelscenario's wordt dieper in gegaan op het vormen van de streekomroep.

²⁵ Advies Change Board inzake streekindeling, kenmerk 2016.01656, NLPO, 22 december 2016

De landelijke politiek besteedt eveneens aandacht aan journalistieke ontwikkelingen en daarbij horende uitdagingen. In het regeerakkoord Vertrouwen in de toekomst (Rutte III: 1.7 Media)²⁶ schets het huidige kabinet de enorme uitdagingen voor de journalistiek en mediabedrijven en stelt het kabinet dat zij wil bijdragen aan voldoende onafhankelijk journalistiek aanbod op onder andere lokaal niveau.

Regeerakkoord Vertrouwen in de toekomst, Rutte III: 1.7 Media

De uitdagingen voor de journalistiek en mediabedrijven zijn enorm, op landelijk, regionaal en lokaal niveau. Grote internationale bedrijven domineren de markt wereldwijd en informatie is vaak direct gratis digitaal toegankelijk. Ruimte voor onafhankelijke onderzoeksjournalistiek en een stevige publieke omroep op alle schaalniveaus is hierdoor niet langer vanzelfsprekend, maar wel nodig vanwege het veranderende medialandschap. Daar willen we aan bijdragen in de komende jaren.

De komende periode werken we aan voldoende onafhankelijk journalistiek aanbod op lokaal en regionaal niveau. Samenwerking (publiek en privaat) op lokaal en regionaal niveau wordt bevorderd. Een voorbeeld daarvan is de realisatie van regiovensters op de kanalen van de NPO in de komende kabinetsperiode.

De afgelopen periode is een belangrijke stap gezet in de samenwerking tussen regionale omroepen door de vorming van de Regionale Publieke Omroep (RPO). Op lokaal niveau worden steeds meer streekomroepen gevormd. Omdat dit bijdraagt aan de professionalisering, beraadt het kabinet zich op de wijze van organisatie en financiering van de lokale omroepen.

Daarnaast trekt het kabinet geld uit voor de bevordering van onderzoeksjournalistiek. Deze vorm van journalistiek staat onder druk, maar is van vitaal belang voor de controlerende taak die de journalistiek heeft. Daarbij acht het kabinet de interne ombudsfunctie van groot belang.

Persvrijheid staat in steeds meer landen onder druk. Nederland blijft zich inspannen om bedreigde journalisten in het buitenland te beschermen.

B2.3 Financiële ontwikkelingen rondom de lokale omroep

Ook op financieel gebied is veel gaande in de sector. Ongeveer 30% van de media-instellingen kampte in de afgelopen jaren met een zorgelijke financiële positie en dit percentage neemt toe bij een toenemende omvang van het verzorgingsgebied. De gemiddelde baten per media-instelling namen af. Het percentage aan subsidie of bekostiging ten opzichte van de totale baten neemt toe. Ook is te zien dat er in toenemende mate gebruik gemaakt wordt van overeenkomsten met een looptijd van meer dan één jaar²⁷. Media-instellingen zijn in de afgelopen jaren steeds minder goed in staat gebleken om reclame-inkomsten te genereren²⁷.

²⁶ Regeerakkoord 2017-2012, vertrouwen in de toekomst, VVD, CDA, D66, ChristenUnie, 10 oktober 2017

²⁷ Evaluatie van de gemeentelijke bekostiging lokale publieke media-instellingen 2013-2015, Commissariaat voor de media, juli 2016

In 2003 hebben de OLON en de VNG berekend dat een semiprofessionele lokale radiomodel omroep voor een middelgrote gemeente (als Amstelveen) circa € 176.200,- per jaar nodig heeft om haar taak te kunnen vervullen²⁸.

In navolging op het advies tot vorming van een streekomroep stelt de NLPO momenteel een normbegroting op voor de streekomroep. Deze normbegroting dient inzicht te geven in het bedrag dat redelijkerwijs nodig is om als streekomroep te functioneren en te kunnen voorzien in een Lokaal Toereikend Media-Aanbod. Hoewel de definitieve normbegroting op het moment van verschijnen van dit rapport nog niet is vastgesteld, heeft de NLPO wel het richtbedrag van € 800.000,- genoemd²⁹.

Op basis van dit richtbedrag voor de streekomroep kan een richtinggevend bedrag voor de lokale omroep in Amstelveen berekend worden. De voorgestelde streek waar Amstelveen bij ingedeeld is (Amstelland) telt 339.000 inwoner²⁵. De gemeente Amstelveen heeft bijna 90.000 inwoners³⁰. Uitgaande van een normbegroting van € 800.000,- voor een streekomroep en wetend dat de streek Amstelland 339.000 bewoners heeft, zal voor een gebied als Amstelveen met ongeveer 90.000 inwoners naar verwachting voor de lokale omroepfunctie een bedrag van circa € 200.000,- benodigd zijn om in een Lokaal Toereikend Media-Aanbod te kunnen voorzien. In deze berekening van het richtbedrag voor een lokale omroep is geen rekening gehouden met mogelijke schaalvoordelen van een streekomroep.

²⁸ Beleidsinstrument gemeentelijke bekostiging lokale omroepen, Vereniging van Nederlandse Gemeenten, maart 2014

²⁹ Toekomst voor de Lokale Publieke Omroep, NLPO, 2017-2018

³⁰ Amstelveense bevolkingstrends 2018, gemeente Amstelveen, 14 februari 2018

B3. HUIDIGE ORGANISATIE RTV AMSTELVEEN

De huidige organisatie van RTV Amstelveen wordt beschreven aan de hand van de organisatie, de functies en kanalen, de wijze van financiering en de bestaande samenwerkingen.

B3.1 Organisatie

De stichting RTV Amstelveen is opgericht op 24 februari 2004¹⁴. De statuten van de stichting zijn voor het laatst gewijzigd op 12 juli 2013³¹. De huidige uitzendlicentie van RTV Amstelveen, toegewezen door het Commissariaat van de Media, loopt tot 24 augustus 2019.

Met het aantreden van drie nieuwe bestuursleden in maart 2017 bestaat het bestuur momenteel uit vijf leden. Na turbulente jaren met onder andere personele verschuivingen binnen de omroep, zoals omschreven in deel A, heeft ook in de afgelopen periode wisseling in het personeel plaatsgevonden. In januari 2018 heeft het bestuur besloten om alvast (gedeeltelijk) invulling te geven aan de professionele basisorganisatie van de omroep, waar zij momenteel aan werkt³². Dit heeft ervoor gezorgd dat de redactie uitgebreid is. De redactie bestaat in februari 2018 uit:

- een hoofdredacteur (vrijwillig, vervuld door een bestuurslid);
- een eindredacteur (bezoldigd);
- een redacteur/producent (bezoldigd) voor programma's en producties;
- vrijwilligers;
- vijf stagiairs.

Daarnaast is in februari 2018 een medewerker (voor voorlopig zes maanden) aangesteld voor de techniek en wordt het facilitair management tot 1 juli a.s. vrijwillig vervuld door één van de bestuursleden. De vrijwilligers vormen samen met redactieleden kernredacties en geven invulling aan de productie en presentatie van bestaande en nieuwe radio- en tv-programma's. Tevens voert RTVA gesprekken voor administratieve ondersteuning (vrijwillig) en gaat een vrijwilliger zich inzetten om advertenties te werven³².

In een eerder uitgevoerd onderzoek is gesteld dat de continuïteit van de omroep sterk afhangt van de passie en inzet van onbetaalde krachten⁴. Het gebrek aan betaalde krachten met een journalistieke achtergrond vormt hierbij een risico voor de journalistieke kwaliteit van de lokale omroep. Een gebrek aan betaalde krachten brengt eveneens met zich mee dat het bestuur dicht op de uitvoering en de redactie van RTVA opereert. In dit onderzoek werd verder gesteld dat het voor

³¹ Statutenwijziging, Stichting RTV Amstelveen, 12 juli 2013

³² RTVA in verbinding met de adem van de stad: de stand van zaken, stichting RTV Amstelveen, februari 2018

een goed functionerende lokale omroep van belang is dat het toezicht op afstand van de dagelijkse werkzaamheden functioneert⁴. RTVA is met deze en andere ontwikkelopgaven aan de slag gegaan. Een aantal zaken blijven hierbij aandachtspunten. Hoofdstuk 2 in Deel C Ontwikkelscenario's geeft een breder beeld van de doorontwikkeling van RTVA richting een volwaardige stand-alone lokale omroep.

Afgelopen jaar werd RTVA genomineerd als beste leer/werkbedrijf 2017³³. Gedurende het jaar 2016 hebben 15 studenten van mediacollega's en ROC's gedurende een aantal maanden stage gelopen bij RTVA¹⁴. Via vak-brede stages doen deze stagiairs ervaring op bij RTVA. Daarnaast krijgen vrijwilligers de mogelijkheid om werkervaring op te doen³³.

RTVA wordt gecontroleerd door haar programmabeleidbepalend orgaan (PBO). Dit orgaan heeft vaststelling en toezicht op het programmabeleid en de ICE-norm tot haar taak. Het PBO komt drie tot vier keer per jaar samen om de ontwikkelingen van de omroep te volgen en daar, waar nodig, op te reageren³⁴. Bij het voornemen tot benoeming van nieuwe bestuursleden overlegt het bestuur met het PBO alvorens tot besluitvorming over te gaan³¹. Daarnaast controleert het PBO de omroep op het behalen van de (o.a. ICE-)doelen. Door het beleid van de omroep vast te stellen, zorgt het PBO ervoor dat de nagestreefde doelstellingen worden gehaald en dat de beoogde doelgroepen worden bereikt³⁵.

In de loop van 2016 is een steungroep voor RTVA ontstaan. Deze steungroep bestaat uit leden vanuit verschillende sectoren uit de Amstelveense samenleving die een breed draagvlak voor het voortbestaan van RTVA willen creëren bij politiek, bedrijfsleven en organisaties. Zij stimuleren onderlinge uitwisseling van content uit de verschillende maatschappelijke sectoren en versterken de organisatie in functionele zin en met hun expertise¹⁴.

B3.2 Functies en kanalen

Het uitgangspunt van RTVA is dat zij zich vooreerst concentreert op het brengen van snel, accuraat, laagdrempelig, actueel, lokaal en dagelijks nieuws³⁶. Op het gebied van nieuws- en informatievoorziening stelt zij zich ten doel om te zorgen voor continue actuele nieuws- en informatievoorziening (inhoud en distributie) over 'wat er gebeurt in Amstelveen'. Zij geeft aan 'bovenop het lokale nieuws en de evenementen te willen zitten'. RTVA streeft ernaar programma's

³³ RTVAmstelveen in verbind met 'de adem van de stad' Plannen en Acties 2017/18/19, Stichting RTV Amstelveen, 25 september 2017

³⁴ Jaarverslag 2016 PBO van de lokale omroep RTVA, Rien Alink namens PBO, mei 2017

³⁵ Gesprek gemeenteambtenaar Amstelveen

³⁶ Update ontwikkelingen, RTV Amstelveen, maart 2017

aan te bieden die aantoonbaar interessant zijn voor burgers, bedrijven, politiek en specifieke doelgroepen, waaronder (organisaties) voor ouderen, jongeren, sportadepten, cultuur- en natuurliefhebbers, politiek geïnteresseerden en ondernemers³³. In het communicatieonderzoek 2017 geeft 51,7% van de ondervraagden aan RTVA te kennen en scoort de lokale omroep een gemiddeld rapportcijfer van 5,6¹⁹.

De huidige verspreidingskanalen van RTVA zijn televisie, radio, de website, social media, YouTube en de app. In de verspreiding van het nieuws via haar kanalen hanteert RTVA, in opvolging van het advies van Erik van der Zwam uit 2015⁴ het principe internet/social media first.

De *website*³⁷ is een online platform waarop RTVA dagelijks nieuws verspreidt, waar de gepubliceerde video's te bekijken zijn, waar sportnieuws en -informatie (wedstrijdprogrammering amateurvoetbal) te vinden is en waar een aantal vaste columnisten publiceert. Daarnaast kan via de website de radio-uitzending beluisterd worden en kan er live naar de televisie-uitzending gekeken worden. Uit het communicatieonderzoek 2017 van de gemeente Amstelveen blijkt de website onder de ondervraagde inwoners van Amstelveen geen veelgebruikt medium. Slecht 5,9% van hen bezoekt de website minstens één keer per week, 11,6% minder dan één keer en 82,5% bezoekt de website nooit¹⁹. Uit een analyse van de bezoekersgegevens komt echter naar voren dat het aantal paginabezoekers van de website in het afgelopen jaar enorm is gestegen. Dit resulteerde in 80% meer paginaweergaves in 2017 ten opzichte van 2016³⁸.

Op *social media* is RTVA actief op Facebook³⁹ en Twitter⁴⁰. Via Facebook verspreidt zij dagelijks nieuws, via Twitter een aantal keer per week. Met name nieuwsberichten en columns worden via deze kanalen gedeeld. Ook beheert zij een Instagram-account⁴¹ waarop in het afgelopen jaar geen nieuws gedeeld is. De social media kanalen verwijzen veelal door naar het originele bericht op de website. Op *Youtube*⁴² telt de zender ongeveer 1.300 abonnees. Bijna dagelijks worden video's over nieuws, politiek en opinie gedeeld via dit kanaal. Via de *RTV-app* wordt online nieuws, televisie-uitzendingen (en de gids), gemiste uitzendingen, de radio en het weer aangeboden.

De *televisie* is zowel digitaal als analoog (in de regio Amstelveen) te ontvangen. Daarnaast kan de televisieprogrammering online via een livestream op de website van RTVA worden bekeken. De recente toevoeging van tekst TV (kabelkrant) is waardevol gebleken voor RTVA³⁶. Hiermee kunnen derden (gemeente, cultuur en buurtgemeenschappen) zelf nieuws en informatie via dit kanaal distribueren¹⁴.

³⁷ <https://rtva.nl/>

³⁸ Prestaties RTVA online, RTV Amstelveen, 28 maart 2018

³⁹ <https://nl-nl.facebook.com/RTVAmstelveen/>

⁴⁰ <https://twitter.com/rtvamstelveen>

⁴¹ <https://www.instagram.com/rtva/>

⁴² <https://www.youtube.com/user/RTVAmstelveen>

Via televisie verspreidt RTVA met name nieuws. Op basis van het principe 'internet first' ontwikkelt RTVA vanaf januari 2018 een zich voortdurend verversende nieuwsloop (TV) met korte nieuwsitems en zogenaamde teasers naar uitgebreidere thema's/programma's op de site, Facebook en andere media³². Ook verzorgt RTVA live de uitzending van raadsvergaderingen en adverteren bedrijven/instellingen via het televisiekanaal van RTVA. In 2015 gaf bijna de helft van de bewoners die meewerkten aan het onderzoek naar de bekendheid en waardering van RTVA aan wel eens naar RTVA te kijken. Er wordt vooral in de avond naar RTVA gekeken en de zender is met name onder de bewoners van 50 jaar en ouder bekend⁴³. In het communicatieonderzoek 2017 gaf ongeveer 15% van de ondervraagden aan minimaal wekelijks naar RTVA te kijken¹⁹. Ondervraagden die aangeven nooit naar RTVA te kijken, geven hiervoor als redenen: 'het aanbod is niet interessant', 'te onbekend', 'voorkeur voor andere media' en 'kijk nauwelijks tv'¹⁹.

Via de *radio* zendt RTVA eveneens 24 uur per dag uit. Naast muziek worden informatieve programma's uitgezonden. In 2015 gaf ongeveer 9% van de Amstelveense bewoners aan wel eens naar de uitzendingen van RTVA voor gemeentelijke informatie te luisteren¹³. In het communicatieonderzoek 2017 is dit niet onderzocht. RTVA onderzoekt momenteel hoe zij de radio wil blijven benutten³³. In de stand van zaken 2018 geeft RTVA aan radio (vooralsnog) in de lucht te houden. Dit omdat er nieuwe presentatoren zijn met eigen informatieve programma's³².

Zoals gesteld in hoofdstuk 1 van Deel B Basisinformatie dient de lokale publieke omroep te voldoen aan de ICE-norm. Conform het weekoverzicht radioprogrammering van RTV Amstelveen d.d. 19 januari 2017 zendt de radio van RTVA 54 van de 105 uur informatieve, culturele en educatieve programma's uit⁴⁴. Dit komt neer op 52,5%. Voor omroepen die meerdere kanalen exploiteren, zoals RTVA doet, is het niet mogelijk om onderling te compenseren²¹. Via de TV en website verspreidt RTVA louter informatieve, culturele en educatieve content. Kortom, RTVA voldoet aan de ICE-norm.

B3.3 Financiering

Hoewel RTVA 2015 en 2016 met een positief exploitatieresultaat⁵ heeft afgesloten, blijft de zorg over de financiële situatie bestaan. RTVA geeft in haar jaarstukken 2016 aan dat zij het negatieve eigen vermogen in het afgelopen jaar terug heeft weten te brengen (van € - 40.051,- op 31 december 2015 naar € - 29.611 op 31 december 2016), maar dat de balanspositie zwak blijft. Naar verwachting is het negatieve eigen vermogen per 31 december 2017 met € 8.401,- verminderd tot € - 21.210,-⁴⁵.

⁴³ RTV Amstelveen 'Een onderzoek naar de bekendheid en waardering van RTVA', gemeente Amsterdam Onderzoek, informatie en Statistiek, september 2015

⁴⁴ Weekoverzicht radioprogramma van RTV Amstelveen per 19 januari 2017, Stichting RTVA

⁴⁵ Mail RTVA 25 april 2018

De baten van RTVA zijn in de afgelopen jaren voor meer dan de helft afkomstig vanuit gemeentelijke bijdragen. Daar de jaarrekening voor 2017 op het moment van schrijven van dit rapport nog niet is vastgesteld, wordt bij het verschaffen van financieel inzicht uitgegaan van een combinatie van door de gemeente vastgestelde bijdragen en de begrote inkomsten en uitgaven 2017. De begrote baten van RTVA in 2017 zijn als volgt opgebouwd:

- de bijdrage vanuit de gemeente Amstelveen over 2017 bedroeg € 82.000,-⁴⁶;
- daarnaast ontving zij een bijdrage voor het toekomstige bedrijfsplan van de gemeente à € 25.000,-;
- dit brengt de totale bijdrage van de gemeente op € 107.000,-⁵;
- boven op deze gemeentelijke baten haalt RTVA conform de begroting € 38.000,- uit reclamebaten, producties voor derden en barteringsbaten (in ruil voor zendtijd bieden een aantal bedrijven werkzaamheden of diensten aan RTVA aan)⁵;
- samen met een vrijval van de egalisatierekening à € 12.000,- komt de begrote som der baten in 2017 op € 157.000,-. De inkomsten uit reclames en producties voor derden (€ 10.000,-) behelzen in 2017 volgens begroting daarmee 10% van de totale inkomsten.

De bedrijfslasten van RTVA zijn grofweg onder te verdelen in de volgende vijf categorieën:

- de personeelskosten: hier wordt in 2017 ruim 30% van de middelen voor begroot⁵. Dit terwijl RTVA in een minimale vorm personeel in dienst heeft en vooral afhankelijk is van vrijwilligers en stagiairs;
- de afschrijving van de oude activa;
- de huisvestingslasten: hier wordt in 2017 ongeveer 20% van de middelen voor begroot⁵;
- de facilitaire lasten (distributie- en uitzendlasten): hier wordt in 2017 ongeveer 25% van de middelen voor begroot⁵. Met name de kosten voor Media Choice (€ 17.400,-) en contributies BUMA/STEMRA (€ 7.900,-) vormen hier een relatief grote post;
- de algemene lasten: De afzonderlijke posten voor productie via de kanalen zijn klein in verhouding tot de totale lasten. Zo werd voor televisie(productie)kosten in 2017 € 4.600,-, voor radiokosten € 800,- en internet € 500,- begroot;

B3.4 Samenwerkingen

RTVA verkent zowel samenwerkingen binnen de gemeente als daarbuiten. Binnen de gemeente werd in februari 2018 een samenwerkingsovereenkomst met het Sportbedrijf geconcretiseerd. Ook geeft zij aan in gesprek te zijn met Wild FM over een mogelijke samenwerking³². Daarnaast geeft RTVA aan dat samenwerking met de plaatselijke schrijvende journalistiek hoog op de agenda blijft staan.

⁴⁶ Raadsbrief: Bijdrage 2017 kenmerk Z-2016/055974, gemeente Amstelveen, 20 december 2016

Binnen het overleg van de Regionale Omroepen Amstelland Meerlanden (ROAM) is in 2016 gesproken over intensivering van de samenwerking in het uitwisselen van programma's en nieuws en in informatie-uitwisseling op technisch en commercieel terrein¹⁴. Momenteel wordt binnen de ROAM op programmaniveau en op facilitair gebied informatie en programma's uitgewisseld³².

Ook werkt RTVA samen met RTV NH. Een journalist van RTV NH werkt (ongeveer wekelijks) op de redactie van RTVA en maakt nieuwsitems in Amstelveen¹⁴. In februari 2018 geeft RTVA aan dat wat hen betreft de nadruk in deze samenwerking vooral komt te liggen op het doorontwikkelen van de bestaande samenwerkingsovereenkomst³². Deze bestaande samenwerkingsovereenkomst is primair gericht op het uitwisselen van content.

B4. HET MEDIALANDSCHAP EN DE BEHOEFTE AAN LOKALE MEDIAVOORZIENINGEN IN AMSTELVEEN

B4.1 Het medialandschap in Amstelveen

De lokale omroep RTVA is door het CvdM aangewezen als de lokale publieke media-instelling in Amstelveen en heeft zich te houden aan de regels zoals beschreven in hoofdstuk 1 van Deel B Basisinformatie. Naast RTVA bestaat het medialandschap in Amstelveen uit diverse partijen. Deze partijen hebben zich niet te houden aan deze kaders en regels. Deze andere media vervullen eveneens een rol in de informatievoorzieningen binnen Amstelveen.

Om inzicht te geven in de context van de lokale omroep wordt in dit hoofdstuk het medialandschap in Amstelveen weergegeven. De gemeente Amstelveen benoemt, naast RTVA, de volgende partijen als lokale media in Amstelveen⁴⁷. Wat opvalt, is dat gelijksoortige nieuwsberichten op meerdere Amstelveense media terugkomen.

Het Amstelveens Nieuwsblad

Het Amstelveens Nieuwsblad (voorheen Amstelveen Dichtbij), uitgebracht door BDUMedia, verschijnt in een oplage van 46.550 exemplaren wekelijks op woensdag in Amstelveen, Nes aan de Amstel, Bovenkerk en Ouderkerk aan de Amstel. Het bereik van het nieuwsblad is met name onder de oudere doelgroep hoog (oplopend van een bereik van 35% in de leeftijd 13-17jaar tot 79% in de leeftijdscategorie 65+)⁴⁸.

Ook verspreidt het Amstelveens Nieuwsblad nieuws via de website⁴⁹. Op de website wordt dagelijks een aantal nieuwsberichten geplaatst. Het Amstelveens Nieuwsblad publiceert in de categorieën lokaal, sport, zakelijk, politiek en uit en cultuur. Daarnaast is het voor burgers mogelijk zelf berichten te publiceren op de nieuwssite door een activiteit aan te kondigen of een verslag of foto van een gebeurtenis te delen⁴⁹.

Amstelveen.blog.nl

Op Amstelveen.blog.nl wordt vanuit particulier initiatief dagelijks een aantal blogs geplaatst⁵⁰. De blogs worden door één redacteur, Johan Bos, geschreven en vallen binnen de categorieën nieuws, cultuur en educatie en politiek. Voor lezers bestaat er de mogelijkheid op blogs te reageren. Hoewel Amstelveen.blog.nl ook een Facebook pagina beheert, is hij hier niet actief op⁵¹.

⁴⁷ https://www.amstelveen.nl/bestuur-organisatie/publicatie/voor-de-pers_laatste-nieuws_lokale-media-in-amstelveen

⁴⁸ <https://bdumedia.nl/onze-nieuwsmerken/amstelveens-nieuwsblad/>

⁴⁹ <http://amstelveensnieuwsblad.nl/>

⁵⁰ <http://amstelveen.blog.nl/>

⁵¹ <https://nl-nl.facebook.com/Amstelveenblognl-443527695763705/>

Amstelveenweb

Amstelveenweb bestaat sinds 2001 en is sinds 2007 ondergebracht in de Stichting Amstelveenweb. De website⁵² verhaalt over wat er in Amstelveen gebeurt. Er wordt dagelijks een aantal nieuwsberichten geplaatst. Daarnaast is er ook informatie over de stad Amstelveen en haar geschiedenis (in foto's en verhalen), een stratenregister en links naar instellingen en organisaties in Amstelveen te vinden.

Amstelveenz

Amstelveenz is een particulier media-initiatief dat in 2015 is opgericht door André Gerritsen en Kieran Bakker. De redactie wordt verzorgd door André Gerritsen⁵³. Amstelveenz verspreidt nieuws via een huis-aan-huis magazine (print) en website⁵³. Het magazine wordt huis-aan-huis in een oplage van 50.000 exemplaren verspreid in Amstelveen, Ouderkerk aan de Amstel, Nes aan de Amstel en een deel van Aalsmeer. In het magazine zijn interviews en achtergronden over (en uit) de lokale samenleving te lezen. Amstelveenz is dagelijks actief op social media. Via Facebook⁵⁴ en Twitter⁵⁵ worden de nieuwsberichten van de website gedeeld. De website van Amstelveenz biedt naast nieuws en politieke informatie ook de Amstelveense agenda en (locatie)informatie over, en openingstijden van, bedrijven/instellingen (in de categorieën restaurants, sport en vrije tijd, gezondheid, winkels en ondernemers). Daarnaast zijn er acties en vacatures te vinden. Ook is het voor burgers mogelijk een nieuwsbericht, blog of column, agendapunt of locatie in te sturen⁵³.

Breder in de regio zijn RTV NH en AT5 bekende mediapartijen.

In het communicatieonderzoek 2017 is onderzocht welk percentage van de ondervraagden de verschillende media kent en met welk rapportcijfer zij deze media waarderen¹⁹. In de tabel hieronder zijn de uitkomsten uit 2017 opgenomen.

Medium	Bekend bij X% van de ondervraagden (N= 387)	Gemiddeld rapportcijfer door ondervraagden (N= variërend van 176 tot 283)
Amstelveens Nieuwsblad	94,3%	6,9
Amstelveenz	76,2%	6,6
RTVA	51,7%	5,6
RTV NH	54%	6,8
AT5	61,8%	7,1

⁵² <http://www.amstelveenweb.com/>

⁵³ <https://www.amstelveenz.nl/index.html>

⁵⁴ <https://nl-nl.facebook.com/Amstelveenz/>

⁵⁵ <https://twitter.com/amstelveenz>

B4.2 De behoefte aan lokale mediavoorzieningen in Amstelveen

De gemeente Amstelveen heeft in 2017 onder inwoners een communicatieonderzoek uitgevoerd¹⁹. Aanvullend is ten behoeve van dit onderzoek een kleinschalige behoefte-inventarisatie onder bedrijven/instellingen gedaan. Daar deze inventarisatie op kleine schaal uitgevoerd is, dient het als richtinggevend in plaats van leidend gelezen te worden.

Uit het in 2017 door de gemeente Amstelveen uitgevoerde communicatieonderzoek blijkt dat de helft van de ondervraagde inwoners van Amstelveen RTVA kent of als informatiebron gebruikt. Het Amstelveens Nieuwsblad, Amstelveenz en AT5 worden in dit onderzoek als voorkeursbronnen voor informatiegaring genoemd. De inwoners die in het onderzoek aangaven niet naar RTVA te kijken, gaven hier als reden voor dat zij het aanbod niet interessant vinden, de omroep te onbekend is, zij een voorkeur hebben voor andere media of dat zij nauwelijks televisie kijken¹⁹. Dit geeft duidelijk weer dat het voor de toekomst en de mogelijke doorontwikkelingen van de lokale omroep van belang is dat deze in functies en kanalen (beter) aansluit op de behoeften van haar (potentiële) gebruikers.

Functies

Onder de inwoners van Amstelveen bestaat de behoefte om op de hoogte te zijn van het nieuws in Amstelveen. Onderwerpen waar burgers zich met name voor interesseren zijn¹⁹:

- lokaal en wijknieuws;
- incidenten en calamiteiten;
- grote projecten in Amstelveen;
- werkzaamheden en verkeer;

Hoewel inwoners van Amstelveen 'sport' in 2015⁴³ als een ontbrekend onderdeel in de programmering kenmerkten, bleek dit in 2017 een van de minst bekeken onderwerpen¹⁹.

Bedrijven/instellingen in Amstelveen *ontvangen* bij voorkeur informatie/nieuws via de lokale/regionale media over de volgende onderwerpen⁵⁶:

- lokaal en wijknieuws;
- ontwikkelingen met betrekking tot particulieren en bedrijven;
- politiek nieuws;
- activiteiten en evenementen;
- werkzaamheden en verkeer.

In de *verspreiding* van informatie of nieuws geven bedrijven/instellingen uit Amstelveen aan met name gebruik te maken van lokale of regionale media⁵⁶ voor de volgende onderwerpen:

- de aankondiging van activiteiten en evenementen;
- verslaglegging van activiteiten;
- achtergrondinformatie van deelnemers/klanten/producten;
- interviews;
- campagnes/advertenties.

Kanalen

Naast de behoefte aan verschillende functies is in 2015 de behoefte naar gebruik van de verschillende kanalen geïnventariseerd. Omdat in het communicatieonderzoek uit 2017 geen specifiek onderzoek naar de verspreidingskanalen is gedaan, wordt de informatie uit 2015 hier opgenomen.

Televisie was in 2015 een voorkeurskanaal boven internet. De website van RTVA was bij 15% van de ondervraagden bekend, waarbij slechts 2% wekelijks keek. Hierbij dient opgemerkt te worden dat sinds 2015 de nieuwsconsumptie via internet is toegenomen. Een analyse van de bezoekersgegevens van de website van RTVA heeft een stijging van 80% paginaweergaves in 2017 ten opzichte van 2016 laten zien. De radiozender van RTVA was destijds bekend bij 19% van de bewoners, waarbij 5% ook daadwerkelijk naar deze zender luisterde⁴³. Het merendeel van de bewoners van Amstelveen benoemde de gemeentepagina in het Amstelveens Nieuwsblad als voorkeurskanaal om op de hoogte gehouden te worden van besluiten, nieuws en ontwikkelingen van de gemeente⁴³.

Bedrijven/instellingen in Amstelveen die deelnamen aan de behoefte-inventarisatie *adverteren* bij voorkeur via de volgende media⁵⁶:

- het Amstelveens Nieuwsblad - het blad;
- het Amstelveens Nieuwsblad - de website;
- Amstelveenz.

Een enkeling adverteert via de website van RTVA.

Om *zelf geïnformeerd* te blijven, geven bedrijven/instellingen aan met name gebruik te maken van de volgende kanalen⁵⁶:

- RTVA - de website;
- Amstelveenz;
- het Amstelveens Nieuwsblad - het blad;

⁵⁶ Inventarisatie behoeften onder bedrijven/instellingen d.m.v. een klein onderzoek uitgezet onder 12 bedrijven/instellingen. Informatie is gebaseerd op de terugkoppeling van 6 respondenten, februari 2018

- RTVA - televisie en social media;
- Het Amstelveens nieuwsblad - de website;
- Amstelveenweb;
- Amstelveenblog.

Bedrijven/instellingen reageren wisselend op de vraag wat voor lokale omroep Amstelveen nodig heeft. De antwoorden laten zien dat er zowel behoefte is aan TV, een website, social media en print. Een van de respondenten geeft aan dat kort en aansprekend de kern moet zijn. Opvallend is dat de radio hier niet genoemd wordt⁵⁶.

DEEL C. ONTWIKKELSCENARIO'S

Gebaseerd op de basisinformatie uit Deel B is een aantal ontwikkelscenario's samengesteld. Deze ontwikkelscenario's verschillen van elkaar in de organisatie, redactionele invulling, de kosten/bekostiging en de mate van samenwerking.

De volgende ontwikkelscenario's zijn uitgewerkt:

1. Lokale omroep gebaseerd op richtlijn gemeentefonds.
2. Doorontwikkeling stand-alone lokale omroep RTVA.
3. Streekomroep.
4. Geïntegreerde lokaal regionale omroep met een Amstelveens bulletin.

C1. LOKALE OMROEP GEBASEERD OP RICHTLIJN GEMEENTEFONDS

Het meest minimale scenario is een invulling van de publieke lokale omroep met de verplichte vergoeding uit het gemeentefonds. Conform de meicirculaire is het bedrag per huishouden voor 2018 vastgesteld op € 1,25²². Dat betekent dat de richtlijn uit het gemeentefonds voor de gemeente Amstelveen, met 41.264 huishoudens conform de Amstelveense bevolkingstrend 2018³⁰, uitkomt op een bedrag van € 51.580,-. Dit bedrag kan afgezet worden tegen de huidige bijdrage van de gemeente Amstelveen. De bijdrage van de gemeente Amstelveen bedroeg € 82.000,- in 2017⁴⁶. Een vergoeding conform richtlijn uit het gemeentefonds zal 63% van de huidige financiering behelzen.

Interessant is om te bekijken of de vaste lasten van RTVA gedekt kunnen worden met het bedrag conform richtlijn uit het gemeentefonds. De vaste lasten zoals opgenomen in de meerjaren exploitatiebegroting (huidige middelen) omvatten een groot deel van het totale begrote budget van RTVA⁵. Zo bedroegen de begrote personeelslasten in 2017 € 50.000,-, de begrote huisvestingslasten € 32.100,- en de begrote facilitaire lasten € 39.000,-. Kijkend naar deze vaste lasten van RTVA is duidelijk dat het bedrag conform richtlijn uit het gemeentefonds de vaste lasten niet volledig zal kunnen dekken.

De facto betekent dit dat een uitvoering van de lokale omroep conform richtlijn uit het gemeentefonds enkel mogelijk is indien de lokale omroep fundamenteel anders ingericht wordt. Een mogelijke vorm van inrichting is het bedrijfsmodel van de lokale omroep in Ouderkerk aan de Amstel. Zij werken zonder vaste locatie. De vrijwillige redacteuren en verslaggevers werken vanuit huis of openbare plekken aan de nieuwsvoorziening via een beperkt aantal kanalen.

Hieronder is het scenario van een lokale omroep gebaseerd op de richtlijn uit het gemeentefonds gespiegeld aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod conform het Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018 zoals weergegeven in Deel B, Hoofdstuk 2.

Onderdeel	Lokale omroep gebaseerd op richtlijn gemeentefonds
Content	De lokale omroep conform richtlijn uit het gemeenteronds richt zich op de natuurlijke habitat van de burger. Interactie en participatie met burgers en het behalen van de ICE-norm is mogelijk maar afhankelijk van de organisatie en inrichting van de omroep. Evenwichtige en volledig dekkend redactionele aandacht en (werk)dagelijks op alle kanalen multimedial nieuws en informatie kan niet verwacht worden.
Kanalen	Er kan niet verwacht worden dat via alle kanalen gedistribueerd wordt.
Bedrijfsvoering	Te verwachten is dat de lokale omroep, vanwege een gebrek aan ruimte voor professionele krachten, een zeer zwakke bedrijfsvoering zal kennen. Een professioneel geborgde organisatie kan niet verwacht worden. Ook een kwalitatieve toets/visitatie, gebruikmaking van de landelijke infrastructuur en het uitvoeren van een kijk- en luisteronderzoek kan niet verwacht worden. Lokale productie is in principe haalbaar.

Redactie/ Journalistiek:	Vanwege het niet kunnen werken met professionele krachten kan journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid niet geborgd worden. Lokale samenwerkingen en samenwerkingen in het publiek bestel worden belemmerd door het ontbreken van een professioneel geborgde organisatie. Er zijn geen belemmeringen voor publieke toegankelijkheid en een representatief en goed functionerend PBO.
-------------------------------------	---

C2. DOORONTWIKKELING STAND-ALONE LOKALE OMROEP RTVA

In haar plan 'RTV Amstelveen in verbinding met de adem van de stad plannen en acties 2017/18/19' d.d. 25 september 2017³³ stelt RTVA de basis te willen leggen voor een stabiele en succesvolle publieke omroep van Amstelveen. In de op het plan aansluitende stand van zaken februari 2018³² geeft RTVA inzicht in verdere invulling van de omroep. In de afgelopen periode heeft RTVA reeds ingezet op de doorontwikkeling tot een volwaardige stand-alone lokale omroep.

C2.1 Organisatie

In haar ambitie om door te groeien tot een volwaardige stand-alone lokale omroep geeft RTVA voorrang aan het op orde brengen van de interne organisatie: personeel, technische middelen en financiën. Tegelijkertijd zet zij in op het aanhalen en uitbreiden van de externe relaties. Het uitgangspunt voor RTVA is om al werkende weg ervaring op te doen³³.

RTVA stelt zich tot doel zich te ontwikkelen tot een semiprofessionele stabiele organisatie met (betaalde) professionals op sleutelposities voor de aansturing van de productie en de coaching en begeleiding van studenten en vrijwilligers (met vergoedingen). Voor ieder soort programma vormen zij een eigen redactiegroep (te weten sport, politiek, cultuur, onderwijs, welzijn). RTVA wil haar rol als leer/werkbedrijf voortzetten en verder verstevigen, wat intensivering van de professionele begeleiding vraagt. Deze begeleiding van stagiairs en vrijwilligers geschiedt primair door de professionals in dienst. Studenten en vrijwilligers krijgen zo de mogelijkheid naar de arbeidsmarkt toe kansen biedende werkervaring op te doen³³.

In de doorontwikkelde vorm is de personele inzet als volgt⁵⁷:

- redactie, productie en management à 1,4 fte - betaald⁴⁵;
- eindredactie à 4 dagen per week – freelance, betaald;
- redactie professional(s) - vrijwillig;
- productie professional(s) - vrijwillig;
- techniek professional(s) - vrijwillig;
- secretariaat professional(s) - vrijwillig;
- administratie professional(s) - vrijwillig;
- stagiairs, gemiddeld per maand vier MBO en twee HBO/WO.

Naast de personele organisatie is doorontwikkeling op het gebied van technologie een doel. Een stabiel en passend instrumentarium is nodig om multimediaal te kunnen opereren. Een deel van de kantoorapparatuur wordt vervangen. Ook dient geïnvesteerd te worden in apparatuur (als

⁵⁷ Personeelsplan RTVA per 1 januari 2018

camera's, geluid en editingfaciliteiten) om producties te kunnen maken. In de meerjaren exploitatiebegroting 'de Adem van de Stad'⁵ is hiervoor rekening gehouden met een jaarlijkse toename van de kosten voor afschrijving. Daarnaast is in het kasstroomoverzicht, horend bij de meerjaren exploitatiebegroting, een jaarlijks (voor de periode 2018-2021) bedrag van € 10.000,- opgenomen voor investeringen in materiële vaste activa.

Tot slot bestaat er bij RTVA de wens om zich op termijn op een zichtlocatie in de stad te vestigen³².

C2.2 Functies en kanalen

RTVA stelt zich ten doel te zorgen voor continue actuele nieuws- en informatievoorziening (inhoud en distributie) over 'wat er gebeurt in Amstelveen'. Zij wil bovenop het lokale nieuws en de evenementen zitten. Zij wil programma's bieden die aantoonbaar interessant zijn voor burgers, bedrijven, politiek en specifieke doelgroepen, waaronder ouderen, jongeren, cultuur- en natuurliefhebbers, politiek geïnteresseerden en ondernemers³³.

Naast nieuwsvoorzieningen maakt zij bijvoorbeeld portretten van raadsleden, organiseert zij live praatprogramma's (talkshows), gaat zij in gesprek met Amstelveners en zal zij, waar mogelijk, live-uitzendingen van evenementen organiseren.

Wat betreft kanalen hanteert RTVA het principe 'internet/social media first'³³. Zij wil eerst live via de website en social media publiceren, hierop aansluitend via TV en eventueel op de radio. Zij ontwikkelt hiertoe een voortdurend verversende nieuwsloop (TV) met korte nieuwsitems en zogenaamde teasers naar uitgebreidere thema's/programma's op de website³².

RTVA stelt zich ten doel om een goed netwerk met externe partners op te bouwen en langs die weg nieuws en informatie aangeleverd te krijgen.

Ten slotte wil zij een productiehuis opbouwen. Hier start zij klein mee, met prioriteit voor opdrachten voor de gemeente, met als doel de ontwikkeling rondom de uitvoering van opdrachten voor derden uit te breiden.

C2.3 Financiering

Het bestuur van RTVA spreekt in 'de Adem van de stad' de overtuiging uit dat uitvoering en realisatie van de ontwikkelplannen reële mogelijkheden biedt om via sponsoring en reclame extra inkomsten te behalen³³. Dit vertrouwen is in de bijbehorende meerjaren exploitatiebegroting vertaald in een stijging van de inkomsten⁵. Kanttekening hierbij is dat het genereren van extra inkomsten uit producties voor derden en reclame in de afgelopen jaren wisselend heeft uitgepakt.

Om deze ontwikkelplannen vorm te geven, zijn meer financiële middelen nodig dan waarover tot nu toe kan worden beschikt. RTVA heeft hiervoor een meerjaren exploitatiebegroting opgesteld⁵. In de onderstaande tabel zijn de begrote benodigde middelen voor RTVA voor de komende jaren en de gevraagde bijdrage van de gemeente weergegeven⁵.

Jaar	Begrote benodigde middelen	Gevraagde bijdrage gemeente
2018	€ 228.000,- *	€ 183.500,-
2019	€ 225.000,-	€ 175.000,-
2020	€ 215.500,-	€ 156.500,-
2021	€ 206.500,-	€ 138.000,-

* RTVA heeft op verzoek van de gemeente een aangepaste begroting 2018 opgesteld⁵⁸. In deze aangepaste begroting is € 128.000,- als benodigde middelen begroot, waarvan € 83.500,- als gemeentelijke bijdrage wordt gevraagd. In deze aangepaste begroting 2018 zal RTVA een *negatief* bedrijfsresultaat behalen van € 60.400⁵⁸,- ten opzichte van een *positief* bedrijfsresultaat à € 18.250,- conform de begroting 2018 Adem van de Stad.

In de meerjaren exploitatiebegroting is te zien dat er optimisme bestaat omtrent het verwerven van inkomsten door producties voor derden. RTVA geeft aan dat het uitbouwen van het productiehuis door de huidige positie niet eenvoudig is. Echter als uitdaging en vanuit het vertrouwen dat zij in de tweede helft van 2018 in 'structureler vaarwater' terechtkomen, kiest zij voor deze bedragen.

In de meerjaren exploitatiebegroting is inzichtelijk dat in 2021 ruim de helft van de begrote benodigde middelen toegewezen is aan personeelskosten, ongeveer 19% aan facilitaire lasten en ongeveer 16% aan huisvestingslasten.

Knelpunt in de begroting is de huidige liquiditeit van RTVA. Te zien is dat het negatieve eigen vermogen van € 40.051,- op 31 december 2015 is geslonken tot een negatief eigen vermogen van € 29.611,- op 31 december 2016⁵. Het negatieve eigen vermogen is per 31 december 2017 naar verwachting met € 8.401,- verminderd tot een negatief eigen vermogen van € 21.210,-⁴⁵. RTVA geeft aan dat er twee mogelijkheden zijn om met dit negatieve saldo om te gaan. Enerzijds is het mogelijk hiervoor een lening af te sluiten, anderzijds kan overwogen worden om de investeringen over een langere periode uit te spreiden.

C2.4 Samenwerkingen

De doorontwikkelde stand-alone lokale omroep RTVA zet in op het borgen van constructieve samenwerkingen op het gebied van (wederzijdse) informatie-uitwisseling met de doelgroepen in de

⁵⁸ Begroting 2018 bijgesteld, RTVA

samenleving, zoals de gemeentelijke organisatie, welzijnssector en gezondheidszorg, onderwijs, cultuur en sport en Amstelveense initiatieven. Daarnaast stelt zij zich ten doel wederzijds profijtelijke (uitwisselings)relaties met andere lokale media als Amstelveenz, Amstelveen blog en de Sportkrant te verkennen. Met de omroepen zoals aangesloten in het Regionaal Overleg Amstelland (ROAM) wil RTVA graag content uitwisselen en samenwerken op organisatorisch/technisch en commercieel gebied³³. In samenwerking met RTV NH ziet zij mogelijkheden op het gebied van content-uitwisseling³².

C2.5 Spiegelen aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod

Hieronder wordt het scenario van een doorontwikkelde standalone lokale omroep gespiegeld aan de voorzet voor een Lokaal Toereikend Media-Aanbod zoals weergegeven in Deel B, Hoofdstuk 2.

Onderdeel	Doorontwikkeling stand-alone lokale omroep
Content	De doorontwikkelde stand-alone lokale omroep kan zich richten op de natuurlijke habitat van de burger met interactie en participatie van burgers en groeperingen. Het behalen van de ICE-norm is haalbaar. Het bereiken van evenwichtige en volledig dekkende redactionele aandacht en het (werk)dagelijks op alle kanalen multimediaal nieuws en informatie verspreiden, is afhankelijk van de daadwerkelijke invulling en organisatie, maar is realiseerbaar.
Kanalen	De ambitie ten aanzien van het onderdeel kanalen is haalbaar, maar afhankelijk van de keuzes die RTVA maakt. RTVA stelt een multimediale omroep te blijven, waarbij internet first leidend is. Afgewogen wordt of RTVA doorgaat met radio.
Bedrijfsvoering	De mate van professionele kwaliteit van de organisatie is gezien de beperkte omvang afhankelijk van de kwaliteit van de individuele medewerkers en is hiermee kwetsbaar. RTVA heeft ervoor gekozen gebruik te gaan maken van de Mediahub, waarmee zij gebruik maakt van de landelijke infrastructuur. Het uitvoeren van een kijk- en luisteronderzoek zal mogelijk zijn voor de website, maar zal te kostbaar zijn voor TV. Het uitvoeren van een kwalitatieve toets/visitatie binnen de planning- en controlcyclus is in potentie haalbaar.
Redactie/ Journalistiek:	De mate van professionaliteit in journalistiek (kwaliteit en onafhankelijkheid) is gezien de geringe omvang afhankelijk van de kwaliteit van individuele medewerkers. RTVA wil naast nieuws ook live praatprogramma's en evenementen uitzenden. Lokale samenwerkingen en samenwerkingen binnen het publiek bestel zijn haalbaar. RTVA staat positief ten opzichte van een samenwerking op operationeel gebied binnen de Regionale Omroepen Amstelland Meerlanden (ROAM). Publieke toegankelijkheid is geborgd. Er zijn geen belemmeringen voor een representatief en goed functionerend PBO.

C3. STREEKMOMROEP

In het vernieuwingsconvenant 2015-2018 van de VNG, de OLON en de NLPO is vastgesteld dat de vorming van streekomroepen met een regionale regierol vanuit een 'paraplu-organisatie' van samenwerkende omroepen voor de mediasector het leidende principe is²⁰. In de gemeente Amstelveen vond een derde van de ondervraagde bewoners in het communicatieonderzoek 2017 het geen probleem als RTVA onderdeel uit zou maken van een grootstedelijke of regionale omroep en hierbinnen een volwaardig lokaal gemaakt nieuwsbulletin zou uitzenden. Ruim een derde van de ondervraagden heeft aangegeven misschien te blijven kijken (met name afhankelijk van de kwaliteit, vanwege een voorkeur voor andere media of door geen behoefte of belangstelling) en slechts 9% zal niet blijven kijken¹⁹.

Wat betreft de financiering voor een streekomroep stelt de NLPO op het moment van schrijven van dit rapport een normbegroting op die inzichtelijk maakt wat het minimaal benodigd budget voor een streekomroep is om te kunnen voldoen aan de bijbehorende kwaliteitseisen. Hoewel de exacte berekening nog niet beschikbaar is, heeft de NLPO wel al bekend gemaakt dat voor het verzorgen van een Lokaal Toereikend Media-Aanbod minimaal € 800.000,- nodig is²⁹. Naast vaste lasten en de kosten voor apparatuur is daarbij uitgegaan van negen voltijds professionele krachten aangevuld met vijftig tot honderd vrijwilligers en minimaal vier stagiair(e)s²⁹.

In vervolg op het vernieuwingsconvenant heeft de NLPO een voorstel tot indeling van gemeenten gedaan²⁵. Figuur 1 geeft dit voorstel tot indeling van gemeenten in de omgeving Amstelveen weer.

In dit voorstel is Amstelveen ingedeeld in de regio Amstelland. Naast Amstelveen bestaat deze regio uit Haarlemmermeer, Haarlemmerliede en Spaarnwoude (welke in een voor 2019 voorziene herindeling haar gemeente op laat gaan in Haarlemmermeer), Uithoorn, Aalsmeer en Ouder-Amstel. In het oorspronkelijk voorstel hoorde ook Diemen bij deze streek²⁵. Het gemeentebestuur van Haarlemmermeer wijst het voorstel tot vorming van streekomroepen af⁵⁹. De betrokken lokale omroepen streven naar samenwerking, (nog) niet naar samengaan⁵⁹. Daarnaast is er ook binnen de gemeente Amstelveen op bestuurlijk niveau en op het niveau van de omroep contact geweest met de omliggende gemeenten. De lokale omroepen in Aalsmeer en Ouderkerk aan de Amstel vinden het belangrijk om de eigen identiteit te behouden en willen op dit moment niet inzetten op de vorming van een streekomroep. Zij willen doorgaan met samenwerking op basis van uitwisseling van content⁶⁰. Op bestuurlijk niveau hebben de colleges van de verschillende gemeenten aangegeven de vorming van de streekafroep niet af te willen dwingen. Zij laten de keuze aan de omroep³⁵.

⁵⁹ Onderbouwing advies Change Board, kenmerk 2017.00095, NLPO, 31 januari 2017

⁶⁰ Gesprek bestuur RTVA



Figuur 2. Voorstel indeling streekomroepen NLPO

Met het afwijzen van de vorming van een streekomroep door het gemeentebestuur van Haarlemmermeer, vervalt een groot deel van de streek. Een aantal kleine verspreide gemeenten blijft over. De opstelling van de andere gemeenten in ogenschouw nemend, lijkt vorming van een streekomroep volgens de voorgestelde indeling van de NLPO op de korte termijn niet levensvatbaar.

Eventueel kan de vorming van een streekomroep met andere omliggende gemeenten verkend worden. Hierin bestaan de onderstaande drie mogelijkheden:

- aansluiting bij de streek ten noorden van Amstelveen: de streek Amsterdam in de provincie Noord-Holland;
- aansluiting bij de streek ten oosten van Amstelveen: de streek De Ronde Venen en Stichtse Vecht in de provincie Utrecht;
- aansluiting bij de streek ten zuiden van Amstelveen: de streek Nieuwkoop, Kaag en Braassem en Alphen aan de Rijn in de provincie Zuid-Holland.

Indien gekozen wordt voor vorming van een streekomroep met een van de andere omliggende gemeenten zal de omroep moeten bewaken dat de programmering voldoende gericht wordt op de natuurlijke habitat van de Amstelvener, conform de richtlijn voor een Lokaal Toereikend Media-Aanbod.

C4. **GEÏNTEGREERDE LOKAAL REGIONALE OMROEP MET EEN AMSTELVEENS BULLETIN**

De regionale omroep RTV NH heeft de ambitie om zich verder te ontwikkelen tot een nieuwsnetwerk met lokale partners. RTV NH heeft daartoe haar visie met de gemeente Amstelveen gedeeld. Vanuit die visie stelt zij voor om de regionale omroep en de lokale omroep samen te brengen in één bestel: een geïntegreerde lokaal regionale omroep. Doel hiervan is niet los van elkaar het wiel uit te vinden, elkaar niet onnodig te beconcurreren, maar de handen ineen te slaan en gezamenlijk de publieke nieuwsvoorziening op peil te brengen⁶¹. Het volledige visiedocument zal gelijktijdig met dit rapport beschikbaar gesteld worden.

C4.1 **Organisatie**

RTV NH wenst samen met Amstelveen een nieuwe organisatie in te richten die zich richt op de essentie van zijn taak en efficiënt omgaat met de middelen. De inrichting en organisatie van de geïntegreerde lokaal regionale omroep kan op verschillende manieren, afhankelijk van de wensen en keuzes van de gemeente Amstelveen. Indien er binnen de gemeente Amstelveen samenwerking dan wel samenvoeging met andere publieke lokale mediapartijen in de streek beoogd wordt, zouden deze partijen ook aan kunnen sluiten bij de door RTV NH beoogde geïntegreerd lokaal regionale omroep. Door gezamenlijk een nieuwsorganisatie of editie in te richten, stelt RTV NH te voorkomen dat de lokale omroep geld uitgeeft aan facilitaire middelen, leidinggevend, backoffice enz.⁶¹.

De organisatorische inrichting van een geïntegreerde lokaal regionale omroep kan op verschillende manieren worden vormgegeven. Dit kan door een samenwerking aan te gaan tussen de stichting van de lokale omroep en de stichting van de regionale omroep. Ook kan er voor een nauwere samenwerking gekozen worden. Hierbij kan een overkoepelende stichting, met een eigen bestuur, opgericht worden. Deze overkoepelende stichting zal dan over de gezamenlijke organisatorische zaken besturen. Zaken als de uitzendmachtiging en het PBO zullen in dit geval bij de individuele stichtingen belegd blijven⁶².

In de Mediawet wordt onderscheid gemaakt tussen het uitvoeren van de publieke mediaopdracht op drie niveaus: landelijk, regionaal, en lokaal. Conform de regels van het CvdM dienen lokale en regionale omroepen los van elkaar te staan⁶³. Een fusie tussen een regionale en lokale omroep is hiermee tot op heden niet mogelijk. Wel zijn er mogelijkheden tot samenwerking.

⁶¹ NH/Amstelveen. Toekomstvisie en ambitie, 12 februari 2018

⁶² Telefonische informatie NLPO

⁶³ Informatie verkregen vanuit CvdM, 30 maart 2018

RTV NH geeft hierover aan vooralsnog te kiezen voor editievorming op basis van samenwerkingsovereenkomsten met lokale omroepen. Op deze wijze blijven de besturen van de regionale en de lokale omroep onafhankelijk van elkaar functioneren, maar worden de werkorganisaties geïntegreerd. RTV NH geeft aan met het CvdM in onderhandeling te zijn over de mogelijkheid tot het inrichten van sub-organisaties in omliggende steden. Doel is om in deze sub-organisaties de uitvoering van RTV NH en de lokale omroep te integreren. Hiermee wil zij krachten bundelen en zo efficiënt mogelijk gebruikmaken van de bestaande middelen.

De essentie van de organisatie zoals RTV NH beoogt, is een professionele kern met een flexibele schil van vrijwilligers. In een optimale samenstelling zal de personele inzet er als volgt uitzien:

- een (meewerkend) coördinator. Deze zal de verslaggevers aansturen;
- een redacteur. Deze zal ook de verslaggevers aansturen;
- een editor. Deze zal dagelijks monteren voor online en zal zorgen voor de afwerking van items;
- vier verslaggevers die crossmediaal zullen werken en worden ondersteund door vrijwilligers en stagiairs. Vanuit de academie wordt beoogd om vrijwilligers en stagiairs te ondersteunen en op te leiden.

Vanuit ondersteuning zal een dagelijks online redacteur/verwerker aangeboden worden die waakt over de vertaling naar online, die video en audio kan bewerken, de agenda bijhoudt en verslaggevers redactioneel ondersteunt.

C4.2 **Functies en kanalen**

De geïntegreerde lokaal regionale omroep zal zich richten op de essentiële functies. Zij beoogt zich te richten op *nieuwscontent* in de brede zin: actueel nieuws, achtergrond en verdieping, human interest, evenementen en debat⁶¹. Het nieuwskanaal zal leidend zijn in het gebied. Vanuit de nieuwsbehoefte van het publiek zal het nieuws op piekmomenten (ochtend, lunchtijd, avond) ververs worden. De lokaal regionale omroep beoogt gemiddeld vier video-items en vijftien berichten per dag uit te brengen, waar mogelijk verrijkt met een video.

De geïntegreerde lokaal regionale omroep beoogt via een livestream, via de radio en door middel van een videoverslag via de verschillende kanalen verslag te doen van *publieksevenementen*.

Ook op *politiek* gebied wil zij een functie vervullen. In een programma rondom debat streeft zij de verbinding te leggen tussen burgers en politiek. De bedoeling is om in dit programma wekelijks een lokale kwestie voor het voetlicht te brengen. Dit publieksdebat zal gepaard gaan met een lokale peiling. Daarnaast wordt beoogd om raadgevingen door te zetten via de geïntegreerde lokaal regionale omroep. Ten slotte is het de bedoeling dat de gemeente via de omroep kan communiceren. Om deze berichten te onderscheiden van de onafhankelijke nieuwsstroom, zal duidelijk aangegeven worden welke berichten of mededelingen vanuit de gemeente afkomstig zijn.

RTV NH maakt zelf geen klassiek nieuwsbulletin meer met een presentator, maar toont haar beste online nieuwscontent op *televisie* met een sjabloon. Op deze manier is zij in staat meerdere keren per dag een nieuwsupdate te brengen. Hiermee is zij ook in staat een lokale variant aan te bieden aan partners in de regio, zoals zij beoogd bij de geïntegreerde lokaal regionale omroep Amstelveen⁶¹.

Online (de site en de app) is het primaire beoogde verspreidingskanaal voor de lokaal regionale omroep. Doel is om de site en de app op piekmomenten te vullen met nieuwsberichten en video's. De website van de lokale omroep kan doorverwijzen naar dit specifieke nieuwskanaal. Beoogd is ook dat de geïntegreerde lokaal regionale omroep een eigen *YouTube* kanaal krijgt dat volledig toegespitst is op content uit Amstelveen. Doel is om via social media interactie plaats te laten vinden met het publiek en om op deze manier een community op te bouwen.

Binnen de geïntegreerde lokaal regionale omroep wordt daarnaast beoogd voor Amstelveen een *magazine op het tv-kanaal* van de regio in te richten. De beste video's van de week zullen hier gebundeld worden in een herkenbaar vormgegeven programma. Het nieuwsitem van Amstelveen zal een vast tijdstip van eerste uitzending hebben en vervolgens herhaald worden.

Tot slot wil RTV NH met de geïntegreerd lokaal regionale omroep de radio van de regio als het fundament voor de *radio Amstelveen* laten gelden. De randprogrammering zal één op één doorgezet kunnen worden naar Amstelveen. Tijdens de nieuwsblokken zal er ook ruimte zijn voor lokale nieuwsblokken. In de avonden en weekenden is er ruimte voor programma's die gemaakt worden door vrijwilligers (van RTVA).

C4.3 Financiering

De inrichting en de organisatie van de geïntegreerde lokaal regionale omroep kan op verschillende manieren vorm krijgen. Omdat dit onder andere afhankelijk is van de wensen en de keuzes van de gemeente Amstelveen, zal ook de financiële invulling afhangen van de gekozen samenwerkingsvorm. Vanwege deze reden is het voor RTV NH niet mogelijk een begroting bij dit scenario te leveren. Wel heeft RTV NH inzichtelijk gemaakt dat een regioverslaggever per jaar € 75.000,- kost⁶⁴. Deze regioverslaggever zal in dit scenario werkzaam zijn in de regio Amstelveen.

Afhankelijk van de keuzes die de gemeente Amstelveen maakt ten aanzien van de inrichting van de omroep, kan een begroting voor het gehele scenario van een geïntegreerde lokaal regionale omroep opgesteld worden. Hiervoor zullen de betrokken partijen bij elkaar gebracht moeten worden. Op basis van deze begroting en het uitgewerkte plan voor de geïntegreerde lokaal

⁶⁴ Mailwisseling RTV NH 3 april 2018

regionale omroep, zal ook de verhouding in financiering vanuit de omroep en bijdrage vanuit de gemeente afgestemd moeten worden.

C4.4 Samenwerkingen

RTV NH is in 2013 begonnen met het opbouwen van een netwerk met lokale nieuwspartners. Binnen dit netwerk, dat inmiddels uit 45 partners bestaat, wordt content over een weer uitgewisseld, worden faciliteiten gedeeld, worden projecten uitgevoerd en worden mensen over en weer opgeleid, vaak 'on the job'.

C4.5 Spiegelen aan een Lokaal Toereikend Media-Aanbod

Hieronder wordt het scenario van een geïntegreerde lokaal regionale omroep gespiegeld aan de voorzet voor een Lokaal Toereikend Media-Aanbod zoals weergegeven in Deel B, Hoofdstuk 2.

Onderdeel	Geïntegreerde lokaal regionale omroep
Content	Aandachtspunt is dat binnen de geïntegreerde lokaal regionale omroep voldoende gerichtheid op Amstelveen moet zijn en blijven en dat er evenwichtige en volledige dekkende redactionele aandacht moet zijn. Interactie en participatie van burgers in Amstelveen is eveneens een aandachtspunt. Het is goed mogelijk om (werk)dagelijks op alle kanalen multimediaal nieuws en informatie te verspreiden en om aan de ICE-norm te voldoen. Vanuit de grotere omvang van de organisatie kan hogere kwaliteit verwacht worden.
Kanalen	De geïntegreerde lokaal regionale omroep zal op alle kanalen actief zijn. Gedurende bepaalde tijden wordt de programmering van RTV NH één op één doorgezet naar de geïntegreerde lokaal regionale omroep.
Bedrijfsvoering	Gegeven een grotere omvang van de organisatie kan meer continuïteit verwacht worden. Verwacht kan worden dat de organisatie professioneel geborgd is. Omdat een deel van de programmering vanuit de regionale omroep overgezet wordt, is de lokale productie een aandachtspunt. Gezien de grotere omvang is het uitvoeren van een kijk- en luisteronderzoek in potentie haalbaar, evenals gebruikmaking van de landelijke infrastructuur. Het uitvoeren van een kwalitatieve toets/visitatie binnen de planning- en controlcyclus is in potentie haalbaar.
Redactie/ Journalistiek:	Gegeven een grotere omvang van de organisatie kan meer continuïteit en professionaliteit verwacht worden (in kwaliteit en onafhankelijkheid). De samenwerking binnen het publieke bestel is steviger. Publieke toegankelijkheid is geborgd. Aandachtspunt is de lokale samenwerking met bibliotheken, scholen en culturele organisaties. Er zijn geen belemmeringen voor een representatief en goed functionerend PBO.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: WET- EN REGELGEVING PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN

Wet- en regelgeving publieke lokale media-instellingen ^{2 21}	
Publieke media-opdracht Artikel 2.1 Mediawet	<ol style="list-style-type: none">1. Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit:<ol style="list-style-type: none">a. het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen;<ol style="list-style-type: none">a1. het kunnen inzetten van amusement als middel om een informatief, cultureel of educatief doel te bereiken of een breed en divers publiek te trekken en te binden zodat deze doelen onder de aandacht worden gebracht;b. het verzorgen van publieke mediadiensten waarvan het media-aanbod bestemd is voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven; enc. het stimuleren van innovatie ten aanzien van media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van de mogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken.2. Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Zij verzorgen daartoe media-aanbod dat:<ol style="list-style-type: none">a. evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud;b. op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt;c. gericht is op en een relevant bereik heeft onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen;d. onafhankelijk is van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden;e. voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen; enf. voor iedereen toegankelijk is.3. Het programma-aanbod van de algemene programmakanalen van de landelijke, regionale en lokale publieke mediadiensten wordt via omroepzenders verspreid naar alle huishoudens in het verzorgingsgebied waarvoor de programma's zijn bestemd zonder dat zij voor de ontvangst andere kosten moeten betalen dan de kosten van aanschaf en gebruik van technische voorzieningen die de ontvangst mogelijk maken.
Productienorm	- Ten minste vijftig procent van de toetsingstijd (uitzendtijd tussen 7.00 uur en 23.00 uur) dient te bestaan uit programma's die in eigen beheer zijn geproduceerd.

	<ul style="list-style-type: none"> - Als de productie van een programma wordt uitbesteed aan een derde partij, dan vraagt het CvdM dat: <ul style="list-style-type: none"> • de omroep een overeenkomst sluit met deze derde; • de betreffende programma's alleen exclusief worden uitgezonden door de lokale omroep die de productieopdracht heeft gegeven.
ICE-norm	<ul style="list-style-type: none"> - Voor elk afzonderlijk kanaal moet ten minste vijftig procent van de toetsingstijd een informatief, cultureel of educatief karakter hebben, gericht op de eigen gemeente. - Van deze vijftig procent moet minimaal zestig procent een lokaal informatief of educatief karakter bezitten: <ul style="list-style-type: none"> • Programma's met ten minste dertig minuten aan lokale informatie of educatie per uur. Denk aan nieuwsprogramma's, sportprogramma's, informatievoorziening over kunstactiviteiten of over de gezondheidszorg, raadsvergaderingen en interviews met kunstenaars. • De verslaglegging van belangrijke gebeurtenissen of festiviteiten in de gemeente. Voorbeelden hiervan zijn de avondvierdaagse, de carnavalsoptocht, de intocht van Sinterklaas en de benoeming van de burgemeester. - De overige veertig procent mag bestaan uit programma's met een lokaal cultureel karakter: <ul style="list-style-type: none"> • De registratie van culturele voorstellingen (zoals cabaret, concerten en toneelvoorstellingen) en kerkdiensten in de gemeente. • Verstrooiende programma's zoals verzoekplatenprogramma's en spelprogramma's met lokale kandidaten. Het programmabeleidsbepalend orgaan, ofwel het PBO, geeft het lokale karakter van deze programma's aan.
Productie en ICE-normen bij samenwerking	<ul style="list-style-type: none"> - Als lokale omroepen samenwerken met regionale, of andere lokale omroepen, leidt dat tot bijstelling van de eigen ICE-inbreng en de hoeveelheid eigen producties. De omroep dient de samenwerking vast te leggen in een overeenkomst.
Reclame en sponsoring	<ul style="list-style-type: none"> - Om de onafhankelijkheid van de media-instellingen te waarborgen, zijn regels rondom reclame en sponsoring vastgelegd. Het doel is het scheiden van programma-aanbod en commercie. De media-instelling moet hiervoor beschikken over een redactiestatuut, waarin journalistieke rechten en plichten van de medewerkers zijn vastgelegd en zijn ingeschreven bij de Stichting Reclame Code. - Voor reclame gelden regels met betrekking tot de hoeveelheid en duur van reclame, de verschijningsvorm van reclamespots in het programma-aanbod en reclame-uitingen binnen een programma. - Voor al het media-aanbod geldt een verbod op sponsoring van het media-aanbod, hieronder vallen zowel geld als goederen of diensten die ter beschikking worden gesteld. Uitzonderingen hierop zijn niet-lokale culturele programma's, verslagen van sportevenementen en evenementen met een ideële grondslag. Voor deze uitzonderingen zijn wel specifieke regels opgesteld.
Neven-activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> - Voor nevenactiviteiten zoals het maken van een blad bij een programma of het maken van een bedrijfsfilm, moet de omroep vooraf toestemming krijgen van het CvdM. De activiteit moet in verband staan met de publieke mediaopdracht, kostendekkend zijn en op marktconforme wijze worden verricht en op geen

	<p>enkele wijze dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden. De inkomsten uit nevenactiviteiten moeten bovendien worden gebruikt voor de verzorging van het eigen media-aanbod.</p>
Uitbesteden	<ul style="list-style-type: none"> - Omdat de media-instellingen niet altijd de ambities kunnen verwezenlijken met de beschikbare financiële middelen, mensen of expertise mogen ze voor de uitvoering van hun activiteiten derden inschakelen. Om te voorkomen dat uitbesteding leidt tot strijdigheid met de mediawettelijke eisen, zijn regels opgesteld op het gebied van het uitbesteden van programma's, reclameboodschappen en verwerving van reclame-inkomsten. - Alle uitbestedingregels zijn erop gericht dat de verantwoordelijke personen binnen de omroep, in hun relatie met derden, de belangen van de omroep altijd voorop stellen.
Programma-beleidsbepalend orgaan (PBO)	<ul style="list-style-type: none"> - De Mediawet schrijft voor dat lokale media-instellingen een representatief orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt, het programmabeleidsbepalend orgaan (PBO). Dit is een afzonderlijk orgaan binnen de media-instelling, naast de redactie en het bestuur, dat tot taak heeft vaststelling van en toezicht houden op het programmabeleid. Ook heeft het PBO tot taak er op toe te zien dat de media-instelling zich aan de ICE-norm houdt. Met de vaststelling van het beleid zorgt het PBO er voor dat de nagestreefde doelstellingen worden gehaald en dat de doelgroepen worden bereikt. - Volgens het CvdM moet het PBO representatief zijn voor de verscheidenheid binnen de lokale gemeenschap, binding houden met het publiek van de omroep, bestaan uit minimaal vijf leden en ten minste één vertegenwoordiger opnemen van etnische en culturele minderheden. Leden die geen specifieke stroming in de gemeente vertegenwoordigen (bijvoorbeeld met deskundigheid op een specifiek gebied) mogen worden opgenomen op persoonlijke titel, maar zij mogen slechts een minderheid vormen. Om de representativiteit te bevorderen, moeten de leden elk één stroming binnen de gemeente vertegenwoordigen. De stromingen moeten vallen binnen de hoofdstromingen die zijn bepaald in de Mediawet: maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen. - Het functioneren van het PBO is de verantwoordelijkheid van het bestuur van de media-instelling.
Financiële administratie en verantwoording	<ul style="list-style-type: none"> - De media-instellingen zijn verplicht te werken met een jaarrekening bestaande uit een balans, exploitatierekening en een toelichting. De grotere media-instellingen moeten hun financiële gegevens laten onderzoeken door een accountant. Jaarlijks moeten de media-instellingen een verklaring overleggen over de integriteit van bestuurders en medewerkers. Verder zijn er regels omtrent overeenkomsten en gelieerde rechtspersonen.
Gegevens-verstrekking en bewaarplicht	<ul style="list-style-type: none"> - Jaarlijks ontvangen alle publieke lokale media-instellingen een verzoek om gegevensverstrekking van het CvdM. Op deze manier wordt toezicht gehouden op de programmering via een elektronisch toezichtformulier, op het functioneren van het PBO via het PBO-jaarverslag en/of de PBO-notulen en op de financiële positie door middel van financiële stukken. De media-instellingen zijn wettelijk verplicht om hun uitzendingen integraal op te nemen en gedurende twee weken na de uitzending te bewaren.

BIJLAGE 2: REGELGEVING AANWIJZING EN BEKOSTIGING PUBLIEKE LOKALE MEDIA-INSTELLINGEN DOOR GEMEENTEN

Wet- en regelgeving publieke lokale media-instellingen ²	
<p>Aanwijzing</p> <p>Artikel 2.61 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Voor de verzorging van de publieke mediadiensten op regionaal en lokaal niveau kan het Commissariaat regionale respectievelijk lokale instellingen als publieke media-instellingen aanwijzen volgens de bepalingen van deze paragraaf. 2. Voor aanwijzing komen slechts in aanmerking instellingen die: <ol style="list-style-type: none"> a. rechtspersoon naar Nederlands recht met volledige rechtsbevoegdheid zijn; b. zich volgens de statuten uitsluitend of hoofdzakelijk ten doel stellen het op regionaal respectievelijk lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in een provincie, een gemeente of een deel van de provincie waarop de instelling zich richt leven en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen; en c. volgens de statuten een orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt en dat representatief is voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie of gemeente voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen. 3. Aanwijzing geschiedt nadat provinciale staten hebben dan wel de gemeenteraad heeft geadviseerd over de vraag of de instelling aan de eisen, bedoeld in het tweede lid, voldoet.
<p>Artikel 2.63 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Als meer dan één lokale instelling in een gemeente aan de eisen, bedoeld in artikel 2.61 tweede lid, voldoet, bevordert het college van burgemeesters en wethouders voor zover dat redelijkerwijs mogelijk is het samengaan van die instellingen. 2. Er kan per gemeente slechts één lokale publieke media-instelling worden aangewezen, waarbij het Commissariaat acht slaat op alle factoren die voor het functioneren van de instelling van belang kunnen zijn.
<p>Artikel 2.64 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Een instelling die de publieke mediaopdracht wil uitvoeren voor meer dan één provincie of gemeente, wordt alleen dan voor dat gebied aangewezen, als provinciale staten of de gemeenteraden van de betreffende provincies of gemeenten het in artikel 2.61 derde lid bedoelde advies gezamenlijk hebben uitgebracht. 2. Het Commissariaat stelt provinciale staten en de gemeenteraden van de desbetreffende provincies of gemeenten in kennis van een aanvraag van een instelling als bedoeld in het eerste lid.
<p>Artikel 2.65 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Een aanwijzing geschiedt op aanvraag, geldt voor vijf jaar en vervalt van rechtswege na afloop van deze periode. 2. Zonodig wijst het Commissariaat de dagen waarop en de uren waarin programma-aanbod van regionale en lokale mediadiensten wordt uitgezonden op de voor de regionale dan wel lokale publieke mediadiensten beschikbare ruimte op een omroepzender.

<p>Artikel 2.66 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Provinciale staten brengen, dan wel de gemeenteraad brengt, tijdens de aanwijzingsperiode ten minste eenmaal aan het Commissariaat advies uit over de vraag of een aangewezen regionale of lokale publieke media-instelling naar hun of zijn mening nog voldoet aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid. 2. Als tijdens de aanwijzingsperiode bij het Commissariaat ernstige twijfel bestaat of de regionale of lokale publieke media-instelling nog aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid, voldoet, kan hij een tussentijds advies vragen.
<p>Artikel 2.67 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Het Commissariaat trekt een aanwijzing in als de desbetreffende regionale of lokale publieke media-instelling niet meer voldoet aan de eisen van artikel 2.61, tweede lid. 2. Het Commissariaat trekt de aanwijzing van een regionale of lokale publieke media-instelling die niet meer voldoet aan artikel 2.61, tweede lid, onderdelen b of c, pas in nadat de desbetreffende media-instelling gedurende vier maanden, gerekend van de dag waarop het desbetreffende feit is geconstateerd, in de gelegenheid is gesteld opnieuw aan dit vereiste te voldoen en zij daarin niet is geslaagd.
<p>Artikel 2.68 Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Een aanwijzing kan door het Commissariaat worden ingetrokken als: <ol style="list-style-type: none"> a. de regionale of lokale publieke media-instelling in een periode van een jaar geen media-aanbod dat voldoet aan de eisen van deze wet heeft verzorgd en dat aanbod gedurende een ononderbroken periode van ten minste twee maanden is verspreid; of b. het Commissariaat aan de regionale of lokale publieke media-instelling binnen een periode van een jaar ten minste twee maal een bestuurlijke sanctie als bedoeld in titel 7.2 heeft opgelegd voor overtreding van het bepaalde bij of krachtens deze wet of artikel 5:20 van de Algemene wet bestuursrecht. 2. Het Commissariaat beslist pas over intrekking op grond van het eerste lid, onderdeel a, nadat hij gedeputeerde staten respectievelijk het college van burgemeester en wethouders van de desbetreffende provincie of gemeente in de gelegenheid heeft gesteld binnen een door het Commissariaat te stellen redelijke termijn hun zienswijze te geven. 3. Het uitblijven van een zienswijze binnen de gestelde termijn staat aan het nemen van een beslissing door het Commissariaat niet in de weg.
<p>Artikel 2.69 mediawet</p>	<p>Bij ministeriële regeling kunnen nadere regels worden gesteld over:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. de wijze waarop aanvragen voor een aanwijzing worden ingediend; b. de termijn waarbinnen beslissingen op de aanvragen worden genomen; c. de termijn waarop adviezen als bedoeld in artikel 2.61, derde lid worden uitgebracht; en d. de termijn waarop beslissingen over aanwijzing of intrekking van een aanwijzing in werking treden.
<p>Bekostiging Artikel 2.170b Mediawet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Het college van burgemeester en wethouders zorgt voor de bekostiging van het functioneren van de lokale publieke media-instelling als de gemeenteraad een advies als bedoeld in artikel 2.61, derde lid heeft uitgebracht en daarbij positief heeft geadviseerd over de vraag of de instelling voldoet aan de eis, bedoeld in artikel 2.61, tweede lid, onderdeel c. 2. De bekostiging betreft vergoeding van de kosten die rechtstreeks verband houden met het verzorgen van de lokale publieke mediadienst, voor zover die kosten niet op andere wijze zijn gedekt, op zodanige wijze dat op lokaal niveau in

	<p>een toereikend media-aanbod kan worden voorzien en continuïteit van bekostiging is gewaarborgd.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Als twee of meer gemeenteraden gezamenlijk een advies als bedoeld in artikel 2.61, derde lid hebben uitgebracht, en daarbij positief hebben geadviseerd over de vraag of de instelling voldoet aan de eis, bedoeld in artikel 2.61, tweede lid, onderdeel c, zorgen de colleges van burgemeester en wethouders van de desbetreffende gemeenten gezamenlijk voor de bekostiging, bedoeld in het eerste lid.4. Aan de bekostiging worden geen voorschriften verbonden die in strijd zijn met het bepaalde bij of krachtens deze wet.5. Onze Minister zendt telkens na drie jaar aan de Staten-Generaal een verslag over de doeltreffendheid en de effecten van het bepaalde in dit artikel in de praktijk.
--	--



NH/Amstelveen. Toekomstvisie en ambitie.

1 Doel

In dit document wordt een toekomstvisie geschetst voor een nieuwsorganisatie in Amstelveen. De ambitie is groot. Een onafhankelijke en krachtige nieuwsgaring is een van de pijlers van de lokale democratie, maar daarvan is nauwelijks sprake. Overigens is Amstelveen daar niet uniek in, dit is een landelijk probleem.

In dit document concentreer ik me vooral op wat deze nieuwe organisatie kan zijn in plaats van wat het nu is of niet is. Ik heb begrepen dat het Adviesbureau Van de Bunt een onderzoek uitvoert. Daarom heb ik geen werk gemaakt van een analyse van de huidige lokale omroep RTVA in het kader van een 'stand alone-scenario'. De tijd is te kostbaar om dubbel werk te doen.

Dit plan gaat niet uit van bestaande organisaties, maar van het belang van het publiek. Dit document komt voort uit een visie die gebaseerd is op jarenlange ervaringen in samenwerken met lokale partners. Het schetst een toekomstbeeld dat niet alleen inhoudelijke continuïteit biedt, maar ook een flinke slag slaat op het gebied van efficiency en dat daarnaast ook nog eens (desgewenst) op korte termijn is uit te voeren.

2 NH Nieuwsnetwerk als basis

De regionale omroep NH is in 2013 begonnen met de opbouw van een netwerk met lokale nieuwspartners. Binnen dit netwerk, dat inmiddels uit 45 partners bestaat, wordt content over en weer om niet uitgewisseld, worden faciliteiten gedeeld, worden projecten uitgevoerd en worden mensen over en weer opgeleid, vaak 'on the job'.

Samenwerking tussen regionale omroepen en lokale partners is vaak geprobeerd, maar was nooit eerder succesvol. Waarom het dit keer wel lukte komt voort uit de eenvoudige en daardoor ook revolutionaire aanpak.

A Het netwerk komt voort uit een inhoudelijke visie. De samenwerking is nooit bedoeld geweest als een strategische maatregel om NH te versterken. NH is een publieksorganisatie en in die zin mede verantwoordelijk voor het op peil brengen van de lokale nieuwsvoorziening, vanuit een publiek belang gedacht. NH kan alleen maatschappelijk relevant zijn als het zich hier niet voor afsluit, maar aan meebouwt. De feiten en ervaringen van de partners ondersteunen deze werkwijze, er gaat meer content en middelen naar lokale partners dan er terugkomt. Dat is geen enkel probleem. Er wordt hoe dan ook meer en betere nieuwscontent gemaakt dankzij de samenwerking, met de huidige middelen, en dat is het enige resultaat dat telt. Door die content op zoveel mogelijk kanalen te publiceren wordt de reikwijdte vergroot.

B Het netwerk is van onderaf opgebouwd. Een klassieke fout is een dergelijk experiment vooraf af te bakenen en in te kaderen in een projectplan. Daar hebben we niet voor gekozen. Door klein, aanvankelijk met één partner, te beginnen konden we voorzichtig experimenteren met wat wel en niet werkt. Al snel volgden er meerdere partners die zichzelf aandienen, op basis van het succes dat ze om zich heen zagen. Alles gebeurde uit eigen budget, zonder subsidie. Doordat niet alles vooraf in beton was gegoten, konden we schakelen waar en wanneer we wilden.

C Het netwerk is een samenwerking op basis van gelijkwaardigheid. NH profileert zich niet als de grote broer van de lokale omroepen. Er is groot respect voor de vrijwilligers die met beperkte middelen een organisatie op poten houden. Die bevoegenheid en de lokale kennis miste ik als Hoofd Nieuws destijds binnen mijn eigen redactie. Door de lokale kennis en bevoegenheid samen te voegen met de ambachtelijke professionaliteit en continuïteit van NH krijg je een beter product. Kortom, een simpele rekensom.

D Kennis delen maakt sterker. Een belangrijke pijler van het netwerk zijn de opleidingen die we gratis verzorgen aan onze partners. Lokale talenten kunnen daardoor hun kennis vergroten, onze verslaggevers raken daardoor meer bekend met het publiek en de achtergronden van de regio waarin ze werken. Uitwisseling van kennis op basis van gelijkwaardigheid dus. Het is leuk, maar zorgt dus ook voor betere content aan beide kanten. Daarnaast biedt dit de kans aan lokale talenten om door te stromen naar een betaalde baan, wat al meerdere keren gebeurd is.

E Het netwerk haakt aan bij de inhoudelijke ontwikkeling van NH. Als nieuwsorganisatie proberen we alle identiteiten binnen Noord-Holland te bedienen door middel van hun eigen lokale kanalen op onze site en binnen onze app. Dat doen we door middel van regioverslaggevers, die in twee- of drietal opereren binnen een bepaald gebied. Ze maken content dat relevant is voor dat gebied. Ze werken waar mogelijk samen met lokale partners, opdat we kennis delen en voorkomen dat we op dezelfde plek staan, hierdoor kunnen we gezamenlijk meer content maken.

NH is niet meer de klassieke omroep die het enige jaren geleden was. We maken geen televisie meer, geen dure talkshows en formats. Al onze middelen gaan naar online nieuwscontent dat we op zoveel mogelijk kanalen publiceren, onze eigen kanalen, die van partners en externe kanalen.

We maken bijvoorbeeld geen klassiek nieuwsbulletin meer met een presentator, maar kunnen onze beste online nieuwscontent op televisie tonen in een sjabloon. Hiermee kunnen we nu meerdere keren per dag een nieuwsupdate brengen en ook een lokale variant aanbieden aan onze partners in de regio.

Het voorbeeld van de regioverslaggevers in combinatie met het NH Nieuwsnetwerk is inmiddels door diverse regionale omroepen overgenomen. RTV Gelderland werkt inmiddels op deze wijze, net als RTV Rijnmond en binnenkort ook Omroep Fryslan.

De succesvolle samenwerking heeft een flinke vertrouwensbasis gecreëerd bij de partners met wie het meest samenwerken. Dit leidt inmiddels tot de vraag vanuit verschillende regio's of wij samen met de lokale omroepen een editie willen inrichten. Zo gaat in maart NH Gooi~ van start.

In het boek Een Sloot Vol Kiezelstenen dat in september 2016 uitkwam wordt het NHN, het onderliggende proces en de inhoudelijke visie uitgebreider beschreven.

3 Toekomstvisie

Op basis van onze ervaringen binnen het NH Nieuwsnetwerk hebben wij een visie ontwikkeld, waarin de inhoudelijke opdracht leidend is.

Vanuit die visie stellen wij voor om de regionale omroepen en lokale omroep samen te brengen in één bestel. Om niet los van elkaar het wiel uit te vinden, elkaar niet onnodig te beconcurreren, maar de handen ineen te slaan en gezamenlijk als publieke nieuwsvoorziening op peil te brengen.

Door gezamenlijk een nieuwe nieuwsorganisatie of editie in te richten breng je het beste uit twee werelden samen. Zo voorkom je dat lokale omroepen of streekomroepen geld moeten uitgeven aan facilitaire middelen, leidinggevenden en backoffice. Die heeft NH al. Dat klinkt vanzelfsprekend, maar is het allerminst. Helaas zijn veel lokale partners zoveel middelen kwijt aan de randvoorwaarden, dat er voor het meest essentiële, de makers, geen geld meer is.

Belangrijk is om alle beschikbare middelen zoveel mogelijk te benutten voor het doel waartoe we op aarde zijn: relevante nieuwscontent maken.

Een hechtere samenwerking tussen toekomstige streekomroep en NH waarborgt niet alleen de continuïteit, maar vergroot ook de slagkracht.

Er wordt zowel door de regionalen als de NLPO om financiële ondersteuning gevraagd en het ziet er niet naar uit dat dit de komende jaren van de grond komt. Begrijpelijk, want twee lokaal-regionale systemen in stand houden met allemaal hun eigen directeuren en hoofdredacteuren is niet wenselijk.

Het is echter zaak om niet alleen maar te wachten tot het nieuwe bestel een feit is, te vergaderen en te lobbyen bij de politici en beleidsmakers, maar om het heft in eigen hand te nemen en gewoon te beginnen. Het goede voorbeeld geven. De nood is te hoog om langer te wachten.

In 2018 gaan wij ons binnen het NH Nieuwsnetwerk focussen op de partners die met ons een nieuwsorganisatie willen opzetten. Zo'n editie kent een professionele schil van makers die publiceren op online kanalen, maar biedt uiteraard ook een plek voor vrijwilligers en talenten.

Deze visie is uitgebreider verwoord in het boek Een Sloot Vol Kiezelstenen.

3 RTV Amstelveen

RTV Amstelveen bestaat uit een grote groep bevlogen vrijwilligers, brengt op basis daarvan veel tot stand. Hier heb ik groot respect voor.

RTVA kampt echter ook de problemen die de meeste andere lokale omroepen kenmerken.

Veel geld gaat op aan randvoorwaarden, waardoor de inhoudelijke continuïteit onder druk staat. Bij veel lokale omroepen bestaat ook de neiging om 'Hilversumpje te spelen', waarmee we bedoelen dat hobbyisten op radio en televisie programma's willen maken naar landelijke voorbeelden en die nauwelijks het lokale belang dienen. Het is pas gerechtvaardigd om extra geld te vragen als de organisatie is teruggebracht tot de kernopdracht en alle mogelijkheden tot samenwerking zijn benut.

4 NH Amstelveen: Een bundeling van krachten

NH Amstelveen is de werktitel voor een nauwere samenwerking tussen NH en RTVA (of ook met de partners met wie een streekomroep gevormd gaat worden). Hierbij richten we een nieuwe organisatie in, waarin alle partijen zich vertegenwoordigd voelen. Deze organisatie richt zich op de essentie van zijn taak en maakt efficiënt gebruik van de bestaande middelen.

4. NH Amstelveen: de missie en ambitie

Voor een goede lokale nieuwsvoorziening leggen we de lat hoog. Qua inhoud, maar ook met betrekking tot de organisatie.

NH Amstelveen heeft als doel de lokale journalistiek te verbeteren, in een nieuwe nieuwsorganisatie die we opzetten en inrichten samen met onze partner(s) in deze regio. De ambitie is groot en geboren uit noodzaak: de totstandkoming van een optimale publieke nieuwsvoorziening is hard nodig.

NH Amstelveen brengt de onderwerpen die relevant zijn voor de burgers binnen het gebied. NH Amstelveen brengt het nieuws over jouw omgeving, het nieuws dat jou aangaat. Lokale en herkenbare onderwerpen, maar ook streekgebonden ontwikkelingen die relevant zijn.

NH Amstelveen informeert, verbindt. NH Amstelveen brengt nieuws dat raakt, dat pakt en dat inspireert. De kracht van NH Amstelveen is dat ze zich concentreert op de essentiële taken van een lokaal mediacentrum. Geen amusement, maar een onafhankelijke nieuwsorganisatie die zich puur op de lokale behoefte richt.

NH Amstelveen weet wat er leeft en spreekt de taal van de mensen in haar gebied. De verslaggevers opereren vanuit de streek en zijn herkenbaar op straat. Ze creëren en onderhouden een netwerk van betrokken burgers en bevlogen vrijwilligers op lokaal niveau. Dat netwerk zorgt continu voor een input aan nieuws en ideeën. NH Amstelveen is leidend en zal een toonaangevende bron van Amstelveens nieuws zijn, ook voor landelijke media.

4.1 Output

Nieuws

Het nieuwskanaal NH Amstelveen (via [NHnieuws.nl/Amstelveen](https://www.nhnieuws.nl/Amstelveen) en de NH Nieuws app) is leidend in het gebied, er zijn voortdurend nieuwe en relevante berichten te vinden. Vanuit de nieuwsbehoefte van het publiek wordt het nieuws ververst, op piekmomenten in de ochtend, lunchtijd en vooravond. In totaal brengt NH Amstelveen gemiddeld vier video-items per dag en vijftien berichten, waar mogelijk verrijkt met video. De toon is laagdrempelig en herkenbaar, maar urgent. De onderwerpen komen uit het eigen netwerk.

NH Amstelveen richt zich op de essentie. Geen dure televisieformats, maar nieuwscontent in de brede zin: actueel nieuws, achtergronden en verdieping, human interest, evenementen en debat.

Evenementen

Waar mensen zijn is NH Amstelveen. Publieksevenementen worden verslagen via een livestream, radio en een videoverslag op de kanalen.

Hete Hangijzers

NH Amstelveen stimuleert het debat (zie bijlage). Dat doen we vanuit Hete Hangijzers, waarmee we vanuit lokale thema's verbinding brengen tussen burgers en politiek. Voor zover deze hete hangijzers nog niet op de politieke agenda staan zorgen wij dat dit gebeurt.

Wekelijks brengen we een lokale kwestie over het voetlicht. Niet in het gemeentehuis, maar vanaf een laagdrempelige plek in de samenleving. In een café of buurthuis, een locatie die raakvlak heeft met de betreffende kwestie.

Peiling

Elk publieksdebat gaat gepaard met een peiling. Hoe denkt het publiek in het Amstelveen over een specifieke kwestie? Hiervoor kan ook ons NH Panel ingezet worden.

Communicatie en lokale democratie

Raadsvergaderingen worden doorgezet via NH Amstelveen. Deze feeds worden verzorgd door de gemeenten zelf. NH Amstelveen kan daarnaast een belangrijk communicatieplatform zijn voor de gemeente. Paginagrote en ambtelijk geformuleerde advertenties bereiken niet het gewenste publiek. De redactie van NH Amstelveen kan belangrijke boodschappen vertalen naar het publiek en omzetten in audio en video. Dit geldt voor belangrijke besluiten, het verlenen van bepaalde vergunningen, maar ook voor wethouders of burgemeester die een belangrijke boodschap hebben. De gemeente kan zo met haar bestaande communicatiebudget effectiever communiceren met de bevolking. Deze mededelingen zijn duidelijk herkenbaar en te onderscheiden van de onafhankelijke nieuwsstroom.

Ook het gesprek met de burgemeester/wethouder zorgt voor verbinding. Elke maand zendt NH Amstelveen een langer gesprek uit met de burgemeester of een ander lid van het college. Dit gesprek levert altijd relevant nieuws op wat uitgeserveerd wordt op de nieuwskanalen van NH Amstelveen.

4.2 Platformen

Online

De basis vormt het NH Amstelveen nieuwskanaal, dat te vinden is via de site en de NH Nieuws app. Deze wordt op de eerder genoemde piekmomenten gevuld met verse berichten en video's. Gemiddeld vier nieuwsvideo's per dag en vijftien

berichten. (Een eigen app voor onze partners is in ontwikkeling en zal gratis worden verstrekt.)

De huidige website van RTVA of een nieuwe site van NH A zou kunnen doorverwijzen naar dit specifieke nieuwskanaal.

NH Amstelveen krijgt een YouTube-kanaal volledig toegespitst op content uit het Amstelveen met een herkenbare vormgeving. Met scholieren van het Mediacollege ontwikkelen we een specifiek YouTube format voor jongeren gericht op het Amstelveen. Via een eigen twitteraccount en de eigen Facebookpagina van NH Amstelveen vindt interactie plaats met het publiek en wordt een community opgebouwd. Met een passende taal en toon worden producties geschikt gemaakt voor social media. Videoprodukties krijgen ondertitels, zodat items ook zonder geluid zijn te bekijken.

Social media draagt bij aan de toegankelijkheid.

NH Amstelveen is laagdrempelig te benaderen door middel van berichten via Facebook/Twitter, per mail uiteraard, maar ook een eigen whatsapp-nummer voor allerlei tips. NH Amstelveen praat altijd terug. Verslaggevers produceren ook voor online: van tekst tot foto en video. De coördinator of redacteur checkt inhoudelijk, zorgt voor verspreiding over de dag en bepaalt welke kanalen en posities er bij het verhaal passen (opening site, app, social media).

TV

Je moet je afvragen of het wenselijk is om als lokale nieuwsorganisatie een eigen televisiezender in de lucht te houden.

NH Amstelveen krijgt een magazine op het tv-kanaal van NH. De beste video's van de week worden gebundeld in een herkenbaar vormgegeven programma. Hierbij maakt een groter publiek kennis met Amstelveense onderwerpen. NH Amstelveen TV heeft een vast tijdstip van eerste uitzending, maar wordt meerdere malen herhaald.

Radio

Het fundament van NH Amstelveen Radio is de programmering van NH Radio. De randprogrammering wordt een op een doorgezet naar NH Amstelveen, tijdens de nieuwsblokken van 07.00-9.00 uur en 17.00-18.00 uur is er ruimte voor lokale nieuwsblokken. Hiervoor zijn meerdere varianten denkbaar: 1) Een blok van drie uur wordt in zijn geheel gevuld door vrijwilligers, waarbij NH Amstelveen nieuwscontent aanlevert. 2) Een blok van drie uur wordt deels gevuld door vrijwilligers, waarbij NH Amstelveen items aanleveren. 3) Alleen de nieuwsblokken op de halve uren worden gevuld met een Amstelveens bulletin.

In de avonden en in de weekenden is er ruimte voor programma's die gemaakt worden door vrijwilligers. Dit wordt aangestuurd door en valt onder de verantwoordelijkheid van de (vrijwillige) programmaleider.

NH Amstelveen faciliteert echter alleen programma's die binnen de doelstelling vallen.

Externe communicatieplatformen

NH Nieuws is te zien op de informatieschermen van de gemeente.

Een Amstelveense variant van een zestig seconde bulletin van NH Nieuws is te zien op de grote schermen op strategische plekken.

5. Organisatie

NH Amstelveen heeft een professionele kern met schil van vrijwilligers. In de optimale vorm zijn er per dag vier verslaggevers actief met een zo groot mogelijke dekking op de dag. Deze verslaggevers werken crossmediaal, als verslaggevers 3.0, en worden aangevuld met bevlogen en talentvolle vrijwilligers en stagiaires, als onderdeel van de NH Academie (zie bijlage).

07.00 – 15.00 uur: verslaggever 1

09.00 – 17.00 uur: verslaggever 2 en 3

00.14 – 21.00 uur: verslaggever 4

De verslaggevers worden aangestuurd door een dagelijkse (meewerkende) coördinator en een dagredacteur. Ondersteuning biedt een dagelijkse online redacteur/verwerker die waakt over de vertaling naar online, video en audio kan bewerken, de agenda bijhoudt en verslaggevers redactioneel ondersteunt.

Elke dag is er een editor die monteert voor online en zorgt voor afwerking items. Deze bezetting zou ook moeten gelden voor de weekenden, want juist dan is de lokale nieuwsbehoefte groot. Daarnaast worden de verslaggevers die dagen ook ingezet voor de (live) verslaggeving van de evenementen.

Bezetting in optimale vorm:

- Coördinator
- Redacteur
- Editor
- Vier verslaggevers

Profiel Journalist 3.0

De verslaggever weet wat er speelt in het Amstelveen, is in staat een relevant netwerk op te bouwen en te onderhouden. De verslaggevers is technisch vaardig genoeg om crossmediaal te werken. Hij of zij werkt zelfstandig en is uitgerust om storybased alle kanalen te bedienen. Verslaggevers produceren ook voor online: van tekst tot foto en video.

Vrijwilligers

Er zijn twee soorten vrijwilligers. De vrijwilligers die meewerken aan de nieuwsvoorziening en de presentatoren en medewerkers van de randprogrammering. De vrijwilligers (A) die meewerken op de nieuwsredactie worden opgeleid en aangestuurd door de coördinator en verslaggevers in het kader van NH Academie. Met als doel talentvolle vrijwilligers door te laten stromen naar een betaalde job. De vrijwilligers (B) die een programma presenteren of ondersteunen worden aangestuurd door een programmaleider.

Verbinding met de centrale redactie van NH Nieuws

Dagelijks is er contact met de centrale redactie van NH Nieuws. Welke verhalen en ideeën zijn interessant voor NH Amstelveen of andersom. Nieuwsvideo's van NH Amstelveen die boeiend zijn voor een groter publiek vinden hun weg naar de provinciebrede kanalen van NH Nieuws.

Research

Een verslaggever 3.0 levert per dag een nieuwsonderwerp voor alle kanalen. Naast de dagelijkse nieuwsstroom moet er ook ruimte zijn voor verdieping en research. Dat betekent dat op sommige momenten verslaggevers langer bezig zijn met een specifiek project en minder kunnen leveren dan het afgesproken gemiddelde. Dan kan de centrale redactie van NH Nieuws als achtervang dienen en ondersteuning bieden om de dagelijkse nieuwsstroom te kunnen garanderen.

Toetsing

Door middel van maandelijkse rapportages bekijken we welke onderwerpen en verhaalvormen het beste gelezen worden. Om lessen uit te trekken voor de toekomst en het bereik te vergroten. Daarnaast monitoren we onze groei op social media voor het bijsturen van de online tactiek.

Partners

Het doel is om deze ambitie tot stand te brengen met onze lokale partners. Ook biedt dit model de mogelijkheid dat andere relevante partners later instappen.

Belangrijk is dat de ambitie van een optimale publieke nieuwsvoorziening voor dit gebied gedeeld wordt, dat we denken vanuit het belang van het publiek. Inhoudelijk en organisatorisch biedt deze variant hoe dan ook de beste mogelijkheden. Investerings op gebied van techniek en backoffice blijven tot een minimum beperkt (dat is grotendeels al binnen NH gebeurd) en de focus gaat naar de burger en de inhoud.

6. Verder...

Voor deze variant kunnen wij een begroting aanbieden. Ook de juridische mogelijkheden zijn uitgewerkt. Niet alleen voor de geschetste optimale vorm, maar ook voor alle mogelijke tussenvarianten. Hoe dan ook is een beginmodel snel en eenvoudig te realiseren, waarbij NH twee professionele verslaggevers kan inbrengen, opleidingstrajecten, facilitaire ondersteuning, backoffice, coördinatie en continuïteit.

Bijlage 1: Kerncijfers Amstelveen

Bijlage 2: Hete Hangijzers/ Debat

Bijlage 3: NH Academie

Bijlage 4: Begroting