

Het medialandschap van de gemeente Amstelveen

Amsterdam, 17 oktober 2018

Uitgebracht aan: Gemeente Amstelveen

Het medialandschap van de gemeente Amstelveen

Amsterdam, 17 oktober 2018, versie 1.1¹

drs. M. (Maikki) Huurdeman
A. (Bram) Huijten BEd, BSc
L. (Lisette) Lubberman MSc

¹ In deze versie zijn in de tabel in hoofdstuk 3 de volgende correcties doorgevoerd: 1. Het aantal volgers van de social media kanalen van RTVA is gecorrigeerd naar 8942. 2. Het aantal volgers van de social media kanalen van Amstelveenweb en Het Amstelveens Nieuwsblad zijn in de tabel opgenomen. 3. Afrondingen die om opmaaktechnische redenen niet langer noodzakelijk zijn, zijn teruggedraaid.

INHOUD

1.	INLEIDING	1
1.1	Context	1
1.2	Kader journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid	2
1.3	Opgave voor de gemeente	4
1.4	Wat opvalt aan het medialandschap in Amstelveen	4
2.	BESCHRIJVING VAN HET MEDIALANDSCHAP	6
2.1	Amstelland Sport	6
2.2	Amstelveenblog	9
2.3	Amstelveens Nieuwsblad	11
2.4	Amstelveenweb	14
2.5	AmstelveenZ	17
2.6	AT5	20
2.7	NH Media	23
2.8	Het Parool	26
2.9	RTVA	28
3.	OVERZICHT VAN HET MEDIALANDSCHAP	32

BIJLAGEN

1. INLEIDING

1.1 Context

Het journalistieke landschap verandert, evenals de wijze waarop burgers nieuws vergaren. Op lokaal niveau is te zien dat gemeenten en media-instellingen op verschillende manieren met deze veranderingen omgaan². Zo hebben de gemeenten Leiden en Den Haag een eigen journalistiek fonds opgericht. De gemeente Leiden heeft in 2018 tweeëneenhalve ton voor dit fonds uitgetrokken³. Versterking vanuit dit fonds wordt met name ingezet op journalistieke verdieping en onderzoeksjournalistiek. Andere gemeenten kiezen ervoor een journalist in te huren om de verslaggeving in de gemeente te verzorgen. Maastricht en Almere zijn gemeenten die dit doen. In deze gevallen is de borging van de onafhankelijkheid een aandachtspunt.

De gemeenteraad in Amstelveen heeft in 2017 geconstateerd dat er al langere tijd discussies gaande zijn over de organisatiekracht en subsidiëring van de lokale publieke omroep. Zij heeft daartoe in de motie van 10 mei 2017⁴ het college verzocht:

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

Naar aanleiding van deze motie heeft de gemeenteraad verzocht een raadsdebat te organiseren over de lokale media/journalistiek. In de eerste helft van 2018 is in reactie op deze motie en het aankomende raadsdebat, een onderzoek uitgevoerd naar de publieke lokale omroep (RTVA). Het onderzoeksrapport 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen' geeft inzicht in de kaders voor publieke lokale media-instellingen, de ontwikkelingen in de sector en de mogelijke ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep.

² <https://www.svdj.nl/nieuws/gemeenten-verdeeld-noodzaak-mediafondsen/>

³ <https://www.nvj.nl/nieuws/leids-mediafonds-start>

⁴ Actuele Motie RTV Amstelveen, 10 mei 2017

Gedurende het onderzoek naar de ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep vonden de gemeenteraadsverkiezingen plaats. In het coalitieakkoord 2018-2022⁵ heeft de gemeente ambities aangaande transparante communicatie en media opgenomen:

De communicatie met inwoners moet sneller en vaker digitaal. We passen de communicatie aan aan de doelgroep en de boodschap: soms digitaal, soms mondeling en soms met de post. Wij houden rekening met laaggeletterdheid. We gaan de effectiviteit van de huidige participatiestructuur tegen het licht houden. Daarbij streven we naar nieuwere vormen van inspraak. Bij grootschalige projecten bepalen raad en college daar nadere kaders voor. We gaan transparant communiceren over de uitgaven en declaraties van college en gemeenteraad.

Daarnaast zijn er ook andere, onafhankelijke bronnen nodig die communiceren over de ontwikkelingen binnen onze gemeente. Naast de eigen social media van inwoners speelt de lokale journalistiek hierin een belangrijke rol. We stellen daarvoor extra geld beschikbaar in een onafhankelijk fonds voor de lokale journalistiek.

Na verschijning van het onderzoek 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen' en op basis van de ambitie een onafhankelijk fonds voor de lokale journalistiek op te richten, werd binnen de gemeente Amstelveen helder dat als input voor het te voeren mediadebat ook behoefte is aan een bredere analyse van de media in Amstelveen en aan inzicht in het bereik en de waardering van de verschillende media-instellingen. In antwoord op de uitvraag die in Bijlage I is opgenomen, biedt het voorliggende onderzoek inzicht in de pluriformiteit van het medialandschap in Amstelveen. De gemeente Amstelveen heeft daartoe negen media-instellingen geselecteerd. Specifiek gericht op het bereik en de waardering van de media in Amstelveen is een onderzoek uitgevoerd door Onderzoek Informatie en Statistiek van de gemeente Amsterdam.

In november 2018 zal het raadsdebat over de lokale media binnen de Amstelveense gemeenteraad plaatsvinden. De genoemde drie rapporten geven voeding aan dit debat.

1.2 Kader journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid

Voorliggend rapport verschaft inzicht in de pluriformiteit van het medialandschap in Amstelveen. Naast een beschrijving van het profiel, de organisatie, financiering, ambitie en werkwijze, is de journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid onderzocht en zijn per media-instelling aandachtspunten geformuleerd. Het bestuderen van de content van de verschillende media-instellingen maakte geen onderdeel uit van dit onderzoek.

Om de borging van de journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid te kunnen beoordelen, is onderstaand kader gehanteerd. Dit kader is gebaseerd op de Code voor de journalistiek, die vastgesteld is door het Nederlands Genootschap van Hoofredacteurs⁶. Hieronder zijn de

⁵ Een zekere en stabiele toekomst voor Amstelveen, coalitieakkoord 2018-2022, gemeente Amstelveen

⁶ <https://www.nvj.nl/ethiek/ethiek/code-journalistiek-nederlands-genootschap-hoofredacteurs-2008>

punten uit deze code geciteerd die in de context van het lokale medialandschap van Amstelveen het meest relevant zijn.

Punten ten aanzien van journalistieke kwaliteit en betrouwbare nieuwsgaring:

- “Bij het doorgeven van nieuws neemt de journalist de werkelijkheid zoals hij die aantreft en waarneemt als uitgangspunt. De verificatie van feiten en de weergave van uiteenlopende meningen belichaamt het journalistieke streven naar objectiviteit.” (Punt 1).
- “De journalist brengt in de berichtgeving een duidelijk onderscheid aan tussen feiten, beweringen en meningen.” (Punt 2).
- “De journalist controleert de feiten in zijn berichtgeving en maakt die feiten waar mogelijk controleerbaar.” (Punt 5).
- “De journalist die verwijst naar informatie van derden, door een ander medium als bron te noemen of door het aanbrengen van een hyperlink, doet dat openlijk en royaal, maar is daarmee niet per se verantwoordelijk voor de inhoud van de onderliggende informatie.” (Punt 9).
- “Het zoeken naar hoor en wederhoor is een journalistiek basisprincipe. In het bijzonder bij het publiceren van beschuldigingen of verdachtmakingen aan het adres van een persoon of organisatie, past de journalist wederhoor toe. De beschuldigde krijgt voldoende gelegenheid, liefst in dezelfde publicatie en zonder onredelijke tijdsdruk, te reageren op de aantijging.” (Punt 17).
- “De journalist van wie blijkt dat hij een onjuist bericht heeft gepubliceerd, zal een schadelijke onnauwkeurigheid, gevraagd of ongevraagd, op zo kort mogelijke termijn op royale wijze corrigeren.” (Punt 22).

Journalist is een vrij beroep. Het staat iedereen vrij om, binnen de grenzen van de wet, te schrijven wat hij/zij wil. De code is niet bindend en er zijn geen sancties aan verbonden als journalisten anders te werk gaan. Tegelijkertijd worden de uitgangspunten van de code binnen de journalistiek breed gedeeld. Zo hanteert de Raad voor de Journalistiek bij het beoordelen van klachten een leidraad die gebaseerd is op dezelfde uitgangspunten. Burgers en organisaties met een klacht over journalistieke gedragingen kunnen bij deze raad terecht voor een oordeel.

Punten ten aanzien van onafhankelijkheid:

- “De journalist verricht zijn werk in onafhankelijkheid en vermijdt (de schijn van) belangenverstrengeling.” (Punt 10).
- “De journalist zal, indien hij gebonden is aan enige politieke partij, belangenvereniging of bedrijf anders dan de uitgever van zijn eigen medium, daarvan in zijn berichtgeving telkens rekenschap geven indien dat voor de beoordeling van het bericht relevant is.” (Punt 11).

In het kader van dit onderzoek is zowel gekeken naar commerciële als naar politieke banden en invloeden die de onafhankelijkheid van de media-instellingen kunnen beïnvloeden:

1. De instelling en redactie verrichten hun werk onafhankelijk en vermijden (de schijn van) inmenging van of beïnvloeding door de politiek.
2. De instelling en redactie verrichten hun werk onafhankelijk en vermijden (de schijn van) inmenging van of beïnvloeding door commercie.

Per instelling wordt op basis van dit kader in hoofdstuk 2 een aantal aandachtspunten ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) onafhankelijkheid meegegeven.

1.3 Opgave voor de gemeente

Uit het agenderen van het mediadebat door de gemeenteraad en de uitvragen voor drie onderzoeken naar het medialandschap in Amstelveen, blijkt dat de gemeente Amstelveen haar ambitie en inzet ten aanzien van de lokale journalistiek wil herijken.

Zoals in de Mediawet⁷ is beschreven, zorgt het college van burgemeester en wethouders voor de bekostiging van het functioneren van een publieke lokale media-instelling.

Achtergrondinformatie over het aanwijzen van de publieke lokale media-instelling is opgenomen in het rapport 'Ontwikkelingsscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen'. Naast deze (vastgestelde) relatie met de publieke lokale media-instelling is in het coalitieakkoord 2018-2022 van de gemeente Amstelveen opgenomen dat het extra geld beschikbaar stelt in een onafhankelijk fonds voor de lokale journalistiek. De invulling van een dergelijk fonds moet nog vormgegeven worden.

In het te voeren raadsdebat, dienen twee opgaven voor de gemeente Amstelveen onderscheiden te worden:

- Vaststellen van de inhoudelijke ambitie met betrekking tot het toekomstig publiek Lokaal Toereikend Media-Aanbod en keuzes maken ten aanzien van de wijze waarop het publiek lokaal media-aanbod georganiseerd en bekostigd wordt. Zie het rapport 'Ontwikkelingsscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen' voor achtergrondinformatie.
- Bepalen van de rol die de gemeente Amstelveen wil vervullen in relatie tot het bredere medialandschap van Amstelveen. Meer specifiek zal de gemeente invulling moeten geven aan het in te stellen onafhankelijke fonds voor de lokale journalistiek. Daarbij gaat het onder andere om het bepalen van de inhoudelijke focus van het fonds, de werkwijze en voorwaarden van het fonds en de governance van het fonds.

1.4 Wat opvalt aan het medialandschap in Amstelveen

De schetsen van de verschillende media-instellingen en de aandachtspunten per instelling in hoofdstuk 2 vormen samen met het overzicht van het medialandschap in hoofdstuk 3, een analyse van het medialandschap. Hiermee wordt de pluriformiteit van het landschap en de mate van onafhankelijkheid inzichtelijk. Ook zijn er overkoepelend een aantal punten ten aanzien van het medialandschap in Amstelveen te benoemen, die van waarde kunnen zijn voor het door de gemeenteraad te voeren mediadebat.

⁷ Mediawet 2008, wet van 29 december 2008 ter vaststelling van de nieuwe Mediawet en Wet van 16 maart 2016 tot wijziging van de Mediawet 2008 in verband met het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst

- Het medialandschap in Amstelveen is divers met daarin een onderscheid tussen publieke en niet-publieke media, commercieel en niet-commercieel gedreven media en grote en kleine media-instellingen.
- De gemeente Amstelveen heeft financiële relaties met verschillende media-instellingen. Deze relaties zijn verschillend ingericht: structurele subsidie, inkoop van advertentieruimte of advertorials en projectmatige financiering. Aan deze financiering zijn verschillende doelstellingen verbonden: onafhankelijke nieuwsvoorziening, berichtgeving vanuit de gemeente, het stimuleren of aanjagen van burgers (bijvoorbeeld om burgers aan te zetten tot meer bewegen) of het vastleggen van gebeurtenissen.
- Het medialandschap verschilt ook in de mate waarin het zich structureel op Amstelveen richt. AT5 en Het Parool richten zich niet specifiek op Amstelveen en hebben voor Amstelveen geen structurele redactionele capaciteit. Daarmee samenhangend is de aandacht in deze media voor Amstelveen veelal incident gedreven. Amstelland Sport, Amstelveenblog, het Amstelveens Nieuwsblad, Amstelveenweb, AmstelveenZ en RTVA richten zich wel specifiek op Amstelveen en hebben voor Amstelveen in meer of mindere mate structurele redactionele capaciteit beschikbaar. NH Media richt zich deels op Amstelveen en heeft structurele redactionele capaciteit beschikbaar voor de regio Haarlemmermeer, waar Amstelveen onder valt.
- In de breedte streven de media-instellingen naar onafhankelijkheid, maar niet alle instellingen slagen erin om de onafhankelijkheid van de redactie ten opzichte van politieke en commerciële invloeden voldoende te borgen.
- In de breedte streven de media-instellingen naar journalistieke kwaliteit, maar niet alle instellingen slagen erin om dit voldoende te borgen. Voor kleine instellingen is borging van journalistieke kwaliteit vanwege de beperkte capaciteit lastiger te realiseren.
- Kleine instellingen zijn bovendien kwetsbaar in hun continuïteit. Een aantal media-instellingen is afhankelijk van de inzet en het functioneren van één of enkele personen.
- De meer lokaal gewortelde media-instellingen hebben vanzelfsprekend meer verbindingen met de politiek, het bedrijfsleven en het maatschappelijk veld. Enerzijds kan dat een meerwaarde opleveren, maar anderzijds is het een aandachtspunt bij het borgen van onafhankelijkheid.
- Er zijn nauwelijks jongeren die als nieuwsmaker actief zijn bij de media-instellingen. Bij de grotere media-instellingen wordt wel gewerkt met stagiaires, maar niet met een specifieke focus op Amstelveen. RTVA geeft daar als lokale partij wel structureel invulling aan door het zijn van een leer-werkbedrijf.
- Er is veel berichtgeving en verslaglegging, waarbij opvalt dat lokale media-instellingen regelmatig berichten van elkaar (in aangepaste vorm) overnemen.
- In lijn met het landelijke beeld, wordt er ook in Amstelveen nauwelijks invulling gegeven aan onderzoeksjournalistiek.

2. **BESCHRIJVING VAN HET MEDIALANDSCHAP**

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van alle negen onderzochte media-instellingen. Daarbij is per instelling informatie opgenomen over:

1. profiel (kanalen, inhoud, bereik, organisatie en financiering);
2. ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging;
3. verbindingen met de lokale gemeenschap;
4. aandachtspunten.

De beschrijvingen in dit rapport zijn gebaseerd op interviews met vertegenwoordigers van de media-instellingen, op openbare schriftelijke bronnen en op interne documenten die voor dit onderzoek zijn opgevraagd. Een overzicht van de gesprekspartners is opgenomen in Bijlage II. Door de onderzoekers is gekeken of de aangeleverde documenten en de informatie die in de interviews is opgehaald met elkaar in overeenstemming zijn. Deze wijze van onderzoeken brengt met zich mee dat de weergave van de media-instellingen primair gebaseerd is op hun eigen perspectief.

Op basis van het in hoofdstuk 1 beschreven kader is per media-instelling onderzocht wat de aandachtspunten zijn ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en ten aanzien van de (borging van) onafhankelijkheid ten opzichte van politieke en commerciële invloeden. Omdat daarbij niet op productniveau gekeken is, zeggen deze aandachtspunten niet direct iets over de journalistieke kwaliteit en/of onafhankelijkheid van de content die de media-instellingen produceren.

2.1 **Amstelland Sport**

2.1.1 ***Profiel***

Amstelland Sport is een maandelijkse gratis sportkrant met een oplage van 40.000 exemplaren die huis-aan-huis verspreid wordt in Amstelveen, Ouderkerk en Aalsmeer-Oost. Daarnaast is Amstelland Sport op 80 plekken gratis af te halen en geeft het aan ruim 80 verenigingen te bereiken. Het eerste nummer verscheen in januari 2017. Michel Becker is de uitgever en hoofdredacteur van de krant.

Amstelland Sport verslaat over sportverenigingen, sporters, wedstrijden en sportieve evenementen. Daarnaast worden de wedstrijdprogramma's van lokale sportverenigingen geplaatst. Amstelland Sport wil ook sportgerelateerde maatschappelijke onderwerpen aankaarten. Dit wordt gedaan in het voorwoord van de hoofdredacteur en in columns op de website.

De sportkrant is ook digitaal te lezen op de website⁸. Daarnaast wordt online een aantal artikelen per maand gepubliceerd. Dit varieerde van vier artikelen in augustus, vijf in juli tot twintig in juni 2018. Naast deze artikelen worden online columns gepubliceerd. Gedurende de looptijd van dit onderzoek is de site verder aangevuld en inmiddels is deze volgens de heer

⁸ www.amstellandsport.nl

Becker volledig operationeel en wordt er vaker content geplaatst. Op de website zijn ook verwijzingen naar de sportclubs in Amstelveen en een - op het moment van schrijven van dit rapport niet in gebruik zijnde - evenementenkalender te vinden. Amstelland Sport heeft ook een Twitteraccount⁹ met 170 volgers en deelt hierop enkele keren per maand links naar artikelen. Op de Facebookpagina¹⁰ met 13 volgers wordt wekelijks een aantal artikelen gedeeld.

Amstelland Sport wordt uitgegeven door AC Media Amstelveen, dat onderdeel is van Amstelland Consultancy BV, het bedrijf van Michel Becker. Hij werkt daarbij samen met een vaste groep ZZP-ers. De eindredacteur is Nol de Vries en de redactie bestaat uit Herman Kleintjes en Johan de Meer. De webredactie staat onder leiding van Jessy Burgers. Er zijn drie columnisten en twee fotografen actief voor Amstelland Sport.

De sportkrant en website zijn commerciële activiteiten. De heer Becker geeft aan dat hij er als eigenaar van Amstelland Consultancy BV belang bij heeft dat Amstelland Sport uiteindelijk rendabel zal zijn. Amstelland Sport is gestart vanuit eigen middelen en ontvangt geen subsidie. Volgens de heer Becker heeft hij tot dusver eigen middelen bij moeten leggen om Amstelland Sport uit te kunnen geven. Het is voor hem de vraag of dat op termijn vol te houden is.

De inkomsten van Amstelland Sport zijn afkomstig uit advertenties. Het uitbrengen van één nummer kost volgens de heer Becker circa € 5.000,-. Per nummer zijn er 11-12 pagina's aan advertentieruimte te koop. De prijs per pagina loopt uiteen van € 875,- tot € 1.450,-. Dit is afhankelijk van de plek, het aantal pagina's dat wordt afgenomen en de staat waarin materiaal wordt aangeleverd. Sportverenigingen krijgen 25% korting en naast de advertentie redactionele ruimte in de krant aangeboden¹¹.

Amstelland Sport heeft een overeenkomst gesloten met Fonds Gehandicaptensport. Het fonds krijgt elke maand een gratis advertentiepagina aangeboden en 10% van de advertentie-inkomsten van nieuwe adverteerders gaat naar het fonds. Door deze samenwerking heeft Amstelland Sport voor het schrijven van artikelen toegang tot de ambassadeurs van het fonds. Indien er advertentieruimte in de krant overblijft, geeft Amstelland Sport gratis advertentieruimte aan maatschappelijke instellingen.

De tarieven voor advertenties op de website liggen tussen de € 75,- en € 150,- per maand, afhankelijk van de looptijd van de advertentie¹².

In opdracht van de gemeente Amstelveen maakt Amstelland Sport in 2018 drie interviews met foto's van lokale sporthelden voor het gereduceerde tarief van € 3.448,50 inclusief BTW. De gemeente heeft daarnaast in 2017 beperkt advertentieruimte bij Amstelland Sport ingekocht, exacte cijfers zijn op het moment van schrijven van voorliggend rapport niet bekend.

⁹ https://twitter.com/Amstel_Sport

¹⁰ <https://www.facebook.com/AmstellandSport-1844381272445793/>

¹¹ Amstelland Sport, augustus 2018, te bekijken via <http://amstellandsport.nl/2018/08/04/augustus-2018/>

¹² <http://amstellandsport.nl/adverteren/>

2.1.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

Amstelland Sport stelt zichzelf ten doel de sport in Amstelveen een eigen podium te bieden, te promoten en te stimuleren. Amstelland Sport streeft hiernaar door middel van themanummers, met rubrieken zoals sportkids, ouderen en bewegen, vrijwilliger van de maand, ondernemen is topsport, health & beauty, perstribune en de sportagenda¹³.

De heer Becker wil dat Amstelland Sport een constante kracht in het lokale medialandschap wordt. Het is zijn bedoeling dat mensen uitkijken naar de krant. Ook streeft hij ernaar de website verder te laten groeien. De heer Becker heeft, verder vooruitkijkend, de ambitie om naast een sportredactie ook een nieuwsredactie op te zetten. Zijn streven daarbij is om Amstelland Nieuws uit te brengen, waarbinnen Amstelland Sport een plek krijgt.

Amstelland Sport hanteert een vast format van (minimaal) 24 pagina's met terugkerende rubrieken. Artikelen worden geschreven op basis van interesse, jubilea en sportgerelateerde activiteiten in de gemeente Amstelveen. Amstelland Sport heeft een groot informeel netwerk in de Amstelveense samenleving. Mensen benaderen de redactie via de website of per mail met informatie of persberichten. De redactie besluit vervolgens wat er geplaatst wordt.

Het uitgangspunt van Amstelland Sport is om 50% redactionele en 50% commerciële content op te nemen. In de praktijk is de verhouding meestal 60% redactioneel en 40% commercieel.

Amstelland Sport wordt verspreid door gepensioneerde postbodes (tegen een vrijwilligersvergoeding) en door bewoners van Ons Tweede Thuis¹⁴ (in ruil voor een gift voor de kerstviering).

De heer Becker doet zelf ook de sales. Hij streeft ernaar dat alle advertenties in Amstelland Sport een link met sport hebben. Adverteerders in de krant of op de website leveren zelf de content aan. De heer Becker controleert als hoofdredacteur alle aangeleverde teksten maar adverteerders zijn vrij om te bepalen hoe zij hun ruimte in willen vullen.

De heer Becker streeft ernaar om onafhankelijk en kritisch te werken. Als hoofdredacteur leest hij samen met de redactie elk nummer nog een keer door om daarbij te controleren op spelling en fouten, de lengte van stukken, de combinatie van artikelen (diversiteit in artikelen gericht op jong/oud en binnen/buiten sport) en de kwaliteit van foto's. Ook geeft hij aan kritisch te zijn op de journalistieke kwaliteiten van freelancers. Op verzoek biedt de redactie betrokkenen de gelegenheid om artikelen te lezen voordat deze geplaatst worden. De redactie werkt niet volgens een eigen redactiestatuut maar de heer Becker stelt dat de redactieleden wel het door de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) opgestelde redactiestatuut onderschrijven en als leidraad gebruiken.

¹³ Amstelland Sport, april 2018, te bekijken via <http://amstellandsport.nl/april-2018/>

¹⁴ <https://www.onstweedethuis.nl/>

2.1.3 **Verbindingen met de lokale gemeenschap**

De heer Becker is medeoprichter van de politieke partij Actief voor Amstelveen (AVA). Op dit moment heeft hij zelf geen plaats in de raad. Hij is wel bestuurslid van AVA en burgerraadslid in de raadscommissie Burger & Samenleving. De heer Becker neemt mogelijk volgend jaar wel zitting in de gemeenteraad.

De heer Becker was voorheen woordvoerder Media en woordvoerder Sport. Hij heeft deze rollen neergelegd en stelt dat de (politieke) belangen hiermee gescheiden zijn. De heer Becker geeft aan dat hij zijn collega's wel informeert op basis van zijn expertise en informele netwerk. De heer Becker stelt verder dat hij zijn functie als hoofdredacteur neer zal leggen als hij in de toekomst zitting neemt in de gemeenteraad.

Indien de ambitie om een nieuwsredactie toe te voegen aan Amstelland Sport in de toekomst gerealiseerd wordt, zal de heer Becker zijn positie als hoofdredacteur ook neerleggen om belangen te scheiden.

Ook met plaatselijke (sport)bedrijven heeft de heer Becker nauwe contacten. Met Amstelland Consultancy BV biedt hij ook andere commerciële diensten aan: hij adviseert horeca-ondernemers en organiseert evenementen. De heer Becker is van plan om een losse BV te maken van Amstelland Sport om in de toekomst meer afstand te kunnen nemen.

2.1.4 **Aandachtspunten voor Amstelland Sport**

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we de volgende aandachtspunten voor Amstelland Sport ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid:

- de hoofdredacteur is voor eigen risico tevens uitgever en verantwoordelijk voor alle inkomsten en uitgaven;
- de hoofdredacteur heeft politieke (neven)functies;
- de hoofdredacteur doet ook de verkoop van advertenties;
- er is geen eigen redactiestatuut waarin de journalistieke kwaliteitsnormen en de onafhankelijkheid van de redactie zijn vastgelegd. Amstelland Sport geeft aan dat de redactie wel het redactiestatuut van de NVJ onderschrijft.

2.2 **Amstelveenblog**

2.2.1 **Profiel**

Amstelveenblog is een onlinekanaal¹⁵. Johan Th. Bos werd twaalf jaar geleden benaderd door de firma Blog Online BV met het verzoek een blog op te richten. Hieruit ontstond Amstelveen.blog.nl. Omdat Blog Online BV in april 2018 haar werkzaamheden beëindigde, is de website overgeplaatst naar Amstelveenblog.nl. De website is hiermee in beheer van de heer Bos gekomen.

¹⁵ www.amstelveenblog.nl

Amstelveenblog publiceert dagelijks artikelen binnen de categorieën politiek, economie, zorg, cultuur, kerk en overig. Het merendeel van de artikelen gaat over de lokale politiek. De heer Bos schrijft ook columns op Amstelveenblog. Amstelveenblog is niet actief op social media.

Amstelveenblog heeft geen exact inzicht in haar bereik. Volgens de heer Bos wordt de website door enkele honderden bezoekers per dag bezocht. De heer Bos geeft aan te verwachten dat de blog met name door politici en bestuurders in Amstelveen gelezen wordt.

Amstelveenblog.nl heeft geen juridische entiteit. De heer Bos is enig redacteur en bepaalt dan ook zelf de inhoud en de inhoudelijke prioriteiten. De zoon van de heer Bos onderhoudt de website.

Amstelveenblog wordt gefinancierd vanuit eigen middelen en ontvangt geen subsidie. De blog genereert geen inkomsten en er staan dus ook geen advertenties op.

2.2.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

De heer Bos schrijft vanuit inhoudelijke gedrevenheid. Volgens de heer Bos wordt er te weinig gepubliceerd over de thema's waar het daadwerkelijk om gaat in Amstelveen. Zijn doel is dan ook die zaken op de agenda te zetten waar de burger zich druk om maakt. In dit kader beschouwt de heer Bos zichzelf als een journalistieke zendeling. Hij beschouwt het schrijven voor zijn blog ook als hobby.

De heer Bos geeft aan dat hij zich zorgen maakt om de lokale journalistiek in Amstelveen. Hij stelt dat er in verhouding steeds meer communicatie-experts ten opzichte van journalisten actief zijn. Daarom geeft hij graag een tegengeluid aan de persberichten vanuit de gemeente, die hij als promotiemateriaal beschouwt. Daarbij geeft hij ook aan dat hij vaak voorgesteld wordt als de enige onafhankelijke en kritische journalist in Amstelveen, een etiket dat hem zorgen baart.

De publicaties van Amstelveenblog bestaan altijd uit een geschreven artikel, aangevuld met een foto. Lezers hebben de mogelijkheid te reageren op berichten. Er bestaat geen mogelijkheid voor lezers om zelf artikelen op de website te plaatsen.

De heer Bos schrijft over politieke onderwerpen die binnen de gemeente Amstelveen spelen. Daarbij belicht hij kritisch de standpunten van alle politieke partijen. De heer Bos stelt dat hij altijd bij raadsvergaderingen aanwezig is.

De heer Bos heeft de ambitie om te werken conform de richtlijnen van een onafhankelijke en kritische journalist. Zo stelt hij dat hij hoor en wederhoor toepast, verdiepend onderzoek uitvoert en feiten controleert. Ook streeft de heer Bos naar objectiviteit. Indien hij zijn mening over een bepaald onderwerp wil delen, schrijft hij daar een column over.

Amstelveenblog.nl neemt nieuwsberichten over van andere media. Daarbij worden deze nieuwsberichten deels herschreven tot een eigen artikel. De voornaamste reden hiervoor is dat de heer Bos de berichten vaak wat scherper van toon wil maken.

De heer Bos rectificeert alleen wanneer er een feitelijke onjuistheid in een artikel staat. Wanneer hij een artikel schrijft op basis van een gesprek en zijn bron later op zijn of haar woorden terugkomt, rectificeert hij niet.

2.2.3 ***Verbindingen met de lokale gemeenschap***

De heer Bos heeft zelf geen directe politieke of commerciële belangen bij de onderwerpen waar hij over schrijft. Hij geeft aan veel te weten te komen over wat er speelt in Amstelveen. Dit wijdt hij met name aan zijn netwerk en aan het feit dat hij al lang meeloopt en op veel plekken in Amstelveen komt. In de kroegen en de wijkcentra hoort hij bijvoorbeeld wat er speelt in Amstelveen.

De heer Bos geeft aan wel eens informatie te ontvangen van wethouders en andere lokale politici. Ook wordt hij wel eens uitgenodigd door bijvoorbeeld de lokale ondernemersvereniging. Hij schrijft enkel over commerciële instellingen/bedrijven, als hij vindt dat daar iets heel interessants gebeurt. Indien er commerciële belangen zijn, schrijft de heer Bos hier niet over.

2.2.4 ***Aandachtspunten voor Amstelveenblog***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we de volgende aandachtspunten voor Amstelveenblog ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid:

- er is geen redactiestatuut waarin de journalistieke kwaliteitsnormen en de onafhankelijkheid van de redactie zijn vastgelegd;
- de redactie bestaat uit één persoon. Hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk.

2.3 **Amstelveens Nieuwsblad**

2.3.1 ***Profiel***

Het Amstelveens Nieuwsblad is een uitgave van BDUmedia BV. De kanalen van het Amstelveens Nieuwsblad zijn de huis-aan-huiskrant en de website. In de krant worden nieuwsberichten en achtergrondinformatie geplaatst, op de website worden voornamelijk (actuele) nieuwsberichten geplaatst. Het Amstelveens Nieuwsblad wordt iedere woensdag met een oplage van 42.700¹⁶ huis-aan-huis verspreid in Amstelveen, Nes aan de Amstel en Bovenkerk. Nieuws en politiek, sport, cultuur en zakelijk zijn de hoofdthema's van de krant.

Op de website¹⁷ wordt dagelijks een aantal artikelen geplaatst. Deze berichten zijn ondergebracht in de categorieën lokaal, sport, zakelijk, uit & cultuur. De website is bijna een jaar actief en heeft volgens de uitgever ongeveer 15.000 bezoekers per maand.

¹⁶ <https://bdumedia.nl/onze-nieuwsmerken/amstelveens-nieuwsblad/>

¹⁷ <https://amstelveensnieuwsblad.nl/>

Het Amstelveens Nieuwsblad maakt beperkt gebruik van sociale media. De Facebookpagina¹⁸ heeft een paar berichten geplaatst en heeft 27 volgers. Op andere social media is het Amstelveens Nieuwsblad niet actief.

Er zijn zeven bureauredacteurs vast in dienst bij BDU in Hoofddorp, aangestuurd door twee content managers. Robert van Ginhoven is de uitgever, Eddie de Blicke de redacteur die Amstelveen in zijn portefeuille heeft. Daarnaast is er een politiek verslaggever (die als freelancer actief is, maar structureel wordt ingezet) en een flexibele schil die ingezet wordt voor verslaglegging in Amstelveen.

Het Amstelveens Nieuwsblad wordt volledig gefinancierd vanuit advertenties door een grote groep adverteerders, die veelal structureel adverteren. De advertentieprijs variëren van €105,60 voor 1/24 van een pagina tot €2.464,- voor een hele pagina en €5.332,80 voor een spread (twee pagina's naast elkaar)¹⁹. Voor een advertentie op de voorpagina of een ingezonden mededeling gelden afwijkende prijzen.

De gemeente Amstelveen is voor het publiceren van gemeenteberichten een vaste afnemer van advertentieruimte in de krant. Deze samenwerking is contractueel vastgelegd. De gemeente Amstelveen nam in 2017 ter waarde van € 67.139,- inclusief BTW advertentieruimte af bij het Amstelveens Nieuwsblad.

2.3.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

Het Amstelveens Nieuwsblad stelt zichzelf ten doel het nieuws te verslaan waar de gemeente Amstelveen binding mee heeft. De redactie wil dat het blad sociaal relevant is, het belang van de consument staat daarbij voorop. De redactie wil de stem van het volk vertegenwoordigen en een kritisch geluid laten horen. Het Amstelveens Nieuwsblad stelt onafhankelijk te opereren en de normen van journalistieke kwaliteit na te leven.

Het Amstelveens Nieuwsblad wil de website in de toekomst uitbreiden en zo het aantal bezoekers op de website vergroten.

De heer De Blicke beslist als redacteur naar welke gebeurtenis of activiteit een (freelance)verslaggever toe gaat en welke berichten er al dan niet geplaatst worden. Zo is er een freelance politiek verslaggever die zich specifiek richt op Amstelveen. Het Amstelveens Nieuwsblad stelt dat deze verslaggever altijd bij raadsvergaderingen aanwezig is. Daarnaast is er een aantal verslaggevers waarmee regelmatig in Amstelveen wordt samengewerkt en gebruiken ze content van '112-verslaggevers' en fotografen die in meerdere gemeenten werkzaam zijn.

BDUmedia werkt met vaste bladformules. De bladformule bepaalt de verdeling van de pagina's en inhoud van de krant. Tien pagina's zijn bestemd voor redactionele inhoud, waarvan drie of vier gevuld worden met nieuws en politiek. De andere pagina's worden gevuld met de artikelen over sport, cultuur en zakelijk. Het Amstelveens Nieuwsblad neemt geen berichten over van

¹⁸ <https://www.facebook.com/Amstelveens-Nieuwsblad-196370077778812/>

¹⁹ Tabblad tarieven op <https://bdumedia.nl/onze-nieuwsmerken/amstelveens-nieuwsblad/>

andere media. Het Amstelveens Nieuwsblad stelt daarbij dat zij meer content aangeleverd krijgt dan geplaatst kan worden in de krant. De content die geen plek krijgt in de krant, wordt meestal wel online geplaatst. Het Amstelveens Nieuwsblad hanteert een ondergrens van 45% redactionele en 55% commerciële invulling (advertenties en advertorials). De exacte invulling verschilt per uitgave.

Op de website bestaat geen mogelijkheid om op artikelen te reageren. Lezer kunnen wel zelf nieuws delen. Dit wordt direct in de rubriek 'activiteiten en agenda' of in rubriek 'lezersnieuws' op de website geplaatst. Op de website staan huisregels²⁰ voor het plaatsen van deze berichten, de redactionele controle vindt achteraf plaats.

De redactie selecteert uit het lezersnieuws berichten die zij relevant en interessant vinden. Deze berichten worden na redactie en controle van feiten als redactionele content in de krant geplaatst. Indien de relevantie van het nieuws hoog is, kan de redacteur ook beslissen zelf een verslaggever te sturen.

Zoals reeds genoemd stelt het Amstelveens Nieuwsblad volgens de normen van kwaliteitsjournalistiek te werken. Deze normen staan beschreven in het redactiestatuut van BDUmedia. Intern borgt het Amstelveens Nieuwsblad haar kwaliteit door wekelijks een redactieoverleg te voeren. Daarnaast wordt drie keer per jaar geëvalueerd. De redactie stelt altijd feiten te controleren en hoor en wederhoor toe te passen. De redactie wil in haar artikelen achtergrondinformatie geven en ontwikkelingen duiden. Daarbij wordt gestreefd naar artikelen waarin een zaak altijd van beide kanten belicht wordt.

Om de ambitie ten aanzien van onafhankelijkheid te borgen, werken redactie en commercie los van elkaar. Het is de uitgever en commercieel verantwoordelijke niet toegestaan zich met de redactie te bemoeien. De uitgever kan enkel aangeven waar op thematisch niveau de behoeften van de lezers liggen of zich uitspreken over de kwaliteit van de content. Daarnaast is het op de redactie niet toegestaan verbonden te zijn met een politieke partij.

Omdat freelancers niet volledig voor het Amstelveens Nieuwsblad werkzaam zijn, vervullen deze ook andere functies. Door het Amstelveens Nieuwsblad wordt gecontroleerd in hoeverre daarbij sprake is van activiteiten die strijdig zijn met de werkzaamheden van een onafhankelijke en kritische journalist. De redacteur maakt deze inschatting.

2.3.3 **Verbindingen met de lokale gemeenschap**

Het Amstelveens Nieuwsblad heeft een formele relatie met de gemeente Amstelveen ten aanzien van de plaatsing van gemeenteberichten. Daarnaast adverteren politieke partijen in tijden van verkiezingen in het Amstelveens Nieuwsblad. Het blad stelt dat wat de redactie over deze partijen schrijft, daar los van staat. BDUmedia geeft aan dat het Amstelveens Nieuwsblad voor het voortbestaan niet afhankelijk is van de inkomsten van de samenwerking met de gemeente Amstelveen. De gemeente heeft wel een groot aandeel in de advertentie-inkomsten van het Amstelveens Nieuwsblad.

²⁰ <https://amstelveensnieuwsblad.nl/pagina/huisregels-voor-het-plaatsen-van-lezersbijdragen-1939>

Het Amstelveens Nieuwblad heeft op commercieel vlak veel verbindingen met lokale ondernemers. Het Amstelveens Nieuwsblad stelt gezichtsbepalende ondernemers in de krant ruimte te bieden als klankbord. Dit uit het oogpunt van informatievoorziening en omdat de ondernemers bijvoorbeeld als werkgever voor de lezer kunnen fungeren. Daarbij zegt de redactie wel kritisch te kijken naar wat deze ondernemers plaatsen. Ook kan het Amstelveens Nieuwsblad bijvoorbeeld een losstaand onderzoek naar deze ondernemers uitvoeren.

2.3.4 ***Aandachtspunten voor het Amstelveens Nieuwsblad***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we dat er voor het Amstelveens Nieuwsblad op dit moment geen aandachtspunten zijn ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid.

2.4 **Amstelveenweb**

2.4.1 ***Profiel***

Amstelveenweb is een onlinekanaal. Stefan Tóth en José Tóth-Van den Berg zijn Amstelveenweb.com²¹ in 2001 gestart omdat ze meer informatie zochten over Amstelveen en merkten dat het lastig was om bijvoorbeeld iets over de herkomst van straatnamen te vinden. Sindsdien verzamelen ze lokale verhalen en foto's en doen ze verslag van lokale gebeurtenissen en evenementen. In de afgelopen 17 jaar is zo het huidige Amstelveenweb.com ontstaan. De website bevat uitgebreide informatie over het ontstaan en de geschiedenis van Amstelveen, een stratenregister, een collectie foto's en verhalen en informatie over alle kunstwerken in de openbare ruimte van Amstelveen. Daarnaast is er een pagina met basisinformatie over het huidige Amstelveen en een pagina met links naar maatschappelijke instellingen, lokale bedrijven en voorzieningen. De eigen verslagen van lokale evenementen zoals herdenkingen, jazz in het dorp en de viering van 25 jaar Westwijk staan onder het kopje nieuws. Deze worden aangevuld met een groot aantal andere nieuwsartikelen over lokale en landelijke onderwerpen.

De website heeft op dit moment zo'n 140.000 unieke bezoekers per maand. Alle artikelen op de website worden ook gedeeld via de Facebookpagina²² met 650 volgers en via de Twitter feed²³ met 950 volgers. De videoverslagen die op de website geplaatst worden, zijn ook terug te vinden op het YouTube kanaal 'Stef Aveen'²⁴ met 201 abonnees.

De heer en mevrouw Tóth vormen samen de redactie van Amstelveenweb. Kasper Tóth, de zoon van meneer en mevrouw Tóth, heeft de website gebouwd en onderhoudt deze.

Sinds 2006 is Amstelveenweb een stichting. Dit maakt sponsoring mogelijk en stelt Amstelveenweb in staat om subsidie aan te vragen. Het bestuur van de stichting bestaat uit Stefan Tóth (voorzitter), José Tóth - Van den Berg (penningmeester en secretaris) en hun zoon Kasper Tóth (algemeen bestuurslid).

²¹ <http://www.amstelveenweb.com/>

²² <https://www.facebook.com/amstelveenweb/>

²³ https://twitter.com/amstelveen_city

²⁴ <https://www.youtube.com/user/Stefaveen>

Amstelveenweb ontvangt een jaarlijkse subsidie van de gemeente in het kader van de Algemene Subsidieverordening Amstelveen. Voor 2018 is een subsidie van € 5.000,- verleend omdat “Amstelveenweb bijdraagt aan de informatie en educatie aan potentiële bezoekers van Amstelveen, Amstelveners en mensen van buiten over de gemeente Amstelveen”²⁵. Voor 2019 heeft Amstelveenweb € 7.500,- aangevraagd.

De heer en mevrouw Tóth waarderen het erg dat Amstelveenweb daarnaast door een aantal bedrijven uit het Oude Dorp gesponsord wordt. Deze bedrijven laten voor € 102,- per jaar een betaalde link naar hun website plaatsen op Amstelveenweb. Daarnaast verkoopt Amstelveenweb soms foto's aan belangstellenden.

De inkomsten zijn volgens meneer en mevrouw Tóth niet kostendekkend. Ze bekostigen de website daarom deels met eigen middelen.

2.4.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

Het voornaamste doel van de stichting Amstelveenweb is “het geven van informatie en educatie aan potentiële bezoekers van de gemeente Amstelveen en aan inwoners van deze gemeente en daarbuiten over de gemeente Amstelveen met betrekking tot de historie van de gemeente Amstelveen, publieke organisaties binnen de gemeente Amstelveen en nieuws en gebeurtenissen binnen de gemeente, door middel van internetactiviteiten”. Amstelveenweb probeert bij het maken van verslagen altijd objectief te blijven.

Meneer en mevrouw Tóth maken in hun eigen huis alle content voor de website. Ze hebben in de loop der jaren steeds meer materiaal aangeschaft. Zo hebben ze speciale computers voor het bewerken van het video- en beeldmateriaal en werken ze met moderne digitale foto- en videocamera's.

Meneer en mevrouw Tóth hebben een groot informeel netwerk opgebouwd en worden inmiddels voor bijna alle lokale gebeurtenissen uitgenodigd. Ook krijgen ze tips van mensen wanneer iemand een mooi verhaal over Amstelveen of een verzameling met oude foto's heeft. Ze maken een selectie uit de uitnodigingen omdat het voor hen niet haalbaar is om overal heen te gaan. Daarbij baseren ze zich op wat zij leuk, interessant of belangrijk vinden en soms speelt ook het weerbericht een rol.

Als ze een evenement verslaan, dan maken ze foto's en videobeelden en vullen deze aan met een beschrijving van de gebeurtenis. Ze proberen daarbij objectief te blijven. Meneer Tóth schrijft de eerste versie van de tekst inclusief achtergronden van personen, zaken of anderszins, mevrouw Tóth-Van den Berg maakt van de gegevens één geheel en haalt indien nodig “de scherpe kantjes eraf”.

Sinds een aantal jaren plaatst Amstelveenweb ook nieuwsberichten op de site. Dat is begonnen vanuit persoonlijke interesse en groeiende kennis over onder meer de lokale politiek. Meneer

²⁵ Beschikking jaarlijkse subsidieverlening 2018 Stichting Amstelveenweb

Tóth stelt daarom ook vaak raadsvergaderingen bij te wonen. Qua landelijke onderwerpen kiest meneer Tóth voor nieuws dat volgens hem onderbelicht blijft en dat ook relevant is voor Amstelveeners. Zo zijn recent bijvoorbeeld artikelen geplaatst over het landelijke beleid ten aanzien van de reductie van de CO₂-uitstoot, een CBS-onderzoek naar de participatiesamenleving en de inkomensgevolgen van het kabinetsbeleid voor komend jaar. Deze berichten zijn direct gebaseerd op persberichten, informatie van overheidsinstellingen en artikelen van andere media, daarbij vraagt Amstelveenweb altijd toestemming en vermeldt duidelijk de bron. Onder elk nieuwsartikel staat dat Amstelveenweb.com niet verantwoordelijk is voor de inhoud van de nieuwsberichten.

Amstelveenweb.com wil lokale gebeurtenissen structureel blijven vastleggen, zodat deze bewaard worden en terug te vinden zijn. Daarvoor willen de heer en mevrouw Tóth blijven investeren in goed materieel. Met meer budget kunnen ze meer doen, maar het aanvragen van en de verantwoording voor de subsidie is voor hen veel werk. Ze hopen daarom dat het de komende jaren makkelijker wordt om subsidie aan te vragen en dat het bedrag omhoog kan, zodat ze er een groter gedeelte van de kosten mee kunnen dekken.

2.4.3 ***Verbindingen met de lokale gemeenschap***

Meneer en mevrouw Tóth zijn beiden niet politiek actief. Ze geven wel aan dat ze nauwe contacten hebben met lokale politici en ambtenaren van de gemeente Amstelveen. In het verleden werden ze bijvoorbeeld regelmatig door toenmalig burgemeester Van Zanen uitgenodigd om mee te gaan naar feestelijkheden en evenementen om daar foto's te maken. Zoals hierboven gemeld, bezoekt de heer Tóth uit persoonlijke interesse regelmatig raadsvergaderingen.

Amstelveenweb ontvangt zoals hierboven vermeld een structurele subsidie van de gemeente Amstelveen. Deze dekt een aanzienlijk deel van hun kosten.

Amstelveenweb.com schrijft volgens de heer en mevrouw Tóth zowel over bedrijven die wel als over het merendeel van de bedrijven die geen gesponsorde link op hun website heeft. Het gaat bij deze sponsoring niet om grote bedragen en Amstelveenweb.com is niet van deze inkomsten afhankelijk voor het voortbestaan van de website.

2.4.4 ***Aandachtspunten voor Amstelveenweb***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we de volgende aandachtspunten voor Amstelveenweb ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid:

- er is geen redactiestatuut waarin de journalistieke kwaliteitsnormen en de onafhankelijkheid van de redactie zijn vastgelegd;
- de redactie is beperkt in omvang. Hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk;
- de redactieleden zitten ook in het bestuur van de stichting.

2.5 AmstelveenZ

2.5.1 Profiel

AmstelveenZ is een merk/handelsnaam van Media Discovery BV en is begin 2015 opgezet door André Gerritsen en Kieran Baker. Zij werkten daarvoor samen bij Telegraaf Media Groep (Holland Combinatie), uitgever van destijds de huis-aan-huisbladen Amstelveens Nieuwsblad en Amstelveens Weekblad dat later opging in Amstelveen Dichtbij en nog later werd omgevormd naar Amstelveens Nieuwsblad.

AmstelveenZ heeft twee kanalen. Allereerst het gratis magazine AmstelveenZ, dat negen à tien keer per jaar in een oplage van 50.000 exemplaren huis-aan-huis verschijnt. Het magazine richt zich op lokale thema's met vaste aandacht voor profielen van plaatsgenoten, sport, beauty, kids, kunst & cultuur, eten & drinken en ondernemersnieuws. Daarnaast brengt de website amstelveenz.nl²⁶ lokaal nieuws met meerdere nieuwsartikelen per dag. De site bevat ook veel informatie over lokale activiteiten en voorzieningen, met gegevens van onder meer winkels, restaurants, medische voorzieningen en sportverenigingen. De website bereikt gemiddeld 180.000 bezoekers per maand (gemiddeld 360.000 pageviews).

AmstelveenZ gebruikt sociale media om het bereik van de website te vergroten. Via de Facebookpagina²⁷ en via de Twitter feed²⁸ worden artikelen van de website gedeeld. De Facebookpagina heeft meer dan 14.000, de Twitter feed 1.190 volgers.

Media Discovery BV is in handen van vier aandeelhouders: naast Kieran Baker en André Gerritsen zelf, zijn dit Rogier van Hagen en Claudio Mancinelli. De directie van Media Discovery BV bestaat uit André Gerritsen als hoofdredacteur en Kieran Baker als verantwoordelijke voor commercie. De redactie van het magazine AmstelveenZ is in handen van Marloes Smit. Jan Balk is redacteur van de website. Daarnaast werkt AmstelveenZ voor advertorials, fotografie en overige producten samen met freelancers.

Media Discovery BV genereert inkomsten door de verkoop van advertentieruimte en advertorials in het magazine en op de website. Bedrijven kunnen ook betalen om extra informatie op hun bedrijfspagina te plaatsen en om uitgelicht te worden als tip op de voorpagina van amstelveenz.nl. Daarnaast biedt Media Discovery BV ook diensten op het gebied van social media beheer, website creatie & beheer, content creatie (tekst, beeld, video) & printproducten, het plaatsen van vacatures, en het schrijven van voor zoekmachines (Google) geoptimaliseerde teksten. De ambitie is om dit productportfolio in de toekomst nog verder uit te breiden.

De gemeente Amstelveen plaatst regelmatig advertenties en advertorials in het magazine. In 2017 ging het hierbij om opdrachten ter waarde van € 22.024,42 (inclusief BTW), dat is een paar procent van de omzet. In 2018 gaat het volgens de gemeente tot nu toe om opdrachten ter waarde van ruim dertigduizend euro, inclusief BTW.

²⁶ www.amstelveenz.nl

²⁷ <https://www.facebook.com/Amstelveenz/>

²⁸ <https://twitter.com/amstelveenz>

2.5.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

AmstelveenZ wil in het lokale landschap de herkenbare aanbieder zijn van betrouwbare lokale informatie via gratis kanalen. AmstelveenZ wil het nieuws in Amstelveen op uiteenlopende gebieden (politiek, sport, cultuur, zorg) op een 'positief kritische en onafhankelijke manier' verslaan. Daarbij wordt gestreefd naar kwaliteit, lokale relevantie en herkenbaarheid. AmstelveenZ werkt op dit moment niet samen met andere lokale media-instellingen.

AmstelveenZ heeft ook het verbinden van en netwerken met ondernemers als doel en wil hen helpen om hun doelstellingen te bereiken. Dat geeft het merk een commercieel profiel, maar volgens de directeuren is dit juist een kracht: "goede nieuwsvoorziening moet betaald worden en door deze aanpak kunnen we kwaliteit leveren." De directeuren stellen dat AmstelveenZ een commercieel profiel heeft omdat de organisatie geen subsidiegelden ontvangt en inkomsten moet genereren om journalistiek te kunnen bedrijven. De organisatie is zo ook niet afhankelijk van de gemeente.

Het magazine moet volgens de heer Baker een hoogwaardige uitstraling hebben. Ze streven naar een verhouding van 50% redactionele content en 50% advertenties en advertorials, de balans verschilt daarbij per nummer. In het decembernummer ligt het percentage advertenties in de regel wat hoger, in januari en juli ligt daarentegen het percentage redactionele content in de regel wat hoger. AmstelveenZ wil de formule van het magazine steeds blijven verfrissen en vernieuwen.

Het bereik van de website wil AmstelveenZ verder vergroten. Het streven is om de site verder uit te bouwen tot een digitaal City Portaal waarop alle informatie over lokale bedrijven en voorzieningen gebundeld wordt. Daarbij moet het op termijn mogelijk worden dat ondernemingen en instellingen zelf hun gegevens kunnen aanvullen en bijwerken en dat de redactie van AmstelveenZ deze alleen controleert.

In het wekelijkse redactieoverleg wordt besproken wat wel en niet in het magazine geplaatst wordt, daarbij houden de redactieleden onder andere de spreiding van onderwerpen in de gaten en voorkomen ze dat er te veel over dezelfde personen of ondernemingen geschreven wordt. Om de kwaliteit van beeldmateriaal te garanderen, laat AmstelveenZ de foto's voor het magazine zelf maken. Daarbij wordt gestreefd naar herkenbare beelden die direct duidelijk maken waar een artikel over gaat. In de laatste week voor de deadline wordt alles door de redactie nagelezen om fouten te voorkomen.

Om journalistieke kwaliteit te leveren, bouwt AmstelveenZ voornamelijk op de ervaring van de heer Gerritsen. De heer Gerritsen is zowel aandeelhouder, hoofdredacteur als columnist. AmstelveenZ stelt altijd hoor en wederhoor toe te passen. Bij twijfel over de juistheid van een artikel ziet de redactie af van plaatsing. Alle nieuwsartikelen worden door de vaste redactieleden gemaakt, de advertorials en achtergrondverhalen worden ook door freelancers geschreven.

AmstelveenZ wil een 'positief kritisch' geluid laten horen, stelt wel altijd objectief de feiten weer te geven. Dat betekent dat ze ook negatievere artikelen publiceren over (voormalige) klanten,

de gemeente of politici als hier volgens de redactie aanleiding voor is. De redactie geeft aan dat ze onafhankelijk opereert van de gemeente en lokale politieke partijen en dat adequate verslaglegging voor hen altijd boven commerciële belangen gaat. Er is geen redactiestatuut waarin de richtlijnen hierover vastgelegd zijn. In het magazine wordt geen helder onderscheid gemaakt tussen advertorials en redactionele content. De heer Baker zegt hierover “We gaan ervan uit dat mensen snappen dat een gratis magazine betaald moet worden en dat er dus gesponsorde content in staat”. De advertorials zijn in de inhoudsopgave opgenomen onder het kopje ‘Ondernemers’ en bij het artikel staat de naam van het bedrijf. Er wordt niet vermeld dat het om advertorials gaat en er is geen verschil in opmaak. De directie overweegt om dit onderscheid in de toekomst helderder te maken.

2.5.3 ***Verbindingen met de lokale gemeenschap***

Burgemeester Bas Eenhoorn is een van de vaste columnisten van AmstelveenZ. Hij heeft deze rol overgenomen van de vorige burgemeester die door de directie van AmstelveenZ als columnist was benaderd. De directie geeft aan dat dit was om het magazine in het lokale landschap op de kaart te zetten en meer status te geven.

Aandeelhouder Claudio Mancinelli is tevens voorzitter van de lokale afdeling van de VVD. Van de heer Van Hagen zijn geen politieke nevenfuncties bekend. De directie benadrukt dat beide aandeelhouders niet inhoudelijk betrokken zijn bij het tot stand komen van de content van AmstelveenZ.

De directeuren en redacteuren zijn niet politiek actief. Toch worden het magazine en de website soms geassocieerd met de VVD, volgens de directie waarschijnlijk vanwege de goede banden met het bedrijfsleven of omdat Amstelveen sinds lang (mede) door de VVD bestuurd wordt. Dit stoort de directie, die aangeeft dat AmstelveenZ ernaar streeft om onpartijdig te zijn en om met alle politieke partijen goede banden te onderhouden. De directie geeft aan dat AmstelveenZ tijdens de campagne voor de gemeenteraadsverkiezingen aandacht heeft besteed aan alle deelnemende partijen. Vijf van de tien partijen hebben in die periode tegen marktconforme prijzen advertenties geplaatst in het magazine of op de website. AmstelveenZ organiseert vier keer per jaar een borrel ter promotie van AmstelveenZ waarvoor de fractievoorzitters van alle partijen en het college van burgemeester en wethouders worden uitgenodigd.

De heer Gerritsen coördineert, op persoonlijke titel, elke vrijdagmiddag een borrel waar politici van diverse politieke partijen, ondernemers en diverse mediavertegenwoordigers de week afsluiten.

AmstelveenZ schrijft naar eigen zeggen regelmatig kritisch over de gemeente, bijvoorbeeld artikelen over de vele verbouwingen die in Amstelveen hinder opleveren voor burgers en het verkeer. De heer Gerritsen geeft aan de gemeente Amstelveen professioneel met dat soort kritiek om kan gaan.

Omdat AmstelveenZ inkomsten genereert door middel van advertenties, advertorials en het leveren van diensten aan bedrijven in Amstelveen, heeft AmstelveenZ stevige banden met het lokale bedrijfsleven. Dit blijkt ook uit de eerder beschreven doelstelling: het verbinden van en

netwerken met ondernemers en het helpen van deze ondernemers om hun doelstellingen te bereiken. Deze doelstelling kan op gespannen voet staan met de journalistieke onafhankelijkheid. De directie geeft hierover aan dat bedrijfsnieuws in de lokale context ook vaak nieuwswaarde heeft. In advertorials zijn ze uiteraard niet kritisch op hun opdrachtgevers. In de redactionele ruimte staat het hen echter vrij om kritisch te schrijven over bedrijven. AmstelveenZ is wel voorzichtig met negatieve berichtgeving, omdat de redactie zich ervan bewust is dat een media-instelling lokale ondernemers kan schaden. AmstelveenZ biedt een bedrijf daarom altijd de ruimte om vanuit hun eigen perspectief te reageren.

Sales en redactie zijn vanaf het begin af aan verschillende afdelingen en deze werkzaamheden zijn in principe gescheiden. De heer Baker neemt, als verantwoordelijke voor sales, deel aan het wekelijkse redactieoverleg vanwege afstemming over de advertorials. Zo wordt bijvoorbeeld besproken waar deze in het magazine geplaatst worden en welke thema's hier mooi bij aansluiten.

2.5.4 **Aandachtspunten voor AmstelveenZ**

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we de volgende aandachtspunten voor AmstelveenZ ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid:

- de hoofdredacteur is tevens aandeelhouder;
- de verantwoordelijke voor commercie neemt deel aan het redactieoverleg vanwege afstemming over advertorials;
- er is geen redactiestatuut waarin de journalistieke kwaliteitsnormen en de onafhankelijkheid van de redactie zijn vastgelegd;
- in het magazine wordt geen helder onderscheid gemaakt tussen advertorials en redactionele content.

2.6 **AT5**

2.6.1 **Profiel**

AT5 is onderdeel van de Stichting Publieke Omroep Amsterdam (POA), de lokale publieke omroep in Amsterdam zoals aangewezen door het Commissariaat van de Media. AT5 richt zich op de nieuwsvoorziening in Amsterdam. Dit doet de omroep via de website²⁹, de social media kanalen, televisie en de app. AT5 publiceert dagelijks meerdere artikelen. Via de website en de app bereikte AT5 in 2017 gemiddeld 2 miljoen unieke bezoekers per maand³⁰. Via televisie bereikte AT5 in 2017 gemiddeld 324.000 kijkers per maand. Op Facebook³¹ heeft AT5 171.494 volgers, op Instagram³² 20.700 en op Twitter³³ 543.490 volgers. AT5 maakt zelf geen radio meer, wel draagt het soms bij aan de radio-uitzendingen van NH Media.

²⁹ www.at5.nl

³⁰ Jaarverslag Publieke Omroep Amsterdam 2017

³¹ <https://nl-nl.facebook.com/AT5NL/>

³² <https://www.instagram.com/at5.nl/?hl=nl>

³³ <https://twitter.com/at5>

Hoofdthema's (redactionele pijlers) waar AT5 zich op richt, zijn: Amsterdam woont, Amsterdam leeft, Amsterdam veilig, Amsterdam geniet, Amsterdam innoveert en Amsterdam bijzonder. Op de website worden de berichten gecategoriseerd in nieuws, 112, politiek, gossip, Ajax, tv, gespot, specials, weer en verkeer.

Onder de Stichting Publieke Omroep Amsterdam (POA) vallen naast AT5 de volgende nieuwsmerken: SALTO, FunX en de Concertzender. Daarnaast werkt AT5 nauw samen met NH Media. AT5 vertelt gebruik te maken van de voorzieningen van NH Media. Zo worden alle staffaciliteiten afgenomen bij NH Media en worden medewerkers opgeleid door NH Media. Dit biedt AT5 de ruimte zich enkel te richten op het maken van content. AT5 en NH Media zijn samen gehuisvest.

Als publieke lokale media-instelling heeft AT5 zich te houden aan de hiervoor geldende wetten en regels. Het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO), dat binnen AT5 de mediaraad genoemd wordt, ziet toe op het naleven van de richtlijnen en de ICE-norm. AT5 wordt bestuurd door Paul van Gessel, die eveneens directeur is van NH Media. AT5 had eind 2017 31 medewerkers (26,5 fte) in dienst. Naast deze vaste medewerkers werkte AT5 in 2017 met 58 freelancers en 40 stagiairs.

AT5 wordt voornamelijk gefinancierd vanuit de gemeente Amsterdam. In 2012 heeft een bezuinigingsronde plaatsgevonden, waarbij de gemeente het jaarlijkse subsidiebedrag heeft vastgesteld op 2,8 miljoen euro per jaar³⁰. Dit bedrag is tot stand gekomen na een vaststelling van de ambitie van de gemeente ten aanzien van de lokale nieuwsvoorziening in Amsterdam. In deze periode is AT5, vanwege de bezuinigingen, samengegaan met NH Media. AT5 stelt hierover dat de samenwerking met NH Media jaarlijks circa 2 miljoen euro bespaart. Naast de financiering vanuit de gemeente Amsterdam, verwerft AT5 inkomsten uit advertenties. In verhouding wordt ongeveer 15% van de inkomsten door middel van advertenties/commercie verkregen, en is 85% van de inkomsten afkomstig vanuit de gemeente.

2.6.2 Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging

Als de lokale publieke omroep van Amsterdam richt AT5 zich in haar nieuwsvoorziening en verslaggeving op Amsterdam. Hierbinnen wil het relevante content publiceren voor het publiek dat in Amsterdam geïnteresseerd is. AT5 vertelt zich niet te richten op het verslaan van Amstelveens nieuws en dit ook niet te ambiëren. Wel geeft de lokale omroep aan ervoor te zorgen dat de nieuwsvoorziening geïnteresseerden in Amstelveen bereikt. Als de lokale publieke omroep ambieert AT5 om onafhankelijke en kritische kwaliteitsjournalistiek te maken.

Zoals gesteld werkt AT5 nauw samen met NH Media. Vanuit deze samenwerking neemt AT5 relevante berichten over Amstelveen over van NH Media. Deze samenwerking is wederkerig, NH Media neemt berichten over Amsterdam over van AT5. Naast samenwerking met NH Media werkt de omroep ook samen met andere media, zowel landelijk, regionaal als lokaal.

In de nieuwsvoorziening heeft AT5 een transitie gemaakt richting het gebruik van 'nieuwe media'. AT5 richt zich met name op de onlinekanalen voor het verspreiden van nieuws. Zoals

gesteld draagt zij soms bij aan de radio-uitzendingen van NH media. Ook televisie is een minder grote pijler van de omroep geworden.

Naast het verslaan van nieuws, maakt AT5 samen met partners in aparte (creatieve) projecten speciale edities. De omroep ziet dit als een verdieping van het dagelijkse nieuws. Dit doet AT5 bijvoorbeeld op het thema 'overgewicht onder jongeren' of 'het platform zorg'. De behoefte en interesse van de nieuwsconsument wordt hierbij als uitgangspunt voor de thema's genomen. In deze speciale edities wordt altijd vermeld door welke partijen het mede mogelijk gemaakt is. Op de website van AT5 bestaat niet direct de mogelijkheid voor de lezer om op berichten te reageren. Wel kan de lezer een e-mail sturen. Er bestaat voor lezers geen mogelijkheid zelf content te delen via AT5.

Zoals genoemd stelt AT5 zichzelf ten doel onafhankelijk te opereren en kritische kwaliteitsjournalistiek te maken. AT5 stelt dat het borgen van de journalistieke kwaliteit in het DNA van de omroep zit en volledig in de organisatie is verweven. In het uitvoeren van de journalistieke werkzaamheden staat het borgen van kwaliteit door onder andere het toepassen van hoor en wederhoor en het controleren van feiten voorop. De omroep borgt de onafhankelijkheid onder andere met een redactiestatuut. Ook zijn medewerkers, in het kader van transparantie, verplicht hun nevenactiviteiten door te geven. Zo komt het bijvoorbeeld vaak voor dat verslaggevers als dagvoorzitter optreden. De hoofdredacteur beoordeelt vervolgens of deze nevenactiviteiten snijden met de werkzaamheden. Indien nevenactiviteiten een schijn van belangenverstrengeling (op zowel commercieel als politiek niveau) meebrengen, worden medewerkers niet toegestaan deze uit te voeren.

2.6.3 ***Verbindingen met de lokale gemeenschap***

AT5 is niet in Amstelveen geworteld en richt zich in het verslaan van nieuws niet op Amstelveen. De (enkele) berichten die de omroep publiceert over Amstelveen worden overgenomen van NH Media. Dit maakt dat AT5 als omroep geen verbindingen heeft in de lokale Amstelveense gemeenschap. In Amsterdam heeft de omroep nauwe lokale verbindingen. Zoals gesteld is het medewerkers niet toegestaan politiek actief te zijn in de regio Amsterdam, om de onafhankelijkheid te borgen.

Op commercieel gebied heeft AT5 eveneens nauwe verbindingen. Zoals gesteld gaat de omroep samenwerkingen aan om speciale edities te maken. AT5 stelt dat de onafhankelijkheid ten opzichte van deze commerciële partijen hierbij voorop staat. Bij de publicatie van deze samenwerkingen wordt de melding 'mede mogelijk gemaakt door' opgenomen.

2.6.4 ***Aandachtspunten voor AT5***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, kan geconstateerd worden dat er op het moment geen aandachtspunten zijn voor AT5 ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele afhankelijkheid.

Ten aanzien van de rol van AT5 in het lokale medialandschap van Amstelveen is het een aandachtspunt dat AT5 zich niet richt op berichtgeving over Amstelveen. Daarom heeft AT5

geen redactionele capaciteit voor het verslaan van nieuws en gebeurtenissen in Amstelveen. Wel zorgt de omroep ervoor dat de content Amstelveners bereikt.

2.7 NH Media

2.7.1 *Profiel*

NH Media is uitgever van de mediamerken NH Nieuws, NH Radio, NH Sport en AT5. De eerste drie vallen onder de stichting RTV NH. Deze stichting omschrijft de hoofdlijnen van haar beleidsplan als volgt: “De stichting RTV NH maakt dagelijks informatieve content over belangrijke, in de provincie Noord-Holland levende, maatschappelijke thema’s en onderwerpen. Hiermee willen wij Noord-Hollanders met elkaar verbinden. Onze content delen wij vierentwintig uur per dag, zeven dagen in de week via onze app, online en social media kanalen, tv en radio. NH is niet gericht op het maken van winst.”³⁴

Op de website [nhnieuws.nl](https://www.nhnieuws.nl)³⁵ kan naar artikelen en video’s genavigeerd worden via de kopjes ‘nieuws’, ‘sport’, ‘metropool’. Via iconen is ook direct weers- en verkeersinformatie te vinden. Daarnaast kan content per regio opgevraagd worden of per thema onder de noemers ‘Bouwen woon leef’, ‘Gezonde groene leefomgeving’, ‘Ontdek jouw Noord-Holland’, ‘Schiereiland Noord-Holland’, ‘Metropool in ontwikkeling’ en ‘Nieuwe energie’. Via de site is NH Radio live te beluisteren en is NH televisie live te bekijken. Via het kopje ‘jouw mening’ zijn de uitkomsten van het programma De Peiling terug te vinden en kunnen lezers zich opgeven voor het NH Nieuws panel. Programma’s van radio en televisie zijn ook terug te luisteren/kijken. Alle content wordt ook gedeeld via social media-kanalen en lezers kunnen via een koppeling met de Facebookpagina op berichten reageren. NH televisie en NH Radio zijn uiteraard ook analoog en digitaal via de kabel en ether te beluisteren.³⁶

NH televisie bereikte in 2017 gemiddeld ruim 718.370 kijkers per week. De website bereikte gemiddeld 1.379.309 bezoekers per maand. NH Radio bereikte gemiddeld 200.000 luisteraars per week. Op Facebook³⁷ heeft NH 155.000 volgers, op Twitter³⁸ 144.000, er zijn 26.834 mensen geabonneerd op het YouTube-kanaal³⁹ en 8.201 gebruikers volgen NH op Instagram⁴⁰. NH Media heeft geen inzicht in het bereik in Amstelveen.

NH moet als publieke regionale media-instelling aan alle wetten en regels voldoen die hiervoor gelden⁴¹. NH heeft een Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) en een Raad van Toezicht. Het PBO heet bij NH de Mediaraad omdat ze geen programma’s meer maken maar content die op verschillende manieren gebundeld en verspreid wordt. Volgens chef nieuws Jacky de Vries is bij de samenstelling van de mediaraad gelet op regionale spreiding en zijn alle geledingen van de samenleving vertegenwoordigd.

³⁴ <https://www.nhnieuws.nl/missie-en-visie>

³⁵ www.nhnieuws.nl

³⁶ <https://www.nhnieuws.nl/frequenties>

³⁷ <https://www.facebook.com/NHnieuws>

³⁸ <https://twitter.com/nhnieuws>

³⁹ <https://www.youtube.com/c/nhnieuwsnl>

⁴⁰ <https://www.instagram.com/nhnieuws/>

⁴¹ Zie het rapport ‘Ontwikkelingsscenario’s voor de lokale publieke omroep in Amstelveen’

NH Media staat onder leiding van algemeen directeur Paul van Gessel, heeft in totaal 125 medewerkers in dienst en werkt met 85 freelancers en 53 stagiairs (2017). NH ontvangt als publieke regionale media-instelling structurele subsidie van het Rijk. In 2018 ging het hierbij om een bedrag van € 13.919.158,-. Daarnaast genereert NH Media inkomsten uit reclame- en advertenties. De verhouding tussen subsidie en eigen inkomsten is volgens de heer Van Gessel ongeveer 85% tegenover 15%.

In het rapport 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen', is meer achtergrondinformatie over NH Media opgenomen.

2.7.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

NH streeft ernaar om met zoveel mogelijk landelijke en lokale media-instellingen samen te werken om infrastructuur en materieel efficiënt te gebruiken. Het doel is daarbij om middelen vrij te maken voor verslaggevers zodat er zoveel mogelijk content gemaakt kan worden. Op die manier wil NH Media bijdragen aan goede lokale nieuwsvoorziening, die volgens hen nodig is voor een goed functionerende democratie.

Volgens de bestaande wetgeving mogen regionale en publieke omroepen niet fuseren. Verregaande samenwerkingen zijn wel mogelijk. De huidige constructie waarbij AT5 onder NH Media valt maar wel nog onderdeel is van de stichting Publieke Omroep Amsterdam is hier een voorbeeld van. Ook heeft NH Media in mei 2018 een samenwerkingsovereenkomst gesloten met 6FM en RTI Hilversum. Gezamenlijk maken ze sindsdien content onder de naam NH Gooi.

De heer De Vries is niet bang voor het verminderen van de pluriformiteit van het medialandschap door de nauwe samenwerking met lokale omroepen. In zijn ogen doen deze omroepen al veelal hetzelfde, ze verslaan vaak al dezelfde gebeurtenissen en dat kan dan samen efficiënter. Door het samengaan van regionale en lokale omroepen (waarbij NH Media pleit voor uiteindelijk samensmelten en vernieuwen van het bestel), verwacht NH Media de lokale nieuwsvoorziening te kunnen optimaliseren. De heer De Vries stelt verder dat NH Media de publieke verbindingen opzoekt, waarbij er nog veel spelers voor samenwerking te benaderen zijn (kranten, commerciële organisaties).

NH heeft de ambitie om deze samenwerkingen met lokale partners steeds verder uit te breiden en zou het liefst een onlinekanaal NH Amstelveen maken⁴², in afstemming met RTVA. De heer De Vries geeft aan dat het daarvoor wel belangrijk is om een bepaalde mindset te delen: "Je moet samen een nieuw merk willen maken, een identiteit."

Op dit moment bestaat er al een samenwerkingsovereenkomst met RTVA waarin afspraken gemaakt zijn over de uitwisseling van content. Als onderdeel van deze bestaande samenwerking met RTVA heeft NH Media een parttime verslaggever in Amstelveen gehad. Sinds de start van NH Gooi is deze nu werkzaam in het Gooi.

⁴² Zie voor meer informatie het vierde scenario in het rapport 'Ontwikkelscenario's voor de lokale omroep van Amstelveen' en het door NH geschreven voorstel dat op verzoek van de gemeente Amstelveen als bijlage aan dat rapport is toegevoegd.

NH bericht wel over Amstelveen als berichten ook van belang zijn voor de regio. Daarbij hebben ze contact met RTVA omdat ze soms content overnemen als RTVA ergens al naartoe gaat, anders stuurt NH Nieuws zelf een verslaggever.

NH nieuws streeft ernaar de thema's die echt spelen in de lokale samenleving naar de politiek te brengen. De verslaggevers van NH Nieuws werken niet volgens een vast rooster. De heer De Vries wil hen de ruimte geven om zelf dingen uit te zoeken en nieuws te maken. Daarbij streeft NH naar het maken van verschillende soorten content, enerzijds de 'click-toppers' die nodig zijn voor het bereik, anderzijds items over maatschappelijk problemen en de mogelijke oplossingen voor deze problemen.

De redactie van NH Nieuws borgt de kwaliteit door een continu gesprek te voeren over de uitgangspunten die NH Media hanteert. Er wordt dagelijks geëvalueerd en de KPI's met betrekking tot het bereik worden continu bewaakt. De journalistieke richtlijnen en de redactionele onafhankelijkheid is vastgelegd in het redactiestatuut en in het mediastatuut. NH leidt mensen intern op. Daarbij geeft de heer De Vries aan dat er een continue spanning bestaat tussen kwantiteit en kwaliteit en dat hij vindt dat NH Nieuws kwalitatief nog in ontwikkeling is. Zo wordt nu gewerkt aan het uitrollen van een criteriaformulier voor verslaggevers om inzicht te krijgen in de mate waarin regioverslaggevers kwalitatief goede content maken vanuit het oogpunt van het publiek. Het streven is ook dat er altijd minimaal één verslaggever bezig is met research en de tijd krijgt voor items die niet snel te maken zijn.

NH Media werkt samen met maatschappelijke instellingen en gemeentes en maakt ook branded content. Dat is volgens de heer De Vries geen probleem als maar duidelijk aangegeven wordt dat er sprake is van branded content en als het doel maar duidelijk is, bijvoorbeeld een campagne over roken in publieke ruimten. NH Media zoekt hierbij dan ook met name samenwerkingen met publieke partijen. Hiermee streeft het ook een maatschappelijk doel na: helpen een verantwoorde boodschap beter voor het voetlicht te brengen. Binnen NH Nieuws wordt geen branded content gemaakt en verspreid.

2.7.3 *Verbindingen met de lokale gemeenschap*

NH Media heeft een groot netwerk in Noord-Holland en veel samenwerkingspartners en heeft wel bronnen en contacten in Amstelveen om nieuws op te pikken dat voor hun publiek relevant is. Er zijn geen speciale banden met de lokale politiek of het lokale bedrijfsleven van Amstelveen bekend.

2.7.4 *Aandachtspunten voor NH Media*

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we dat er voor het NH Media op dit moment geen aandachtspunten zijn ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid.

Ten aanzien van de rol van NH Nieuws in het lokale medialandschap van Amstelveen is het een aandachtspunt dat de redactionele capaciteit die beschikbaar is voor Amstelveen ondergebracht

is bij de verslaggevers die over de regio Haarlemmermeer verslaan. Daarbij geeft NH Media aan dat het de ambitie heeft om, in samenwerking met andere partijen, een grotere bijdrage in het verslaan van nieuws en gebeurtenissen in Amstelveen te leveren.

2.8 Het Parool

2.8.1 *Profiel*

Het Parool is opgericht in 1941 en profileert zich als een Amsterdamse krant. Zij brengt het nieuws uit, over en rond de regio Amsterdam. Vanuit het perspectief van de hoofdstad verslaat de krant ook het nationale en internationale nieuws⁴³.

Het Parool wordt op maandag t/m zaterdag uitgebracht met een oplage van 41.571 (2017). De krant wordt 's middags bezorgd bij abonnees (in papieren op de mat of digitaal) en is te koop bij verkooppunten. Op de website⁴⁴ en via de app wordt het meest actuele nieuws gedeeld. Naast het algemene nieuws categoriseert de website artikelen onder Amsterdam, opinie en de stadgids. De Amsterdamse cultuuragenda, tips en recensies over het uitgaan, culinair genieten en cultuur zijn wat Het Parool naar eigen zeggen uniek maakt⁴³.

Het Parool is meermaals dagelijks actief op Twitter⁴⁵ met 341.802 volgers, op Facebook⁴⁶ met 98.137 volgers en is dagelijks actief op Instagram⁴⁷ met 16.400 volgers. In totaal wordt zo een cross mediaal bereik van 347.000 mensen in Amsterdam en omgeving⁴⁸ gerealiseerd. Over het bereik in Amstelveen zijn geen cijfers bekend.

Op de website van Het Parool bestaat voor lezers geen mogelijkheid om direct op artikelen te reageren. Via Whatsapp, e-mail, Twitter en Facebook is Het Parool wel bereikbaar voor reacties en tips.

Het Parool is een van de 25 merken van de Persgroep Nederland BV en daarmee een commerciële instelling. Het Parool verwerft inkomsten uit abonnementen en advertenties en ontvangt geen structurele subsidie. In uitzonderlijke gevallen wordt gebruikgemaakt van projectsubsidies voor journalistieke projecten.

Ronald Ockhuysen is de hoofdredacteur van Het Parool en geeft leiding aan 24 verslaggevers. Deze richten zich allemaal op een specifieke portefeuille, zoals kunst, de Stopera (twee verslaggevers) of misdaad (twee verslaggevers). Alle namen van medewerkers staan op de website van de krant vermeld⁴⁹.

⁴³ <https://www.krant.nl/abonnement/hp/index.html>

⁴⁴ www.parool.nl

⁴⁵ <https://twitter.com/Parool>

⁴⁶ <https://www.facebook.com/paroolnl>

⁴⁷ <https://www.instagram.com/hetparool/>

⁴⁸ <https://www.persgroep.nl/merk/het-parool>

⁴⁹ <https://www.parool.nl/kunst-en-media/colofon~a4233121/>

2.8.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

Het Parool is een Amsterdamse krant met een Amsterdamse blik. Daarbij geeft Het Parool aan wel verder te kijken dan Amsterdam, naar landelijke en regionale ontwikkelingen die ook voor Amsterdam relevant zijn.

Het Parool heeft geen structurele redactionele aandacht voor Amstelveen en ook geen ambitie met betrekking tot het verslaan van nieuws over Amstelveen. De redactie heeft wel bronnen in Amstelveen. Indien er via deze bronnen nieuws binnenkomt dat de redactie wil verslaan, wordt er een verslaggever op gezet. Dat doen ze bij nieuws dat ook Amsterdam raakt of als het een onderwerp is dat de lezers van Het Parool interesseert. Zo versloeg Het Parool, vanwege de nieuwswaarde over de recente brand in de Urbanuskerk⁵⁰ en, vanwege de herkenbaarheid van het vraagstuk voor Amsterdam, over het beleid ten aanzien van Airbnb in Amstelveen⁵¹. Het Parool werkt niet samen met en neemt geen berichten over van andere media in Amstelveen.

Het Parool profileert zich als een kwaliteitskrant en stelt te werken conform de richtlijnen voor onafhankelijke en kritische journalistiek. Zo heeft Het Parool een redactiestatuut en geeft Het parool aan feiten altijd te controleren en hoor en wederhoor toe te passen.

Het Parool is kortgeleden gestopt met het plaatsen van advertorials en betaalde bijlagen, omdat dit verwarring opleverde. Het onderscheid tussen advertenties en redactionele content is op deze manier altijd helder.

2.8.3 ***Verbindingen met de lokale gemeenschap***

Het Parool heeft nauwe contacten met de Amsterdamse politiek. Omdat Amstelveense en Amsterdamse politici elkaar vaak kennen en netwerken delen, krijgt Het Parool via deze contacten ook informatie over de Amstelveense politiek binnen.

Het Parool controleert of verslaggevers nevenfuncties in de (lokale) gemeenschap vervullen die strijdig zijn met de richtlijnen van de krant met betrekking tot journalistieke onafhankelijkheid. Verslaggevers mogen bijvoorbeeld niet actief zijn in een politieke partij.

Er zijn geen andere commerciële of politieke banden met betrekking tot Amstelveen bekend.

2.8.4 ***Aandachtspunten voor Het Parool***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, kan geconstateerd worden dat er op het moment geen aandachtspunten zijn voor Het Parool ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele afhankelijkheid.

Ten aanzien van de rol van Het Parool in het lokale medialandschap van Amstelveen is het een aandachtspunt dat Het Parool zich niet richt op berichtgeving over Amstelveen. Daarom heeft Het Parool geen structurele redactionele capaciteit voor het verslaan van nieuws en gebeurtenissen in Amstelveen.

⁵⁰ <https://www.parool.nl/amsterdam/zeer-grote-brand-in-kerk-amstelveen~a4604562/>

⁵¹ <https://www.parool.nl/amsterdam/amstelveen-legt-airbnb-aan-banden-met-30-dagenregel~a4545403/>

2.9 RTVA

2.9.1 *Profiel*

RTVA is de lokale publieke omroep van Amstelveen, zoals aangewezen door het Commissariaat van de Media. RTVA concentreert zich op het brengen van lokaal en dagelijks nieuws over 'wat er gebeurt in Amstelveen'. Dit doet RTVA via de televisie, radio, website en sociale media (Facebook, Instagram, Twitter en YouTube). RTVA streeft ernaar programma's aan te bieden die aantoonbaar interessant zijn voor verschillende doelgroepen, waaronder (organisaties) voor ouderen, jongeren, sportadepten, cultuur- en natuurliefhebbers, politiek geïnteresseerden en ondernemers. Ook worden er op de website columns gepubliceerd.

De televisie en radio zenden 24/7 uit. De website⁵² bereikt gemiddeld ruim 30.000 bezoekers per maand, hierop worden dagelijks meerdere berichten geplaatst. De Facebookpagina⁵³ van RTVA heeft 5.404 volgers. Hierop worden dagelijks artikelen gedeeld. De Twitter-feed⁵⁴ heeft 2.030 volgers en hierop worden een paar berichten per maand gedeeld. Via het YouTube-kanaal⁵⁵ wordt een paar video's per week gedeeld en dit kanaal heeft 1.508 abonnees. Op Instagram⁵⁶ is RTVA momenteel niet meer actief.

Stichting RTV Amstelveen is opgericht in 2004. De huidige uitzendlicentie loopt tot 24 augustus 2019. RTVA wordt bestuurd door vier bestuursleden: Henk Bleekemolen, Hans Steenvoorden, Dirk Landsaat en Harmen Spreen. Het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) toetst op naleving van voorschriften (zoals de ICE-norm over het aandeel Informatie, Cultuur en Educatie in de programmering).

RTVA profileert zich naast publieke omroep als een leerwerkbedrijf voor studenten en vrijwilligers. Op het moment van schrijven van voorliggend rapport werken er twee betaalde professionele (deeltijd) krachten (1,4 fte) bij RTVA. Zij werken samen met gemiddeld vijf studenten per jaar en een groep vrijwilligers. Het bestuur stelt dat de positie van hoofdredacteur wegens ontoereikende middelen vacant is. De (bezoldigde) eindredacteur en het (tijdelijk bezoldigde) hoofd productie en techniek en diens assistent zijn verantwoordelijk voor de content en begeleiding van vrijwilligers en stagiair. De radioactiviteiten vallen ook onder de eindredacteur.

RTVA wordt ondersteund door een steungroep, bestaande uit leden vanuit verschillende sectoren in de Amstelveense samenleving die een breed draagvlak voor het voortbestaan van RTVA willen creëren bij politiek, bedrijfsleven en organisaties.

RTVA ontvangt, vanuit haar aanstelling als publieke lokale omroep, een jaarlijkse bijdrage vanuit de gemeente. In 2018 is dit bedrag vastgesteld op € 84.584,-. Hiernaast heeft RTVA in 2018 reeds een extra ondersteuning van € 45.700,- ontvangen vanuit de gemeente om het

⁵² www.rtva.nl

⁵³ <https://www.facebook.com/RTVAmstelveen/>

⁵⁴ <https://twitter.com/rtvamstelveen>

⁵⁵ https://www.youtube.com/channel/UC4dDBMiTs_OmUN0ypfoJiCQ

⁵⁶ <https://www.instagram.com/rtva/>

voortbestaan van de omroep te kunnen borgen. Het bestuur geeft aan deze extra financiering ingezet te hebben om onder meer tijdelijk een extra (bezoldigde) professional aan te trekken. RTVA bekostigt een deel van haar activiteiten door middel van barteringsovereenkomsten (bijvoorbeeld schoonmaak en gebruik bedrijfsauto in ruil voor reclame). Naast deze tegenprestaties voor de barteringsovereenkomsten zijn de andere commerciële activiteiten zeer beperkt.

In het rapport 'Ontwikkelscenario's voor de publieke lokale omroep Amstelveen', is meer achtergrondinformatie over RTVA opgenomen.

2.9.2 ***Ambitie, werkwijze en interne kwaliteitsborging***

De missie van RTVA is de publieke lokale omroep te zijn die multimediaal, naar behoefte van bewoners, organisaties en bedrijven in verbinding met 'de adem van de stad' voorziet in de plaatselijke nieuws- en informatievoorziening. RTVA hanteert het motto 'internet first'. De website fungeert als basis en alle content wordt als eerste hierop geplaatst. Door de recente aanschaf van apparatuur stelt RTVA efficiënter 'live' te kunnen gaan (ook op tv).

Bij RTVA staat de urgentie van het nieuws voorop. Momenteel beslissen de eindredacteur en het hoofd productie en techniek (in verband met het vacant zijn van de positie van hoofdredacteur) welk nieuws prioriteit heeft en welke verslaggever op welk item wordt ingezet. Uitgangspunt is hierbij om de lokale binding te behouden en dicht op het lokale nieuws te opereren. Dit omdat RTVA er van overtuigd is dat het juist in de huidige samenleving en tijdsgeest nodig is om lokaal en flexibel te opereren. Een snel productieproces is hiervoor van belang en daarom heeft RTVA geïnvesteerd in techniek die het mogelijk maakt om 'live te gaan'. Dat betekent dat er op locatie een videostream opgenomen wordt (via een mobiele telefoon of camera) die direct in de regiekamer binnenkomt en snel bewerkt en/of direct uitgezonden kan worden.

RTVA geeft aan in een kritischere weergave van de raadsvergaderingen te willen voorzien, waarbij rondom de raadsvergadering zelf, aan college- en raadsleden (en aanwezig publiek) vragen gesteld worden over behandelde thema's. Hiermee wenst zij de huidige live-uitzending levendiger te maken. Omdat dit deskundigheid vraagt, ziet RTVA krachtenbundeling met (een) lokale samenwerkingspartner(s) hierin als mogelijkheid. Daarnaast is RTVA, mede ter voorbereiding op het mediadebat en de politieke besluitvorming, inmiddels gestart met het voeren van gesprekken over vormen van krachtenbundeling en samenwerking met mediacollega's in Amstelveen. RTVA wil zo zicht bieden op een stevig gefundeerde publieke omroep(koepel) voor Amstelveen en omstreken⁵⁷. RTVA heeft ook een samenwerkingsovereenkomst met NH Nieuws, die zich momenteel beperkt tot het delen van items/berichten.

Zoals gesteld streeft RTVA naar kritische journalistiek. RTVA stelt ook dat er geen concessies worden gedaan op het vlak van inhoudelijke kwaliteit en dat hoofd- en/of eindredactie altijd een laatste controle doet voor berichten gepubliceerd worden. Enkel bij '112-tjes' in het weekend kan het gebeuren dat de eindredactie een bericht niet voor publicatie ziet. Gesteld wordt dat

⁵⁷ 'RTVA in verbinding met de adem van de stad': de stand van zaken september 2018, RTVA

hoor en wederhoor altijd wordt toegepast en dat feiten gecontroleerd worden. Daarnaast stelt RTVA twee partijen die tegenover elkaar staan evenveel spreektijd te geven.

Ten aanzien van de kwaliteit van beeld- en geluidsmateriaal geeft RTVA aan dat het soms wel nodig is om wat compromissen te sluiten. Het bestuur stelt hierover dat het met de bestaande techniek (en financiële middelen) vaak passen en meten is om te kunnen produceren. De redactie geeft aan dat het meestal lukt om van kwalitatief minder goed materiaal door middel van montage acceptabele items maken.

Daarnaast ambieert RTVA als lokale publieke omroep onafhankelijk te opereren. De redactionele onafhankelijkheid is vastgelegd in een redactiestatuut. De redactie stelt dat het bestuur ook in de dagelijkse praktijk geen inspraak heeft in de berichtgeving en op de redactie 'geweerd' wordt. Andersom geeft het bestuur aan dat zij bij verzoeken voor het schrijven van berichten doorverwijzen naar de redactie.

In verband met een gebrek aan capaciteit vervult de secretaris van het bestuur op het moment ook de rol van officemanager en is hij in deze rol verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding van de organisatie. Hierover wordt gesteld dat dit bestuurslid organisatorische taken op zich neemt en zich, om de onafhankelijkheid te borgen, niet met de redactionele content bezig houdt. Het bestuur geeft aan dat deze rolinvulling niet conform de ambitie van de omroep is en wil hiervoor een bezoldigde professional in dienst kunnen nemen.

Het PBO vergadert vier keer per jaar, waarbij het zich door de hoofdredacteur (maar desgewenst ook door het bestuur) laat informeren over de voortgang. Er wordt ook getoetst of voldaan wordt aan de zogeheten ICE-norm. Het PBO verzorgt een eigen rapportage, en legt verantwoording af aan het Commissariaat van de Media.

2.9.3 ***Verbinding met de lokale gemeenschap***

RTVA heeft een groot netwerk in Amstelveen en onderhoudt contacten met lokale maatschappelijke instellingen, bedrijven en de politiek. Bestuurslid de heer Bleekemolen is tevens vicevoorzitter van de lokale PvdA. Het bestuur beschouwt zichzelf niet als een politiek (gekleurd) gremium, maar is zich ervan bewust dat deze politieke verbinding gevoelig ligt. De heer Bleekemolen heeft om deze reden aangegeven dat hij per 1 januari 2019 uit het bestuur gaat.

Het bestuur stelt dat het in de lokale context lastig is om bestuursleden zonder politieke banden te vinden en wil deze banden dan ook niet uitsluiten, maar aansturen op bestuursleden met een diversiteit aan (politieke en inhoudelijke) achtergronden om de onafhankelijkheid te borgen. Het bestuur benadrukt een evenwichtige samenstelling van het bestuur te willen borgen en dat zij het belangrijk vindt dat er naast bestuurlijke ervaring ook kennis van zaken op het gebied van media in het bestuur geborgd is. Hiertoe voert het momenteel verkennende gesprekken.

RTVA heeft door verbindingen in het Amstelveense eveneens goede banden met het lokale bedrijfsleven. Naast de barteringsovereenkomst produceert RTVA op dit moment geen

commercials voor andere partijen. In de berichtgeving van RTVA worden geen reclame-uitingen opgenomen.

2.9.4 ***Aandachtspunten voor RTVA***

Ten aanzien van het in hoofdstuk 1 beschreven kader, constateren we de volgende aandachtspunten voor RTVA ten aanzien van de (borging van) journalistieke kwaliteit en de (borging van) redactionele onafhankelijkheid:

- één bestuurslid heeft politieke (neven)functies;
- één bestuurslid speelt een actieve rol in de dagelijkse bedrijfsvoering. Gesteld wordt dat dit noodzakelijk is in verband met beperkte (financiële) middelen;
- de professionele redactionele capaciteit is beperkt, hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk.

3. **OVERZICHT VAN HET MEDIALANDSCHAP**

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste kenmerken van alle onderzochte media-instellingen op een overzichtelijke wijze in tabellen gepresenteerd. Zo ontstaat een beeld van de verschillen en overeenkomsten tussen de media-instellingen en van de mate van pluriformiteit van het lokale medialandschap van Amstelveen.

	Amstelland Sport			Amstelveenblog.nl	Amstelveens Nieuwsblad			Amstelveenweb.com		AmstelveenZ		
Inhoud	Sport- en sportgerelateerd nieuws en een sportagenda. Voorwoord en columns raken ook aan lokale maatschappelijke onderwerpen			Lokaal nieuws en columns met een focus op de lokale politiek	Lokaal nieuws met als hoofdthema's nieuws en politiek, sport, cultuur en zakelijk			Geschiedenis en ontstaan van Amstelveen inclusief veel beeldmateriaal en informatie over Amstelveen nu. Aangevuld met lokaal en landelijk nieuws		Lokaal nieuws (o.a. politiek, sport, cultuur, zorg en verkeer), lifestyle, zakelijk nieuws, informatie over winkels en voorzieningen		
Kanalen	Huis-aan-huiskrant	Website	Social Media	Website	Huis-aan-huis-krant	Web-site	Social Media	Website	Social Media	Huis-aan-huis magazine	Website	Social Media
Frequentie	Maandelijks	Regelmatig	Regelmatig	Dagelijks	Weke-lijks	Dagelijks	Soms	Dagelijks	Dagelijks	9-10 x per jaar	Dagelijks	Dagelijks
Oplage/bezoekers/volgers	40.000	Niet bekend	183 volgers	Een paar honderd per dag	42.7k	Circa 15k per maand	27 volgers	140.000 per maand	1801 volgers	50.000	180.000 per maand	15.190 volgers
Redactioneel/commercieel	50/50	-	-	-	45/55	-	-	-	-	50/50	-	-
Ambitie en werkwijze	Sport in Amstelveen eigen podium bieden, promoten en stimuleren. Verdere groei website. Doorgroeien sportkrant tot vaste factor lokale landschap. Later tot huis-aan-huiskrant met nieuwsgedeelte: Amstelland Nieuws, met daarin Amstelland Sport als katern. Krant wordt gemaakt door hoofdredacteur en vast team van zzp-redacteurs. Ze controleren elkaars werk en letten daarbij op spelling, stijl, kwaliteit foto's, lengte, diversiteit artikelen			Doorgaan met het kritisch volgen van lokale politiek en ontwikkelingen in Amstelveen. Op de agenda zetten waar de burger zich druk om maakt. Hoofdredacteur schrijft en controleert alles zelf. Hij ambieert te werken conform richtlijnen onafhankelijke en kritische journalist	Streven is nieuws brengen dat sociaal relevant is, vanuit belang van de consument. Website en aantal bezoekers uitbreiden. Betaalde lokale redacteur stuurt freelancers aan en kiest wat geplaatst wordt. Wekelijks redactieoverleg en drie keer per jaar evaluatie			Nog meer lokale gebeurtenissen vastleggen en verslaan, investeren in goed materieel. De redactie streeft naar objectieve berichtgeving, lezen na en halen 'de scherpe kantjes eraf'		Nieuws op een 'positief kritische en onafhankelijke manier verslaan'. Willen bereik website laten groeien en deze ontwikkelen tot digitaal City Portal voor Amstelveen. Uitbreiden van het productportfolio. Hoofdredacteur stuurt redacteur magazine en website aan. Wekelijks redactieoverleg. Dagelijks nieuws maakt de redactie altijd zelf, advertorials ook door ZZP-ers. Bij twijfel over een artikel plaatsen ze het niet		

	Amstelland Sport	Amstelveenblog.nl	Amstelveens Nieuwsblad	Amstelveenweb.com	AmstelveenZ
Entiteit	Amstelland Consultancy BV	Geen formele entiteit	BDUmedia BV	Stichting Amstelveenweb	Media Discovery BV
Commerciële instelling?	Ja	Nee	Ja	Nee	Ja
Publieke media-instelling?	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Redactie-statuu?	Nee, redactie onderschrijft statuut NVJ	Nee	Ja	Nee	Nee
Financiële stromen met gemeente	In 2018 drie interviews met lokale sporthelden ter waarde van € 3.448,50. Cijfers over 2017 zijn niet bekend.	Geen	Advertenties en gemeenteberichten ter waarde van € 67.139,- (2017)	Ontvangen € 5.000,- subsidie per jaar. Voor volgend jaar is € 7.500,- aangevraagd	Advertenties en advertorials ter waarde van ruim € 22.024,- in 2017. In 2018 tot op heden ruim € 30.000,-
Verbindingen met de lokale gemeenschap	Hoofredacteur is medeoprichter AVA en beoogd raadslid, heeft een groot informeel netwerk met (sport)bedrijven en verenigingen	Hoofredacteur ontvangt informatie van lokale politici en heeft groot informeel netwerk, hoort in kroegen en wijkcentra wat er speelt	Redacteur woont in Amstelveen en is niet politiek actief. A'Veens Nieuwsblad heeft veel contacten met groep regelmatige adverteerders. Gemeente is belangrijke adverteerder	Redactieleden zijn niet politiek actief, hebben een groot informeel netwerk en warme contacten met lokale politici en ambtenaren	(Hoofd)redactieleden zijn niet politiek actief. Eén van de vier aandeelhouders is voorzitter lokale VVD. AmstelveenZ heeft een groot netwerk en onderhoudt contacten met lokale bedrijfsleven en politici. Burgemeester is vaste columnist in magazine
Aandachtspunten ten aanzien van kader	De hoofredacteur is voor eigen risico tevens uitgever en verantwoordelijk voor alle inkomsten en uitgaven. De hoofredacteur heeft politieke (neven)functies. De hoofredacteur doet ook de verkoop van advertenties. Er is geen eigen redactiestatuut. Amstelland Sport geeft aan dat de redactie wel het statuut van de NVJ onderschrijft	Er is geen redactiestatuut. De redactie bestaat uit één persoon. Hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk	Geen	Er is geen redactiestatuut. De redactie is beperkt in omvang. Hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk. De redactieleden zitten ook in het bestuur van de stichting	De hoofredacteur is tevens aandeelhouder. De verantwoordelijke voor commercie neemt deel aan het redactieoverleg vanwege afstemming over advertorials. Er is geen redactiestatuut. In het magazine wordt geen helder onderscheid gemaakt tussen advertorials en redactionele content

	AT5			NH Media				Het Parool			RTVA			
Inhoud	Nieuwsvoorziening in Amsterdam, gericht op pijlers Amsterdam 'woont', 'leeft', 'veilig', 'geniet', 'innoveert', 'bijzonder'. Geen eigen content over Amstelveen			Regionaal nieuws en informatieve content over maatschappelijke thema's en onderwerpen die in Noord-Holland spelen				Amsterdams nieuws en de ontwikkelingen die voor Amsterdam relevant zijn. Maken en plaatsen alleen berichten over Amstelveen als die voor de Amsterdamse lezers relevant zijn			RTVA concentreert zich op het brengen van lokaal en dagelijks nieuws over 'wat er gebeurt in Amstelveen'			
Kanalen	Tv	Web-site	Social Media	Tv	Web-site	Social Media	Radio	Dagblad	Website	Social Media	Tv	Website	Social Media	Radio
Frequentie	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks	Dagelijks
Oplage/bezoekers/volgers	324.000 per maand	2 milj. per maand	735.684 volgers	718.370 per week	1,3 milj. per maand	334.035 volgers	200.000 per week	41.571 (2017)	2-3 milj. per maand	456.339 volgers	Niet bekend	Ruim 30.000 per maand	8942 volgers	Niet bekend
Redactioneel/commercieel	-	-	-	-	-	-	-	Niet bekend	-	-	-	-	-	-
Ambitie en werkwijze	Geen ambities met betrekking tot Amstelveen. Berichten over Amstelveen die ze wel plaatsen zijn overgenomen van NH Nieuws. AT5 richt zich met name op onlinekanalen. AT5 deelt gebouw en infrastructuur met NH Media. Werken volgens journalistieke basisprincipes en ambiëren onafhankelijke en kritische berichtgeving. AT5 zorgt dat de content in Amstelveen bekeken kan worden			Focus op de lokale samenleving. Ze willen thema's uit de samenleving naar de politiek brengen en Noord-Hollanders met elkaar verbinden. NH streeft naar zoveel mogelijk samenwerking om efficiënt te werken en zo meer en betere content te maken. Streeft ook naar online kanaal NH Amstelveen in afstemming met RTVA, nu ook samenwerkingsovereenkomst om content uit te wisselen. Verslaggevers gaan er zelf op uit en gaan werken met criteriaformulier om inhoudelijke spreiding te borgen. Er wordt dagelijks geëvalueerd en KPI's over bereik worden continu bewaakt. Streven is altijd een verslaggever vrijhouden voor research				Geen ambities met betrekking tot Amstelveen. Geen structurele redactionele capaciteit voor A'veen. Profileert zichzelf als kwaliteitskrant en stelt te werken conform richtlijnen voor onafhankelijke en kritische journalistiek. Het Parool maakt geen advertorials meer, vond dat te onduidelijk voor lezers			RTVA hanteert principe 'internet first' en wil nieuws en informatie maken in verbinding met 'de adem van de stad'. Streeft naar kritische en onafhankelijke journalistiek. Willen lokale binding behouden en dicht op nieuws opereren en hebben geïnvesteerd in 'live gaan'. Willen levendiger programma met kritische weergave van raadsvergaderingen realiseren. Streven naar krachtenbundeling met lokale collega's voor stevige publieke omroep(koepel). Leerwerkbedrijf met inzet van stagiaires en vrijwilligers. Op dit moment is de functie van hoofdredacteur niet ingevuld. Eindredacteur en hoofd productie stellen dat het lukt om geen compromissen te doen op inhoud, ondanks krappe bezetting			

	AT5	NH Media	Het Parool	RTVA
Entiteit	Stichting Publieke Omroep Amsterdam	Stichting RTV NH	De Persgroep NV	Stichting RTVA
Commerciële instelling?	Nee	Nee	Ja	Nee
Publieke media-instelling?	Ja	Ja	Nee	Ja
Redactie-statuu?	Ja	Ja	Ja	Ja
Financiële stromen met gemeente	Geen	Geen	Geen	Subsidie van € 84.584 (2018), aangevuld met € 45.700,- om voortbestaan te borgen
Verbindingen met de lokale gemeenschap	AT5 is niet in Amstelveen geworteld en richt zich niet op Amstelveen, daarom geen groot netwerk in A'veen. Medewerkers mogen niet politiek actief zijn in regio Amsterdam	NH Media heeft een groot netwerk en veel samenwerkingspartners. Ook een netwerk van bronnen en contacten in Amstelveen. Verder geen speciale banden met politiek of lokale bedrijfsleven A'veen bekend. Verslaggevers mogen niet politiek actief zijn	Verslaggevers hebben contacten in Amstelveen, ook bij gemeente en lokale politici. Verslaggevers moeten alle nevenfuncties melden en mogen niet politiek actief zijn	De eindredacteur en het hoofd productie hebben voor zover bekend geen politieke of commerciële belangen. RTVA heeft een groot netwerk met contacten in lokale politiek en een steungroep. RTVA heeft barteringsovereenkomsten met lokale bedrijven
Aandachtspunten ten aanzien van kader	Geen	Geen	Geen	Eén bestuurslid heeft politieke (neven)functies. Eén bestuurslid speelt een actieve rol in de dagelijkse bedrijfsvoering. Gesteld wordt dat dit noodzakelijk is in verband met beperkte (financiële) middelen. De professionele redactionele capaciteit is beperkt, hierdoor is de borging van de kwaliteit van de content beperkt mogelijk

BIJLAGE I DOEL- EN VRAAGSTELLING ONDERZOEK

Inhoudelijke doel- en vraagstelling	
Doelen	Het door middel van een brede analyse inzicht verschaffen in het medialandschap in Amstelveen. Daarbij moet primair de mate van onafhankelijkheid van de lokale media inzichtelijk worden gemaakt. Daarnaast moet het onderzoek inzicht geven in de mate van pluriformiteit van het medialandschap van Amstelveen. De uitkomst van dit onderzoek dient als input voor het mediadebat dat in het najaar van 2018 door de Amstelveense gemeenteraad gevoerd zal worden
Vraagstelling	1. Geef inzicht in het lokale medialandschap van Amstelveen door van een selectie van toonaangevende media-instellingen een profiel op te stellen met informatie over: a. Hoofdpijnen van de inhoud en doelgroep b. Organisatievorm c. Financiering d. Mate waarin aan de beginselen voor kwaliteitsjournalistiek wordt voldaan e. Mate van onafhankelijkheid (opereert de instelling vrij van politieke en/of commerciële invloeden) 2. Analyseer de profielen in samenhang en benoem de opvallende punten en onderlinge verschillen van deze media-instellingen ten opzichte van elkaar met betrekking tot deze kenmerken

BIJLAGE II OVERZICHT GESPREKSPARTNERS

Organisatie	Naam	Functie
Amstelland Sport	Michel Becker	Uitgever en hoofdredacteur
Amstelveenblog.nl	Johan Th. Bos	Oprichter en redacteur
Amstelveens Nieuwsblad	Robert van Ginhoven Ton Dijkstra	Uitgever Content regisseur en content manager
Amstelveenweb	Stefan Tóth José Tóth - Van den Berg	Oprichter, bestuurslid en redacteur Oprichter, bestuurslid en redacteur
AmstelveenZ	André Gerritsen Kieran Baker	Oprichter en redactioneel directeur Oprichter en commercieel directeur
AT5	Paul van Gessel	Directeur
NH Media	Jacky de Vries	Chef nieuws
Het Parool	Vincent Smits	Chef verslaggeverij
RTVA	Henk Bleekemolen Dirk Landsaat Harmen Spreen Hans Steenvoorden Renz Straatman	Bestuurslid - voorzitter Bestuurslid - secretaris Bestuurslid - penningmeester Bestuurslid Hoofd productie en techniek