

2025

VERHALEN DIE WE ANDERS (NIET) KUNNEN MAKEN

Een onderzoeksrapport

Auteurs: Danielle Arets, Joke Hermes, Harmen Groenhart en Henrike Prudon.

Een samenwerking van Fontys Journalistiek, Hogeschool Inholland en NLPO.

In opdracht van NLPO
gefinancierd door Stimuleringsfonds voor de
Journalistiek'

1. INLEIDING	2
1.1 Verantwoording en opzet van het rapport	4
1.2 Opzet van het rapport	5
2. SITUATIESCHETS: 50 JAAR, EN VERDER	6
2.1 De lokale mediavoorziening: kwetsbaar?	6
2.2 De lokale omroep als verbinder	8
2.3 Publieksparticipatie	9
2.4 Financiering	9
2.5 Streekomroepvorming en professionalisering.....	10
3. UITDAGINGEN EN KANSSEN IN SAMENWERKINGEN: ONDERZOEKSUITKOMSTEN	12
3.1 De gemeente - wie betaalt, bepaalt?	13
3.1.1 De waakhond aangelijnd?	13
3.1.2 Onafhankelijkheid bewaken	14
3.2 Publiek-Privaat - creatief, soms weinig kritisch	15
3.2.1 Creatieve coalities: de gemeenschap in beeld en geluid	16
3.2.2 Uitdagingen	20
3.3 Publiek(en) - iedereen aan zet?.....	25
3.3.1 Publieksparticipatie: van tips tot T-Reporters.....	26
3.3.2 Uitdagingen en kansen in publieksparticipatie	29
4. OP NAAR DARWINS GAME?	33
5. BIJLAGE 1: METHODOLOGIE EN VERANTWOORDING	36
6. BIJLAGE 2: BIBLIOGRAFIE	40

“Verhalen die we anders niet (kunnen) maken.”

“Soms heb je samenwerkingen waarin allerlei belangen spelen, zoals met ontwikkelingen in de stad. Soms kom je daar niet uit. Dan moet je het gewoon niet doen.”

“Dankzij interactie met het publiek zijn we beter in staat de juiste content voor de juiste doelgroep te maken.”

1. INLEIDING

Of het nu gaat om de politiek of de media: luisteren naar en werken met je publiek is een *must* geworden. ‘Publieksparticipatie’ heet het, en ook in de nieuwsmidia is het al enige tijd een belangrijk thema. Lichtende voorbeelden uit binnen- en buitenland laten zien hoeveel er mogelijk is: de inzet van vrijwillige verslaggevers, de organisatie van opiniepanels, zoals die van [Eenvandaag](#), het betrekken van burgers bij onderzoek (*crowdsourcing*), zoals de internationale organisatie [Bellingcat](#) doet, of burgers een plek geven in het bestuur van een journalistieke organisatie, zoals bij de Schotse organisatie [The Ferret](#), waar 3 bestuurszetels gereserveerd zijn voor lezers (Maas, 2024). Zulke vormen van samenwerking vereisen een radicale omslag in werkwijzen en brengen de noodzaak met zich mee om de journalistieke praktijk opnieuw te definiëren.

Voor lokale omroepen zijn samenwerkingen met het publiek zo mogelijk nog crucialer; goed in contact staan met de gemeenschap brengt hen immers nieuws van lokaal niveau. Er zijn verschillende manieren waarop dit gebeurt. Zo werkt OPEN Rotterdam met [vrijwillige vloggers](#) die zij zelf trainen; Omroep Tilburg leidt in hun eigen mediacollege, [Hart van Brabant](#), jonge reporters op die in de eigen wijk als verslaggever aan de gang gaan; en inwoners van Venlo worden regelmatig om hun mening gevraagd via het [Dit is Venlo](#) opiniepanel. Sommige omroepen kennen zelfs een wijkcoördinator of een ombudsman die zich focust op samenwerking met het publiek of op het gericht beantwoorden van vragen of zorgen van bewoners.

Minder belicht en besproken zijn de vele manieren waarop lokale omroepen samenwerken met publieke instellingen zoals bibliotheken, onderwijsinstellingen, sportzalen, zorginstellingen en cultuurcentra. Dit rapport bericht over onderzoek naar beide verbanden, en laat zien dat ook samenwerkingen met publieke instellingen, net als de veelbesproken publieksparticipatie, veel aandacht vergen. De meeste samenwerkingen met publieke partijen liggen voor de hand: lokale omroepen zenden kerkdiensten en sportwedstrijden uit, verspreiden informatie vanuit de gemeente, of doen verslag van een festival of buurtfeest. Het door hen gecreëerde aanbod moet voldoen aan de zogeheten ICE-norm (Informatie, Cultuur en Educatie) die voorschrijft dat het lokale programma-aanbod voor ten minste 50% van informatieve, culturele, en educatieve aard moet zijn. Dit geldt voor zowel televisie- als radiokanalen (Commissariaat voor de Media, 10 januari 2022).

Andere samenwerkingen zijn complexer en worden opgetuigd om hele nieuwe producties en programma's te realiseren. Hoewel dit soort verbanden onmisbaar zijn voor de lokale omroep, laten zij zich lang niet altijd even makkelijk organiseren, zo blijkt uit dit onderzoek. Dit komt onder andere door wet- en regelgeving (en soms imaginaire beelden daaromtrent), de uitdaging om zowel journalistiek onafhankelijk als verbonden met de gemeenschap te blijven, en de beperkte organisatiekracht van vooral kleinere lokale omroepen.

Mooi aan de samenwerkingen is dat er opvallend veel ruimte is voor creativiteit. Zo doet AT5 onderzoeksprojecten met de Balie Amsterdam, waar theater wordt gemaakt over lokaal relevante onderwerpen in het [Live Journalism project](#), en maakt GooiTV het programma [ZinTV](#), een talkshow waarin twee lokale presentatoren praten over betekenisvol leven. Deze voorbeelden laten zien hoe krachtig omroep en gemeenschap verweven kunnen zijn. Als derde laag in het publieke bestel staat de lokale omroep het dichtst bij de dagelijkse realiteit van burgers en bewoners. Hier ligt dan ook de uitgelezen mogelijkheid om de verbindende functie van de journalistiek vorm te geven.

Kennisdeling over de verweving tussen (lokale) omroep en gemeenschap is spaarzaam. Hoewel experimenten en samenwerkingen plaatsvinden, is er niet veel inzicht in hoe deze worden georganiseerd. Tijdens een kennisdelingssessie van de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) in 2024 werd door verschillende lokale omroepen aangegeven dat ze van elkaar willen leren. Hoe wordt op dit moment vormgegeven aan de samenwerking met publiek en publieke instituten? Wat zijn hierin kansen, belemmeringen, en *best practices*?

Met deze vragen in het vizier is het *Living Apart Together* onderzoek opgezet door een consortium van 4 lokale omroepen (1Tweente, OPEN Rotterdam, RTV NOF en Streekomroep Bevelanden), de NLPO, en twee lectoraten van Hogescholen Fontys en Inholland. Het onderzoek combineert kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksdata om tot een zo rijk mogelijk beeld te komen van wat er leeft bij lokale omroepen op het gebied van samenwerken met publiek en (publieke) instellingen. De resultaten zijn sprekend: samenwerking met het publiek bij kleinere omroepen vindt plaats, maar wordt bij sommigen vanwege gebrek aan mankracht vooral incidenteel georganiseerd. Het zijn de grotere, geprofessionaliseerde omroepen die structurele samenwerkingen kunnen realiseren en uit die samenwerkingen ook veel meerwaarde halen; het verhoogt de kwaliteit en betrokkenheid. Daarentegen zijn de samenwerkingen met publieke partijen bij lokale omroepen van elke orde van grootte intensief, veelzijdig, en soms uitdagend.

Wat dit rapport vooral laat zien is dat degenen die het dagelijkse werk van de lokale omroep op zich nemen – de journalisten, (hoofd)redacteuren, camjo's, vrijwilligers – moeten schipperen in meerdere spanningsvelden. Dat maakt hun werk allesbehalve makkelijk. Hoe bedrijf je 'onafhankelijke' journalistiek in een lokaal web van gezonde uitwisselings- en afhankelijkheidsrelaties? En hoe haal je het beste uit je banden met de gemeenschap zonder de – soms tot verwarring leidende – wettelijke regelgeving te schenden?

In het onderzoeksmateriaal ontvouwt zich de uitdagende opdracht van de lokale omroep: krachtige inhoud maken met minimale middelen, voldoen aan hoge journalistieke (kwaliteits)eisen en richtlijnen, onafhankelijk zijn, en tegelijkertijd samenwerken met publieke instellingen, gemeente, en bewoners om de gemeenschap te informeren en waar mogelijk te verbinden. Dit rapport laat een rijk en gelaagd beeld zien waarin, naast de uitdagingen, vooral ook de veerkracht en inventiviteit van lokale omroepen naar voren komt.

1.1 Verantwoording en opzet van het rapport

Dit onderzoek is opgezet en uitgevoerd in de periode november 2023 tot november 2024, dankzij financiële steun van het Stimuleringsfonds van de Journalistiek (SvdJ). Het onderzoek maakt gebruik van een mix van kwalitatieve en kwantitatieve methoden, om tot een zo volledig mogelijk beeld van samenwerkingen in de Nederlandse lokale omroep te komen. Een kort overzicht van de gebruikte onderzoeksmethoden volgt hieronder; een uitgebreide methodologische beschouwing is uiteengezet in Bijlage 1.

1. Contextual mapping

Om een eerste inzicht te krijgen in hoe samenwerkingen met publieke partijen en het publiek nu zijn georganiseerd, is met de vier omroepen die lid zijn van het onderzoeksconsortium (1Twente, OPEN Rotterdam, RTV NOF en Streekomroep Bevelanden) en bestuurders van lokale omroepen een ‘contextual map’ gemaakt. Deze sessie was exploratief en gaf een eerste inzicht in het type samenwerkingen dat omroepen op dit moment aangaan, gecodeerd op twee assen: publiek-commercieel, en korte-lange termijn. Naast de contextual map (zie Bijlage 1) gaf dit ook een eerste inzicht in de onduidelijkheden en spanningsvelden waarmee lokale omroepen in deze samenwerkingen te maken hebben.

2. Survey

In april 2024 heeft de NLPO een vragenlijst verspreid onder 191 lokale omroepen. De vragen betroffen samenwerkingen, besluitvorming, de impact op de journalistieke kwaliteit, en andere uitdagingen. Hoewel de respons (32 deelnemers) beperkt was, is de survey een waardevolle ondersteuning van het andere materiaal. De kwalitatieve data zijn open gecodeerd in MAXQDA, waarbij hoofdthema's uit de enquête zijn aangevuld met codes die tijdens de analyse van de interviews naar voren kwamen.

3. Interviews

Er zijn 19 interviews gehouden met lokale hoofdredacteurs of hun afgevaardigden. De geïnterviewde lokale omroepen zijn geselecteerd door de NLPO op basis van grootte, waarbij in ongeveer gelijke mate kleine, middelgrote en grote lokale omroepen zijn aangedragen. Er is daarbij ook rekening gehouden met een landelijke spreiding. Deze gesprekken, uitgevoerd door onderzoekers van de beide betrokken hogescholen, zijn getranscribeerd en open gecodeerd in MAXQDA. Op basis hiervan hebben belangrijke thema's zoals samenwerking, onafhankelijkheid, en journalistieke kwaliteit concreet betekenis gekregen. De uitkomsten per thema zijn in twee teams grondig geanalyseerd en vergeleken.

Er zijn daarnaast nog 7 interviews gehouden met omroepen die het professionaliseringstraject van de NLPO en SvdJ hebben gebruikt om de banden met het publiek te versterken. Deze interviews zijn handmatig gecodeerd en de inzichten zijn in de hoofdstukken verwerkt om een evenwichtig beeld te schetsen van de manier waarop enkele koplopers richting geven aan samenwerking met het publiek.

4. Critical friends

De vier lokale omroepen die onderdeel zijn van het onderzoeksconsortium (zie 1.) hebben het team van onderzoekers bijgestaan als *critical friends*. In totaal zijn er drie bijeenkomsten geweest waarin zij hebben gereflecteerd op het voortschrijdend inzicht van de onderzoekers.

5. Werksessies NLPO bestuursdagen

Er zijn drie werksessies georganiseerd op de NLPO bestuursdagen. Tijdens deze dagen is met bestuurders van lokale omroepen gereflecteerd op samenwerkingen en de wijze waarop deze zich verhouden tot wet- en regelgeving.

6. Participerende observatie en aanvullende interviews

Tenslotte zijn de onderzoekers aangeschoven o.a. op de bestuursdagen van de NLPO en zijn er aanvullende gesprekken geweest met vertegenwoordigers van het Commissariaat voor de Media.

1.2 Opzet van het rapport

Het tweede hoofdstuk schetst de context waarbinnen publieke lokale omroepen opereren. Hoewel er een rijke en boeiende onderzoeksliteratuur over lokale omroepen beschikbaar is, biedt het thema publieksparticipatie en samenwerking met publieke organisaties nog ruimte voor verdere verdieping, vooral waar het gaat over hun verbindende rol. Hoofdstuk 3 presenteert de onderzoeksresultaten en belicht zowel de kansen als de uitdagingen die lokale omroepen ervaren binnen samenwerkingsverbanden. Daarnaast wordt aandacht besteed aan bestaande succesvolle initiatieven, waarbij inspirerende voorbeelden van samenwerkingen worden uitgelicht. Dit onderstreept de dynamiek en creativiteit binnen de sector, ondanks de uiteenlopende uitdagingen. Hoofdstuk 4 biedt een beknopte conclusie en formuleert aanbevelingen voor zowel lokale omroepen als andere relevante partijen binnen het medialandschap.

Nota bene: Hoewel het een wetenschappelijk rapport betreft hebben de auteurs ervoor gekozen citaten niet te koppelen aan specifieke personen. In sommige gevallen wordt zelfs de omroep in kwestie niet genoemd; dit om de anonimiteit van participanten te waarborgen rondom meer gevoelige onderwerpen in het relatief kleine mediaspeelveld van Nederland. Alle citaten zijn opgenomen in een beveiligd databestand met AVG-conforme bronvermelding, waarbij persoonsgegevens in aparte bestanden zijn opgenomen. De data kunnen in overleg met de onderzoekers geraadpleegd worden.



2. SITUATIESCHETS: 50 JAAR, EN VERDER

In december 1971 werd de opening van het kabelnet live uitgezonden, een bijzondere gebeurtenis waarbij burgemeester Frans Feij van de voormalig gemeente Melick en Herkenbosch de eer had. Dit moment markeert de start van de lokale (televisie) omroep in Nederland. Al snel volgen nieuwe omroepen en wordt het Nederlandse medialandschap gekleurd door een keur aan lokale zenders, zoals beschreven in het boek *50 Jaar Lokale Publieke Omroep* (Snijders & De Jong) dat in 2024 verscheen.

De publicatie geeft een mooi overzicht van de manier waarop de lokale omroepen in Nederland zich de afgelopen 50 jaar ontwikkeld hebben; van zes omroepen in 1975 tot meer dan 230 anno 2024 (Commissariaat voor de Media, 2023b). Lokale omroepen verschillen sterk in grootte, werkwijze, en verspreidingsgebied (Beunders, Van der Horst & Kleuver, 201). Als gevolg van gemeentelijke herindelingen, waarbij steeds vaker lokale omroepen fuseren, is het aantal lokale omroepen afgelopen jaren gedaald van 324 in 2000 naar 256 in 2017 (Bakker & Kik, 2019).

Het aantal neemt, tegen de context van de vorming van streekomroepen, de komende jaren verder af naar een normaantal van 80 (NLPO, 2024). Dit met het oog op betere en betaalbare publieke lokale journalistiek te kunnen bedrijven en de opdracht het maken van "lokaal toereikend media-aanbod" te kunnen uitvoeren. Naast de bekostiging die lokale omroepen vanuit de gemeenten ontvangen uit het gemeentefonds, is er in 2023 extra rijks geld (16 miljoen) uitgetrokken om omroepen te helpen richting streekomroep vorming en ze te ondersteunen bij de professionalisering (Rijksoverheid, 2023). De ambitie is om deze extra gelden jaarlijks te continueren. Daarnaast is er het voornemen om vanaf 2028 de basisfinanciering van lokale omroepen te verschuiven van de gemeenten naar het Rijk.

Inmiddels maken 115 omroepen (verspreid over 51 streken) gebruik van de professionaliseringsregeling. De begeleiding daarvan vindt plaats door mentoren van SvdJ en kwartiermakers van de SvdJ en NLPO. Daarnaast ontvangen omroepen in nog eens 10 streken extra financiële ondersteuning (mede op basis van de subsidieregeling [Klaar voor de Start](#) voor het professionaliseringsproces. Daardoor zijn er nu 61 van de 80 beoogde streken omroepen bezig met het (verdere) professionalisering. Hierdoor kunnen zij extra journalisten aantrekken en begeleiding krijgen bij hun professionaliseringsopgaven door kwartiermakers van de NLPO en vertegenwoordigers van grote streekomroepen die bij hen in de buurt liggen..

De lokale omroep heeft kortom niet stil gestaan. Dit hoofdstuk schetst de huidige stand van zaken binnen de sector, met aandacht voor de brede taakopdracht, de kwetsbaarheden en veerkracht van lokale omroepen, de wens tot intensievere samenwerking met publiek(en), het proces van streekvorming, en de financiering.

2.1 De lokale mediavoorziening: kwetsbaar?

In de afgelopen jaren is er in diverse onderzoeks- en adviesrapporten aandacht gevraagd voor de kwetsbare positie van lokale media. De Raad Open Bestuur en de Raad voor Cultuur constateerden in

2020 dat de lokale informatievoorziening in landelijke gebieden, vooral die buiten de grote en middelgrote steden, zwak is (ROB & Raad voor Cultuur 2020, 3). Het Commissariaat voor de Media concludeert 2 jaar later dat onafhankelijke en pluriforme nieuws- en informatievoorziening onder druk staat.

Over de hele linie worstelt de journalistiek met het groeiende informatie-aanbod, terwijl advertentie-inkomsten teruglopen. Vooral de afhankelijkheid van techbedrijven (WRR, 2024) heeft weerslag op het werk van lokale media en de gebieden waar ze actief zijn. Er wordt in internationale context gewaarschuwd voor zogeheten 'nieuwswoestijnen': regio's waar burgers nauwelijks tot geen toegang hebben tot lokaal nieuws (e.g., Abernathy, 2018, 2020; Versa et al., 2024). Dit is zorgwekkend, omdat lokale nieuwswoestijnen kunnen leiden tot een afname van de lokale democratie en de cohesie, betrokkenheid, en levenskwaliteit van een gemeenschap (Gulyas, 2021). Hoewel er in Nederland een divers aanbod van kanalen op lokaal niveau beschikbaar is, dient zich ook hier het risico op een verdroogd landschap aan (De Haan in Versa et al., 2024). Desondanks constateren Lauf & Brennecke (2022) nog geen plekken waar helemaal geen eigen lokale kanalen zijn.



Een belangrijke kanttekening hierbij is dat het begrip 'lokale media' in onderzoek op verschillende manieren wordt gedefinieerd en geïnterpreteerd. Zeker sinds de opkomst van digitale media wordt de relatie tussen nieuws, journalistiek, en de fysieke plekken waar deze worden geproduceerd en verspreid steeds vaker uitgedaagd (Gulyas & Hess, 2023). Toch blijft onze connectie met het lokale sterk gekoppeld aan bepaalde geografische en fysieke plaatsen. Lokale journalistiek weerspiegelt vaak de gewoonten, waarden, rituelen en opvattingen binnen een lokale context (Gulyas & Hess, 2023). In Nederland is het begrip lokale omroep ook sterk gekoppeld aan die geografische context, hoewel dat tegen de context van

streekomroepvorming enigszins aan het verschuiven is. Daarbij is de ambitie om het verzorgingsgebied van de streekomroepen te laten aansluiten bij de sociaal-culturele en economische omgeving van burgers in een bepaalde streek. Dit wordt ook wel de 'natuurlijke habitat' genoemd (Kwink groep, 2021, 7).

2.2 De lokale omroep als verbinder

In haar recente oratie (januari 2025) als bijzonder hoogleraar Lokale Publieke Omroep, schetst De Haan dat lokale omroepen bijdragen aan het zoeken naar gemeenschapszin. Ze kunnen verschillende groepen binnen de lokale gemeenschap verbinden en voorzien burgers van informatie die zich buiten hun 'bubbel' afspeelt. In een tijd waarin groepen burgers soms lijnrecht tegenover elkaar staan en mensen zich door toenemende globalisering onthecht en ontheemd voelen (De Lange et al., 2023), kan de lokale omroep volgens De Haan een verbindende factor zijn.

Opvallend genoeg is die verbindende functie vooralsnog niet goed onderzocht (ROB & Raad voor Cultuur, 2020). Het is niet duidelijk hoe de lokale omroep bijdraagt aan het verbinden van verschillende bevolkingsgroepen met elkaar, zoals leeftijdsgroepen en verschillende etnische achtergronden (2020, 70; 84). Ook is er geen specifiek beleid rondom het faciliteren van de 'community' functie van lokale omroepen (De Haan in Versa et al., 2024). En hoewel de culturele en educatieve functie van lokale omroepen is vastgelegd in de zogeheten ICE-norm, is de manier waarop omroepen daar invulling aan geven, vooralsnog niet goed in kaart gebracht (ROB & Raad voor Cultuur, 2020, 71).

Voor een toekomstbestendige lokale journalistiek moet, volgens De Haan, de verbindende rol verder worden versterkt. Ze adviseert daarbij de komende jaren in te zetten op publiekswijsheid; dat betreft zowel het goed aansluiten bij de behoeften van het publiek, het bijdragen aan lokale betekenisgeving, als ook het afleggen van publieke verantwoording door lokale journalisten.

De Haan staat daarin niet alleen; al jaren pleiten onderzoekers en mediadeskundigen voor meer publieksgerichtheid in de journalistiek. Dit zou niet alleen helpen om beter in te spelen op de behoeften van nieuwsgebruikers en publieke kennisnetwerken te benutten, maar ook bijdragen aan het opbouwen van een duurzame relatie met diverse publieken. Zo'n aanpak vergroot de zichtbaarheid en versterkt het vertrouwen in het werk van de lokale media (Costera Meijer, 2020; Swart et al., 2022). Voor lokale omroepen is die band met het publiek extra belangrijk; deze omroepen zijn immers geworteld in de lokale gemeenschap en hebben ook expliciet de taak daarin een verbindende rol te spelen.

Toch vallen er, getuige diverse recente onderzoeksrapporten, nog stappen te zetten in het publieksgericht werken. Momenteel sluit het aanbod niet altijd goed aan op de behoefte en voorkeur van de burger (Lauf & Brennecke 2022, 6). Onderzoek vindt een discrepantie tussen het nieuws waar het publiek om vraagt en het nieuws dat het publiek krijgt (Kik, Medendorp & Ruigrok, 2020). Een rapport van het Commissariaat voor de Media (hierna: 'het Commissariaat' of 'CvdM') uit 2022 laat zien dat Nederlanders over het algemeen geïnteresseerd zijn in lokaal nieuws. De onderwerpen waar de grootste belangstelling naar uitgaan zijn veiligheid en justitie, natuur en milieu, zorg en welzijn, bouw, infrastructuur en verkeer, en economie. Dat ligt helaas lang niet altijd op één lijn met wat journalisten (willen) maken, stellen Costera Meijer et al. (2023, 54) op basis van interviews met burgers vast.

2.3 Publieksparticipatie

Lokale omroepen lijken zich breed bewust te zijn van het feit dat de aansluiting met het publiek steeds meer essentieel is om hun verbindende rol op te pakken. Zoals dit rapport ook laat zien, wordt er steeds nauwer samengewerkt met verschillende publieken, waarbij enkele grotere omroepen ook specifiek aandacht besteden aan diversiteit. Een belangrijke manier om in te spelen op de behoeften van het publiek is door het publiek zelf actief te betrekken in het journalistieke productieproces - of het nu gaat om het aandragen van ideeën, het mee ontwikkelen van formats, of het helpen verspreiden van inhoud.

Het journalistieke onderzoek, onderwijs, en de praktijk zijn afgelopen jaren sterk gericht op (nieuwe vormen van) publieke interactie. Daar is een potpourri aan termen voor ontwikkeld: publieksgerichtheid (Drok, 2015), participatieve journalistiek, burgerjournalistiek of civiele journalistiek (Drok, 2002, 2015; Drok & Jansen, 2001), user-centered news, user-needs (Pavlik, 2013), 'producers' (Bruns, 2009), audience material (Wardle en Williams, 2010), open journalism (Deuze, 2003), reciprocal/wederkerige journalistiek (Lewis et al., 2014), audience turn (Groot Kormelink & Costera Meijer, 2017), engagement journalism (Batsell, 2015), publieksgevoeligheid (Costera Meijer, 2023), of extreme gebruikersgerichtheid (Peretti, 2024). Elke term legt andere accenten, maar de gemeenschappelijke kern is de focus op het intensiveren van publieke betrokkenheid en gerichtheid op het publiek in alle fasen van het journalistieke proces.

Minstens zo divers als het aantal gebruikte termen is de verscheidenheid aan methoden die zijn ontwikkeld om het publiek actiever te betrekken. Zowel op nationaal als lokaal niveau maakt de journalistiek gebruik van publieks- en opiniepanels, verkent zij nieuwe samenwerkingsverbanden en analyseert zij gebruikersdata om inzicht te krijgen in interesses en informatiebehoeften. Daarnaast worden nieuwe netwerken opgebouwd, bijvoorbeeld onder jonge mediagebruikers, en worden doelgroepen actief benaderd door uitzendingen op locatie te organiseren, zoals in bibliotheken. Lokale omroepen passen deze strategieën toe in samenwerking met zowel burgers als publieke instellingen. Zoals besproken in Hoofdstuk 3, verschillen deze samenwerkingen echter in mate en vorm.

2.4 Financiering

Volgens de Mediawet zijn gemeenten verantwoordelijk voor het bekostigen van lokale omroepen (Mediawet 2008, 2.170b). Bekostiging komt vanuit het gemeentefonds en gaat van de gemeente naar de omroepen zonder (prestatie)afspraken. Dit is het aantal huishoudens x bedrag (1,62 in 2025), bedoeld voor het media-aanbod. De gemeente heeft de taak om te controleren of de bekostiging ook daadwerkelijk aan het media-aanbod is besteed (CvdM, 2023b). Voor de verantwoording van deze gelden is doorgaans een jaarverslag en jaarrekening voor de gemeente afdoende. Echter, het bedrag blijkt voor veel omroepen niet toereikend om hun wettelijke taak te kunnen uitvoeren. De Mediawet schrijft immers voor dat zij een aanbod moeten verzorgen dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die leven in hun gemeente(n) (CvdM, 2024). Sommige omroepen hebben met gemeenten afspraken gemaakt voor een hogere bekostiging, maar bij lang niet alle gemeenten is dat mogelijk.

Naast de reguliere bekostiging kunnen er aanvullende subsidies verstrekt worden, bijvoorbeeld voor speciale projecten. Hier kan de gemeente prestaties aan hangen, mits het niet stuurt op de inhoud of de wijze van uitvoering. De gemeente kan bijvoorbeeld wel geld beschikbaar stellen ter bevordering van de verkiezingsopkomst, maar daarbij niet bepalen dat er een talkshow georganiseerd moet worden met gast

X en Y. Voor dit soort subsidies moet een gedetailleerdere subsidieverantwoording worden gedaan. Van het totale geld dat naar lokale omroepen gaat, komt daarmee 68% uit publieke middelen (CvdM, 2023a: 4).

Het Commissariaat voor de Media, dat elke drie jaar een evaluatie doet van de bekostiging van lokale media, stipt in 2023 aan dat ondanks deze financiële steun 25% van de lokale media-instellingen als financieel ongezond wordt aangemerkt. Deze conclusie wordt ondersteund door diverse onderzoeks- en adviesrapporten, die tussen 2010 en 2022 verschenen. De NLPO meent dat het goed zou zijn als de lokale omroepen ten minste 40% van hun eigen budget dekken uit inkomsten (bijvoorbeeld door reclame). Op dit moment krijgt slechts 37% van de omroepen dit voor elkaar (CvdM 2023a), en de eis lijkt voor veel omroepen onhaalbaar (Bakker & Kik, 2018). Volgens het Commissariaat levert dit mogelijk gevaar op voor het functioneren van de lokale omroep, omdat “het risico bestaat dat instellingen die deze norm niet halen, de grenzen van de wet- en regelgeving opzoeken om extra inkomsten te genereren” (2023a, 4).

Om deze kwetsbare positie te verbeteren adviseerden de Raad Openbaar Bestuur (ROB) en Raad voor Cultuur (RvC) in een rapport uit 2020 om de basisfinanciering van lokale publieke omroepen te verleggen van gemeenten naar de Mediabegroting van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, in lijn met de financiering van regionale en landelijke omroepen. Het uitgangspunt hierbij is dat lokale omroepen minder afhankelijk worden van lokale financiering - al zullen zowel lokale als streekomroepen nog steeds aanvullende subsidies bij gemeentes zoeken. Deze beweging wordt inmiddels voorbereid.

2.5 Streekomroepvorming en professionalisering

In 2015-2016 zijn de NLPO en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) gestart met streekomroepvorming. Het doel was om het afzetgebied en de financiële armslag van omroepen te vergroten en zo de journalistieke kwaliteit te versterken (Kwink, 2021). In een beleidsevaluatieonderzoek uit 2021 zien de onderzoekers dat de samenwerking tussen streekomroepen moeizaam verloopt. Zij schrijven dat onder meer toe aan onduidelijkheden omtrent de manier waarop samenwerking georganiseerd kan worden, onzekerheid inzake wet- en regelgeving, en identiteitsverschillen tussen gemeenten en omroepen (Kwink, 2021: 33-34).

Sindsdien is er sterk geïnvesteerd in de sector, en heeft het Rijk extra middelen ter beschikking gesteld. Deze zijn vooral ingezet voor professionalisering, waaronder de transitie naar een digitale nieuwsomgeving en de versterking van de relatie met het publiek (Ministerie OCW, Visiebrief Lokale Omroepen, 2023).

Dankzij deze extra middelen ontvingen 114 lokale omroeporganisaties, die actief zijn in 50 verschillende streken, in 2025 subsidie uit de regeling Professionalisering Lokale Publieke Media-instellingen van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Per streek werd 250.000 euro beschikbaar gesteld om de professionalisering en samenwerking van lokale omroepen te bevorderen. Een aantal omroepen heeft die extra gelden nadrukkelijk ingezet voor het vergroten van publiekswijsheid, zo blijkt uit de voorbeelden in Hoofdstuk 3.

Daarnaast werden door de NLPO zes kwartiermakers aangesteld om de samenwerking in de streek te bevorderen. Ook is het aantal omroepen met een keurmerk (getoetst door het Keurmerk Instituut)

toegenomen tot 12 stuks. “[E]en streekomroep kan met een keurmerk ook aan stakeholders (zoals gemeenten, samenwerkingspartners en adverteerders) aantonen een aantrekkelijke partner te zijn” aldus de NLPO (NLPO.nl/keurmerk).

Deze verschillende elementen - de financiële verschuivingen, het proces van journalistieke professionalisering, de streekomroepvorming, het mandaat als onafhankelijk én verbinder, en de zoektocht naar publieksparticipatie - vormen de context waarin de lokale omroepen in Nederland vandaag de dag opereren. Het volgende hoofdstuk gaat meer specifiek in op hoe deze context de omroepen te parten speelt in hun samenwerkingen met verschillende partners.



3. UITDAGINGEN EN KANSEN IN SAMENWERKINGEN: ONDERZOEKSUITKOMSTEN

“Samenwerken draagt zeker bij aan lokale content en doordat we er middenin staan draagt het ook bij aan de journalistieke verdieping.”

“Dit programma is mede mogelijk gemaakt door de gemeente. Formeel spreek ik natuurlijk af: We zijn redactioneel onafhankelijk. Alleen in de praktijk is het toch natuurlijk ook wel een beetje... wie betaalt, bepaalt.”

“Dankzij interactie met het publiek zijn we beter in staat de juiste content voor de juiste doelgroep te maken.”

Lokale omroepen kunnen hun mandaat alleen vervullen als ze goede banden onderhouden met de lokale gemeenschap waarin ze gevestigd zijn. Zoals besproken in Hoofdstuk 2 hebben de lokale omroepen naast hun informerende taak en ‘waakhondfunctie’ immers ook de taak om lokale gemeenschappen binnen een gemeente te verbinden. De NLPO benadrukt dan ook het belang van samenwerking, communicatie, co-creaties, en coproducties met bijvoorbeeld kerken, sportverenigingen, het bedrijfsleven, en bewonersorganisaties (NLPO, 2017). Samenwerkingen komen dan ook bij alle lokale omroepen voor, hoewel zij gepaard gaan met zowel kansen als uitdagingen. Onder de participanten in dit onderzoek zijn veel projecten in samenwerking met publieke instellingen te vinden. Bibliotheken, gemeenten, en andere omroepen worden verreweg het meest genoemd.

In het onderzoeksmateriaal valt op dat de grotere lokale omroepen meer mogelijkheden zien én kunnen realiseren dan de kleinere. Uit het overzicht van de NLPO uit 2024 blijkt dat er van de 117 lokale omroepen momenteel 17 als groot, 24 als middelgroot, en 76 als klein kan worden aangemerkt (schriftelijke communicatie NLPO, 4 maart 2025). Vooral bij de grotere omroepen is expertise aanwezig over wat mogelijk is, met gespecialiseerde medewerkers die bijvoorbeeld gebruikmaken van standaardcontracten en kennis hebben omtrent marktconforme tarieven in samenwerkingsverbanden.

Samenwerkingen met het publiek zijn er uiteraard ook. Van oudsher worden vrijwilligers sterk betrokken bij het maken van content, of fungeren leden van het publiek als vraagbaak. In toenemende mate worden ook nieuwe vormen van publieksparticipatie uitgetoetst; een aantal omroepen heeft de professionaliseringsgelden aangewend om hier meer mee te experimenteren.

Toch ervaren omroepen, ongeacht hun grootte, vergelijkbare uitdagingen en spanningen in het organiseren van samenwerkingen. Daarnaast bestaat er een intrinsieke spanning tussen journalistieke onafhankelijkheid en de financiële afhankelijkheid die omroepen ervaren. Gemeentelijke subsidies, samenwerkingsverbanden, en het vinden van extra inkomstenbronnen zetten druk op de vrije journalistiek - in de praktijk moeten er relaties onderhouden worden, terwijl het de ambitie en opdracht is van redacties om onafhankelijk te werken. Daarnaast kan (onduidelijkheid over) wet- en regelgeving een knelpunt vormen, en is er niet altijd genoeg slagkracht om samenwerkingen te verduurzamen. Dit

hoofdstuk biedt een overzicht van de kansen en uitdagingen die omroepen in samenwerkingen ervaren, alsmede de oplossingen die zij voor knelpunten aandragen.

3.1 De gemeente - wie betaalt, bepaalt?

3.1.1 De waakhond aangelijnd?

Gezien de cruciale rol die de gemeente speelt in de financiering en ook in de aanwijzing van de lokale omroep, die het recht verstrekt als zodanig op te treden, zien lokale omroepen zich genoodzaakt goede banden met de gemeente te onderhouden. Doordat omroepen in de meeste gevallen niet kunnen overleven zonder subsidiaire potjes van de gemeente, ontstaat er een wisselwerking: omroepen creëren ruimte voor gemeentelijke communicatie en programma's die de gemeente van publiek belang acht, wat hen vervolgens meer (financiële) flexibiliteit geeft om hun eigen content te blijven ontwikkelen. Er is daarbij een onderscheid tussen de gemeentelijke communicatie, waarvoor de gemeente betaalt in reclameblokken, en informatieve content, zoals bijvoorbeeld samenwerkingen met de gemeente rondom de verkiezingen.

Zoals een hoofdredacteur opmerkt kunnen dit redelijk rechtdoorzee transacties zijn, vooral voor kleinere omroepen met beperkt budget: "Dat is gewoon heel commercieel, dat werk voor de gemeente. Het is gewoon van: Oké, jullie willen daar opnames van hebben, dat kost je dan zoveel. Dan gaan wij dat doen. Dat is een bron van inkomsten voor de omroep."

Het ligt voor de hand te denken dat deze financiële afhankelijkheidsrelatie de onafhankelijkheid van de lokale journalistiek ondermijnt. Een survey-onderzoek van Tangram (2021) laat zien dat 20% van de lokale omroepen in een spanne van 2 jaar meerdere keren het gevoel had dat hun journalistieke onafhankelijkheid onder druk stond wanneer het nieuws over de gemeente betrof. Lokale omroepen in dit onderzoek merken inderdaad op dat er een *cooling effect* kan ontstaan op hun waakhondfunctie, vooral wanneer het om gevoelige onderwerpen gaat. Zo merkt een hoofdredacteur van een middelgrote omroep op dat angsten rondom subsidie mee kunnen spelen in verslaglegging rondom verkiezingen:

Het is belangrijk dat lokale omroepen veel aandacht aan lokale verkiezingen besteden. Dan wil je graag kritisch zijn, dat burgers in het stemhokje de juiste keuze kunnen maken. Dan moet je niet daarna terugkrijgen: "Jullie waren lekker kritisch naar ons toe, we zullen even die subsidie schrappen voor jullie." Dan kun je zeggen, we zitten toch in een volwassen democratie, dat gebeurt niet, maar ja...

In een enkel geval oefent een gemeente direct druk uit, vooral bij kleinere omroepen die een grotere afhankelijkheid ervaren. Zo herinnert een hoofdredacteur zich een columnist van een kleine omroep die op aandringen van de burgemeester ontslagen is, hoewel de betreffende omroep deze versie van zaken betwist. Een ander vertelt dat hij "onlangs door de burgemeester op het matje werd geroepen, omdat ze vonden dat we te kritisch waren."

Hoewel de afhankelijkheidsrelatie het meest wrang is wanneer het om politieke onderwerpen gaat, is er ook inmenging van de gemeente in niet-politieke onderwerpen. De verantwoordingsplicht voor bekostiging kan betekenen dat de gemeente voorwaarden stelt aan financiering, wat regelmatig leidt tot een soort 'wie betaalt, bepaalt.'

Ik heb weleens in het verleden meegemaakt dat een wethouder zei: "Je moet echt een sportprogramma doen, maar dan moeten we toch nog eens naar het subsidiegeld kijken." Dan ga je eigenlijk de grens over, de gemeente had er daar nog weleens een handje van om allerlei voorwaarden te stellen aan dat subsidiegeld.... Ik hoor wel geluiden uit [provincie] en [provincie], waar bijvoorbeeld de gemeente over het bedrag vanuit het gemeentefonds voor de bekostiging van de lokale omroep zegt: "Daar halen wij 10% vanaf, tenzij je dit of dat doet." Ja, dat mag natuurlijk helemaal niet, maar het gebeurt wel.

Hoewel het evaluatierapport van het Commissariaat benadrukt dat de door hen onderzochte voorwaarden aan de subsidie op papier niet in strijd zijn met de Mediawet (2023, 29), geven deze voorbeelden toch aan dat er over de subsidie onderhandeld moet worden, en dat dit in werkelijkheid wél betekent dat de gemeente soms meer invloed uitoefent op de inhoud dan wenselijk is.

3.1.2 Onafhankelijkheid bewaken

Ondanks de financiële afhankelijkheid van gemeentelijke subsidies lijken lokale omroepen hun journalistieke onafhankelijkheid in grote lijnen effectief te bewaken en benutten ze de samenwerking met gemeenten voor innovatieve projecten. In het creatieve 'geven en nemen' met de gemeente is er bijvoorbeeld ook ruimte voor meer inhoudelijke content en verbetering van de journalistieke kwaliteit. Een goed voorbeeld hiervan is Omroep Tilburg, waar extra gemeentelijke financiering specifiek is ingezet om meer journalisten aan te nemen, wat resulteert in een sterker journalistiek profiel. In een gezonde verstandhouding schept de gemeente zo zijn eigen tegenspraak, zonder op de onafhankelijkheid van de redactie te treden.

De informatiestroom vanuit de gemeente naar de omroep is belangrijk en iedereen is gebaat bij het onderhouden van goede relaties. Volgens Omroep Twee (Vlaardingen en Schiedam) is begrip hebben voor ieders rol hierin cruciaal, vooral op het gegeven dat je ook heel vaak niet in een waakhondfunctie zit. Een goede kennismaking en het verkennen van juist de verschillende functies van de omroep is in zinvol. Bij Twee is de samenwerking dankzij dat gesprek op uitvoeringsniveau positief-constructief geworden.

In 9 van de 10 gevallen ben je vennoot. Nou, dat is wel een soort eyeopener geweest, zowel aan de kant van gemeente als bij ons op de redactie zelf. Want op het moment dat ze gebeld worden door een redacteur, dan gaan ze in een soort verdedigingsmodus. Om de wethouder te verdedigen of het ambtelijk apparaat te beschermen tegen journalisten. Dat was tegen het vervelende af. Dus ik [directeur] heb dat eigenlijk kunnen openbreken door die vaststelling.

Hoewel de onzekerheid rondom (aanvullende) subsidies soms zorgt voor spanning is er overal de ambitie om onafhankelijk te opereren. Zoals al genoemd in Hoofdstuk 2 is de gedecentraliseerde vorm van

financiering via de gemeenten nu in transitie. Erkenning van de soms problematische afhankelijkheid van de gemeente speelde mee in de beslissing om de bekostiging van de lokale omroep naar het Rijk te verleggen (Ministerie OCW, 2023). Dit zou kunnen leiden tot een verandering in de relatie tussen omroepen en gemeenten. Tegelijkertijd blijft de aanvullende subsidiëring bij de gemeente - en zijn de lokale omroepen ook in de toekomst afhankelijk van lokale overheden, zowel voor financiering als voor het onderhouden van positieve relaties die de rol van de lokale omroep als verbinder versterken.



3.2 Publiek-Privaat - creatief, soms weinig kritisch

“In principe staan we open om met iedereen een samenwerkingsverband aan te gaan als er voor beiden sprake is van een zogenaamde win-win situatie. Qua voorwaarden is het met name opereren op basis van een gelijkheidsrelatie en niet van een afhankelijkheidsrelatie.”

“Bij samenwerking moeten beide partijen er iets aan hebben. Als er maar één partij beter van wordt, dan duurt de samenwerking nooit lang. [...] Ja, en ik denk dat het belangrijk is dat je altijd de journalistieke onafhankelijkheid bovenaan zet.”

“Soms heb je samenwerkingen waarin allerlei belangen spelen, zoals met ontwikkelingen in de stad. Soms kom je daar niet uit. Dan moet je het gewoon niet doen.”

“Het is wel lastig om een samenwerking van 25.000 euro af te slaan. De schoorsteen moet roken.”

“Al vanaf het begin kun je aan de taal horen hoeveel invloed een partij wil.”

Naast de gemeente geven alle omroepen aan samen te werken met andere lokale publieke instellingen in wat door het Commissariaat voor de Media publiek-private samenwerkingen worden genoemd. De term is wat verwarrend. Het gaat hier om samenwerking tussen publieke partijen die niet is georganiseerd vanuit een door derden gecontroleerde subsidiestroom - vandaar ‘privaat’. In deze samenwerkingen komt de verbindende rol van de lokale omroep het duidelijkst naar voren. Uit de survey en context map in dit onderzoek blijkt dat er een rijk scala aan publieke en semi-publieke partners bestaat. Zo werken veel lokale omroepen samen met de lokale bibliotheek; maar ook zorginstellingen, wijkteams, (jongeren)welzijnsorganisaties, cultureel erfgoed instanties, andere lokale omroepen, onderwijsinstellingen, culturele centra zoals poppodia en theaters, goede doelen-stichtingen, religieuze instellingen, sportverenigingen, adviesraden, en bewonersorganisaties worden genoemd.

De reikwijdte van deze samenwerkingen is groot, soms zelfs over regio's en landsgrenzen heen, en heeft zodoende een complex karakter. Ook hier moeten redactionele onafhankelijkheid en journalistieke ambities voortdurend worden afgewogen tegen financiële en organisatorische afhankelijkheden. Het is bijvoorbeeld aan omroepen zelf om te beoordelen wanneer zij te veel ondersteuning geven aan het commercieel oogmerk van de samenwerkingspartner. De regelgeving van het Commissariaat van de Media, gebaseerd op de Mediawet (2008), speelt hier een grote rol. Vragen rondom wet- en regelgeving zijn dan ook een belangrijke uitdaging voor participanten. In deze sectie worden deze en andere uitdagingen in samenwerkingen tussen lokale omroepen en publieke instellingen besproken, waarbij ook voorbeelden van creatieve samenwerkingen worden gegeven.

3.2.1 Creatieve coalities: de gemeenschap in beeld en geluid

Het is duidelijk dat de verbinding tussen de lokale omroep en hun partners een zeer creatief speelveld vormt. Participanten onderstrepen dat samenwerking de sociale impact van programma's vergroot, omdat de verbinding met de lokale gemeenschap erdoor verbetert.

Ze noemen ook voordelen zoals betere nieuwsgaring door input van mensen buiten de omroep, financiële besparingen, tijdswinst, en organisatorische voordelen. Dit laatste geldt bijvoorbeeld wanneer er meer helpende handen beschikbaar zijn voor een productie of wanneer externe partijen de volledige productie op zich nemen.



De mogelijkheid om samen te werken en in te spelen op de wensen en behoeften van partners is zeer afhankelijk van de draagkracht van de omroep. Sommige kleine lokale omroepen weten relatief grote projecten uit te voeren - zoals AFM in Actie van de Lokale Omroep Aalten. Echter, het zijn vooral de grotere omroepen, die in hoge mate geprofessionaliseerd zijn en grote budgetten hebben, die het gros van de projecten uitvoeren. Zo rapporteert,

qua budget de grootste lokale omroep, AT5 (Amsterdam), in hun jaarverslag van 2022 maar liefst 43 projecten in samenwerkingsverbanden te hebben gerealiseerd (POA Jaarverslag 2022, 41).

Uit dit onderzoek blijkt dat samenwerkingen overwegend voor de lange termijn worden aangegaan, waarbij de lange termijn wordt gedefinieerd als een overeenkomst van tenminste 2 jaar.

De samenwerkingsprojecten die gedurende het onderzoek gedeeld zijn kunnen worden verdeeld onder drie thema's:

1. Gemeenschapsinformatie en burgerparticipatie
2. Culturele en educatieve projecten
3. Sociale- en welzijnsinitiatieven

In elk thema zullen we een greep uit de data geven van projecten, om zo een overzicht te geven van de reikwijdte van bestaande samenwerkingen. Hoewel grotere omroepen vaak grotere budgetten hebben en dus meer projecten kunnen dragen, zijn er op alle niveaus inspirerende samenwerkingen te vinden.

Thema 1, *gemeenschapsinformatie en burgerparticipatie*

Gemeenschapsinformatie – Op allerlei manieren zetten lokale omroepen informatie die van belang is voor de gemeenschap door. In de kleinste vorm gaat dit over het direct uitzenden van raadsvergaderingen of gemeentelijke plechtigheden. Daarnaast is er natuurlijk de gemeentelijke verslaglegging, die dankzij een goede verstandhouding met de gemeente kwalitatief goede journalistiek op kan leveren vanuit een redactioneel onafhankelijke positie. Een mooi voorbeeld hiervan is '[Studio Stadhuis](#)' van Studio040, waar onderwerpen die in de lokale politiek spelen kort worden uitgelegd en vaak van commentaar van raadsleden worden voorzien. Jongensprostitutie, het sloopbeleid, en de begroting kwamen al aan bod. Er worden ook nieuwe projecten aangegaan met de gemeente, die burgers informeren over thema's als brandveiligheid, duurzaamheid, en gemeentelijke initiatieven. Zo maakt Omroep WOS met subsidie van de gemeente '[Westland Woont Duurzaam](#)', een programma dat Westlanders portretteert die bezig zijn met afvalvrij leven, herbruikbare energie, of regenwateropvang. DTV Nieuws zendt '[De Bossche Bespaarkaravaan](#)' uit, dat in opdracht van de gemeente door de lokale producent de Mediamannen is gemaakt. Dit programma geeft aandacht aan een gemeentelijk pop-up initiatief dat bewoners tips geeft over het besparen van geld en energie.

Participatie van laaggeletterden - Door meerdere lokale omroepen wordt aandacht besteed aan laaggeletterdheid in hun gemeente, gezien dit een belemmering vormt voor de participatie van burgers in

het democratisch proces. In Venlo, waar bijna een kwart van de bevolking laaggeletterd is, heeft Omroep Venlo in samenwerking met het lokale Taalhuis een serie gemaakt, [Taalvragers](#), om laaggeletterdheid een gezicht te geven en schaamte rondom dit onderwerp te verminderen. Deze serie is niet alleen overgenomen door de provinciale publieke zender L1, maar heeft ook geleid tot een samenwerking met de NOS aangaande het nieuws in makkelijke taal. Omroep Venlo, de NOS, en de Bibliotheek Venlo hebben samen een middag georganiseerd waar zij in gesprek gingen met doelgroepen die het lastig vinden om het nieuws te volgen. Ook de Lokale Omroep Elburg maakte in 2021 een reeks televisie-uitzendingen met het Taalpunt van de lokale bibliotheek met als doel laaggeletterdheid onder de aandacht te brengen. De Orkaan, de lokale omroep van de Zaanstreek, heeft in 2021 vanuit agendering van de gemeente rondom laaggeletterdheid [KortZaans](#) opgericht, een nieuwswebsite waar nieuwsitems vereenvoudigd worden aangeboden.

Thema 2, culturele en educatieve projecten

Verbinding in de stad – Verbinding mét en in de stad staat in veel projecten centraal. OPEN Rotterdam maakt in samenwerking met Bibliotheek Rotterdam, de openbare bibliotheek-organisatie van de stad, de serie '[Zien we elkaar in de Bieb?](#)' over wijkbibliotheken verspreid over de gemeente en de mensen die elkaar daar ontmoeten. Ook werkt deze omroep samen met publieke instelling O. Festival (voorheen Operadagen Rotterdam) om projecten vorm te geven, zoals de reportageserie '[OPEN over de Bogen](#)', een reportagereeks waarin buurtbewoners rondom het spoorviaduct Hofbogen hun verhalen delen. AT5 is elk jaar mede-organisator van [de Grote Amsterdamse Quiz](#), die georganiseerd wordt rond de verjaardag van de stad Amsterdam. De Quiz bestaat uit voorrondes in meer dan 90 locaties in de stad, die eindigen in een finale. Vragen die gesteld worden beslaan de gehele geschiedenis van Amsterdam, van archeologische vondsten in het gebied tot recente voetbalgeschiedenis. De finale wordt live uitgezonden door AT5 en het publiek kan thuis meespelen via een online omgeving.

Aandacht voor geschiedenis en cultuur -

Bijna elke lokale omroep onderhoudt banden met lokale of regionale archieven. In sommige gevallen leidt dit slechts tot toegang tot relevant beeldmateriaal, maar er worden ook hele producties opgezet in samenwerking met archieven, historische verenigingen, stadshistorici, musea, en andere media-instellingen. Een mooi voorbeeld hiervan is [Beno's Stad](#), dat OOG in 1998-2010 produceerde met Beno Hofman, een stadshistoricus die meer dan 400 afleveringen creëerde over de geschiedenis van Groningen. Ook maakte Omroep WOS tijdens de coronatijd '[Schatten van de Hoek](#)', waarbij van elk museum in Hoek van Holland een korte film is gemaakt.



Cultuur en verdieping - Lokale omroepen zijn ook belangrijk in het verder verspreiden van kunst en cultuur in hun verzorgingsgebied. OPEN Rotterdam maakt samen met Cultuur Concreet, een stichting die lokale cultuurprogrammering stimuleert, een serie over Rotterdammers die cultuur in de wijk aandrijven.

Ook werkt deze omroep samen met het O. Festival om projecten vorm te geven, zoals de docuserie '[Icons](#)', een ode aan vijf iconische zangeressen. OOG werkt samen met Forum, een culturele instelling, om elk jaar de [Beste Groninger Film](#) awards te organiseren.

Educatie en onderzoeksjournalistiek - Omroep 1Twente stelt jaarlijks zeven onderzoeksdossiers centraal rond thema's die 'leven' in de gemeente, variërend van waterbeheer ([Enschede aan Zee](#)), armoede ([OmArm Enschede](#)), of het dossier [In Depot](#), waarbij wekelijks een item uit het depot van de Enschedese MuseumFabriek wordt uitgelicht. De journalisten van de omroep werken daartoe intensief samen met een keur aan partners (gemeente, bibliotheek, het waterschap, musea, en kennisinstellingen). OPEN Rotterdam zendt de serie '[Studio Erasmus](#)' uit, waarbij wetenschappers en docenten van de Erasmus Universiteit actualiteiten bespreken en academisch onderzoek delen. Er is in de serie aandacht voor zeer uiteenlopende thema's, zoals cybersecurity en misstanden in de jeugdzorg.

Thema 3, Sociale- en welzijnsinitiatieven

Goede doelen - Lokale omroepen zetten zich geregeld in om geld op te halen voor initiatieven die van belang zijn voor hun gemeenschap. Zo heeft onder andere RTV Slos (Steenwijk), de actie 'Glazen Dorpshuis' georganiseerd. Het project, gebaseerd op het 'Glazen Huis' concept van 3FM, haalde meer dan 10.000 euro op voor de lokale Voedselbank. Een ander succesvol project is '[AFM in Actie](#)' van de omroep van de gemeente Aalten, dat ontstaan is uit 7 edities 'AFM Hulpweek' en nu zelf al 2 edities kent. Het project wordt mogelijk gemaakt door een samenwerking van de omroep, de gemeente, en het Meedoenpact, een onafhankelijk burgerinitiatief dat hulp biedt aan mensen in bijvoorbeeld financiële nood. Het project is ontstaan om de samenwerkingen tussen diverse hulpinstanties te bevorderen. Elk jaar wordt in december geld opgehaald via de RadioBingo en een online veiling. Dat kan aardig oplopen - in 2021 werd er ruim 20.000 euro opgehaald. De opbrengst wordt gebruikt om leden van de gemeenschap die een steuntje in de rug kunnen gebruiken rond de Kerst te verrassen met hulp in huis, een tas met boodschappen, of een ander aardigheidje. Het project wordt uitgevoerd door vrijwilligers en kent al 9 edities.

Zingeving en gezondheid - Meerdere lokale omroepen geven aan de zondagse kerkdienst direct uit te zenden. Sommigen gaan verder - GooiTV heeft het programma [ZinTv](#) gerealiseerd, een kind van de COVID-19 tijd. ZinTv is een talkshow waarin twee presentatoren met verschillende gasten thema's bespreken als eenzaamheid, geloof, vrijheid, en solidariteit. Ook gezondheid is een thema, dat vooral samenwerkingen tussen omroepen en zorginstellingen tot stand brengt; Omroep WOS maakte met lokale partner Vitis Welzijn het 20-delige programma 'Vitaal in de Regio', een bewegingsprogramma voor ouderen waarin ook yoga en mindfulness voorbij komen. 1Twente en het Dementie Netwerk Twente verzorgen samen het project '[1Twente Senior](#)', waarbij herkenbare Twentse beelden en woorden op placemats worden geprint die in zorginstellingen in Twente worden verspreid, zodat ouderen met dementie geprikkeld worden om in gesprek te gaan over voor hen nog bekende Twentse realiteiten.

Niveaus van samenwerking

De mate waarin partners invloed uitoefenen op de inhoud wordt bepaald door diverse factoren, zoals het type samenwerking, de initiatiefnemer van de samenwerking, de houding van de omroep omtrent onafhankelijkheid, en de verwachtingen van de partner. Uit het onderzoek blijkt dat participanten een nogal breed scala aan interacties onder de noemer 'samenwerking' scharen. Op basis hiervan kunnen de volgende niveaus van samenwerking onderscheiden worden, waarbij de invloed van partners op de inhoud gradueel toeneemt:

- **Om-niet ondersteuning/barterovereenkomsten:** De partner stelt ruimte of (niet-financiële) middelen beschikbaar zodat de omroep zijn werk kan doen, niet per se op onderwerpen die inhoudelijk gerelateerd zijn aan de partner (Politieke debatten in de Schouwburg, Talkshow in de bibliotheek). Omroep stelt zijn middelen beschikbaar om een instelling of initiatief naamsbekendheid te bieden, of produceert materiaal dat door de partner gebruikt kan worden op hun eigen platforms. (Vaak via een barterovereenkomst)
- **Partner faciliteert een productie van de omroep:** De omroep draagt een onderwerp of project aan dat relevant is voor de partner, en de partner faciliteert dat de omroep zijn werk kan doen, bijvoorbeeld door toegang tot locaties te verlenen, interviews te geven, etc.
- **Partner initieert en faciliteert een productie van de omroep:** Partner draagt een onderwerp of project aan en faciliteert dat de omroep zijn werk kan doen.
- **Partner initieert, financiert en faciliteert een productie van de omroep:** Partner draagt een onderwerp of project aan, financiert een (deel) van de productie, en faciliteert het werk van de omroep.
- **Co-creatie:** Partner of omroep draagt een onderwerp of project aan, beiden financieren een deel van de productie, en het uiteindelijke product komt in samenspraak tot stand.
- **Omroep faciliteert:** Partner produceert zelf en bepaalt de inhoud, maar maakt hiervoor gebruik van de faciliteiten van de omroep. In sommige gevallen wordt hiervoor betaald (studiotijd, opnameapparatuur).
- **Doorgeefluik:** Partner produceert zelf en bepaalt de inhoud – omroep is slechts uitzendkanaal/facilitator. In sommige gevallen betaalt de partner de omroep.

3.2.2 Uitdagingen

Samenwerkingen zijn niet zonder uitdagingen. De data uit het onderzoek wijzen op een drietal terugkerende spanningsvelden die de samenwerking met publieke instellingen bemoeilijken, namelijk: de spanning tussen onafhankelijkheid en goede samenwerking, onbekendheid met en complexiteit van wet- en regelgeving, en financiële en organisatorische uitdagingen.

A. Balanceren tussen onafhankelijkheid en goede samenwerking

Het spanningsveld dat het meest wordt genoemd ligt in het bewaken van de journalistieke onafhankelijkheid in publiek-private samenwerkingen. Samenwerkingspartners oefenen in de regel druk uit om hun eigen draai te geven aan de inhoud. Zoals een participant opmerkt: “Dat proberen ze altijd, want zij hebben er potentieel financieel belang bij.” Over het sturen van de inhoud zegt een ander: “Natuurlijk, het blijft politiek. Mensen proberen het toch, kan het niet linksom, dan proberen ze het rechtsom.” Een andere hoofdredacteur merkt wat sarcastisch op dat de beste samenwerkingspartner diepe zakken en een klein ego heeft.

Spanningen ontstaan vooral als er sprake is van co-creatie, van het faciliteren van audiovisuele producties, en als de omroep fungeert als doorgeefluik (zie kader ‘Niveaus van Samenwerking’). In het geval van co-creatie wordt een project idealiter in ongeveer gelijke mate door partijen uitgevoerd. Redacties werken dan vergaand samen met de externe partner aan de totstandkoming van een mediaproduct:

Een organisatie wil ook stem hebben in het project. Dus we vormen vaak samen wel een redactie, zeker in het begin, om te kijken: Wat wil de ander, en wat kunnen wij doen?

Daar betalen ze ook voor. Wij zijn in principe redactioneel vrij om te doen wat we willen, maar dat is wel in overleg. Dus zij bepalen wel een beetje mee welke agendapunten besproken moeten worden.

Omroepen benadrukken dat een échte 50/50 samenwerking niet verenigbaar is met de journalistieke onafhankelijkheid. Volgens de redacties dienen zij te allen tijde het laatste woord te behouden over de inhoud, waardoor van echte gelijkwaardigheid in hun optiek geen sprake kan zijn. Hoewel omroepen aangeven de onafhankelijkheid te willen bewaken door de eindredactie bij de omroep te houden, blijkt in de praktijk dat een gebrek aan middelen en tijd soms leidt tot een minder kritische houding ten opzichte van de inhoud van producties van samenwerkingspartners. In sommige gevallen is de omroep nauwelijks of zelfs helemaal niet betrokken bij de productie. Vooral wanneer de omroep slechts als doorgeefluik functioneert creëert, kan deze zijn kritische blik verliezen: “Ze betalen daarvoor, ze kopen eigenlijk daarmee wat zendtijd in. Dat is eigenlijk een soort handel voor ons. Daar zijn we dan ook weinig kritisch op wat zij vertellen.”

De vraag is natuurlijk of dit in alle gevallen problematisch is. Vooral bij kleinere lokale omroepen zijn ‘de lijntjes’ doorgaans kort, en wordt er vaak gewerkt op basis van wederzijds vertrouwen binnen gezonde samenwerkingsrelaties. Dit kan aanzienlijke tijds- en financiële voordelen opleveren voor kleinere lokale omroepen, die veelal onderbezet en niet volledig gefinancierd zijn.

Omroepen geven wel aan zich ervan bewust te zijn dat zij eindverantwoordelijk zijn voor de content die ze publiceren. In de meeste gevallen is er dus wél een controle, op zijn minst “op kwaliteit, en of er geen gekke dingen gezegd worden.” Sommige participanten geven ook aan dat er in het verleden samenwerkingen zijn stopgezet wanneer de redactionele onafhankelijkheid in het geding leek te komen.

Een enkeling rapporteert wel dat uitzicht op financiële middelen een rol kan spelen in keuzes die gemaakt worden, ook als die de grenzen van de regelgeving opzoeken:

Aanvullende financiering wordt soms geregeld op manieren waarvan je je af moet vragen of dat helemaal klopt, maar dat is zo gegroeid. Als dat straks niet meer kan zal dat best problematisch zijn voor een aantal [lokale omroepen].

Advertorials (commerciële boodschappen verpakt als nieuwsitem) en andere vormen van sluikreclame zijn interessant voor commerciële partijen om naamsbekendheid te genereren; ze zijn ook allemaal verboden. Lokale omroepen geven aan benaderd te worden door commerciële partijen die soms een al uitgewerkte *advertorial* als nieuwsitems aanbieden. Wanneer het om puur commerciële partijen gaat, is in dit soort gevallen de bestaande regelgeving iedereen wel duidelijk, en is het antwoord een duidelijk “Nee”. Echter, uit de interviews wordt duidelijk dat er ook onduidelijke gebieden blijven bestaan, waarvan niet alle omroepen weten hoe de wet- en regelgeving in elkaar zit.

Is het bijvoorbeeld ook sluikreclame als je een ondernemer interviewt omdat zij bijdraagt aan de blauwe economie, het thema van jouw uitzending? Of als je samenwerkingspartner een aanzienlijk commercieel belang heeft bij jullie gedeelde project, ook al is het een ‘publieke’ instelling? Op redacties wordt hier druk over gediscussieerd. Een grote speler hierin is het Commissariaat van de Media, die erop toeziet dat de Mediawet (2008) wordt nageleefd. Het is de complexiteit van de Mediawet die veelal leidt tot twijfels over samenwerkingen bij de participanten in dit onderzoek.

B. Onbekendheid met en complexiteit van wet- en regelgeving

Het Commissariaat voor de Media toetst of samenwerkingen voldoen aan wet- en regelgeving. Zo schrijft de al eerder genoemde ICE-norm voor dat het programma-aanbod voor ten minste de helft informatief, educatief, of cultureel moet zijn. Daarnaast toetst het Commissariaat op het zogeheten dienstbaarheidsverbod. Dit verbod betekent, kort gezegd, dat samenwerking met een andere partij er niet toe mag leiden dat dit voor de samenwerkingspartner meer winst of voordelen oplevert dan zonder die samenwerking het geval zou zijn. Deze en andere regelgeving kan spanning opleveren voor omroepen die zich niet helemaal thuis voelen in wet- en regelgeving.



Participanten geven dan ook aan zeer wisselende ervaringen en banden met het CvdM te hebben. Ook hier is de omvang van de omroep van belang: Grotere omroepen zijn vaak goed op de hoogte van regelgeving, hebben werknemers die al eerder met het CvdM in aanraking zijn gekomen, en geven aan het CvdM te zien als een potentiële partner. Één grote omroep geeft aan een mediajurist te raadplegen bij de aanvang van nieuwe samenwerkingen, om naleving van de Mediawet te

verzekeren. De kleinere omroepen hebben dit soort mogelijkheden vaak niet en benadrukken vooral de toezichtfunctie van het CvdM, hebben angst voor boetes, en uiten soms kritiek op de logica die het CvdM op basis van de Mediawet hanteert.

Ja, het is toch meer een last dan een lust [...] We hebben nu bijvoorbeeld een samenwerking met een kerk, die betaalt ons om de dienst uit te zenden. Volgens het Commissariaat mag ik die verbinding niet langer dan drie jaar hebben, dus daarna moet ik eigenlijk weer door naar iets anders. Zeker in die publiek-private samenwerkingen zou het niet zozeer moeten gaan, denk ik, om de duur en dat soort dingen, maar veel meer om transparantie.

De boetes zijn behoorlijk. Als je daar op je vingers getikt wordt... Dat geld hebben wij niet altijd zo maar liggen.

Omroepen geven aan niet altijd duidelijk te hebben wat moet worden aangemerkt als een commerciële partner. Een niet-commercieel oogmerk is niet altijd voldoende om als niet-commercieel te worden geduid in termen van de Mediawet. Ook voor publieke of semi-publieke partijen is de grens niet altijd duidelijk - alles waarvoor de consument (deels) betaalt, waar reputatie of bezoekersaantallen van belang zijn, of wat geld vraagt van donoren, heeft baat bij een beetje 'reclame.'

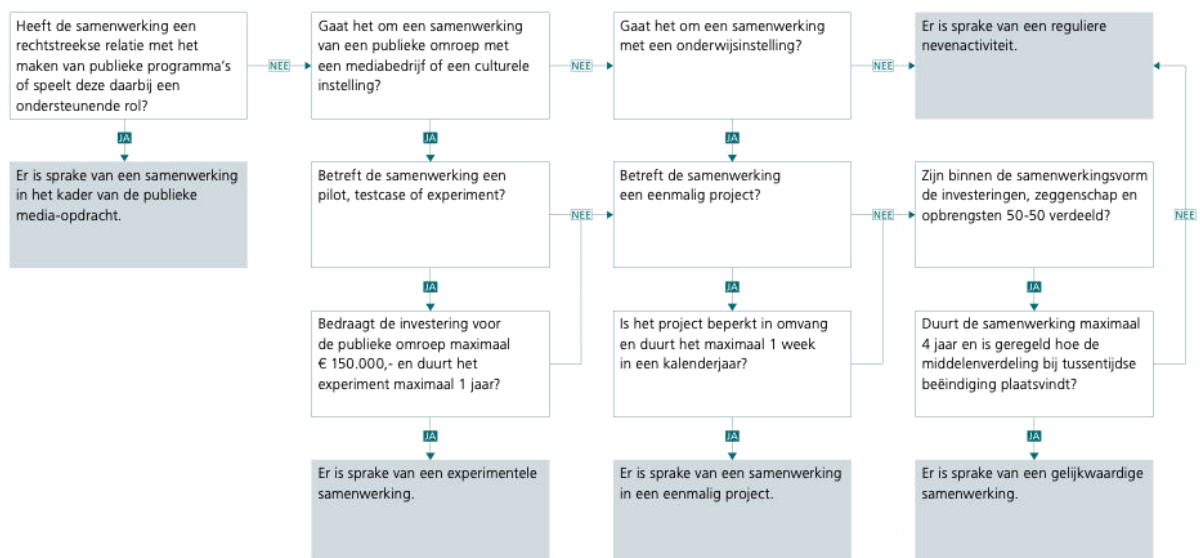
We maken nu een politiek programma, waarvoor de Stadsschouwburg hun locatie ter beschikking stelt. Dat geeft een heel mooi uitzicht, en het is weer een soort reclame voor de Schouwburg.

We hebben hier een cultureel centrum [...] daar melden we van alles over. [...] Het theater wil ook wel graag bij ons aanschuiven om dat te doen, maar het theater, als ze dat willen, dan moeten ze maar reclametijd kopen. Misschien is het geen reclame als je er niet bij vertelt dat je kaartjes kan kopen? Dat weet ik niet. Dat is echt een grijs vlak.

Soms is er ronduit verbazing. Een interessante casus die het verschil tussen de wat grotere en de kleinere omroepen goed duidelijk maakt is die rond KermisFM (zie kader), een stichting die radio- en televisie-materiaal produceert over de lokale kermis.

Materiaal gemaakt door **KermisFM** werd tot 2019 door Omroep Tilburg uitgezonden - op dat moment was dit al 7 jaar een terugkerende samenwerking. Echter, KermisFM bleek een commerciële uitzendlicentie te hebben en is in die zin een commerciële partner. Omroep Tilburg volgde het CvdM in de redenering dat het materiaal van KermisFM dan ook niet mocht worden uitgezonden, en moest deze beslissing tot in de gemeenteraad verdedigen. Bij gebrek aan begrip van de regelgeving namen kleinere lokale omroepen het stokje over. Ook zij zijn op aandringen van het CvdM in 2021 gestopt met het doorzenden van de programmering van KermisFM. In een interview met Omroep Brabant over deze zaak noemt een hoofdredacteur van een kleinere omroep het gebrek aan kennis als een factor in het conflict over KermisFM: “Er bestaat geen grijs gebied met betrekking tot reclame-uitingen, al hadden we dat wel gehoopt.” (Omroep Brabant, 24 juni 2021)

Door de nasleep van dit soort incidenten wordt het CvdM door sommige omroepen gecategoriseerd als star, onduidelijk, en de regels als ‘gekmakend.’ Het komt ook voor dat praktijken 'uit gewoonte' blijven bestaan die niet mogen. Andere omroepen zien het CvdM juist als een goede vraagbaak. Het CvdM zet stappen om beleid te vertalen en heldere communicatie te bewerkstelligen over de grenzen tussen toelaatbare en niet-toelaatbare samenwerkingen. Een belangrijk document hierin is de uitgave “Samenwerking van Publieke Omroepen met Andere Partijen” (2017). Hierin heeft het CvdM een stroomschema opgesteld, dat zou moeten helpen bij het categoriseren:



Het CvdM geeft aan dat het graag publiek-private samenwerkingen wil stimuleren; dat er een speciale regeling voor in de Mediawet bestaat; en dat in deze samenwerkingen ook inkomsten mogen worden gegenereerd (CvdM in Nieto Solis, 2022). Ook denken zij graag mee met omroepen die vragen hebben over samenwerkingen, en zien zij zichzelf in eerste instantie meer als partner (Interview, december

2024). In het stroomschema is een speciale categorie ('experimentele samenwerking') gecreëerd die weinig eisen stelt, om zo innovatie te bevorderen. Een medewerker van het CvdM geeft aan dat het leidende principe voor toetsing van een samenwerking gaat over dienstbaarheid:

Het gevaar bij een semi-publieke instelling is commerciële belangen. Dat is de kern rondom een samenwerking, dat je je telkens bewust bent dat je opereert op dat vlak, en dat je moet zorgen dat je niet dienstbaar wordt, dat je geen ondersteuning wordt voor de commerciële belangen van een partij. Hoe meer commerciële belangen een partij heeft, hoe groter dat gevaar is.

Wanneer er van dienstbaarheid sprake is blijkt in de praktijk echter moeilijk te beoordelen voor lokale omroepen. Ook het stroomschema van het CvdM geeft niet altijd voldoende duidelijkheid, of is niet voldoende bekend. Dit gebrek aan kennis zal deels te wijten zijn aan onduidelijkheid van materialen en gebrek aan kennisdeling; anderzijds kan er ook, ondanks inspanningen van het CvdM, sprake zijn van een gebrek aan proactieve kennisvergaring bij de lokale omroepen. Hoewel dit onderzoek hier niet een eenzijdig antwoord op kan geven, is wel duidelijk dat er nog winst te behalen valt aangaande het begrip van wet- en regelgeving.

C. Financiële en organisatorische uitdagingen

Zoals eerder genoemd zijn er aanzienlijke verschillen in de financiële situatie van lokale omroepen (CvdM, 2023). Deze verschillen hangen samen met factoren zoals de organisatiestructuur, het aantal betaalde krachten, de hoogte van het richtsnoerbedrag, de bekostiging van de lokale omroep en de manier waarop samenwerkingen worden georganiseerd en gefinancierd. Sommige omroepen werken bijvoorbeeld al jaren 'om niet' samen met instellingen zoals bibliotheken, terwijl anderen hiervoor juist substantiële vergoedingen vragen. Deze bedragen kunnen variëren van €5.000 tot wel €30.000, afhankelijk van de aard van de gemaakte afspraken en de omvang van de productie. Dergelijke verschillen laten zien dat heldere richtlijnen binnen de sector geen overbodige luxe zijn, gezien tarieven in samenwerkingen veelal marktconform moeten zijn. Dit om te voorkomen dat de lokale omroep een oneerlijk concurrentievoordeel behaalt ten opzichte van andere partijen.

Zoals genoemd mag de lokale omroep, als publiek-gefinancierde organisatie, bovendien niet 'dienstbaar' zijn. Redacties beschikken echter lang niet altijd over de benodigde kennis om dit te beoordelen en te waarborgen. Veel mogelijkheden om die kennis te verwerven zijn er ook niet, want er is weinig kennisuitwisseling over bestaande samenwerkingen tussen de omroepen. Een balans vinden tussen het voldoen aan wettelijke eisen en het onderhouden van samenwerkingen die weer afhankelijk zijn van wederzijds vertrouwen en steun, is daarmee telkens opnieuw een uitdaging.

Ook het vastleggen van afspraken vormt een knelpunt, en sommige kleinere omroepen doen niet veel meer dan mondelinge afspraken uitvoeren en offertes over en weer sturen. Zij streven ernaar om niet te veel organisatorische ballast op te bouwen. Is er sprake van contracten, dan blijven deze vaak beknopt en pragmatisch. Bij omroepen die wel met schriftelijke overeenkomsten werken, is er niet altijd voldoende professionele expertise. In veel gevallen worden zelf ontwikkelde formats gebruikt die per samenwerking worden aangepast - een tijdsintensief proces dat niet altijd leidt tot een juridisch dekkende overeenkomst, maar wel al een belangrijke stap is richting duidelijkheid in samenwerking. Andere omroepen ontwikkelen hun overeenkomsten volledig op maat, wat leidt tot heldere en dekkende overeenkomsten.

Duidelijke overeenkomsten bieden kansen, zoals een hoofdredacteur benadrukt: “Afspraken, verwachtingen, en journalistieke onafhankelijkheid moeten altijd worden bewaakt en duidelijk op papier staan. We kunnen samenwerken, maar het eindproduct blijft altijd van ons.” Daarnaast geeft een duidelijke overeenkomst, gecontroleerd door een derde partij, dekking in verband met de eisen van de Mediawet: “Je maakt een overeenkomst. Die laat je eerst checken en dan is die als het ware *bulletproof*. Kom maar op, Commissariaat.” De onduidelijkheid die dit onderzoek blootlegt rondom het vastleggen van afspraken benadrukt de behoefte aan betere ondersteuning en gestandaardiseerde hulpmiddelen voor lokale omroepen om samenwerkingen soepel en juridisch waterdicht te kunnen organiseren.

De praktijk toont daarnaast dat niet alle samenwerkingspartners begrip hebben van de tijd en middelen die nodig zijn voor het produceren van media-aanbod. Dit kan leiden tot onrealistische verwachtingen, partners die veel meer leunen op de omroep dan was afgesproken, of zelfs volledig uit een project stappen wanneer de werkdruk te groot blijkt. Omroepen moeten hierom niet alleen hun eigen onafhankelijkheid en afspraken bewaken, maar ook de partner goed informeren over wat een samenwerking inhoudt. Soms is dat ook een kwestie van elkaar goed leren kennen en overzien dat je als lokale omroep diverse rollen te spelen hebt, zo beschrijven Omroep DTV:

We maken altijd een verslag van de halve marathon met vijf camera's en een drone; dat is een flinke productie en dat wordt allemaal bekostigd. Maar daar vinden ook weleens incidenten plaats; daar zijn we dan als journalistieke redactie ook bij. We zijn dan wel partner, maar als er een stoeptegels gelicht moet worden, dan doen we dat. Dat heeft niets met onze zakelijke relatie te maken.”

De drie uitdagingen die hier genoemd zijn - rondom onafhankelijkheid, wetgeving, en organisatie - vormen de kern van zaken die gestroomlijnd moeten worden om ervoor te zorgen dat zowel kleine als grote omroepen publiek-private samenwerkingen blijven aangaan. In de volgende sectie onderzoeken we hoe projecten rondom publieksparticipatie vorm krijgen, en welke uitdagingen en kansen dit biedt voor lokale omroepen.

3.3 Publiek(en) - iedereen aan zet?

“Lokale media spelen een verbindende functie door een spiegel te zijn van je verzorgingsgebied. En als je echt een spiegel en verbindend wilt zijn, dan kom je niet weg met alleen een mooie paragraaf in het jaarverslag. De waarde zit in het aantoonbaar slagen maken in hoe je je verbindt met de inwoners van het verspreidingsgebied.”

“Meestal gebeurt het dat burgers iets over de schutting gooien...”

“Goed en gedetailleerd luisteren levert belangrijke input op voor journalistieke verhalen, en geeft burgers het gevoel ook écht gehoord te worden.”

Publieksparticipatie, zo blijkt uit dit onderzoek, vormt voor sommige omroepen eveneens een uitdaging. Vooral de kleinere omroepen hebben vaak niet de middelen of de slagkracht om projecten met het publiek op te zetten, dan wel de continuïteit te waarborgen. Samenwerken met het publiek gebeurt vooral bij omroepen die al wat groter zijn, dan wel in een professionaliseringstraject van de NLPO en Stimuleringsfonds voor de Journalistiek zitten. Sommigen hebben dit traject nadrukkelijk aangewend voor het versterken van publiekswijsheid en participatie. Deze sectie reflecteert dan ook vooral hun projecten, die lessen en kansen laten zien voor een hechtere verweving tussen de lokale omroepen en hun publiek(en).



3.3.1 Publieksparticipatie: van tips tot T-Reporters

De samenwerkingsprojecten met het publiek die gedurende het onderzoek gedeeld zijn kunnen worden verdeeld onder drie thema's:

1. **Hechte verbanden:** Het publiek wordt onderdeel van het productieproces en geprofessionaliseerd via trainingen.
2. **Structureel contact:** Groepen burgers worden regelmatig gevraagd om hun mening, zijn wijkambassadeurs, of helpen met de verslaglegging van onderwerpen die hen aangaan.
3. **Tijdelijke of eenmalige interacties:** Contact via social media, eenmalige polls en enquêtes, pop-upredacties, en open dagen.

Een aantal voorbeelden wordt iets verder uitgediept in de kaders; deze kunnen ter inspiratie dienen voor collega-omroepen.

Thema 1, *Hechte verbanden*

Vrijwilligers - Bijna alle omroepen hebben vrijwilligers die ondersteunen in het redactie- of productieproces; volgens het NLPO zijn er meer dan 10.000 verbonden aan lokale omroepen (NLPO 2023). Deze vrijwilligers worden vaak met veel waardering genoemd; er zijn onder hen ook veel oud-dagblad journalisten te vinden, die met hun eigen expertise en ervaring de lokale omroep verrijken. Omroepen in dit onderzoek geven aan kwalitatief goede vrijwilligers graag te willen compenseren; in veel gevallen blijkt hier echter geen budget voor te zijn, wat tot frustraties leidt. Compensatie komt de

kwaliteit ook ten goede, omdat het makkelijker is voor de redactie om sturing te geven: “Als je met de pet in de hand iemand bedankt voor wat hij gedaan heeft, kun je moeilijk zeggen dat het een slecht stukje was.” Het aanbod van vrijwilligers lijkt volgens participanten ook te verminderen. De reden hiervoor ligt deels in een veranderende maatschappelijke betrokkenheid: “Mensen willen zich niet meer voor langere tijd binden aan dingen.”

Omroepen die met vrijwilligers werken benadrukken dat de redactie de uiteindelijke controle dient te houden over de inhoud. Vrijwilligerswerk is waardevol, maar vraagt wel om duidelijke grenzen en professionele begeleiding. In de praktijk hebben niet alle omroepen hier tijd voor, en geven aan dat er slechts sprake is van een ‘steekproefsgewijze’ controle van programma’s die door vrijwilligers worden gemaakt.

Trainees en stagiaires - Lokale omroepen werken vaak met trainees of stagiaires die - soms in samenwerking met educatieve instellingen - worden opgeleid. Het gaat veelal over studenten van relevante mbo- en hbo-opleidingen, zoals Journalistiek of Creative Business, communicatie of mediadesign.

In deze categorie heeft OOG Groningen in samenwerking met het lokale Alfacollege een serie gemaakt waarin het huis van een Groninger op volledig duurzame wijze een makeover krijgt. GooiTV geeft trainees van ROC Hilversum en ROC Utrecht (Creative College) de ruimte om een jongerenprogramma te maken waarin zij volledig de regie hebben over de inhoud. Omroepen geven aan dat sommige jongeren na een dergelijk project “blijven plakken,” en dus langdurig bij de omroep aanblijven.

Journalistieke empowerment – Een klein aantal projecten zoekt de samenwerking met burgers die voorheen niets met de journalistiek te maken hadden; het gaat hier om echte journalistieke empowerment, waarbij het vak wordt geleerd aan leken. Een opvallend voorbeeld hiervan is het werk van OPEN Rotterdam, die sinds 2015 vloggers opleidt en vervolgens hun producties deelt via de eigen mediakanalen. Omroep Tilburg richt zich vooral op jongeren in het T-reporters project (zie kader), dat zich intussen in meerdere Europese landen afspeelt.

Sinds 2020 zijn de T-reporters bij Omroep Tilburg aan de slag - jongeren in de leeftijd van 13 tot 25 jaar die worden getraind om zelf nieuws te maken. Zo leren zij het journalistieke vak in de praktijk. De T-reporters wordt een vergoeding aangeboden en zij krijgen training over de basisprincipes van de journalistiek. Het door de omroep ontwikkelde lesmateriaal m.b.t. media is ook opgenomen in het curriculum van de Cobbenhagenmavo in Tilburg. De T-reporters hebben onder andere het programma Dit Is Mijn Noord gemaakt, over de wijk Tilburg Noord. Het succesvolle project heeft geleid tot een internationale variant, waarbij omroepen onder het project YoCoJoin in 6 Europese landen hetzelfde model toepassen op basis van een handboek. Omroep Tilburg hanteert zelf de naam ‘Press-Kids’ en is ook de coördinator van dit project, dat in 2025 eindigt.

Thema 2, Structurele samenwerkingen

Opiniepanels - Er zijn ook structurele samenwerkingen met leden van het publiek die niet per se gaan over journalistieke empowerment, maar die wel langdurige aandacht vragen van participanten. Een groeiende vorm hierin is het onderzoeks/opiniepanel; AT5, OOG Groningen, WOS, Omroep Venlo, en sinds kort ook 1Almere maken hier gebruik van. Omroep Venlo heeft bijvoorbeeld het [Dit is Venlo](#) Opiniepanel, dat bestaat uit 1700 leden die elke zes weken een enquête krijgen over onderwerpen die spelen in de samenleving. Zo worden burgers betrokken bij het nieuws en worden de resultaten van het panel opgenomen in nieuwsitems, zoals bijvoorbeeld over het veelbesproken vuurwerkverbod. OOG

Groningen heeft een soortgelijk initiatief, het [OOG Panel](#) (zie kader). Noemenswaardig is ook de samenwerking die Omroep Venlo en Regio 8 zijn aangegaan rondom het verdiepen van thema's over de relatie tussen Nederland en Duitsland. Een specifiek publiekspanel, dat ze 'Fieldlab' noemen, draagt daartoe de thema's aan.

OOG Groningen heeft het '**OOG Panel**', bestaande uit 1700 leden. Met regelmaat worden de leden van het panel gevraagd om hun mening, en de surveys die worden uitgezet kunnen ook door andere geïnteresseerden worden ingevuld. OOG geeft aan dit panel niet alleen te gebruiken om "cijfers te presenteren," maar stelt ook veel open vragen in hun enquêtes. Dit leidt tot een vollediger beeld, en helpt bovendien bij het vinden van burgers die mee willen werken aan de mediaproductie, bijvoorbeeld door het geven van een interview. Zowel OOG als 1Almere kunnen de panels, dankzij steun van het SvdJ, in het komende jaar verder ontwikkelen.

Community netwerken – Ook het aangaan van structurele verbanden met wijkbewoners, die dicht bij het nieuws zitten, blijkt te renderen voor omroepen die meer aansluitend, lokaal nieuws willen verzorgen. Meerdere omroepen geven aan samen te werken met wijkmakelaars, die de voorzet kunnen geven voor een onderwerp dat in de wijk speelt. Een groter project in deze categorie is dat van DTV Nieuws (zie kader), die een uitgebreid correspondentennetwerk heeft van meer dan 50 vrijwilligers verspreid over het werkgebied.

DTV Nieuws heeft een groot **correspondentennetwerk** dat wordt begeleid door een speciaal aangesteld community manager. Het grootste deel van het werk van de community manager bestaat bij DTV uit het onderhouden van wekelijks of tweewekelijks contacten met tussen de 40 en 50 wijkcorrespondenten. "Door het correspondentennetwerk staat de omroep heel dicht bij de mensen in het verzorgingsgebied. De inzichten en informatie uit dat contact verwerkt de community manager als voorbereiding op de research en productie en soms het opleveren van halffabricaten, waar collega-redacteuren verder mee aan de slag gaan. Het vormt de basis voor zo'n 300 items per jaar," deelt de omroep. Dit leidt tot "laagdrempelig, hyperlokaal nieuws... Dit soort verhalen zijn voor de buitenwereld wellicht 'klein', maar voor de wijk of buurt daarom niet minder belangrijk." (Stichting DTV Den Bosch 2024, 12).

Thema 3, Tijdelijke of eenmalige interacties

Publiek als tijdelijke partner - Sommige niet-structurele interacties kunnen wel tijdelijke, intensieve samenwerking opleveren voor de totstandkoming van een mediaproduct. OOG Groningen heeft in deze categorie een panel van ervaringsexperts in het leven geroepen om '[Arm in 050](#)' vorm te geven, een onderzoeksjournalistiek project dat armoede in de stad Groningen in kaart probeert te brengen. Omroep ZuidWest gaat sinds 2020 nog een stapje verder; zij hebben een toegewijde [ombudsjournalist](#) (zie kader), die naar aanleiding van contact met burgers dossiers aanlegt over lokale problematiek en probeert deze in samenspraak aan te kaarten.

Omroep ZuidWest kent sinds 5 jaar een **ombudsjournalist**. Bewoners kunnen hun verhaal of probleem aan hem voorleggen. Vervolgens wordt niet alleen een verhaal geschreven, maar gaat de ombudsjournalist ook met de burger in gesprek: Kan vanuit het gebrachte onderwerp een dossier worden aangemaakt, waarbij de lokale omroep een rol speelt in het oplossen van het probleem? Als dit niet kan, wordt er geprobeerd de tipgever door te sturen naar instanties die wél kunnen helpen. Deze vorm van journalistiek bedrijven kost veel tijd, vertelt de ombudsjournalist, maar levert ook veel op: "Ongeveer 40% van de dossiers valt in de voorselectie al af. Maar grote dossiers, waarvan duidelijk is dat je er als journalist iets mee wil doen, leveren niet alleen output voor de ombudsrubriek op maar ook verhalen voor andere rubrieken, bronnennetwerk, en publieksbinding. Door je zo open te stellen voor mensen en te proberen iets voor ze te betekenen, kun je een deel van die kloof tussen media en publiek dichten of in ieder geval aantonen dat je daar ook

echt voor open staat.” Omroep ZuidWest heeft sinds maart 2020 al tientallen zaken in hun gemeente onder de aandacht gebracht (NLPO, 2022). “Je kunt als ombudsman een breekijzer zijn. Je maakt mensen blij, want onze verhalen zijn oplossingsgericht. Bovendien geven mensen aan: ‘Er wordt eindelijk naar ons geluisterd.’”

De wijk in - Een aantal omroepen gebruikt ook de zogeheten Pop-Up Redactie, die tijdens events of op locatie in de wijk wordt gezet. Hier komt de redactie naar buiten om met mensen te praten over de omroep en verhalen te verzamelen die spelen in de gemeenschap. OPEN Rotterdam heeft een vergelijkbaar initiatief, de Wijkredactie, die steeds in verschillende wijken neerstrijkt om verhalen op te halen. Het genoemde doel is veelal verbinding, en “het bereiken van alle lagen van de samenleving.” 1Twente heeft zich rondom de lokale verkiezingen in 2022 op een vergelijkbare manier ingespannen om de wijk in te gaan; zo hebben zij onderwerpen opgehaald bij burgers op een viertal locaties, die aan lijsttrekkers zijn voorgelegd tijdens een publieke opname. Op dezelfde locaties zijn vervolgens, in een glazen studio, interviews afgenomen met prominente wijkvertegenwoordigers. 1Twente gaat ook elke week naar de gemeenten in hun verzorgingsgebied om met burgers in gesprek te gaan:

Waar loop je tegen aan? Herken je het beleid in de gemeente? Wat mis je? Goed en gedetailleerd luisteren, levert belangrijke input op voor journalistieke verhalen en geeft burgers het gevoel ook echt gehoord te worden.

Deze beweging wordt ook omgedraaid: in plaats van de wijk in, kan het publiek ‘thuis’ worden uitgenodigd. Meerdere omroepen geven aan de studio open te stellen voor open dagen en rondleidingen.

Tips, commentaar, en ervaringen - Bijna alle omroepen maken gebruik van eenmalige interacties met het publiek voor tips, commentaar, of om verbinding met de omroep tot stand te brengen. Als het gaat om tips kan dit zeer incidenteel zijn, waarbij burgers alleen melding maken van een onderwerp of probleem, zonder verder betrokken te zijn bij de mediaproductie. Initiatieven van een soortgelijk eenmalig karakter zijn inbellijnen bij radioprogramma’s, waarbij verder onbekende bewoners hun verhaal kunnen delen, en het monitoren van social media om lopende publieke discussies beter te begrijpen. Social media worden ook steeds vaker aangewend voor gericht publiekscontact; Omroep Tilburg plaatst op hun social media-kanalen soms oproepen waarin zij het publiek vragen om onderwerpen en ervaringsexperts aan te dragen. Dit blijkt goed te werken: “We halen daar ook relevante kennis en bronnen uit.”

3.3.2 Uitdagingen en kansen in publieksparticipatie

Lokale omroepen die publieksparticipatie serieus (kunnen) nemen, staan voor een aantal concrete uitdagingen: hoe vergroot je zichtbaarheid en zorg je ervoor dat bewoners zich betrokken voelen? Hoe borg je continuïteit, zodat het niet blijft bij losse initiatieven? En hoe benut je kennis over het verzorgingsgebied om journalistiek beter te laten aansluiten op lokale behoeften en capaciteiten? De volgende secties bespreken hoe zij deze uitdagingen aangaan en wat dit oplevert.



A. Zichtbaarheid

Lokale omroepen moeten actief werken aan de zichtbaarheid binnen hun verzorgingsgebied om de binding met de lokale gemeenschap te versterken. Zichtbaarheid is essentieel voor het opbouwen van vertrouwen en het bevorderen van de betrokkenheid van het publiek. Een manier om deze zichtbaarheid te vergroten is door fysiek aanwezig te zijn op publieke plekken, zoals borrels, netwerkbijeenkomsten en andere evenementen in de stad. Zoals besproken maken omroepen ook gebruik van samenwerking met lokale instellingen, zoals bibliotheken, waar ze programma's kunnen maken of in de programmering kunnen bijdragen. Dit versterkt hun aanwezigheid in de gemeenschap en maakt hen toegankelijker voor een breder publiek. Omroep Venlo vertaalt de zichtbaarheid vooral ook in het opbouwen van dit soort kwalitatieve relaties: “We zitten overal op het positieve netvlies van die organisaties; dat vertaalt zich in content winst (ze gunnen ons een scoop), en iedereen heeft Omroep Venlo in het vizier.”

De geconsulteerde omroepen benadrukken het belang van ‘analoge’ zichtbaarheid in hun verzorgingsgebied. Omroep 1 Twente noemt bijvoorbeeld de kracht van herhaling als een belangrijk aspect: “Juist door tal van podia te benutten en op al die plekken zichtbaar te zijn, weten veel burgers onze dossiers te vinden en te benutten. Door zichtbaar te zijn op diverse plekken bekijken thema’s en werken we aan publieksbinding.” Ook Omroep Tilburg benadrukt dat fysieke zichtbaarheid essentieel is voor een omroep die als onderdeel van de stad wil fungeren:

Zichtbaarheid is cruciaal voor een omroep die echt van de stad wil zijn. Daar moet je voortdurend aan blijven werken. Zeker in een tijd waarin veel van die schakelmomenten online plaatsvinden, kan de lokale omroep een belangrijke fysieke schakel zijn.

In een tijd waarin digitale platforms een steeds grotere rol spelen, blijft de lokale aanwezigheid van de omroep belangrijk om de verbinding met het publiek te behouden en versterken.

B. Publiekswijsheid eerst

Om de zogeheten 'publiekswijsheid' te verbeteren kan er, naast het intensiveren van contact met publiek(en), ook worden ingezet op gebruik van bestaand onderzoek en kennis over het verzorgingsgebied. Investeren hierin levert, volgens de omroepen, veel op. Een opvallend initiatief is dat van Omroep Twee (Vlaarding en Schiedam), dat in samenwerking met de Hogeschool Utrecht wijken sociaal-geografisch in kaart heeft gebracht op basis van opleidingsniveau, etniciteit, en welstandsniveau. Zo hebben zij per wijk een top 3 van wijk-relevante issues gedefinieerd. Daarnaast krijgen redacteurs 'wijkdagen' toegewezen, die volledig dienen voor het aandragen van nieuwe ideeën voor een specifieke wijk.

Omroepen benadrukken dat publiekswijsheid ook draait om het écht begrijpen van de diversiteit binnen de gemeenschap; dit gaat voorbij het verzamelen van datapunten en gegevens en draait eerder om aan- en invoelen en juist daarin staat de lokale omroep sterk: "Krijg maar eens gewoon echte jongeren uit een ingewikkelde wijk op televisie aan het shinen. Dat lukt Hilversum niet." In plaats van het presenteren van geformatteerde, scripted reality-programma's, wordt de nadruk gelegd op de waarde van authenticiteit en participatie van echte burgers. Het gaat om erkenning door herkenning, waarbij ook het doorbreken van barrières tussen media en burger essentieel is. "[Het] haalt wat druk af van de aloude media discipline van 'dit moet goed zijn, dat moet goed zijn'. Dat maak het voor mensen die de opleiding niet hebben gehad allemaal veel te spannend, je werpt eigenlijk barrières op om vooral niet mee te doen."

C. Organisatie en continuïteit

Een succesvolle samenwerking met het publiek vereist organisatiekracht. Tijd en middelen spelen hierbij een cruciale rol. Sommige lokale omroepen onderkennen het belang van een vaste verantwoordelijke die zich specifiek richt op publieksparticipatie. OPEN Rotterdam heeft bijvoorbeeld een publiekscoördinator aangesteld om het contact met het publiek structureel te beheren:

Door iemand die functie te geven, krijgt deze rol de aandacht die het nodig heeft. Daarbij geven we ook duidelijke doelen mee; het bereiken van migrantengroepen is bijvoorbeeld een belangrijk aandachtspunt.

Ook bij omroepen die gebruikmaken van opiniepanelen blijkt structurele organisatie essentieel. Panels functioneren het best wanneer ze niet incidenteel worden ingezet, maar volgens een vast ritme worden georganiseerd. Dit vraagt om een combinatie van data-expertise, financiële middelen, en organisatorische capaciteit.

DTV heeft dit principe verder doorgevoerd door een betaalde community manager aan te stellen, die zich volledig richt op het versterken van de verbinding met hun uitgebreide netwerk van correspondenten. Zoals DTV zelf aangeeft is deze investering zeer waardevol gebleken: "Als ik zie hoeveel mijn functie oplevert, zeker voor de lokale omroep, hoop ik dat veel meer omroepen dat ook gaan doen. We zijn er als omroep van overtuigd dat het de moeite zeker waard is."

Door strategisch te investeren in publiekscoördinatie en structurele samenwerkingen, kunnen lokale omroepen hun rol als verbindende en informerende instantie versterken. Een actieve en goed georganiseerde benadering vergroot niet alleen de betrokkenheid van het publiek, maar draagt ook bij

aan de duurzaamheid en impact van de omroep op lange termijn.

Deze uitdagingen rondom het organiseren van publieksparticipatie - zichtbaar zijn, voldoende kennis vergaren van het verzorgingsgebied, en continuïteit borgen - worden door de omroepen in het professionaliseringstraject goed ondervangen. Het spreekt voor het belang van zulke trajecten, nu deze omroepen het voortouw nemen door samenwerkingen te intensiveren. Ze streven ernaar niet alleen een platform te bieden waarin bewoners hun behoeften weerspiegeld zien, maar ook een ruimte waarin zij worden uitgedaagd om te reflecteren op ontwikkelingen in hun omgeving. Zoals een journalist het treffend verwoordt:

Lokale media spelen een verbindende functie door een spiegel te zijn van je verzorgingsgebied. En als je echt een spiegel en verbindend wilt zijn, dan kom je niet weg met alleen een mooie paragraaf in het jaarverslag. De waarde zit in het aantoonbaar slagen maken in hoe je je verbindt met de inwoners van het verspreidingsgebied.

4. OP NAAR DARWINS GAME?

In 2013 gaf het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek opdracht tot het maken van toekomstscenario's voor het journalistieke landschap in 2025. Dit resulteerde in vier mogelijke richtingen: 1) 'The Wisdom of the Crowd', waarin de invloed van grote conglomeraten afneemt en de wijsheid van de menigte een toenemend belang krijgt; 2) 'A Handful of Apples', een scenario waarin juist een handvol megaconcerns de economische, maatschappelijke en politieke agenda bepaalt; 3) 'The Shire', waarin het medialandschap bestaat uit kleinschalige titels, vaak met een regionale of lokale focus; en 4) 'Darwin's Game', waarin overheidsinstellingen en mediaondernemingen evolueren naar een meer transparante en toegankelijke vorm.

Anno 2025 blijkt op het eerste gezicht dat we ons vooral in de richting van het tweede scenario, 'A Handful of Apples', hebben bewogen. Wereldwijd vindt een sterke concentratie plaats binnen de nieuwsmarkten, waarbij een handvol dominante technische spelers zowel adverteerders als nieuwsconsumenten naar zich toe trekt. Zoals geschetst in Hoofdstuk 2 staan ook lokale media daardoor onder druk.

Tegelijkertijd laten innovatieve projecten binnen de sector zien dat er een beweging gaande is richting een scenario dat meer elementen van 'Darwin's Game' bevat. Lokale omroepen werken steeds meer samen met publiek en publiekspartners. Ze zetten stappen om de publiekswijsheid beter te benutten, en maken zowel hun eigen proces als gemeentelijke processen toegankelijker. Dit doen ze door bijvoorbeeld het aanbod te verrijken voor meerdere doelgroepen, pop-up redacties te organiseren, en professionele afspraken te maken met bijvoorbeeld de gemeente of andere partners.

Samenwerkingen tussen lokale omroepen en publieke en semi-publieke instellingen bieden zowel kansen als uitdagingen. Enerzijds stellen ze omroepen in staat hun inhoud te verrijken, innovatief te werken en hun gemeenschappen beter te bedienen. Anderzijds kan de journalistieke onafhankelijkheid onder druk komen te staan, vooral wanneer omroepen afhankelijk zijn van gemeentelijke subsidies en daardoor inhoudelijke verwachtingen van hun financiers moeten managen. De balans tussen redactionele autonomie en duurzame financiering blijft een cruciale uitdaging; vooral de kleine omroepen lijken daarmee te worstelen. Met de wetswijziging in 2028 waarbij 80 streekomroepen moeten functioneren met een nieuwe bekostiging, zal dit probleem naar verwachting veel minder groot zijn. (Op dit moment zijn de kleinere omroepen al in de minderheid omdat er nu 51 omroepen in de professionaliseringregeling van het Stimuleringsfonds deelnemen).



De kleinere omroepen ervaren daarnaast onduidelijkheid over regelgeving en het toezicht door het Commissariaat voor de Media, wat samenwerking met publieke en semi-publieke organisaties bemoeilijkt. Dit gebrek aan duidelijkheid kan leiden tot een te voorzichtige houding, waardoor kansen op innovatie en samenwerking worden gemist. Het versterken van kennis, transparantie, en controlemechanismen binnen deze samenwerkingen is daarom essentieel. De grotere omroepen hebben ook een voorsprong als het gaat om publieksparticipatie. Deze omroepen weten duurzame samenwerkingen met het publiek en publieke instellingen te realiseren, waarbij ze ook goede kennis hebben van wettelijk toegestane mogelijkheden daartoe.

Lokale omroepen bevinden zich momenteel op een kantelpunt. De komende jaren zal de focus verschuiven naar streekomroepen, en de bekostiging door het Rijk worden overgenomen. Dit biedt nieuwe mogelijkheden om de balans te vinden tussen redactionele onafhankelijkheid en structurele financiering. Schaalvergroting zal de slagkracht van lokale omroepen vergroten en hen in staat stellen om meer duurzame samenwerkingen aan te gaan.

Tot slot groeit het besef dat journalistiek slechts kan floreren wanneer het vertrouwen van het publiek wordt gewaarborgd. De veranderbereidheid op redacties neemt toe, en initiatieven binnen het NLPO-professionaliseringstraject tonen aan dat er een grote wil is om een zichtbare, verbindende en betrouwbare rol binnen de gemeenschap te vervullen. Dit sluit aan bij het scenario van 'Darwin's Game', waarin transparantie en toegankelijkheid vooropstaan. Hopelijk kunnen ook kleinere omroepen deze stap richting publiekswijsheid zetten, zodat de lokale journalistiek in Nederland haar maatschappelijke relevantie kan blijven versterken. Om deze nieuwe realiteit te versterken formuleert dit onderzoek de volgende aanbevelingen:

ENKELE AANBEVELINGEN

Voor lokale omroepen:

Sterk redactiestatuut - Stel een helder redactiestatuut op waarin de journalistieke onafhankelijkheid en verantwoordelijkheden van de redactie duidelijk zijn vastgelegd. Controleer of bestaande statuten ook daadwerkelijk houvast geven in samenwerking, en benadrukt worden bij het aangaan van nieuwe samenwerkingsverbanden.

Duidelijke positie over onafhankelijkheid - Zorg ervoor dat de eindverantwoordelijkheid en beslissingen over inhoud altijd bij de hoofdredactie liggen, om de onafhankelijkheid te waarborgen. Neem bepalingen over journalistieke onafhankelijkheid expliciet op in alle samenwerkingsovereenkomsten met externe partijen.

Belang van contracten - Sluit duidelijke contracten af om afspraken over verantwoordelijkheden en samenwerkingen juridisch te borgen. Standaardcontracten zijn veelal voldoende; bij grotere projecten wordt aangeraden de overeenkomst te laten controleren door een mediajurist.

Leidend principe: hoofd- en neventaken - Houdt in de gaten of een samenwerking opereert in de hoofdtak van de publieke omroep, of dat het om een neventaak gaat.

Wijs een verantwoordelijke aan – Lokale omroepen die projecten met het publiek aangaan blijven het herhalen: Stel een persoon aan specifiek voor deze rol (community manager) of maak geld en tijd vrij om participatieprojecten met regelmaat uit te voeren.

Continuïteit – Waarborg de continuïteit van publiekspromerprojecten, zodat burgers de omroep beter kennen en weten te vinden. Betrouwbaarheid en herhaling schept een wederkerige band waar de omroep veel uit kan halen.

Publiekswijsheid – Investeer in kennis van je publiek, bijvoorbeeld door met lokale onderzoeksinstituten samen te werken en je publiek vaker te bevragen via opiniepanelen of social media.

Voor toezichthouders en de NLPO:

Relatie lokale omroep en gemeenschap - Erken dat de nauwe band tussen lokale omroepen en de gemeenschap soms vraagt om acceptatie van unieke, context-specifieke werkwijzen, die zich soms op gespannen voet verhouden ten opzichte van de Mediawet en experimenten en innovatie in de weg lijken te zitten. Onderzoek hoe wet- en regelgeving beter aansluit bij de behoeften en mogelijkheden van publieke samenwerking.

Workshops en trainingen - Participanten geven aan gebaat te zijn bij de lopende inspanningen van het NLPO en het CvdM om de Mediawet naar de praktijk te vertalen. In het ingezette professionaliseringsproces waarbij NLPO kwartiermakers heeft ingezet wordt al extra trainingen en hulp geboden. Er liggen nog kansen in het versterken van de kennisdeling rondom de manier waarop samenwerkingen met het publiek en publieke instellingen kan worden georganiseerd en verduurzaamd.

Overweeg het vaststellen van 'marktconforme tarieven' - Om lokale omroepen organisatorisch te ondersteunen in het volgen van de marktconforme richtlijn, zijn zij gebaat bij inzage in gangbare tarieven voor materiële kosten (bijv. huur van audiovisuele apparatuur, studiotijd) en diensten die gedurende samenwerkingen geleverd worden.

5. BIJLAGE 1 - METHODOLOGIE EN VERANTWOORDING

Initiatief voor het onderzoek 'Living Apart Together' kwam voort uit de behoefte van de lokale omroepen om meer kennis te borgen en lessen te delen over betekenisvolle samenwerkingen. Deze vraag werd tot uiting gebracht tijdens een door de NLPO georganiseerde dag rond dit thema. Daarnaast werden er vragen gedeeld over hoe deze interacties kunnen worden verduurzaamd; hoe de journalistieke kwaliteit in deze interacties kan worden gewaarborgd; en hoe samenwerkingsverbanden nu worden gestructureerd. De originele doelstelling van dit onderzoek reflecteerde deze behoeften:

In dit onderzoek willen we kijken naar de manieren waarop lokale omroepen de samenwerking met het publiek en publieke instellingen organiseren, wat daarin als voor- en nadelen worden genoemd en waar kansen liggen voor verduurzaming van samenwerkingen. (Onderzoeksopzet LAT, 3).

Deze doelstelling leidde tot de formulering van de volgende hoofd- en deelvragen:

Hoofdvraag: *Hoe wordt de samenwerking met publiek en publieke instituten vormgegeven door lokale omroepen en wat zien ze daarin als kansen of belemmeringen?*

Deelvragen

- Hoe wordt er momenteel door lokale omroepen samengewerkt met het publiek en publieke organisaties/instellingen?
- In welke fase(n) van het journalistieke proces vindt die samenwerking plaats?
- Wat wordt door de lokale omroepen gezien als de meerwaarde/ opbrengst van publieksparticipatie en samenwerking met publieke organisaties?
- Waar zitten belemmeringen/ valkuilen?
- In hoeverre is er sprake van een duurzaam karakter / hoe wordt er gestuurd op verduurzaming?

Het onderzoeksconsortium dat voor dit project in het leven is geroepen bestaat uit de volgende partners:

- De Stichting Nederlandse Lokale Omroepen (NLPO), met name Kevin Kromhout, Rob Freijssen, en Lars van der Manden.
- Lector Joke Hermes, onderzoekers Natalia Berger, Jolanda Sliering, Kim Spierenburg en Nina Linnebank van het lectoraat Inclusion and the Creative Industries (Inholland).
- Lector Danielle Arets, onderzoekers Harmen Groenhart en Henrike Prudon, en projectmanager Dennis Boom van het lectoraat Ontwerpen aan de Journalistiek (Fontys).
- Lokale omroepen 1Twente, OPEN Rotterdam, RTV NOF, en Streekomroep Bevelanden.

Financiering is gerealiseerd door het Stimuleringsfonds van de Journalistiek.

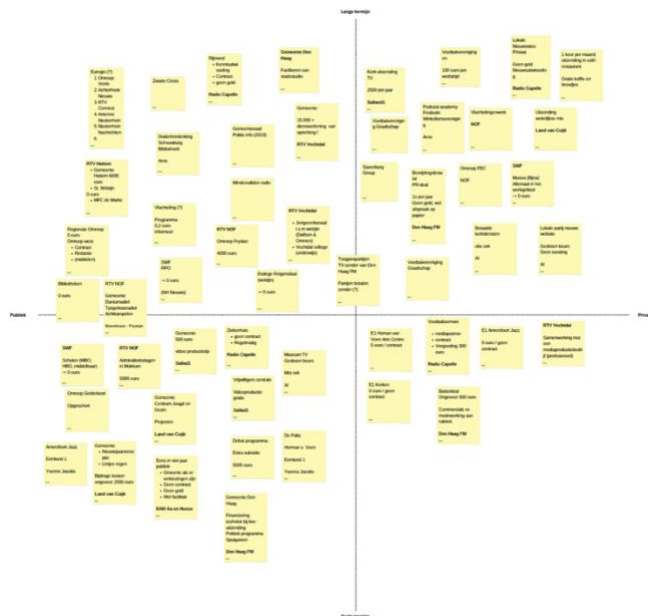
Het onderzoek is in 6 fasen uitgevoerd, die hieronder elk worden toegelicht.

Fase 1, Exploratief: Context mapping

In een eerste verkenning van het onderwerp 'samenwerkingen' hebben de omroepen binnen het consortium – 1Twente, OPEN Rotterdam, RTV NOF en Streekomroep Bevelanden – deelgenomen aan een 'context mapping'-sessie in maart 2024. Tijdens deze workshop werkten zij gezamenlijk aan een visuele weergave van hun samenwerkingen, die werd onderverdeeld in vier kwadranten. De horizontale as

representeerde de publiek-private dimensie, terwijl de verticale as korte- en lange termijn samenwerkingen in kaart bracht. De discussie die opkwam tijdens deze opdracht gaf een eerste, rijk beeld van de spanningsvelden die omroepen ervaren in deze samenwerkingen. Dezelfde methodologie is later toegepast tijdens de NLPO bestuursdagen (zie hieronder).

Voorbeeld van de output van een context-mapping sessie



Fase 2, Kwantitatief: Survey

In maart 2024 heeft de NLPO een vragenlijst verspreid onder 191 lokale omroepen. De vragen betroffen samenwerkingen, besluitvorming, de impact op journalistieke kwaliteit, en uitdagingen. Hoewel de respons (32 deelnemers) beperkt was, bracht de survey een waardevolle ondersteuning van het andere materiaal. De kwalitatieve antwoorden zijn (net als de getranscribeerde interviews, zie 3.) open gecodeerd in MAXQDA, waarbij hoofdthema's uit de enquête zijn aangevuld met codes die tijdens de analyse van de interviews naar voren kwamen. Hogeschool Inholland produceerde een uitgebreid survey rapport dat is meegenomen in de uiteindelijke analyse.

Fase 3, Kwalitatief: Semi-gestructureerde interviews en bestuurdersdagen

Er zijn in eerste instantie 19 interviews afgenomen in de periode april-oktober 2024. Onderzoekspartner NLPO heeft de omroepen geselecteerd op basis van grootte; zo hebben we in ongeveer gelijke mate gesprekken gevoerd met kleine, middelgrote, en grotere lokale omroepen. In de regel werd het interview afgenomen bij de hoofdredacteur van de geselecteerde omroep, dan wel bij een door hen gesuggereerde vervanger.

Aanvullend zijn 7 interviews afgenomen met omroepen uit het professionaliseringstraject. Dit om een evenwichter beeld te krijgen van de manier waarop in dit traject nieuwe samenwerkingen zijn gerealiseerd.

De interviews zijn uitgevoerd door een groep getrainde interviewers werkzaam bij onderzoekspartners Hogeschool Fontys en Hogeschool InHolland. Participerende interviewers zijn Dennis Boom, Wesley Klop, Jolanda Sliering, Kim Spierenburg, Joke Hermes en Natalia Berger. Het materiaal is getranscribeerd met behulp van transcriptietool Notta. Opgeschoonde versies van de transcripten zijn door de interviewers gecontroleerd. De interviews zijn open gecodeerd in MAXQDA software.

De bestuurders van lokale omroepen zijn tijdens de door NLPO georganiseerde bestuurdersdagen in Zwolle (20 april) en Tilburg (8 juni) en Hoofddorp (7 december) gevraagd hun samenwerkingspartners in kaart te brengen. Ook kregen zij ruimte om dilemma's omtrent het organiseren van deze samenwerkingen te bespreken. Voor deze sessies is gebruikgemaakt van de context mapping-methodologie uit de exploratieve fase, onder begeleiding van Danielle Arets. De kwadranten en de daaropvolgende discussies zijn genoteerd en meegenomen in de analyse.

Fase 4, Analyserend: Codering en inductieve benadering

In oktober-november 2024 is de analyse van start gegaan. Het uitgebreide survey-rapport was op dit moment al gerealiseerd. Het onderzoeksmateriaal (context map, survey, en gecodeerde interviews) is samengenomen en door verschillende onderzoekers in het geheel doorgelezen. Participerende onderzoekers zijn Harmen Groenhart, Dennis Boom, Natalia Berger, Nina Linnebank, en Joke Hermes. Besprekingen van deze groep hebben geleid tot het onderbrengen van alle codes in een negental thema's:

1. Governance, toezicht, vergunningen
2. Organisatie en bestuur
3. Financiën en middelen
4. Content en programmering
5. Samenwerking en netwerken
6. Vrijwilligers en personeel
7. Gemeenschap en relaties
8. Ervaringen, gevoelens, en uitdagingen
9. Wensen en ambities

De genoemde onderzoekers hebben in twee teams verder vergeleken, gebrainstormd, uitgewisseld, en sprekende citaten en interviews samen herlezen. Deze inductieve benadering heeft uiteindelijk geleid tot de kerninzichten van dit rapport.

Fase 5, Reflexief: Critical friends en reflectiebijeenkomsten

In november-december 2024 zijn er een aantal reflectiebijeenkomsten georganiseerd met de critical friends van het onderzoeksconsortium, namelijk 1Twente, OPEN Rotterdam, RTV NOF en Streekomroep Bevelanden. Tijdens deze sessies is gereflecteerd op de eerste onderzoeksresultaten; deze is naar aanleiding van de discussies daar verder aangescherpt.

Fase 6, Rapportage en disseminatie

In december-januari 2024 is het onderhavige rapport tot stand gebracht. Het rapport is geschreven door verschillende onderzoekers verbonden aan de Hogeschool Inholland en Fontys, o.l.v. Danielle Arets en Joke Hermes. Waar nodig is meer literatuur toegevoegd en er is een online inventarisatie gemaakt van inspirerende samenwerkingsverbanden die niet direct door participanten waren aangeleverd.

De bevindingen van het rapport zullen worden gedeeld op de NLPO inspiratiedag op 22 maart 2025.

6. BIJLAGE 2: BIBLIOGRAFIE

Aethiqs (2021). Lokale Omroepen, De Stem van Iedere Burger. <https://aethiqs.nl/wp-content/uploads/NLPO-Rapportage.pdf>, bezocht op 15 januari 2025.

Abernathy, P. M. (2018). *The Expanding News Desert*. Chapel Hill: University of North Carolina.

Abernathy, P. M. (2020). *Will Local News Survive? News Deserts and Ghost Newspapers*. Chapel Hill: University of North Carolina.

Bakker & Kik (2018). Op het Tweede Gezicht. Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. URL.

Batsell, J. (2015). *Engaged Journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audiences*. New York: Columbia University Press.

Beunder, Van der Horst, & Kleuver (2014). *Leegte in het Landschap. Nieuwsvoorziening in de Regio 2014*. Diemen: AMB.

Binnenlands Bestuur (20 november 2024), 'Landelijke financiering lokale omroepen pas in 2028'. <https://www.binnenlandsbestuur.nl/financien/stelselwijziging-omroepen-uitgesteld-naar-2028>, bezocht op 15 januari 2025.

Bos, Kruikenmeijer, & De Vreese (2014). Gescheiden Media? Sociaal-culturele Verschillen in Mediaconsumptie. In: Bovens, Dekker, & Tiemeijer (eds), *Gescheiden Werelden? Een Verkenning van Sociaal-culturele Tegenstellingen in Nederland*, 235-254. SCP/WRR.

Bruns, A. (2009). From Prosumer to Producer: Understanding User-led Content Creation. *Transforming Audiences 2009*.

Commissariaat voor de Media (2004–2016). Jaarverslagen.

Commissariaat voor de Media (2012–2017). Mediamonitor.

Commissariaat voor de Media (2016). Evaluatie van de Gemeentelijke Bekostiging Lokale Publieke Media-instellingen 2013–2015.

Commissariaat voor de Media (10 januari 2022). 'Lokale Omroepen Moeten Zich Inspannen voor ICM-Norm'. <https://www.cvdm.nl/nieuws/lokale-omroepen-moeten-zich-inspannen-voor-de-ice-norm/>, bezocht op 15 januari 2025.

Commissariaat voor de Media (2022). De Staat van de Lokale Nieuws en Informatievoorziening 2022 – Het Burgerperspectief. <https://www.cvdm.nl/wp-content/uploads/2020/01/Rapport-De-staat-van-de-lokale-informatievoorziening-2022.pdf>, bezocht op 10 januari 2025.

Commissariaat voor de Media (2023a). Rapport Evaluatie Bekostiging 2023. <https://www.cvdm.nl/wp-content/uploads/2023/06/20230615-Rapport-Evaluatie-Bekostiging-2019-2021.pdf>, bezocht op 9 januari 2025.

Commissariaat voor de Media (2023b). 'Bekostiging lokale omroepen schiet geregeld naast doel' *Commissariaat voor de Media website* (28 juni 2023), <https://www.cvdm.nl/nieuws/bekostiging-lokale-omroepen-schiet-geregeld-naast-doel/>, bezocht op 9 januari 2025.

Commissariaat voor de Media (2024). 'Wettelijke voorwaarden lokale omroep' *Commissariaat voor de Media website*, <https://www.cvdm.nl/voor-medi makers/publieke-omroepen/lokale-omroep/wettelijke-voorwaarden-lokale/>, bezocht op 9 januari 2025.

Costera Meijer, I. (2010). Democratizing Journalism? Realizing the Citizen's Agenda for Local News Media. *Journalism Studies*, 11(3): 327–343.

Costera Meijer, I. (2013). Waardevolle Journalistiek voor de Regio: Onderzoek naar Nieuwsbereik, Nieuwswaardering en Kwaliteit van Regionale en Lokale Journalistiek. Faculteit der Letteren, Leerstoelgroep Journalistiek, VU Amsterdam.

Costera Meijer, I. (2020). Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326-2342., 2

Costera Meijer, I. (2023). Veranderend Mediagebruik door Jongeren: Implicaties voor de Rol en Betekenis van de Journalistiek in een Democratie. Working Paper nr. 57. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid

- De Lange, S., Van Der Brug, W., & Hartevelde, E. (2023). Regional Resentment in the Netherlands: A Rural or Peripheral phenomenon? *Regional Studies* 57(3), 403-415.
- Deuze, M. (2003). The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.
- Drok, N., & Jansen, T. (2001). Even Geen Den Haag Vandaag: Naar een Nederlandse Civiele Journalistiek. SDU
- Drok, N. (2002). Civiele Journalistiek. Het Belang van de Professie voor het Publieke Domein, in Bardoel, J., Vos, C., van Vree, F. & Wijffes, H. (eds) *Journalistieke Cultuur in Nederland*, 373-389.
- Drok, N. (2015). Participatie in en via de journalistiek: De relevantie van civiele journalistiek in het digitale tijdperk. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 43(1).
- Garz, M., & Ots, M. (2025). Media Consolidation and News Content Quality. *Journal of Communication*, 24th of January 2025, Article jgae053. <https://doi.org/10.1093/joc/jgae053>
- Gulyas, A. (2021). Local news deserts. In Reappraising local and community news in the UK (pp. 16-28). Routledge.
- Gulyas, A., & Hess, K. (2024). The three “Cs” of digital local journalism: community, Commitment and continuity. *Digital Journalism*, 12(1), 6-12.
- Kasem, A., van Waes, M.J.F., Wannet, K.C.M.E. (Van de Bunt Adviseurs) (2015) Anders Nog Nieuws? Scenario's voor de Toekomst van de Journalistiek. *SvdJ*, <https://www.journalistiek2025.nl/bundles/svdjui/documents/Scenario-onderzoek-SvdJ.pdf> bezocht op 15 januari 2025.
- Kormelink, T. G., & Meijer, I. C. (2017). Tailor-made News: Meeting the Demands of News Users on Mobile and Social Media, in *The Future of Journalism: In an Age of Digital Media and Economic Uncertainty* (296-305). London: Routledge.
- Journalismlab (2023). Lokaal Online Nieuws in Nederland: De Opmars van Hyperlocal, Gebrekkige Participatie. HU/SvdJ. <https://lokaalonlinenieuws.journalismlab.nl/>, bezocht op 15 januari 2025.
- ‘Kermis FM mag niet meer op lokale omroepen: “Commercieel volgens Mediawet”’ *Omroep Brabant* 24 juni 2021, <https://www.omroepbrabant.nl/nieuws/3408344/kermis-fm-mag-niet-meer-op-lokale-omroepen-commercieel-volgens-mediawet> bezocht op 14 december 2024.
- Kik, Medendorp, & Ruigrok (2020). Pas op! Breekbaar! Een Onderzoek naar het Nieuwsecosysteem in de Grootste Steden van Nederland. Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.
- Kwink Groep (2021). Beleidsevaluatieonderzoek Streekomroepvorming. Den Haag: Kwink Groep.
- Landman, Kik, Hermans & Hietbrink (2015). Nieuwsvoorziening in de Regio: Gelukkig Zijn Hier Geen Journalisten. Studies voor het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, S40.
- Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2014). Reciprocal Journalism: A Concept of Mutual Exchange between Journalists and Audiences. *Journalism Practice*, 8(2), 229-241.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (30 mei 2023). Visiebrief Lokale Omroepen. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2023/05/30/visiebrief-lokale-omroepen>, bezocht op 15 januari 2025.
- Nielsen, R. K. (Ed.). (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. London: I.B. Tauris.
- Nieto Solis, S. (2022). Publiek-private Samenwerking Lastig door de Mediawet? ‘Wij zijn juist vóór journalistieke samenwerkingen’, *Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*, <https://www.svdj.nl/nieuws/publiek-private-samenwerking-lastig-door-de-mediawet-wij-zijn-juist-voor-journalistieke-samenwerkingen/> bezocht op 9 januari 2025.
- NLPO (2024). Streekomroepvorming. <https://www.nlpo.nl/streekomroepen> bezocht op 10 december 2024.
- NLPO (2023). Handboek Vrijwilligersbeleid. <https://www.nlpo.nl/kenniscentrum/vrijwilligersbeleid/> bezocht op 15 december 2024.
- NLPO (2022). Reader: Ombudsjournalistiek. <https://www.nlpo.nl/readers/> bezocht op 24 januari 2025.

Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181-193.

Publieke Omroep Amsterdam (2024). Jaarverslag 2023. <https://publiekeomroepamsterdam.nl/wp-content/uploads/2024/04/Jaarverslag-Publieke-Omroep-Amsterdam-2023-web.pdf> bezocht op 8 januari 2025.

Radcliffe (2023). Redefining News: A Manifesto for Community-Centered Journalism. Agora Journalism Centre Report. <https://agorajournalism.center/wp-content/uploads/2023/09/Redefining-News-v1.03.pdf>, bezocht op 15 januari 2025.

Raad voor het Openbaar Bestuur en Raad voor Cultuur (2020). Lokale Media: Niet te Missen. Adviesrapport. <https://www.raadopenbaarbestuur.nl/documenten/publicaties/2020/11/12/adviesrapport-lokale-media-niet-te-missen>, bezocht op 15 januari 2025.

Snijders & De Jong (2024). 50 Jaar Lokale Omroep: Het Verhaal van Lokaal. Zutphen: Walburgpers.

Stichting Dtv Den Bosch (2024). Jaarverslag 2023, <https://dtvoss.b-cdn.net/4rtxwu2aya7x-jaarverslag-2023-dtvdenbosch.pdf> bezocht op 26 januari 2025.

Stichting Omroep Enschede (2023). Jaarrekening 2022, <https://media-r2.1twente.nl/documents/Stichting-Omroep-Enschede-Jaarrekening-2022-inclusief-controleverklaring-getekend.pdf> bezocht op 20 januari 2025.

Swart, J., Groot Kormelink, T., Costera Meijer, I., & Broersma, M. (2022). Advancing a radical audience turn in journalism. Fundamental dilemmas for journalism studies. *Digital Journalism*, 10(1), 8-22.

Tangram (2021). Lokale Omroepen en Politieke Inmenging. Bijlage in het rapport 'Lokale Omroepen op Stoom: De Weg naar Professionalisering', Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2021/04/Onderzoeksrapport-Pilot-Professionalisering-Lokale-Omroepen_Lokale-omroepen-op-stoom-2021_SVDJ_1.pdf bezocht op 9 januari 2025.

Van de Bunt Adviseurs (2010). Sector Onder de Radar. (visitatieonderzoek en toekomstverkenning publieke lokale mediasector en OLON).

Van der Heijden (2022). De Opkomst van de Lokale Journalistiek in Nederland. <https://lokalejournalistiek.journalismlab.nl/>, bezocht op 23 december 2024.

Wardle, C., & Williams, A. (2010). Beyond User-generated Content: A Production Study Examining the Ways in which UGC is Used at the BBC. *Media, Culture & Society*, 32(5), 781-799.

WRR (2024) Techplatforms en de Pers - Een Complexe Financiële Relatie. Working Paper (nr 64). <https://www.wrr.nl/publicaties/working-papers/2024/10/03/techplatforms-en-de-pers---een-complexe-financiele-relatie> bezocht op 15 januari 2025.