

Het journalistieke landschap in de gemeente Aalten

Een onderzoek naar Aaltense print- en onlinemedia

M.F.E. (Muriel) Wassink

S1587749

MA Journalistiek en Nieuwe Media 2018-2019

30 september 2019

Universiteit Leiden

Begeleider: Prof. dr. J.C. de Jong

Tweede lezer: Dr. J.P. Burger



**Universiteit
Leiden**



Inhoudsopgave

Voorwoord	
Samenvatting	
1 Inleiding	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Onderzoeksvraag	8
1.3 Aanpak	9
2 Literatuurstudie	10
2.1 Ontwikkelingen in de print- en onlinemedia op landelijk en lokaal niveau	10
2.1.1 Opkomst van nieuwe spelers in het medialandschap	10
2.1.2 Dalende oplagen print en groei in digitale versie	11
2.1.3 Verschuiving in de advertentiemarkt	12
2.2 Functies van de journalistiek op landelijk en lokaal niveau	13
2.2.1 Informeren	13
2.2.2 Controleren	14
2.2.3 Binden	15
2.3 Scenario's voor versterking van de lokale journalistiek	17
2.3.1 Journalistiekfondsen	17
2.3.2 Scholing	18
2.3.3 Samenwerkingsverbanden	18
2.3.4 Betalen voor lokale media	19
2.4 Rol voor de overheid?	20
2.4.1 Nederland	20
2.4.3 Het BBC-model	21
3 Methode	22
3.1 Inleiding	22
3.2 Verantwoording methode	22
3.2.1 Samenstelling print- en onlinemedia gemeente Aalten	23
3.2.2 Topiclijst	23
3.3 Geïnterviewden	25
3.4 Methode verwerking interviewresultaten	25
4 Resultaten	27
4.1 Demografische gegevens	27
4.2 Overzicht print- en onlinemedia	29
4.2.1. Regionale krant	29
4.2.2. Huis-aan-huisbladen	29
4.2.3. Hyperlocal	32
4.3 Resultaten uit de interviews: typerend voor het Aaltens medialandschap	32
4.3.1. Aalten vs. Dinxperlo	32
4.3.2. Onderwerpen	34

5 Resultaten uit de interviews: De staat van de print- en onlinemedia in de gemeente Aaltens	35
5.1 Kwantiteit	35
5.1.1. Verschraling journalisten en vrijwilligers	35
5.1.2. Teruglopende advertentie-inkomsten	37
5.1.3. Daling oplagen printmedia	38
5.1.4. Opkomst sociale media en hyperlocals	40
5.1.5. Verschraling bezorgers printmedia	42
5.2 Kwaliteit	43
5.2.1. Informeren, controleren en binden	43
5.2.2. Bediening groepen	48
5.2.3. Kwaliteit binnen de print- en onlinemedia	49
6 Resultaten uit de interviews: de behoefte aan-, de vorm van- en de financiering van versterking	53
6.1 Behoeft aan versterking in het print- en onlinemediaalandschap	53
6.1.1. Behoeft aan interesse voor lokale journalistiek	53
6.1.2. Behoeft aan menskracht	53
6.1.3. Behoeft aan controleren	54
6.1.4. Behoeft aan verduidelijking	55
6.2 De vorm van versterking	55
6.2.1. Journalistiekfonds	55
6.2.2. Samenwerkingsverbanden	57
6.2.3. Scholing	58
6.2.4. Betalen voor lokale journalistiek	59
6.2.5. Overige scenario's	66
6.3 Wie moet het geld beheren voor lokale journalistiek?	62
7 Conclusie en discussie	64
7.1 De huidige staat van de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten	64
7.1.1. Conclusie	64
7.1.2. Discussie	65
7.2 Scenario's om kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen	69
7.2.1. Conclusie	69
7.2.2. Discussie	71
8 Aanbevelingen	75
8.1 Journalistiekfonds in de regio Achterhoek/provincie Gelderland	75
8.2 Verhogen betaling gemeenteadvertenties	75
8.3 Stimuleer samenwerking	76
Literatuur	78
Bijlage 1: Lijst van geïnterviewde personen	82

Voorwoord

Na 5 maanden van intensief onderzoek doen presenteer ik u het onderzoek: *Het journalistieke landschap in de gemeente Aalten: een onderzoek naar de Aaltense print- en onlinemedia*. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Joop Wikkerink, verantwoordelijk wethouder van onder andere de regionale en lokale media in de gemeente Aalten. Mijn studiegenoot Leonie Peddemors heeft het aanpalende onderzoek naar de Aaltense radio- en televisieomroepen uitgevoerd. Deze scriptie is tevens geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de masteropleiding Journalistiek en Nieuwe Media aan de Universiteit Leiden.

Onze begeleider prof. Dr. J.C. de Jong heeft ons van begin tot eind bijgestaan in onze zoektocht naar de antwoorden op de onderzoeksvragen. Soms bestond deze hulp uit een *tough love* aanpak, maar hij was er ook om ons gerust te stellen als we door de bomen het bos niet meer zagen. Daar wil ik hem voor bedanken.

Daarnaast ben ik mijn studiegenootje en lieve vriendin Leonie erg dankbaar voor het feit dat ze al die tijd aan mijn zijde stond. Het is fijn om op iemand terug te kunnen vallen die in hetzelfde schuitje zit en die je kan helpen bij het versterken van je onderzoek.

Verder wil ik de geïnterviewden bedanken die zeer gewillig waren om mee te werken aan het onderzoek. Ik hoop dat de resultaten van het onderzoek kunnen bijdragen aan een mooie toekomst voor jullie media. Daarnaast zal ik jullie medelijden nooit vergeten. Want ondanks dat mijn Achterhoekse achternaam anders deed vermoeden, kwam ik niet uit de omgeving en moest ik toch echt 3 uur heen- en terugreizen vanuit Leiden voor onze afspraken.

Als laatste wil ik Jolanda van Eldik, communicatieprofessional bij de gemeente Aalten bedanken, met wie het contact soepel is verlopen en die altijd klaar stond voor onze vragen.

Dit onderzoek heeft mijn blik op de lokale journalistiek totaal veranderd en ik hoop dat dit onderzoek hetzelfde effect zal hebben op iedereen die het leest. Zoals mijn vader mooi formuleerde: “Ik kijk nooit meer hetzelfde naar een lokaal krantje.”

Ik wens u veel leesplezier toe.

Muriel Wassink,
Leiden, 30 september 2019

Samenvatting

Veel onderzoeken impliceren dat de lokale journalistiek in zwaar weer verkeert. Voornamelijk gemeenten met minder dan 50.000 inwoners hebben met vele uitdagingen te maken die de huidige problemen rondom de lokale journalistiek met zich meebrengen. Met ongeveer 27.000 inwoners valt de gemeente Aalten onder de zogenoemde kleine gemeenten waar de zorgen rondom lokale journalistiek het grootst zijn.

Onderzoeksvraag

Verantwoordelijk wethouder Joop Wikkerink heeft de leerstoelgroep Journalistiek en Nieuwe Media van de Universiteit Leiden gevraagd om als onafhankelijke partij met consultatie van lokale en regionale media onderzoek te doen naar de staat en de toekomst van het medialandschap in de gemeente Aalten. Dit onderzoek is in twee delen gepresenteerd. In dit onderzoek ligt de focus op de staat en de toekomst van de print- en online media in de gemeente Aalten. Het aanpalende onderzoek heeft als focus de staat en de toekomst van de radio en televisie in de gemeente. In dit onderzoek is die vraag vertaald in twee deelvragen:

1. Wat is de huidige stand van zaken van het medialandschap in de gemeente Aalten met betrekking tot print en online media?
2. Welke scenario's zijn er om een eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen?

Aan de hand van een literatuurstudie zijn de ontwikkelingen en bedreigingen van de algemene print- en onlinemediën in kaart gebracht op zowel landelijk als lokaal niveau. Daarnaast zijn er scenario's geschetst van initiatieven op lokaal en nationaal niveau die opgericht zijn op de kwaliteitsverbetering van de lokale journalistiek.

Ontwikkelingen

De digitalisering van de journalistiek heeft gezorgd voor nieuwe digitale spelers in het medialandschap en voor een verschuiving van nieuwsconsumptie van print naar digitale media. Hierdoor zijn oplagen van kranten gedaald en wat een verschuiving van de advertentiemarkt van print naar digitaal tot gevolg had. Toch lijkt de opkomst voor nieuwe spelers, zoals sociale media en hyperlocals (websites niet gelieerd aan een printmedium) voornamelijk op landelijk niveau voor een bedreiging gezorgd te hebben. Voornamelijk printmedia hebben op lokaal niveau nog een hoog bereik. Wel bereikt deze media voornamelijk een doelgroep die boven de 40 jaar is.

Functies van de journalistiek

De ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden binnen de journalistiek lijken de functies informeren en controleren het hardst getroffen te hebben op lokaal niveau. Waar informeren nog voldoende gebeurt op landelijk niveau, komt dit minder terug op lokaal niveau. Waar controleren op landelijk niveau nog wel eens gebeurt, is hier bijna geen sprake van op lokaal niveau. Daarentegen is de bindende functie sterker op lokaal niveau dan op landelijk niveau.

Alle drie de functies worden belangrijk geacht voor het goed functioneren van de democratie op zowel landelijk als lokaal niveau.

Methode

De literatuurstudie geeft basis voor de topiclijst die gebruikt is voor de semigestructureerde interviews. Deze zijn afgenomen bij de stakeholders van de Aaltense media, om antwoorden te kunnen geven op de onderzoeksvragen. In totaal zijn er 11 interviews gebruikt in dit onderzoek, waarvan 3 interviews afgenomen zijn met stakeholders niet werkzaam binnen de print- of onlinemediën. In combinatie met deskresearch, en in samenwerking met de communicatieprofessional in de gemeente Aalten, is er een overzicht gemaakt van de print- en onlinemediën. De interviews geven op een kwalitatieve wijze weer hoe het gesteld is met de print- en onlinemediën in de gemeente Aalten en welke scenario's er eventueel mogelijk zijn voor kwaliteitsverbetering van deze media.

De staat van het medialandschap

Het print- en onlinemedialandschap in de gemeente Aalten wordt getypeerd door het oud zeer dat ontstaan is na de gemeentelijke herindeling van 2005, waarbij de gemeenten Aalten en de gemeenten Dinxperlo samengingen. Verder heeft de lokale printmedia een verschraving meegemaakt in de vorm van kwantiteit van het aantal media, een verschraving in redactiekracht en journalisten, en het aantal oplagen van de printmedia. Daarnaast zijn de printmedia sterk afhankelijk van adverteerders en fungeren ze op dit moment voornamelijk als doorgeefluik voor persberichten. Informeren gebeurt nog redelijk, maar voornamelijk in de aankondigende sfeer. Van controleren is zeer weinig sprake, al zouden de media dit wel graag willen omdat het belang van een goede controlerende functie wordt erkend als bijdrage aan een goede lokale democratie. De inwoners van de gemeente Aalten voelen zich sterk verbonden met het medialandschap, zeker in vergelijking met andere gemeenten in de regio Achterhoek. Al wordt deze verbinding voornamelijk gevoeld door de doelgroep vanaf 40 jaar.

Scenario's voor kwaliteitsverbetering

De print- en onlinemediën moeten versterkt worden. Er zijn meerdere mogelijke scenario's geopperd en besproken. Een mogelijk scenario hiervoor is om een journalistiekfonds op te zetten op regionaal niveau (regio Achterhoek) of op provinciaal niveau (provincie Gelderland). Hiermee zou er geld beschikbaar gesteld kunnen worden voor bijvoorbeeld onderzoeksjournalistiek. Verschillende samenwerkingsverbanden zijn ook mogelijk, zoals die tussen de lokale printmedia en de lokale omroepen, waarbij eventueel een gezamenlijke redactie gevormd kan worden. Daarnaast kan er gekeken worden naar samenwerkingen tussen redacties van printmedia en hogescholen en universiteiten die journalistiekopleidingen aanbieden. Scholing is een scenario dat al gebeurt in de gemeente Aalten en dat vooral gewenst is om een meer multimediaal printmedialandschap te bewerkstelligen. Een ander scenario is dat huis-aan-huiskranten, naast advertentie-inkomsten, een verdienmodel hanteren waarbij consumenten betalen voor lokale journalistiek. Dit zou in de vorm van donaties kunnen, maar ook aan de hand van abonnementen die exclusiviteit aanbieden. Andere scenario's die werden genoemd waren het inhuren van een journalist door de gemeente om raadsvergaderingen te volgen, een kinderpersbureau opzetten bij basisscholen om de jeugd bij

de journalistiek te betrekken en subsidie krijgen van de landelijke overheid voor de printmedia.

Aanbevelingen

De gemeente wordt aanbevolen om met andere gemeenten in de regio Achterhoek of uit de provincie Gelderland te spreken over de mogelijkheden voor een journalistiekfonds. De invulling hiervoor kan afgeleid worden uit andere initiatieven die al gaande zijn in het land. Ook wordt de gemeente aanbevolen om de prijs die ze betalen voor het publiceren van de gemeenteadvertenties te verhogen, omdat deze nu verlieslijdend is voor de media. Daarnaast zou de gemeente samenwerking tussen de print- en onlinemediën en de radio- en televisieomroepen kunnen stimuleren aan de hand van bijvoorbeeld beloningen.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

“Dit is het moment om de lokale journalistiek te redden”, “Local Matters wil lokale journalistiek weer cool maken” en “Gaat het BBC-model de lokale journalistiek redden?” luiden enkele koppen van artikelen die gepubliceerd zijn op de website van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ). Het SVDJ stimuleert de kwaliteit, diversiteit en onafhankelijkheid van de journalistiek door met geld, kennis en onderzoek vernieuwing van de journalistieke infrastructuur in Nederland te bevorderen. Deze koppen impliceren dat het niet goed gaat met de lokale journalistiek. In de artikelen is te lezen dat er de afgelopen jaren ontwikkelingen hebben plaatsgevonden die ten nadele zijn geweest voor de lokale journalistiek (zie ook 2.1) en dat de democratische functies van de lokale journalistiek in gevaar zijn (zie ook 2.2). Verder heeft het SVDJ onderzoeken gepubliceerd die laten zien dat de situaties per gemeente verschillend zijn met betrekking tot de staat van het lokale medialandschap en dat uitdagingen voornamelijk te vinden zijn bij kleine gemeenten met minder dan 50.000 inwoners (Beunders et al., 2015).

Met ongeveer 27.000 inwoners valt de gemeente Aalten onder de kleine gemeenten, wat zou kunnen betekenen dat deze uitdagingen ook hier van toepassing zijn. De verantwoordelijke wethouder Joop Wikkerink heeft tegenover de Universiteit Leiden dan ook zijn zorgen geuit over de regionale en lokale media in de gemeente Aalten. Wikkerink is verantwoordelijk voor sociale zaken, waar de regionale en lokale media onder andere onder vallen. Hij liet weten dat het College van de gemeente Aalten (i.c. bestuur van de Regio Achterhoek) van mening is dat lokale media een sleutelrol kunnen vervullen in de participatie van de inwoners en de versterking van de lokale democratie. Op dit moment zijn zij van mening, dat dit niet voldoende zichtbaar is en dat de regionale en lokale media ernstig onder druk staan.

Een andere zorg van het College is dat regionale kranten steeds vaker de reguliere lokale berichten niet plaatsen, ondanks dat de gemeente Aalten persberichten stuurt, over nieuws en ontwikkelingen binnen de gemeente, naar de lokale en regionale media. Verder publiceren zij wekelijks ‘Aalten Actueel’ in de lokale, gratis huis-aan-huisbladen. Op dit moment werkt Staatssecretaris Knops van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties aan een wetsvoorstel om het wettelijk verplicht te maken voor gemeenten, provincies en waterschappen om bekendmakingen en mededelingen op een digitaal overheidsplatform te publiceren. Als dit wetsvoorstel er door komt, zorgt dat ervoor dat ‘Aalten Actueel’ voortaan niet meer in deze huis-aan-huisbladen geplaatst hoeft te worden, waardoor een inkomstenbron voor deze bladen weg zou kunnen vallen.

1.2 Onderzoeksvraag

De bovengenoemde aanleidingen hebben ervoor gezorgd dat wethouder Joop Wikkerink de leerstoelgroep Journalistiek en Nieuwe Media van de Universiteit Leiden heeft gevraagd om als onafhankelijke partij met consultatie van lokale en regionale media onderzoek te doen naar de staat en de toekomst van het medialandschap in de gemeente Aalten. Dit onderzoek is in

twee delen gepresenteerd, waarin de focus van beide onderzoeken op een ander deel van het medialandschap ligt. In dit onderzoek ligt de focus op de staat en de toekomst van de print- en online media in de gemeente Aalten. Het aanpalende onderzoek heeft als focus de staat en de toekomst van de radio en televisie in de gemeente. Staat het medialandschap onder druk zoals het College van Bestuur beweert? In dit onderzoek is die vraag vertaald in twee deelvragen:

1. Wat is de huidige stand van zaken van het medialandschap in de gemeente Aalten met betrekking tot print en online media?
2. Welke scenario's zijn er om een eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen?

1.3 Aanpak

Om antwoorden te geven op de onderzoeksvragen is er een beroep gedaan op literatuurstudies en werden er interviews afgenomen met stakeholders in en rondom het print- en onlinemedialandschap van de gemeente Aalten. Door middel van een literatuurstudie werden de ontwikkelingen van de lokale journalistiek in kaart gebracht. Deze zijn vergeleken met de ontwikkelingen binnen de journalistiek op landelijk niveau. Daarnaast geeft de literatuurstudie een beeld van hoe deze ontwikkelingen effect hebben gehad op de functies van de journalistiek, namelijk informeren, controleren en binden. Tevens op landelijk en lokaal niveau. Verder is er in de literatuurstudie onderzocht wat eventuele scenario's zijn voor verbetering van de journalistiek op landelijk en lokaal niveau. Uit de literatuur kwam een topiclijst tot stand, die gebruikt is voor de semigestructureerd interviews. De resultaten van die interviews zijn verwerkt om antwoorden te kunnen geven op de onderzoeksvragen.

2 Literatuurstudie

In dit hoofdstuk worden op een meer theoretisch niveau de ontwikkelingen van landelijke en lokale journalistiek beschreven en de gevolgen voor de functies van de lokale journalistiek. Gepoogd is een schets te geven van de studies en onderzoeken naar de actuele stand van zaken, omdat er vaak gedacht wordt dat ontwikkelingen en de invulling van de maatschappelijke functies die op landelijk niveau plaatsvinden, ook van toepassing zijn op lokaal niveau. Echter, de gevolgen van deze ontwikkelingen kunnen op beide schalen verschillen. Ook worden er scenario's geschetst voor eventuele verbetering van de lokale journalistiek en worden er voorbeelden gegeven van oplossingen vanuit de overheid in verschillende landen.

2.1 Ontwikkelingen in de print- en onlinemedia op landelijk en lokaal niveau

Digitalisering neemt een grote rol in met betrekking tot de ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in de journalistieke infrastructuur. Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek schetste in een studie vier scenario's voor de toekomst van de journalistiek in 2025. Uit hun analyse bleek dat de meeste veranderingen binnen de journalistiek te maken hadden met digitalisering (Kasem, Van Waes & Wannet, 2015). In mei 2018 publiceerde SEO Economisch Onderzoek, in opdracht van het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap, een onderzoek naar de ontwikkelingen van de journalistieke infrastructuur van 2000 tot 2018 op landelijk niveau. Een paar van de belangrijkste thema's die zijn aangehaald in het onderzoek hebben betrekking op de digitalisering van de journalistiek, waardoor nieuwe digitale spelers in het medialandschap zijn opgekomen en er een verschuiving heeft plaatsgevonden van print naar digitale media (Behrens & Brouwer, 2018, p. 2). Dit heeft tot gevolg gehad dat oplagen van kranten daalden en er een verschuiving heeft plaatsgevonden in de advertentiemarkt. In deze paragraaf wordt er dieper ingegaan op deze ontwikkelingen en worden deze op landelijk en lokaal niveau belicht.

2.1.1 Opkomst van nieuwe spelers in het medialandschap

Uit het onderzoek van SEO Economisch Onderzoek (2018) komt de opkomst van nieuwe partijen in de journalistieke infrastructuur als grootste verandering uit de bus. Voornamelijk digitale journalistieke initiatieven worden genoemd (Behrens & Brouwer, 2018, p. 20). Ook wel de online-onlies genoemd. Zij vinden hun oorsprong niet bij de printmedia of bij een omroep, maar worden ook wel digital native media genoemd, beter bekend als hyperlocals (Bakker & Kik, 2018, p. 15).

Er zijn vele definities van het begrip hyperlocal. In dit onderzoek wordt de definitie van Bakker en Kik (2018, p. 15) aangehouden, waarbij hyperlocals nieuwsmedia zijn, die niet zijn verbonden aan een gedrukt nieuwsmedium of aan een lokale omroep.

De voorbeelden die de geïnterviewden uit het onderzoek van de SEO Economisch Onderzoek (2018) noemen op landelijk niveau zijn bijvoorbeeld nu.nl, Blendle, De Correspondent,

ThePostOnline en Follow the Money. Daarnaast noemen ze ook online platforms zoals Facebook, Youtube en Google.

Ondanks dat de geïnterviewden de opkomst van hyperlocals niet als negatief beschouwden, zijn er wel zorgen over de gratis content die beschikbaar is voor consumenten (Behrens & Brouwer, 2018, p. 20). De angst leeft dat consumenten gewend raken aan deze gratis content. Daarom worden de gratis nieuwsproducten die hieruit voortkomen gezien als een bedreiging voor de journalistieke infrastructuur op landelijk niveau.

Naast concurrentie van andere digitale journalistieke initiatieven, bieden zoekmachines en sociale mediaplatforms ook de mogelijkheid tot nieuwsconsumptie. Uit onderzoek van NDP-nieuwsmedia (2017) is gebleken dat Nederlanders verschillende digitale middelen gebruiken om nieuws te consumeren. De helft van de nieuwsconsumenten gebruikt zijn pc of laptop om dagbladnieuws te volgen, en smartphone of tablet wordt door een op de drie nieuwsconsumenten gebruikt. Sociale media platformen spelen tegenwoordig ook een belangrijke rol in het vergaren van nieuws. 47% van de nieuwsgebruikers in Nederland raadplegen sociale media voor hun nieuws. De top 3 van meest gebruikte hiervan zijn Facebook (36%), Whatsapp (14%) en Youtube (11%). Voornamelijk jongeren gebruiken sociale-mediakanalen.

Op lokaal niveau wordt de opkomst van hyperlocals daarentegen niet gezien als een bedreiging, omdat deze de traditionele nieuwsmedia niet lijken te vervangen. Kik, Bakker, Buijs en Katz (2013, p. 5) deden in 2012 onderzoek naar het media-aanbod per gemeente. In 418 gemeenten werd gezocht naar online only-initiatieven samen met printmedia en omroepen. Opvallend was dat de aanwezigheid van de online only initiatieven positief samenhangt met de aanwezigheid van offline nieuwsmedia. Dit betekent dat in plaats van dat ze aanwezig zijn op plekken waar ze het hardst nodig zijn, ze juist eerder verschijnen in gemeenten met een redelijk sterk media-aanbod.

2.1.2 Dalende oplagen print en groei in digitale versie

Digitalisering, de opkomst van nieuwe digitale spelers en daardoor gratis nieuws (gratis content waar consumenten niet voor hoeven te betalen) hebben gezorgd voor dalende oplagen van printmedia. Voornamelijk op landelijk en regionaal niveau is dit een probleem gebleken. Op lokaal niveau lijkt dit probleem zich minder voor te doen.

Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek deed in samenwerking met het J-Lab van de Hogeschool Utrecht (2016) onderzoek naar de staat van het medialandschap door de jaren heen. Dit onderzoek liet zien dat tussen 2000 en 2015 het totale volume, van de betaalde landelijke dagbladen, daalde van ongeveer 2,3 miljoen naar ongeveer 1,3 miljoen, een daling van zo'n 40%. De daling zal zich waarschijnlijk blijven voortzetten. De onderzoekers concludeerden ook dat de oplages sneller daalden in de laatste jaren dan in het decennium daarvoor. (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2016)

Bakker en Kik (2018) deden eenzelfde soort onderzoek onder regionale nieuwsmedia. Zij hielden cijfers bij van de oplages van regionale kranten tussen 2000 en 2017. Twee regionale

kranten, De Limburger en De Gelderlander, hebben in 2017 nog een betaalde printoplage van meer dan 100.000. Dit is een verschraling, aangezien in het jaar 2000 tien regionale kranten nog een betaalde printoplage van meer dan 100.000 hadden (Bakker & Kik, 2018, p. 18). Een halvering van het aantal oplagen is te zien tussen 2000 en 2017, namelijk bijna 50%. Bij alle regionale kranten daalt de oplage al zo'n twee decennia. De oplage daalde tussen 2000 en 2017 met bijna 50% (Bakker & Kik, 2018, p. 19). Ook het bereik is geslonken, aangezien in 2005 37% van de Nederlanders die 13 jaar of ouder was nog een regionale krant las terwijl dit in 2017 nog maar 23% was (Bakker & Kik, 2018, p.20). Twee derde van de lezers is ouder dan 50 (Bakker & Kik, 2018, p.20).

Terwijl de oplages van de landelijke geprinte media daalden, groeiden de digitale oplages van deze media. Het totale aantal digitale oplagen van alle dagbladen groeide met bijna 20 procent in 2017 ten opzichte van het jaar daarvoor (Bakker & Kik, 2018, p. 22). Regionale kranten volgden deze trend. In 2007 waren de eerste digitale replica's van regionale kranten beschikbaar en vanaf 2013 hadden alle regionale titels een digitale versie. Echter, de digitale krant heeft het nog niet gewonnen van de geprinte krant. Het aantal print-abonnementen is nog steeds vijf keer zo hoog als het aantal digitale abonnementen. Ook blijven regionale kranten achter op landelijke kranten aangezien landelijke kranten 80% van de digitale oplage voor hun rekening nemen (Bakker & Kik, 2018, p.22).

Dat de papierenkrant populair blijft, is lokaal voornamelijk te zien in de populariteit van de gratis huis-aan-huisbladen. Het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) doet sinds 2014 onderzoek naar de verspreiding en het leesgedrag van huis-aan-huisbladen. In hun meest recent verschenen onderzoek, dat ging over de veldwerkperiode van januari 2017 tot december 2018 deden 312 huis-aan-huisbladen mee. 83% van de ondervraagden zegt 'weleens' een huis-aan-huisblad te lezen: dat zou om bijna 12 miljoen Nederlanders van 13 jaar of ouder gaan (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, p 10). Het gemiddelde bereik van een nummer is 53% (ruim 7,7 miljoen lezers) (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, p 10). Het totale bereik is licht gedaald, het bereik van de onderzochte titels is daarentegen licht gestegen. Hoe minder stedelijk het gebied is, hoe hoger het bereik ligt (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, 13).

Van de ondervraagden in de leeftijdscategorie 13-34 jaar leest 19% een huis-aan-huisblad, bij 35-64 jaar is dat 52% en bij mensen boven de 65 jaar is dat 29% (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, p. 11). De meeste ondervraagden (82%) bekijken een huis-aan-huisblad alleen op papier (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, pagina 22). Zo'n 15% van de gebruikers leest het blad ook digitaal – maar vrijwel allemaal naast het papieren gebruik (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019, p. 22). Het percentage digitale gebruikers was in 2014 nog 10%. Jongeren raadplegen vaker het huis-aan-huisblad digitaal.

2.2.4 Verschuiving in de advertentiemarkt op landelijk en lokaal niveau

Gratis nieuws en digitalisering worden gezien als de oorzaken van de dalende oplagen van printmedia wat tot gevolg heeft dat de advertentie-inkomsten teruglopen bij deze media. (De Jong & Koetsenruijter, 2019, p. 6). Dit is zowel een probleem op landelijk als lokaal niveau.

In 2018 kromp de advertentieomzet met 10% bij dagbladen en met 8% bij huis-aan-huisbladen sinds 2017.

Daartegenover staat een toename van de digitale advertentiemarkt. Het onderzoek van SEO Economisch Onderzoek (2018, p. 11) legt het beslisproces van adverteerders uit, waarbij adverteerders voornamelijk bezig zijn met het bereik van hun advertenties en niet zozeer op welke pagina in de krant de advertentie staat. De digitale ontwikkelingen binnen de media hebben ervoor gezorgd dat dit bereik tegenwoordig grotendeels digitaal geconcentreerd is. In 2018 voerde adviesbureau Deloitte een onderzoek uit naar de brancheorganisatie voor digitale marketing en concludeerde dat online advertising inmiddels groter is dan alle andere traditionele mediumtypen samen. Echter, deze inkomsten gaan vaak niet naar de media zelf, maar naar de globale techbedrijven zoals Facebook, Google en Amazon (Wiegman, 2018). Dit houdt dus in dat die groei zeer eenzijdig en geconcentreerd is en dat advertentie-inkomsten zowel offline als online achterblijven (Wiegman, 2018).

2.2 Functies van de journalistiek op landelijk en lokaal niveau

Door het verlies aan advertentie-inkomsten en de grillige markt voor online nieuwsdiensten verkeren veel media in zwaar weer. Deze ontwikkelingen hebben gevolgen gehad voor de basisvoorwaarden van de journalistiek, namelijk informeren, controleren en binden. Ondanks dat er overeenkomsten zijn, kent de journalistiek op landelijk en lokaal niveau ook verschillen. In deze paragraaf worden de belangen en de zichtbaarheid van de journalistieke functies in de media belicht op zowel landelijk als lokaal niveau.

2.1.1 Informeren

De informerende functie van de journalistiek wordt belangrijk bevonden om het publiek te dienen, omdat de journalistiek burgers op de hoogte houdt van wat er gebeurt in zowel hun nabije omgeving, namelijk lokaal, als hun bredere omgeving, namelijk nationaal en internationaal. Zowel op landelijk als op lokaal niveau is de informerende functie van de journalistiek belangrijk. John Reith, de eerste directeur van de Britse nieuwszender BBC, was ervan overtuigd dat publieke omroepen bedoeld waren om het publiek te dienen (Cushion & Franklin, 2015). Hij kwam met de *Reithian triology*, die zegt dat uitzendingen van de BBC als doelen moeten hebben om te informeren, onderwijzen en vermaken, in die specifieke volgorde. In een studie gedaan door Firmstone en Coleman (2014) kwam naar voren dat lokale bestuurders in Engeland, de media voornamelijk gebruiken om het publiek te informeren en niet zozeer om met het publiek te communiceren. In een ander onderzoek (Beam, Brownlee, Weaver & Cicco, 2009) gedaan in Amerika, waarbij 400 journalisten werden geïnterviewd, werd duidelijk dat ook de journalisten het als hun hoofdtaak zien om het publiek goed te informeren. Daarnaast stond bij de journalisten het belang van het publiek boven het belang van de overheid.

Door de groei van digitale media, die naast de traditionele media ontstaan, lijkt het erop dat er een bodemloze put van informatie beschikbaar is voor consumenten. Echter, kwantiteit zegt niks over de kwaliteit van die informatie. Volgens Bakker en Kik (2018) lijkt het op het eerste gezicht dat in Nederland een veelzijdig media aanbod beschikbaar is waarop

nieuws geconsumeerd kan worden. Op het tweede gezicht bespreken de onderzoekers dat er een werkelijkheid leeft waarbij de printmedia en omroepen onder druk staan, omdat traditionele spelers een jong publiek nog nauwelijks weten te bereiken en de nieuwe digitale media de nieuwsvoorziening nauwelijks lijken op te vullen (Bakker & Kik, 2018, p.2). Daardoor heeft er een verschuiving plaatsgevonden van het harde nieuws, naar een meer entertainment gerelateerd nieuws, om het publiek op een andere manier te winnen. Volgens de *afspiegelingsnorm* (Van Cuilenburg, 1997, p. 77) hoort de pers een spiegel te zijn voor de levende opvattingen en ideeën van de bevolking. Hierbij moeten alle politieke opvattingen naar de mate waarin zij steun ondervinden onder de bevolking aan bod komen. Dit is niet altijd meer terug te zien in de journalistiek (Cushion & Franklin, 2015).

Ook in het lokale nieuws lijkt er een verschuiving plaatsgevonden te hebben van een informerende nieuwsvoorziening naar een nieuwsvoorziening die meer gericht is op entertainment en schandalen. Een onderzoek dat het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek deed in 2018 in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen (2018) liet blijken dat lokale media voornamelijk verslag uitbrengen over campagnes en schandalen en weinig inhoudelijk berichten over onderwerpen die kiezers ook belangrijk vinden binnen de gemeentepolitiek. Deze onderwerpen zijn bijvoorbeeld zorg en veiligheid (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2018, 23 maart). Toch concludeerde datzelfde onderzoek dat de lokale en regionale journalistiek wel een belangrijke rol spelen in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen doordat de gemeenteraadsverkiezingen wel op de agenda worden gezet.

De informerende functie van de journalistiek voor lokale gemeenschappen belangrijk. Een Deens onderzoek laat zien dat gemeenten met een goed functionerende lokale journalistiek, waar burgers dus goed geïnformeerd worden, een hoger opkomstpercentage kennen bij verkiezingen dan gemeenten met een minder goede functionerende lokale journalistiek (Baekgaard, Jensen, Mortensen, & Serritzlew, 2014). Verder hebben studies laten zien dat de mate waarin burgers lokale journalistiek consumeren een indicatie is voor de mate waarin burgers zich betrokken voelen bij de politiek in hun gemeenschap (Putnam, 2000, in De Jong & Koetsenruijter, 2019, p.3) en dat de maatschappelijke betrokkenheid van de burgers samenhangt met de kwaliteit van de lokale nieuwsmedia (Hess & Waller, 2016).

2.1.2 Controleren

In 1998 specificeerde Marder (1998, p. 20) de journalistieke *watchdog* functie. Marder omschreef het als het verschaffen van informatie die het publiek nodig heeft om machtsmisbruik onder de overheid te voorkomen als een zogeheten “waakhond”. Coronel (2008, p. 2) voegde later aan deze omschrijving toe dat journalisten, als waakhond van de overheid, het publiek moeten waarschuwen voor instanties die hen al kwaad doen. Dit kunnen dus ook instanties zoals banken of verzekeraars zijn. Het meest bekende voorbeeld van *watchdog* journalistiek is het voorbeeld van het Watergateschandaal. Onderzoeksjournalisten Bob Woodward en Carl Bernstein zorgden uiteindelijk voor het aftreden van de toenmalige Amerikaanse president Nixon. Studies bevestigen dat de controlerende functie belangrijk is voor het functioneren van de landelijke politiek. In een Amerikaans onderzoek kwam naar voren

dat op langere termijn overheden minder efficiënt worden als journalisten niet langer hun *watchdog* functie uitvoeren (Snyder & Stromberg, 2010).

Echter, de angst leeft dat de *watchdog* functie in gevaar is. Volgens Berger (2000, p. 84) zijn de media tegenwoordig voornamelijk bezig met het reflecteren van de status quo, in plaats van dat er een poging gedaan wordt om deze te veranderen. Dit ondanks dat er voldoende kritische onderwerpen zijn die vragen om controle van de media. De DSP-groep en professor doctor Henri Beunders deden in opdracht van het ministerie van OCW onderzoek naar de stand van zaken van onderzoeksjournalistiek in Nederland (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018). Hieruit kwam naar voren dat onderwerpen blijven liggen, omdat er geen tijd is om bij onderwerpen de verdieping op te zoeken en dat de financiële middelen voor het onderzoeken van deze onderwerpen ontbreken (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018, p. 41). Dit heeft tot gevolg dat het vrijstellen van capaciteit voor onderzoeksjournalistiek op gespannen voeten staat met de dagelijkse nieuwsgaring. Daarnaast ervaren zzp'ers dat er slechte arbeidsvoorzieningen of beloningen zijn voor onderzoeksjournalistiek, waardoor het minder aantrekkelijk wordt voor hen om zich hier mee bezig te houden (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018, p. 42).

Waar op landelijk niveau de controlerende functie van de journalistiek met mate nog wel wordt uitgevoerd (denk bijvoorbeeld aan de Teeven-deal), concludeert DSP (2018) dat onderzoeksjournalistiek op lokaal niveau nagenoeg uitblijft (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018, p. 41). Dit terwijl ook het belang van de controlerende functie groot is op lokaal niveau (Landman, Kik, Hermans, & Hietbrink, 2014). Koetsenruijter & Van der Lubben (2018) beaamen dat het belang van de lokale journalistiek en haar controlerende functie alleen maar is toegenomen, sinds de recente decentralisatie van verantwoordelijkheden van bestuurlijke processen zoals de zorg.

In 2015 publiceerden Beunders e.a. (2015) de resultaten van een onderzoek naar de democratische functie van de regionale en lokale media en het lokale nieuwsaanbod, dat in samenwerking was gedaan met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en Hogeschool Windesheim. Dit onderzoek concludeerde dat de lokale functie van de journalistiek onder druk staat. Daarnaast waren er op lokaal niveau ook verschillen te zien in de lokale journalistiek tussen grote en kleine gemeenten. De belangrijkste resultaten waren zichtbaar in de verschillen tussen grote en kleine gemeenten. Burgers die in een plaats wonen met minder dan 50.000 inwoners hebben minder lokaal nieuws tot hun beschikking dan burgers wonend in plaatsen met meer dan 50.000 inwoners. Verder is er in grote gemeenten gemiddeld vier keer zoveel lokaal bestuurlijk nieuws te consumeren dan in kleine gemeenten. Vooral online blijft berichtgeving over lokale politiek in kleine gemeenten uit. Overige conclusies uit het rapport (Beunders e.a. 2015) waren dat de kwantiteit en de kwaliteit van de berichtgeving in de ogen van bestuurders afneemt en dat het aantal contactmomenten tussen gemeentebestuurders en journalisten afneemt en daarmee ook het begrip voor elkaars rol.

2.2.3 Binden

Waar de literatuur over de journalistiek op landelijk niveau het vooral heeft over de informerende en controlerende functie van de journalistiek, komt op lokaal niveau er nog een derde functie bij kijken, namelijk binden. Deze heeft betrekking op het sociale aspect dat

journalistiek met zich mee brengt.

De theorie van sociaal kapitaal beweert dat sociale relaties middelen zijn die kunnen leiden tot de ontwikkeling en accumulatie van menselijk kapitaal (Machalek & Martin, 2015). Hiermee wordt bedoeld dat bijvoorbeeld een stabiele gezinssituatie voor kinderen, kan zorgen voor goede resultaten op school. In een onderzoek (Richard, 2013) dat gedaan werd in Australië, waarbij de relatie tussen lokale nieuwswebsites en het sociale kapitaal werd onderzocht, kwam naar voren dat op de onderzochte sites, de communicatie tussen verschillende delen van de gemeenschap ten behoeve van die gemeenschap lijkt te vergemakkelijken en bijdraagt aan de ontwikkeling van sociaal kapitaal.

Niet alleen draagt de bindende functie van journalistiek bij aan het sociale kapitaal, ook kan het positief bijdragen aan het tegen gaan van vereenzaming. Op een evenement dat plaatsvond op 22 mei 2019 in Utrecht genaamd “De Regio Vecht Terug”, waar de toekomst van de lokale journalistiek centraal stond, spraken verschillende journalisten die werkzaam zijn bij lokale media, en zij beaamden de bindende functie van journalistiek. Zo zei Bas Booisters, hoofdredacteur van WOS Media (Westland, Zuid-Holland) dat lokale journalistiek belangrijk is voor mensen die verder af staan van de samenleving, doordat zij bijvoorbeeld oud en slecht ter been zijn en dus niet bij bepaalde evenementen van de buurt kunnen zijn. Door te lezen over deze evenementen voelen zij zich toch nog verbonden met de gemeenschap en hebben ze minder het gevoel dat ze iets gemist hebben.

Meerdere onderzoeken laten zien dat lokale journalistiek invloed heeft op de binding die burgers met elkaar voelen in hun gemeenschap. Kim en Ball-Rokeach (2006) laten zien dat lokaal nieuws burgers het gevoel geeft dat ze ergens bij horen. Een ander onderzoek liet zien dat burgers ook actiever gaan deelnemen in de lokale maatschappij als zij het lokale nieuws volgen en lezen (Paek, Yoon & Shah, 2005).

De informerende en controlerende functies van de journalistiek lijken cruciaal te zijn voor een goed functionerende democratie op zowel landelijk als lokaal niveau. Echter, de praktijk wijst uit dat deze functies tekortkomen door het gebrek aan onder andere financiële middelen, waarbij het op lokaal niveau nog wat erger lijkt te zijn dan op landelijk niveau. Daarentegen is de bindende functie sterk binnen de lokale journalistiek waarbij die op landelijk niveau uitblijft of niet nodig blijkt te zijn. In figuur 1 is schematisch weergegeven hoe het met de functies is gesteld binnen de journalistiek op landelijk en lokaal niveau.

Figuur 1 Overzicht van het belang en de status van de functies van de journalistiek op landelijk en lokaal niveau

	Landelijk		Lokaal	
	<i>Belangrijk</i>	<i>In gevaar</i>	<i>Belangrijk</i>	<i>In gevaar</i>
Informeren	Ze	Nee	Ze	Enigszins
Controleren	Ze	Ja	Ze	Ze
Binden	Nee	Nee	Ze	Nee

2.3 Scenario's voor versterking van de print- en onlinemedi

Omdat de functies van de journalistiek in gevaar zijn (met name op lokaal niveau), maar het belang van de functies wel wordt onderkend, zijn er allemaal initiatieven in het land ontstaan op zowel landelijk als lokaal niveau om een poging te doen om deze functies te verbeteren. Zo concludeert het DSP rapport (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018) dat onderzoeksjournalistiek problemen kent, maar ook positieve ontwikkelingen doormaakt. Zo nemen de financieringsmogelijkheden toe, particulier maar ook via lokale en regionale mediafondsen. Daarnaast groeit het aanbod voor bij- en nascholing op het gebied van onderzoeksjournalistiek. Verder ontstaan er in het land samenwerkingsverbanden en zijn er initiatieven om geld op te halen voor lokale media buiten de advertentiemarkt om. In deze paragraaf worden deze scenario's verder belicht waarbij er voorbeelden op lokaal niveau worden gegeven.

2.3.1 Journalistiekfondsen

Concluderend op basis van hun onderzoek over nieuwsvoorziening in de regio, gaven Beunders et. al (2015, p. 7) als aanbeveling dat er stichtingen gecreëerd moeten worden voor onafhankelijke, lokaal duidende en kritische journalistiek: "Wij stellen voor dat er op gemeentelijk niveau onafhankelijke en professioneel geleide stichtingen (fondsen) worden opgericht die zich bezighouden met het stimuleren van uitsluitend kwaliteitsjournalistiek en het vergroten van het bereik ervan. De stichtingen fungeren als waarborg dat er overall onafhankelijke journalistiek bestaat. Ze financieren journalistieke activiteiten en projecten, met als maatstaven kwaliteit en bereik. Daarbij is de achterliggende gedachte dat als je journalistieke capaciteit mogelijk maakt, je er op kunt vertrouwen dat ze burgers helpen en uitdagen kritisch te denken" (geciteerd uit Beunders et al. 2015, p. 7). In Nederland zijn er sindsdien dergelijke fondsen opgericht waarbij er periodiek of eenmalig een bedrag beschikbaar wordt gesteld. Deze zijn zowel op nationaal als lokaal niveau te vinden.

Gemeente Amersfoort

De eerste geluiden over een Mediafonds komen uit het jaar 2011 uit de gemeente Amersfoort, waar het was ondergebracht in het fonds Subsidie voor podiumkunst, lokale journalistieke producties & media-innovatie. Nadat het fonds in 2018 geheel was ingericht op cultuur en niet meer op media, is er in 2019 een nieuwe regeling van start gegaan. Het doel van deze regeling is het versterken en vernieuwen van de lokale journalistiek en het media-aanbod in de gemeente Amersfoort. Het plafond van het fonds is gezet op 45 duizend euro per jaar (Regeling projectsubsidies journalistiek gemeente Amersfoort, 2019).

Gemeente Leiden

Na een onderzoek van de Universiteit Leiden (De Jong & Koetsenruijter, 2017), dat vormgeving gaf aan het initiatief, is in juni 2018 het Leids mediafonds van start gegaan, waarin in eerste instantie jaarlijks 250 duizend euro vrijgegeven werd om kwaliteitsjournalistiek te bevorderen. Het Leids Mediafonds is opgericht om de kwaliteitsjournalistiek te helpen bevorderen (Leids Mediafonds, 2018). Twee keer per jaar kunnen journalistieke organisaties en journalisten aanvragen doen voor subsidies. Dat de

stabiliteit van een journalistiekfonds nadelen kent toont het Leids mediafonds ook. In juni van het jaar 2019 maakt het Leidse college van bestuur en wethouders bekend te willen bezuinigen op het fonds door de subsidie terug te brengen van 250.000 naar 100.000 euro per jaar (B&W Leiden willen in grote bezuinigingsronde Leids Mediafonds 60% verkleinen, 2019, 6 juni).

Naar aanleiding van de start van het Leids mediafonds bereiden de gemeenten Tilburg, Haarlem en Hilversum soortgelijke initiatieven voor. In Tilburg is hier al 150 duizend euro voor gereserveerd (De Jong & Koetsenruijter, 2019, p. 32).

2.3.2 Scholing

In Nederland is het zo dat iedereen die journalistiek als beroep heeft zichzelf een journalist mag noemen, ondanks het communicatiemiddel dat ze hiervoor gebruiken. Ook maakt het niet uit wat voor vooropleiding of studie er voorafgaand aan het beroep is gedaan. Om kosten te besparen worden redacties vaak “versterkt” door vrijwilligers, die eveneens een journalistieke achtergrond missen. Dit kan afdoen aan de kwaliteit van de journalistieke berichtgeving. Scholingsprogramma’s kunnen hier een oplossing voor zijn, omdat ze het niveau van de journalisten kunnen verbeteren. Zo kunnen journalistieke vaardigheden worden bijgebracht, of kunnen journalisten hun expertiseveld uitbreiden. Naast opleidingen en studies, kan deze scholing op lokaal niveau bij de redacties zelf verzorgd worden.

Vereniging van Onderzoeksjournalisten

Regelmatig organiseert de Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ) trainingen voor medewerkers van verschillende lokale en regionale media. Dit zijn onder andere dagbladen, omroepen en websites. Daarnaast kunnen ook niet-geschoolde journalisten en vrijwilligers bij de VVOJ terecht. Cursussen zijn gericht op het verbeteren van de journalistieke vaardigheden, zoals onderzoeksjournalistiek (De Jong & Koetsenruijter, 2019, p. 36&37).

2.3.3 Samenwerkingsverbanden

Samenwerking tussen verschillende nieuwsmedia kan een uitkomst zijn om de regionale en lokale journalistiek te verbeteren. Deze samenwerking kan op allerlei manieren vormgegeven worden en hoeft niet binnen de journalistiek te blijven. Redacties van print en online media werken op allerlei gebieden samen om zo de kwaliteit van hun nieuws te kunnen verbeteren. In Nederland zijn er op lokaal niveau ook voorbeelden van samenwerkingsverbanden te vinden.

Broeïnest Brabant en Newsroom Enschede

In de jaren 2015 tot 2017 kwam het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek met de Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking. Zij ondersteunden verschillende samenwerkingsverbanden van redacties van print- en online media.

Een van die initiatieven is Broeïnest Brabant. Dit is een samenwerking tussen de Nederlandse Persgroep en Hogeschool Fontys Tilburg. Ook het Fontys Centrum voor Ondernemerschap en de Bibliotheek Midden-Brabant doen eraan mee. Allereerst is het doel om de nieuwsvoorziening in de regio te verbeteren door middel van dit initiatief. Daarnaast kunnen startups langskomen voor begeleiding en advies (Van den Bos, 2016, 28 juni).

In Twente werken de redacties van dagblad Tubantia en omroep 1Twente samen in de Newsroom Enschede. Het is een opvallende samenwerking aangezien audiovisuele- en printjournalistiek samenkomen. Ook de grens tussen publieke en privaat gefinancierde journalistiek vervaagt. Ze hebben als doel om de nieuwsvoorziening in de regio te verbeteren (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2015, 18 juni).

2.3.4 Betalen voor lokale media

Huis-aan-huisbladen zijn over het algemeen gratis en halen hun inkomsten uit advertentieverkopen. Ook zij maken de ontwikkeling van de verschuiving van de advertentiemarkt van print naar digitale media mee (zie 2.2.4). Door deze ontwikkeling hebben huis-aan-huisbladen minder geld te besteden. Een mogelijk scenario zou kunnen zijn dat er abonnementen afgesloten worden op de huis-aan-huisbladen waardoor ze een dubbel verdienmodel kunnen hanteren. Dit kan in verschillende vormen. Denk aan een abonnement, artikelen plaatsen achter een betaalmuur op de website of giften. In Nederland wordt er op dit moment op verschillende manieren geëxperimenteerd met het fenomeen.

WeesperNieuws

Sinds 1 oktober 2018 plaatst de redactie van het gratis huis-aan-huisblad WeesperNieuws uit de gemeenste Weesp (Noord-Holland) elke werkdag twee achtergrondartikelen en op zaterdag een portret van een bekende Weesper, achter een betaalmuur op hun website (Van den Bos, 2019, 20 mei). Wie deze artikelen wil lezen, moet hiervoor een abonnement nemen waarbij ze 5,50 euro per maand betalen. Daarnaast ontvangen abonnees ook maandelijks een magazine waarin deze artikelen gebundeld zijn onder de naam: WeesperNieuws Extra.

Brancheorganisatie NNP (Nederlandse Nieuwsblad Pers) laat weten dat de Weesper krant het eerste Nederlands huis-aan-huisblad is dat een model als dit uitprobeert. De gratis huis-aan-huiskrant wordt ook nog steeds bezorgd in de gemeente. Het initiatief dient als pilot en bij een succesvol beloop is het de bedoeling om de pilot ook toe te passen bij andere titels van uitgever Enter Media, waar het WeesperNieuws onder valt.

BDUMedia

Uitgeverij BDUMedia, die een aantal huis-aan-huisbladen uitgeeft, denkt niet dat het langer mogelijk is om de gratis bladen alleen nog maar uit advertentie-inkomsten te financieren (Pasveer, 2019, 20 mei). Daarom zijn zij voor een aantal huis-aan-huisbladen een zogeheten vriendenactie gestart, waar ze de lezers vragen om maandelijks of eenmalig een uitgave financieel te steunen. Deze vorm van betalingsbereidheid wordt op dit moment alleen nog maar getest met titels uit de regio's Betuwe en Klaverblad. Ze willen hiermee bekijken of het eventueel mogelijk is om over te stappen naar mogelijke abonnementsvormen (Pasveer, 2019, 20 mei).

2.4 Rol voor de overheid?

Kan de overheid bijdragen aan de scenario's voor het versterken van de lokale journalistiek? De zorgen over lokale journalistiek doen zich niet alleen voor in grote of kleine gemeenten in Nederland. Wereldwijd wordt het belang van lokale journalistiek erkend, maar zijn er zorgen over de kwaliteit. Om deze reden zijn er tal van initiatieven ontstaan om de lokale journalistiek te ondersteunen waarbij de overheid een helpende hand toesteekt. Deze paragraaf belicht een aantal initiatieven die overheden hebben genomen om de journalistiek te versterken zowel in het binnen- als het buitenland.

2.4.1 Nederland

Subsidie

Minister voor Basis- en Voortgezet onderwijs en Media, Arie Slob, stelde in de zomer van 2018 5 miljoen euro per jaar beschikbaar voor journalistieke producties, onderzoeksjournalistiek en opleidingen. Deze initiatieven gelden ook op regionaal en lokaal niveau. Hij motiveerde zijn keuze in een Kamerbrief (2018, 22 juni) waarin hij zegt dat juist door de controlerende functie van journalistiek, journalistiek op regionaal en lokaal niveau erg belangrijk is.

Na een selectieprocedure van het Stimuleringsfonds voor de journalistiek zijn 23 van de 96 subsidieaanvragen geaccepteerd, waarbij er 2,7 miljoen euro aan subsidie is verstrekt. Deze 23 projecten gingen 1 januari 2019 van start. 75% van deze projecten richt zich op regionale onderzoeksjournalistiek. Echter, er is nog niet onderzocht of deze projecten bijdragen aan een betere journalistiek, aan een betere participatie van burgers of aan een betere cohesie in de samenleving.

Inhuren journalist gemeente

Door de versralingen aan journalisten die verslag uitbrachten van raadsvergaderingen, besloten sommige gemeenten in Nederland om zelf een journalist in te huren die deze taak op zich kon nemen. Voorbeelden van gemeenten in Nederland die dit deden zijn Renswoude, Heereveen, Noordoostpolder en Maastricht (De Jong & Koetsenruijter, 2019, p. 13). Echter, veel kritiek kwam er ook op het inhuren van een "gemeentejournalist." Zo schreef Bakker (2018) in een kritisch stuk: "Het inhuren van een gemeentejournalist is een optie, maar ook een bewezen mislukking. Een gemeente, die zelf haar eigen verslaggeving gaat organiseren begeeft zich onherroepelijk op het hellende vlak. Onafhankelijk wordt dat nooit, saai en oninteressant vrijwel altijd, journalistiek en overheidsvoorlichting zijn nu eenmaal twee totaal verschillende takken van sport." Hiermee bedoelt hij dat overheidscommunicatie voornamelijk is bedoeld om de gemeente in een goed daglicht te zetten in plaats van om als kritische nood te fungeren. Ook De Jong & Koetsenruijter (2019) belichten in hun rapport verschillende voorbeelden die aanduiden dat de gemeentejournalist geen succes is. Zo was de gemeentejournalist in IJsselbode opgestapt, nadat contact met de burgemeester hem werd ontboden vanwege de manier waarop hij verslag deed.

2.4.2 Het BBC-model

De Britse BBC maakte in mei van 2016 8 miljoen Engelse pond (toen ongeveer 9,5 miljoen euro) vrij voor 150 lokale journalisten die in overleg met de belangenvereniging van nieuwsmedia (NMA) bij over het land verspreide lokale media geplaatst werden. Deze journalisten worden *local democracy* reporters genoemd en hun verhalen komen in een database terecht die vergelijkbaar is met die van persbureaus zoals AP en Reuters. Het verschil zit hem erin dat het complete artikelen zijn en geen persberichten. Deze verhalen kunnen vervolgens gebruikt worden door alle lokale en regionale media die zijn aangesloten bij de samenwerking. Op dit moment zijn dat meer dan honderd organisaties en doen er in totaal meer dan 950 media mee (BBC, 2018).

Journalist Matthew Barraclough sprak tijdens de Regio Vecht Terug over de voordelen van het model. Zo begon hij over de waakhondfunctie die op deze manier wordt teruggehaald doordat journalisten de mogelijkheid hebben om districtsraden te controleren. Ook bereiken verhalen meer mensen doordat ze door verschillende media kunnen worden gebruikt. Verder benoemt hij dat ze in de toekomst wellicht opleidingstrajecten een onderdeel van het model willen maken (Van de Beld, 2019, 23 mei).

Dit hoofdstuk liet zien dat de journalistiek ontwikkelingen heeft doorgemaakt die ten kosten zijn gegaan van de belangrijke functies van de journalistiek namelijk informeren en controleren. Op lokaal niveau zorgt de bindende functie er nog wel voor dat de journalistiek zijn hoofd boven water kan houden. Versterking lijkt nodig te zijn. Ook liet dit hoofdstuk zien dat er een aantal scenario's in het leven geroepen zijn die bijdragen aan de verbetering van de landelijke en lokale journalistiek.

3. Methode

Dit hoofdstuk bespreekt de case van de gemeente Aalten en verantwoordt de keuzes die gemaakt zijn en de methodes die gebruikt zijn tijdens het onderzoek.

3.1 Inleiding

Met ongeveer 27.000 inwoners valt Aalten onder de kleine gemeenten, waar de problematiek rondom lokale journalistiek het grootst is. In dit onderzoek wordt er een beeld geschetst over hoe de vork in de stil zit bij de lokale print- en onlinemedia in de gemeente Aalten en of er eventueel scenario's mogelijk zijn voor kwaliteitsverbetering. Het onderzoek geeft antwoord op de twee hoofdvragen:

1. Wat is de huidige stand van zaken van het medialandschap in de gemeente Aalten met betrekking tot print en online media?
2. Welke scenario's zijn er om een eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen?

Waar dit onderzoek de focus heeft liggen op de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten, schetst het aanpalende onderzoek van Peddemors (2019) een overzicht van het radio- en televisielandschap van de gemeente. De onderzoeken geven samen een volledig beeld van het medialandschap in de gemeente Aalten. Voor deze tweedeling is gekozen, omdat er verschillen zitten in de manier van nieuwsverspreiding van de media. Op deze manier kan er met meer diepgang gefocust worden op deze manieren en kunnen eventuele scenario's voor kwaliteitsverbetering passend onderzocht worden. De methode voor beide onderzoeken is hetzelfde. Eerst is er een literatuurstudie. Deze brengt de ontwikkelingen binnen de lokale media en het belang van lokale media in kaart. Daarnaast zijn er interviews afgelegd. De resultaten van zowel de literatuurstudie als de interviews geven inzicht op wat de staat van het medialandschap is en welke scenario's toepasbaar zijn in de gemeente Aalten.

3.2 Verantwoording Methode

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is een reeks interviews met stakeholders in de lokale print- en onlinemedia van de gemeente Aalten afgenomen. Deze zijn zowel werkzaam bij de lokale print- en onlinemedia in de gemeente Aalten als daarbuiten, zoals hoofdredacteurs van De Persgroep en Achterhoek Nieuws. Ook belanghebbenden van de lokale media zijn geïnterviewd, waaronder communicatieprofessionals die werkzaam zijn bij de gemeente of in de regio Achterhoek.

De interviews die zijn afgenomen waren semigestructureerde interviews, waar niet gewerkt werd met een vooraf opgestelde vragenlijst, maar aan de hand van een topiclijst. Daar staan onderwerpen op waarbij de interviewer zelf bepaalt wanneer welk onderwerp aan bod wordt gebracht (Mortelmans, 2011, p.217). Een topiclijst heeft een paar voordelen, namelijk dat het vaak leidt tot een natuurlijke conversatie die spontaniteit bevordert (Mortelmans,

2011, p.218). Hierdoor heeft de geïnterviewden de vrijheid om zelf vragen te stellen of onderwerpen te bespreken die niet op de topiclijst aan bod komen. Deze kunnen nieuwe inzichten opleveren buiten de onderzochte theorieën uit de literatuur die de interviewer test aan de hand van een semigestructureerd interview naar de meningen en opvattingen van de geïnterviewden. Een nadeel van een semigestructureerd interview is dat het vrije en open karakter van het interview bedreigd wordt doordat het iets te streng of te strak geregeld kan zijn (Mortelmans, 2011, p. 209). Daarnaast is de methode van een semigestructureerd interview meer gestandaardiseerd dan een bij de methode van een open interview, maar is de validiteit van het onderzoeksinstrument bij een semigestructureerd interview minder hoog dan bij een enquête of een gestructureerd interview (Mortelmans, 2011, p.209).

Vanwege de tijd is er niet gekozen voor andere waardevolle onderzoeksmethode, zoals een inhoudsanalyse over de producten van het medialandschap of een publieksonderzoek naar de kwaliteit en kwantiteit van het medialandschap. Interviews met stakeholders van de media kunnen op beide gebieden relevante informatie geven. Naast dat ze inzicht kunnen geven op de kwantiteit en kwaliteit van het medialandschap, kunnen ze ook inzicht geven op de problematiek die achter een eventuele lage kwaliteit schuilgaat. Daarnaast hebben de stakeholders een betere kennis van hoe de mediawereld in elkaar steekt, dus kunnen zij waarschijnlijk het beste bevraagd worden over toekomstscenario's voor kwaliteitsverbetering. Een nadeel aan deze methode kan wel zijn, dat de media een te gekleurd beeld zouden kunnen schetsen over het medium waar ze zelf werkzaam zijn. Daarom is het belangrijk om een goede selectie te maken van stakeholders die voor een onafhankelijk beeld kunnen zorgen van het medialandschap in de gemeente Aalten.

3.2.1 Samenstelling print- en onlinemediagemeente Aalten

Op basis van deskresearch, samenwerking met de communicatiemedewerker in dienst bij de gemeente Aalten en aan de hand van informatie van de geïnterviewden is er een overzicht gemaakt van alle nieuwsmedia uit de gemeente Aalten. Het criterium om aan deze lijst toegevoegd te worden, was dat nieuws lokaal geproduceerd moet worden. Zowel regionale media, denk hierbij aan provinciale kranten, als lokale media, op gemeentelijk of plaatselijk niveau, staan in het overzicht. Hierbij is niet gekeken naar de kwaliteit van de media. Het is puur een schets om de media in kaart te brengen. Binnen deze media werd er onderscheid gemaakt tussen de volgende categorieën:

Regionale kranten	Huis-aan-huisbladen	Hyperlocals
De Gelderlander	Aalten Vooruit	Dplnieuws.nl
	De Band	
	Aaltens Nieuws	
	Dinpers Nieuws	
	Bredevoortsnieuws	

3.2.2 Topiclijst

De topiclijst die is gebruikt in het onderzoek is gebaseerd op de topiclijst zoals gepresenteerd in De Jong en Koetsenruijter (2019, p. 38-39) waarbij elementen zijn toegevoegd op basis van

de literatuurstudie die is gedaan in dit onderzoek. Deze vormen de sensitizing concepts. Dat zijn concepten die richting geven aan het kwalitatieve onderzoek en een rol kunnen spelen in het beantwoorden van de onderzoeksvragen (Mortelmans, 2011, p. 115). In het aanpalende onderzoek over de radio- en televisiemedia in de gemeente Aalten is een soortgelijke topiclijst gebruikt die dieper ingaat op de behoefte van de onderzoeksvragen passend bij dat onderzoek. De topiclijst heeft de vorm van vragen zodat deze makkelijker gepresenteerd konden worden, maar zijn als topics gebruikt. Vooraf aan elk interviews is toestemming gevraagd voor opnamen van het interview en om citaten met naam te quoten in het onderzoek. De topiclijst bestaat uit twee hoofdonderwerpen:

De staat van het medialandschap

1. Het lokale nieuws. Hoe kijkt u aan tegen kwaliteit en kwantiteit van het lokale nieuws in de gemeente Aalten?
 - Worden de functies van de journalistiek (informerende, controleren, binden en eventueel andere) voldoende afgedekt in het lokale nieuws in de gemeente Aalten?
 - Welke functies komen goed en minder goed uit de verf?
2. Welke groepen worden goed en niet goed bediend in de gemeente met betrekking tot de lokale journalistiek? (Jongeren, ouderen, etnische minderheden?)
3. Met welke bedreigingen heeft de geprinte media te maken in de gemeente Aalten? (Met welke bedreigingen heeft uw medium te maken?)
4. Met welke kansen heeft de geprinte media te maken in de gemeente Aalten? (Met welke kansen heeft uw medium te maken?)
5. Hyperlocals (nieuwssites die niet zijn verbonden of ontstaan uit een geprinte versie, zoals een krant): ziet u een toekomst in hyperlocals? (In hoeverre ziet u heil in digitale media?)
6. Kunt u een nieuwsitem uit de afgelopen maand beschrijven, waar u het meest trots op was?
7. In hoeverre spelen sociale mediakanalen een rol in het verspreiden en vergaren van nieuws in de gemeente Aalten?
 - Zou het belang van deze kanalen vergroot moeten worden?
 - In welke maten worden deze gebruikt om participatie bij de burger op te wekken?
8. Wat is uw mening over de persberichten die door het college van bestuur van de gemeente Aalten worden verstuurd?
 - Zijn deze informatief genoeg?
 - Hoe denkt u over Aalten Actueel?

Scenario's voor versterking van de regionale en lokale journalistiek (print en online)

1. Is er behoefte aan versterking van de geprinte en het online medialandschap in de gemeente Aalten? Waarom wel, waarom niet?
 - In welke vorm?
 - Betalen voor lokale journalistiek
 - Fondsen, samenwerking (is samenwerking mogelijk binnen redacties?)
 - Scholing
 - Op welk niveau? (Nationaal, regionaal of lokaal)

- Wat zou je het liefst willen als alles mogelijk is?
2. Wie moet het geld voor de lokale journalistiek beheren of verdelen? (Bedrijfsleven, media of overheid, anders?)
- Wat is typerend voor het Aaltense medialandschap
 - Zijn er nog dingen die u wilt toevoegen aan het interview die nog niet besproken zijn?

3.3 Geïnterviewden

Er zijn voor dit onderzoek, over de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten, 11 mensen geïnterviewd. Zes hiervan zijn werkzaam bij een medium, al dan niet op de redactie of als freelance journalist. Twee van de geïnterviewden zijn werkzaam als hoofdredacteur bij de verschillende uitgevers van het regionale dagblad en de huis-aan-huisbladen in de gemeente Aalten. Twee van de geïnterviewden werken bij de gemeente Aalten en een is communicatieprofessional werkzaam in de regio Achterhoek. Deze drie geïnterviewden komen vaak in aanraking met de lokale media in de gemeente Aalten en zijn gekozen om een onafhankelijk beeld te schetsen buiten de media om. Deze interviews zijn mede afgenomen door Peddemors (2019) en komen in beide onderzoeken aan bod. Hierdoor overlapt de lijst met interviewkandidaten met het aanpalende onderzoek. De interviews zijn afgenomen binnen een tijdsbestek van ongeveer 2 maanden, namelijk van 11 juli 2019 tot 25 augustus 2019. Bijlage 1 bevat de verantwoording voor de keuze van de geïnterviewden en de lijst met geïnterviewden.

3.4 Methode verwerking interviewresultaten

Voor het uitwerken van de interviews werden vier stappen doorlopen aan de hand van de coderingstheorie van Corbin en Strauss (2008). Er is gekozen voor deze theorie, omdat op deze manier met een open blik de interviews gecodeerd worden. Hiermee kunnen er ook opvattingen bovenkomen die de eerder bestudeerde literatuur tegenspreken. De eerste stap was het transcriberen van de interviews. Van de elf interviews zijn er negen getranscribeerd. De resultaten van twee interviews zijn tot stand gekomen aan de hand van aantekeningen en controle daarvan door desbetreffende personen. Dit omdat de geluidsopnamen van de interviews verloren zijn gegaan, waardoor transcriberen niet mogelijk was. Vervolgens werden de transcripten geconceptualiseerd (Corbin & Strauss, 2008, p.65). Dit werd door middel van een kwalitatieve inductieve methode gedaan, waar door middel van open codering het interview werd doorgelezen en er labels (codes) aan tekstfragmenten werden geplakt (Mortelmans, 2011, p. 355). Ondanks dat er open werd gecodeerd, waarbij er geen vooraf opgestelde thema's gebruikt werden tijdens het coderen, kwamen er labels overeen met de sensitizing concepts uit de topiclijst. De volgende stap was axiaal coderen, waarbij codes met elkaar vergeleken werden en bij elkaar werden gevoegd binnen een overkoepelende code (Mortelmans, 2011, p. 356). In de resultaten hoofdstukken (hoofdstukken 4, 5 en 6) is het resultaat van de auxiale codering te zien en is de leesbaarheid van de quotes uit de interviews

bevorderd zonder de inhoud te veranderen. Bij de laatste stap wordt er selectief gecodeerd, waarbij de hoofdcategorieën uit de vorige stap werden gebruikt om de resultaten aan de theorie te koppelen (zie hoofdstuk 7). Dit werd gedaan door binnen de categorieën alle gevonden data onder te brengen en op basis daarvan relaties en verbindingen te leggen tussen de data (Mortelmans, 2011, p 356). Mortelmans (2011) noemt dit Grounded Theory, waarbij de onderzoeker tot theorievorming komt op basis van empirisch materiaal (p. 351). Uiteindelijk vormen deze theorieën de basis voor de conclusies van het onderzoek.

4 Resultaten: De gemeente Aalten

In dit hoofdstuk is aan de hand van deskresearch in combinatie met gegevens uit de interviews een overzicht gemaakt van de print- en onlinemediën in de gemeente Aalten. Eerst zijn een aantal demografische gegevens op een rijtje gezet. Deze geven inzicht op het bereik van de media zoals besproken in paragraaf 4.2. Het hoofdstuk eindigt met resultaten uit de interviews, waarbij de geïnterviewden aangeven wat zij typerend achten voor het Aaltens medialandschap rondom de print- en onlinemediën.

4.1 Demografische gegevens

Na de gemeentelijke herindelingen in 2005 is sinds 1 januari van dat jaar de nieuwe gemeente Aalten ontstaan door het samengaan van de gemeente Aalten en de gemeente Dinxperloo (Gemeente Aalten, z.d.). De twee hoofdkernen Aalten en Dinxperloo zijn gebleven. Daarnaast behoren het vestingstadje Bredevoort en de kleine kernen Barlo, De Heurne, Haart Lintelo en IJzerloo ook tot de gemeente Aalten. Verder kent het buitengebied een aantal buurtschappen, te weten Barlo, Dale, De Heurne, Haart, Heurne, 't Klooster, Lintelo en IJzerlo. De gemeente Aalten is gelegen in het zuidoostelijke deel van de Achterhoek in de provincie Gelderland. Figuur 2 toont de precieze ligging van de gemeente Aalten in Nederland en figuur 3 toont een kaart van de gemeente Aalten.



Figuur 2 Kaart Nederland met plaatsaanduiding gemeente Aalten. Bron: Google Maps



Figuur 3 Kaart gemeente Aalten

Op 1 januari 2019 telt de gemeente Aalten 27.012 inwoners, waarvan de meeste (12.845) woonachtig zijn in Aalten. Dinxperlo komt met 6.999 inwoners op de tweede plek. (Gemeente Aalten B., z.d.). Figuur 4 laat zien hoe de inwoners per dorp en buitengebied zijn verdeeld.

Figuur 4. Overzicht aantal inwoners per dorp en in het buitengebied in de gemeente Aalten op 1 januari 2019

Gebied	Aalten	Dinxperlo	De Heurne	Barlo	Bredevoort	Haart	Lintelo	IJzerlo	Buitengebied
Aantal	12.845	6.999	334	119	1.400	75	153	151	4.936

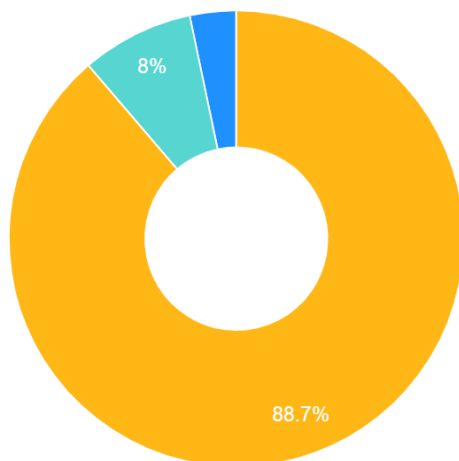
De meeste mensen die in Aalten wonen zijn tussen de 40 en 65 jaar oud (9.754), gevolgd door de leeftijdsgroep 65 plussers (5.972) en 19 tot en met 39 (5.643). Relatief gezien wonen er erg weinig jongeren, 5.643 inwoners zijn namelijk 18 jaar of jonger (Gemeente Aalten B., z.d. 19 augustus 2019). Figuur 5 geeft een overzicht van het aantal inwoners per leeftijd.

Figuur 5. Overzicht van de leeftijden van de inwoners in de gemeente Aalten op 1 januari 2019

Leeftijd	0 - 3 jaar	4 - 12 jaar	13 - 18 jaar	19 - 39 jaar	40 - 64 jaar	65 jaar en ouder
Aantal	940	2.684	2.019	5.643	9.754	5.972

De meest recente cijfers uit 2018 laten zien dat van de toen 26.962 inwoners uit de gemeente Aalten, 88,7% autochtoon was. 8,8% van de inwoners was migrant met een westerse achtergrond en 3,3% van de inwoners was migrant met een niet westerse achtergrond. Naar verwachting zullen deze cijfers niet heel erg afwijken in het jaar 2019 (Informatie gemeente Aalten, 2018 augustus 13).

● Autochtoon ● Migratie Westers ● Migratie Niet-Westers



Figuur 6. Overzicht verdeling autochtonen, westerse migranten en niet-westerse migranten in de gemeente Aalten

4.2 Overzicht print- en onlinemedi

Deze paragraaf biedt een overzicht van alle print- en onlinemedi in de gemeente Aalten. De regionale krant, de huis-aan-huisbladen en de hyperlocal zijn op een systematische wijze weergegeven. Per medium is er informatie te vinden over onder andere het aantal oplagen van de medi, de sociale mediakanalen waarop ze actief zijn en het bereik van zowel de printmedi als de sociale mediakanalen voor zover deze informatie gevonden kon worden.

4.2.1 Regionale krant

In de gemeente Aalten wordt een regionale krant uitgegeven.

De Gelderlander

De Gelderlander is de grootste regionale krant van Nederland. Het is een betaalde krant waar mensen verschillende typen abonnementen op kunnen nemen. Ook is de krant in de winkel te koop. Het nieuws komt voornamelijk uit de regio's Achterhoek, Arnhem en Nijmegen. De krant heeft een Achterhoek-editie vormgegeven vanuit een kantoor gelegen in Doetinchem. Het blad wordt uitgegeven door de Nederlandse Persgroep bv. Volgens de advertentiegroothandel bestaat de oplage uit 113.125 exemplaren met een bereik van 332.000 mensen per oplage. De Gelderlander heeft een website die dagelijks ververs wordt met het actuele nieuws. De sociale mediakanalen die gebruikt worden door de krant zijn Facebook en Twitter. Op Facebook worden ze gevolgd door ongeveer 77.000 accounts en op Twitter door ongeveer 67.400 accounts. Beide onder de naam @degelderlander. Daarnaast zijn ze nog actief op Instagram onder de naam @de_gelderlander. Hier hebben ze ongeveer 12.300 volgers.



Figuur 6 Voorpagina De Gelderlander

4.2.2 Huis-aan-huisbladen

De gemeente Aalten kent vijf huis-aan-huisbladen:

Aalten Vooruit & De Band

Aalten Vooruit is een huis-aan-huisblad van de Nederlandse Persgroep bv. Het is de oudste aan de middenstandsvereniging gelieerde krant. Dit is een vereniging van personen die tot de middenstand behoren en samen opkomen voor hun belangen. Ook De Band is een huis-aan-huisblad van de Nederlandse Persgroep bv. Deze wordt voornamelijk verspreid in het gebied Dinxperlo. Afgezien van de voorpagina is de inhoud van beide bladen nagenoeg hetzelfde. De kranten worden op woensdag verspreid en hebben samen een verspreide oplage van 14.800 exemplaren. Daarnaast zijn er vijf afgiftepunten in de gemeente waar de kranten opgehaald kunnen worden. Beide kranten hebben dagelijks een ververs site voor het korte actuele nieuws. Ook hebben ze een gedeelde Facebookpagina, genaamd Aalten Vooruit/De Band,

waar links worden geplaatst die doorverwijzen naar artikelen die op de website staan. Ze worden gevolgd door ongeveer 1200 accounts. Er zijn wel twee gescheiden twitter accounts, namelijk: @Aalten_Vooruit en @debanddinxperlo. De eerste heeft ongeveer 870 volgers, de tweede ongeveer 320. Beide worden, eveneens als de Facebook, voornamelijk gebruikt om links te plaatsen die doorverwijzen naar artikelen op de websites. Andere sociale mediakanalen zijn niet in gebruik bij deze media.



Figuur 7 Voorpagina Aalten Vooruit



Figuur 8 Voorpagina De Band Dinxperlo

Aaltens Nieuws

Aaltens Nieuws is een gratis huis-aan-huisblad dat de gebieden Aalten, Bredevoort, Dale, Haart, Lintelo, Barlo en IJzerlo bestrijkt. De uitgever van de krant is Achterhoek Nieuws, die een samenwerking heeft met BDU uitgeverij. Achterhoek Nieuws is uitgever van meer lokale huis-aan-huiskranten in de Achterhoek. Het blad heeft een oplage van 9.500 exemplaren. In de kern van de gemeente wordt het blad verspreid op dinsdag en in de buitengelegen gebieden op zowel dinsdag als woensdag. In een onderzoek gedaan onder het bereik van de huis-aan-huisbladen uitgegeven door Achterhoek Nieuws, kwam naar voren dat 88% van de respondenten Aaltens Nieuws wekelijks lezen (Hardemann, Teunter & Teunter, 2018). Aaltens Nieuws heeft een dagelijks ververste site voor het korte actuele nieuws. Verder hebben is er een Facebookpagina genaamd Aaltens Nieuws. Deze pagina wordt gevolgd door ongeveer 1800 accounts. Hier plaatsen ze voornamelijk links die verwijzen naar artikelen op de website. Verder hebben ze een twitterpagina genaamd:



Figuur 9 Voorpagina Aaltens Nieuws

@AaltensNieuws. Hier hebben ze ongeveer 320 volgers. Ook hier worden voornamelijk links van artikelen geplaatst waarbij je doorverwezen wordt naar de site. Dit zijn de enige twee sociale mediakanalen die worden gebruikt door de krant.

Dinxpers Nieuws

Dinxpers Nieuws is een gratis huis-aan-huisblad dat het gebied Dinxperlo, De Heurne, IJzerlo, Suderwick, Sinderen, Voorst, Breedenbroek en Lintelo bestrijkt. Ook deze krant wordt net als Aaltens Nieuws uitgegeven door uitgever Achterhoek Nieuws. Het blad heeft een oplage 6.700 exemplaren en wordt op dinsdag verspreid in de kerngebieden en op dinsdag en woensdag in de buitengebieden. In een onderzoek gedaan onder het bereik van de huis-aan-huisbladen uitgegeven door Achterhoek Nieuws, kwam naar voren dat 88% van de respondenten Dinxpers Nieuws wekelijks lezen (Hardemann, Teunter & Teunter, 2018). Dinxpers Nieuws heeft een dagelijks ververst site voor het actuele nieuws. De Facebookpagina van de krant heet Dinxpers Nieuws en de twitterpagina is te vinden onder de naam @DinxpersNieuws. De Facebook pagina heeft ongeveer 2300 accounts die ze volgen en de twitterpagina heeft ongeveer 120 volgers. Beide kanalen worden voornamelijk gebruikt om artikelen te plaatsen die terug zijn te vinden op de site. Afgezien van Facebook en Twitter zijn er geen andere sociale mediakanalen van het blad actief.



Figuur 10 Voorpagina Dinxpers Nieuws



Figuur 11 Voorpagina Bredevoorts Nieuws

Bredevoorts nieuws

Bredevoorts nieuws is een huis-aan-huiskrant die eens in de veertien dagen wordt verspreid. Dit gebeurt altijd op een dinsdag, waarvan een deel wordt verspreid op woensdag. Ze beschrijven zichzelf als een nieuws- en advertentieblad. Het blad wordt naar een drukker gestuurd, waarna het vervolgens wordt rondgebracht in het gebied Bredevoort. Het heeft een oplage van 1700 exemplaren. Hiermee bereiken ze ongeveer 600 gezinnen. De krant betreft acht pagina's waarvan er drie gereserveerd zijn voor advertenties. De redactie bestaat volledig uit vrijwilligers. Deze bestaan voornamelijk uit niet-werkenden en gepensioneerden. De krant heeft ook een website waarop het actuele nieuws wordt geplaatst. Daarnaast heeft Bredevoorts nieuws een Facebookpagina die Bredevoorts-nieuws heet. Hier worden ze gevolgd door ongeveer 280 accounts. Op andere sociale mediakanalen zijn ze niet actief.

4.2.3 Hyperlocals

De gemeente Aalten kent een hyperlocal die actuele nieuwsberichten plaatst.

dplnieuws.nl

Dplnieuws.nl is een nieuwswebsite die zich richt op actuele zaken binnen het gebied Dinxperlo. Dpl is ongeveer 14 jaar geleden opgericht. Toentertijd werd er nog een kabelkrant op tv uitgezonden. Na onenigheid is de redactie van de kabelkrant opgesplitst, waaruit de ene helft bleef bij de kabelkrant en de andere helft DPL nieuws oprichtten. Toen waren dat 6 man, inmiddels bestaat de redactie nog maar uit 2 man, die op vrijwillige basis werken. Er zijn geen vaste momenten waarop het nieuws verschijnt op de website, dit is sterk afhankelijk van of er nieuwswaardige gebeurtenissen plaatsvinden in Dinxperlo of in de gemeente Aalten. Er wordt geprobeerd minstens 2 keer per week een bericht te plaatsen. Daarnaast hebben ze nog een twitteraccount genaamd @dplnieuws, waar de redactie berichten plaatst die zij het meest nieuwswaardig achten. Deze heeft ongeveer 650 volgers. Hun Facebookpagina, dplnieuws.nl, wordt voornamelijk gebruikt om foto's op te plaatsen. Deze wordt gevolgd door ongeveer 1770 accounts. Op andere sociale mediakanalen zijn ze niet actief.



Figuur 12 Webpagina dplnieuws.nl

4.3 Resultaten uit de interviews: typerend voor het Aaltens medialandschap

4.3.1 Aalten vs. Dinxperlo

In 2005 zijn de gemeente Aalten en de gemeente Dinxperlo samengevoegd na de gemeentelijk herindelingen. Volgens burgemeester Anton Stapelkamp, zaten beide gemeenten niet op deze herindeling te wachten:

- In 2005 zijn de gemeente Dinxperlo en Aalten samengevoegd en dat is bijna een soort burgeroorlog geweest. Dat is niet leuk geweest. Het geeft eigenlijk nog steeds wonden 14 jaar verder. Het is nog steeds erg gevoelig. Dat het Aalten heet en niet Aalten

Dinxperlo of een andere fantasienaam, dat heeft heel veel kwaad bloed in Dinxperlo gezet. [...] Het is een heel stroef contact geweest en het contact is hier en daar nog steeds wel stroef. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

In de media zijn de gevolgen van deze herindeling duidelijk nog te zien. Zowel De Persgroep als Achterhoek Nieuws geven twee huis-aan-huiskranten uit, waarvan de ene gericht is op het lokale nieuws uit Aalten en de andere gericht is op het lokale nieuws uit Dinxperlo. De burgemeester ziet het liefst dat deze twee kranten samengaan om de eenheid tussen Aalten en Dinxperlo te bevorderen. Echter, de geïnterviewden die bij de huis-aan-huiskranten werkzaam zijn, geven aan dat dit niet zomaar gaat omdat ze hun kranten met puur lokaal nieuws vullen:

- Natuurlijk zijn er berichten die voor de hele gemeente van belang zijn die we doorplaatsen, maar we vullen al onze veertien titels puur lokaal, vanuit de gedachte dat de lezer het liefst het lokale nieuws wil. [...] Door twee kranten te hebben proberen wij zeker niet die tweedeling te behouden, maar het blijft zo dat Aalten een behoorlijke kern is en Dinxperlo ook een behoorlijke kern met een eigen dynamiek en een eigen interesse bij de bewoners en dus ook een eigen nieuwsbehoefte. Wij proberen als uitgever en als krant in te spelen op de nieuwsbehoefte. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

De burgemeester heeft hier ook begrip voor:

- Voor een deel is het ook de realiteit dat het verschillende gemeenschappen zijn. Je loopt er ook niet even naar toe, het is 10 km verderop, of het is een half uur fietsen, dat doet ook niet iedereen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Door het oud zeer hebben de geïnterviewden het idee hebben dat Aaltenaren liever geen krant lezen gericht op Dinxperlo en andersom:

- Dinxperlo en Aalten zijn ook van oudsher twee verschillende gemeenschappen. Ze slaan elkaar de hersens niet in, zo is het niet, maar ik merk gewoon dat een Dinxperlo'er zich nooit een Aaltenaar gaat voelen. [...] Dat is een reden om te zeggen: we gaan niet in Dinxperlo een Aalten Vooruit leggen want dan denken ze: potverdikkie krijgen we nu ook nog een Aalten krant hier en andersom kan dat natuurlijk ook niet. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Als een artikel over zowel Aalten als Dinxperlo gaat en je vergeet per ongeluk de date lijn te wisselen van Aaltens Nieuws naar Dinxpers Nieuws als het artikel ook in het Dinxpers Nieuws komt te staan, dan zijn er mensen die dat dan niet lezen. Zo van Aaltens nieuws, dat hoef ik niet. Dat zit tussen de oren bij mensen. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Enkele geïnterviewden geven aan dat ze het niet zien gebeuren dat de wrijving tussen de twee kernen overgaat:

- Vanuit historische besef zou ik zeggen, dat heeft verder weinig zin. Ik gaf net al aan, dat de print media voornamelijk gericht is op een wat oudere doelgroep, dus vanaf een jaar of 45 tot 80 plus. Die mensen hebben toch de herindeling meegemaakt en daar is toch steeds een bepaalde wrijving over, dat dat eigenlijk maar gewoon ons door de keel is gedrukt, die herindeling. Daar was eigenlijk in deze plaats, Dinxperlo, niemand echt voor. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl, oprichter dplnieuws.nl)

Anderen hebben hoop voor de toekomst en geloven dat het oud zeer zal verdwijnen met de tijd:

- Dat zal vast wel over gaan. Er zijn ook een heleboel mensen die zo iets hebben van: ja, kom op, daar moet je niet zo moeilijk over doen. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

4.3.2 Onderwerpen

Onderwerpen die volgens de geïnterviewden voornamelijk aanbod komen in het Aaltens medialandschap gaan over de tweede wereldoorlog of over religieuze zaken:

- Dit is typisch iets voor Aalten, hier speelt de tweede wereldoorlog een hele grote rol. Veel mensen hebben kunnen onderduiken. De naastenliefde staat daar best wel hoog in het vaandel. Ze hebben ook het nationale onderduikmuseum in Aalten, dat is ook wel een dingetje. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- Typerend voor het Aaltense medialandschap is de berichtgeving over religieuze zaken. Er zijn veel geloofsgemeenschappen woonachtig in de gemeente Aalten. Voornamelijk christelijk gerelateerde gemeenschappen. Kortom, religie speelt een belangrijke rol. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Volgens de geïnterviewden is de betrokkenheid van de inwoners met het medialandschap in de gemeente Aalten groot en groter dan in andere gemeenten in de regio Achterhoek:

- Typerend voor het Aaltense medialandschap is dat er een korte afstand is tussen de actoren (de burgers), de samenleving en degene die erover berichten, dus de media. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Dat men heel snel reageert op dingen. De betrokkenheid van de Aaltenaren met een krant, die is groter dan in andere gebieden. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)

5 Resultaten uit de interviews: De staat van de geprinte- en onlinemedia in de gemeente Aalten

5.1 Kwantiteit

Een gemeente kent gemiddeld 6,3 unieke nieuwsmedia gekeken naar offline print media en online zelfstandige journalistieke initiatieven of nieuwssites. (Kik, Bakker, Buijs & Katz, 2013, p. 9). Gemiddeld in gemeentes in Nederland gaat het om 1,2 dagblad, 0,3 nieuwsblad, 4,3 huis-aan-huisblad en 0,5 online zelfstandig journalistiek initiatief of nieuwssites (Kik, Bakker, Buijs & Katz, 2013, p. 9).

In de gemeente Aalten wordt een dagblad uitgegeven en er worden vijf huis-aan-huisbladen uitgegeven. Daarnaast is er een online zelfstandig journalistiek initiatief. Een deel van de geïnterviewden vindt dat de inwoners van de gemeente hier goed mee gediend worden. Volgens een ander deel van de geïnterviewden heeft er ook een verschraling plaatsgevonden van de printmedia in de gemeente Aalten. Volgens hen zijn in de loop der jaren verschillende media verdwenen:

- Wat mij opvalt, en ik zit al best lang in dit vak, is dat het medialandschap erg versmald is. Waar in den beginne nog diverse lokale media en diverse dagbladen bij bijvoorbeeld de persgesprekken met het college aanzaten, is dat nu veelal een dagblad en een lokale krant. Dan soms nog iemand die uit hobby een site bijhoudt met nieuwtjes uit Aalten, dus dat is echt heel erg versmald. (Lydia ter Welle, redacteur Achterhoek Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Een aantal jaren geleden moest “Rondom Dinxperlo”, het toen verschijnende weekblad, ermee stoppen omdat er niet voldoende advertentie-inkomsten meer waren. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Dit wordt door hen als negatief ervaren, omdat het nieuws vanuit minder perspectieven belicht wordt:

- Er zijn twee weekbladen en er verschijnt een regionaal dagblad en of dat genoeg is? Ik vind het jammer dat er niet wat meer door meerdere kanten tegen nieuws aangekeken wordt en dat er niet door meer kanten over onderwerpen geschreven wordt. Dat levert toch een iets ander beeld op dan zoals het nu gebeurt. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Het is jammer dat er niet meer concurrentie is. Wat heb je nu te kiezen? [...] Concurrentie houdt elkaar scherp. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

5.1.1. *Verschraling journalisten en vrijwilligers*

De grootste bedreiging die de geïnterviewden benoemden, is het krimpen van redacties en dus verschraling van journalisten:

- Redacties worden kleiner en kleiner. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)
- Aalten Vooruit moet het ook met minder mensen doen. Je hebt wel lokale correspondenten die voor je op pad gaan. Maar als je het vergelijkt met twintig jaar geleden dan is het een hele andere situatie geworden. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- Ja er is in de loop der jaren wel het een en ander veranderd. In het verleden hadden we wat meer armslag om gemeenteraadsvergaderingen en commissievergaderingen en persgesprekken bij te wonen. Dat is wat minder geworden. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- De vaste redactie is geslonken en er heeft een verschuiving plaatsgevonden van vaste medewerkers naar meer freelancers. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- De redactie van De Gelderlander is meer dan gehalveerd. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander,)

Daarnaast is er een verschraling te zien van het aantal vrijwilligers die werkzaam zijn bij redacties van lokale print of onlinemedia:

- Een ander probleem is om het aantal vrijwilligers op peil te houden. Op dit moment lukt dat nog wel, maar vervanging zal een steeds groter probleem worden. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Gevolgen van de verschraling van journalisten is volgens de geïnterviewden dat er met minder mankracht, en dus in minder tijd, een groter gebied moet worden afgedekt, waardoor het volgen van raadsvergaderingen van de gemeente Aalten er minder in zit:

- Er is natuurlijk steeds minder mankracht beschikbaar om alles te volgen, dus dat is bijna niet meer te doen. [...] Om alle commissie vergaderingen en raadsvergaderingen te kunnen volgen, daar is eigenlijk geen tijd en geen geld en geen manschappen voor beschikbaar. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- We maken nu veel vaker de keuze om niet onze mensen of onze freelancers urenlang bij een vergadering te hebben zitten. [...] In de persbanken bij de raadsvergaderingen, daar zaten eerst meerdere journalisten en nu zit er vaak maar eentje. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- We hebben een beperkt aantal mensen die we in kunnen zetten om het bestuur van de gemeente Aalten te volgen. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Toch is de gemeente wel tevreden met de bezetting van journalisten bij raadsvergaderingen:

- Dan hebben we altijd nog even een uurtje met de pers. Dan zitten er vaak twee en een enkele keer zelfs drie mensen van de pers. Daar ben ik dankbaar voor, het is een rijke zegen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Bedreigingen die de verschraving van journalisten met zich meebrengen zijn volgens de geïnterviewden op korte termijn dat er geen vervanging is van journalisten wegens bijvoorbeeld ziekte en op langer termijn dat ze niet worden vervanger mochten de huidige journalisten met pensioen gaan:

- Nou de enige bedreiging die ik zou kunnen bedenken is dat ik bijvoorbeeld ziek word. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)
- Zelf ben ik ook gemeenteraadslid geweest. Daardoor heb ik veel verstand van hoe de gemeente politiek werkt en in elkaar steekt. Het is moeilijk om iemand te vinden die mij kan vervangen als ik stop, aangezien het ontbreekt aan journalisten met dezelfde politieke kennis als ik. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)
- De journalisten die nog wel in dienst zijn, kunnen vaak niet vervangen kunnen worden mochten ze uit de running zijn door bijvoorbeeld ziekte. Ook staat er geen opvolger klaar mochten de journalisten er helemaal mee ophouden. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Iets van politiek volgen, dat zou best toch wel wat meer, wat breder kunnen, dat het niet afhankelijk is van bepaalde mensen, want als die wegvallen is het meteen helemaal stil. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

5.1.2 Teruglopende advertentie-inkomsten

Vooraf het ontbreken van geld werd genoemd als oorzaak van het krimpen van redacties. De print- en onlinemediën in de gemeente Aalten zijn afhankelijk van advertentie-inkomsten. Volgens de geïnterviewden is er steeds minder geld te besteden, omdat de advertentie-inkomsten teruglopen:

- Dat is voornamelijk met teruglopende advertentie-inkomsten. [...] De advertentie-inkomsten zijn teruggelopen, ook voor printmedia en dat geldt ook voor ons. Het heeft niet zoveel zin om meer advertenties te plaatsen. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)
- Het is momenteel iets slechter gegaan met de advertentieverkoop. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- De inkomsten, dat is het belangrijkste probleem. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Een van de redenen die wordt genoemd is de digitalisering van het nieuws, waardoor er een verschuiving van advertentie-inkomsten van print naar digitale media heeft plaatsgevonden:

- Je moet adverteerders hebben en die hebben soms het idee: ja dat heeft geen zin want de print is niet van deze tijd. We moeten het zoeken op andere terreinen (online). (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Ook wij hebben te maken met minder inkomsten. De oorzaak hiervan is de opkomst van het internet wat voor versnippering van de journalistiek heeft gezorgd. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

- Verschuiving van print advertenties naar meer online. Facebook, Google. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Digitalisering is natuurlijk een hele grote bedreiging voor de geprinte media. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws, noemt nog een andere reden voor de teruglopende advertentie-inkomsten binnen de gemeente Aalten:

- Een bedreiging waar de geprinte media voornamelijk mee te maken heeft in de gemeente Aalten is dat er steeds minder adverteerders zijn. Er zijn minder middenstandbedrijven en gemiddeld wordt ook steeds minder uitgegeven aan advertentiekosten.

Hierdoor vissen veel media binnen dezelfde advertentievijver:

- Dat is dus wel typerend dat er binnen Aalten eigenlijk vrij veel media zijn die binnen dezelfde vijver vissen. En dat is dus denk ik ook voornamelijk het nadeel, omdat voornamelijk die print media in dezelfde advertentievijver vissen. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Ook gratis media worden gezien als een van de oorzaken van het teruglopen van de advertentie-inkomsten:

- Dan verlies je het ten opzichte van de gratis media. Waardoor je ook minder interessant wordt voor adverteerders natuurlijk. Als mensen het minder lezen, zien ze ook minder advertenties. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

5.1.3 Daling oplagen printmedia

De vershraling is bij het dagblad De Gelderlander terug te zien in de terugloop van het aantal abonneemthouders, hier worden verschillende redenen voor genoemd, namelijk digitalisering en vergrijzing:

- Meer mensen kijken digitaal naar het nieuws, wat voor een daling in de abonnementen van het dagblad heeft gezorgd. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Met name in deze regio heb je veel met ouderen te maken en die ouderen komen een keer te overlijden. Dan wordt het abonnement toch ook vaak opgezegd. Vergrijzing. Daar komt geen jong Jantje of Pietje voor in de plaats vaak. Je ziet dat elk jaar het abonnementen bestand voor de krant vermindert, maar dat is ook geen geheim. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)

Hierdoor zijn er bij De Gelderlander nieuwe hybride abonnementsvormen ontstaan, waarbij printmedia en digital media met elkaar worden gecombineerd:

- Dat is op zich wel fijn, dan ben je ze niet kwijt. Als mensen een abonnement opzeggen en ze willen niks meer met je te maken hebben, dan ben je verloren, maar nu kan je ze een alternatief aanbieden, dan houd je ze toch binnen de poort. Dat is wel heel belangrijk. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- Onze collega's van het dagblad, die maken die switch ook steeds meer naar online en verkopen ook steeds meer hybride abonnementen. Door de week alleen op een tabblad of smartphone bekijken en dan in het weekend de papieren krant in de bus. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Toch blijft de papierenkrant de belangrijkste vorm van nieuwsverspreiding voor De Gelderlander:

- Nee ik zie geen heil in dit soort nieuwe vormen van abonnementen waarbij digitale- en papierenkranten worden gecombineerd. Er wordt met dit soort abonnementen nog steeds maar weinig verdiend. Het echte geld zit in de papierenkrant en dus de abonnementen op de papierenkrant. Nogmaals is het een gemiste kans om de consumenten er niet van te overtuigen dat de papieren krant de meest handzame manier is om nieuws te verspreiden en te vergaren. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws, denkt dat de abonnementen op De Gelderlander zijn teruggelopen, omdat de inwoners tegenwoordig hun nieuws uit de huis-aan-huisbladen halen:

- De abonnementen op De Gelderlander zijn sterk teruggenomen de laatste tientallen jaren. En ik weet niet in hoeverre mensen dan nog digitaal lezen, maar mijn indruk is dat de meeste mensen die ik spreek, dat die hun nieuws halen uit een huis-aan-huisblad. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

De huis-aan-huiskranten hebben volgens de geïnterviewden namelijk nog wel een groot bereik in de gemeente Aalten:

- Ja het wordt goed gelezen en dat merk je dan ook wel in onze onderzoeken. Een van de best gelezen kranten van de persgroep van de huis-aan-huisbladen. Over het algemeen worden huis-aan-huiskranten beter gelezen dan stadskranten. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- We hebben voornamelijk een imagoprobleem en geen bereik probleem. Uit onderzoek blijkt nog steeds dat de geprinte media en met name de weekbladen erg goed worden gelezen. Dus het bereik is gewoon goed. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Toch zijn ook de oplagen van de huis-aan-huiskranten geslonken. Vroeger werden ze dagelijks uitgebracht, tegenwoordig is dit nog wekelijks of minder dan dat:

- De stichting Beheer Bredevoorts Nieuws heeft een aantal jaren geleden moeten besluiten om het blad Bredevoorts Nieuws eens in de 14 dagen uit te geven i.p.v. elke week. Ook was het te belastend voor de redactie om elke week het blad uit te geven (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

De digitale versies van kranten en de nieuwswebsites die bij de media horen kunnen qua advertentie-inkomsten nog niet opboksen tegen de advertentie-inkomsten van de printmedia.

5.1.4. Opkomst sociale media en hyperlocals

Ook in de gemeente Aalten heeft de digitalisering van het nieuws gezorgd voor de opkomst van nieuwe digitale spelers in de vorm van sociale media en hyperlocals.

Sociale media

Elk printmedium in de gemeente Aalten maakt gebruik van sociale mediakanalen. Deze worden voornamelijk gebruikt om meer traffic te genereren voor de artikelen die op hun website staan. Ook zorgt het voor meer participatie onder de burgers, omdat ze op artikelen kunnen reageren. Daarnaast worden deze kanalen gebruikt voor berichten die actueel nieuws bevatten waarbij snelle verspreiding gewenst is:

- Ik laat verhalen in principe voor de krant maken. Die plaatsen we als ze gepubliceerd zijn ook online. Niet vooraf want dan haal je de boterham gelijk weg, maar wel met actuele dingen, die er nu in moeten. Als de burgermeester zijn vertrek aankondigt, dan wacht je niet tot volgende week woensdag wanneer de krant uitkomt, dan gooi je dat er gelijk op. Urgente dingen daar heb je sociale media voor. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Sociale media spelen een grote rol, echt een grote rol. Alles wat wij in print produceren, zetten we ook online. Het gros daarvan wordt ook via sociale media gedeeld. Dan zien we ook wel dat als we dat doen, dat die berichten goed gelezen worden. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- De krant komt natuurlijk een keer in de week, de nieuwssite vullen we dagelijks en daarbij zijn sociale media een belangrijke middel om traffic naar onze nieuwssite te krijgen. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- We kunnen ook niet meer om sociale media heen. Het is een essentieel onderdeel geworden van de huidige media. We plaatsen nu ook het complete nummer van Bredevoorts Nieuws op Facebook. Dit heeft voor meer lezers gezorgd en een verhoogde participatie onder de burgers, doordat ze hierop kunnen reageren. Het is een eerste stap waar we erg blij mee zijn. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Binnen de gemeente Aalten worden de sociale mediakanalen van de media die gericht zijn op het dorp Dinxperlo het beste gevolgd:

- Het kleine gat Dinxperlo heeft verhoudingsgewijs bijna een bereik dat zo groot is dat bijna iedereen of in elk huishouden wel iemand is die de facebook pagina van Dinxpers nieuws volgt. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Kritiek wordt ook geuit. Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws, denkt dat de lokale media veel meer met de sociale mediakanalen zouden kunnen doen:

- Ik denk dat die lokale kranten veel meer met sociale media bezig moeten zijn, dat doen ze nauwelijks. [...] De grote kranten die plaatsen een aantal dingen erop, maar die doen niks eigens op de Facebookpagina's. De gemeentes proberen niet op een andere manier daar nog berichtgeving op te doen. Dus eigenlijk vind ik het allemaal niet zo geweldig. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander denkt dat de sociale mediakanalen voor ruis zorgen tussen de consumenten en de geschreven artikelen:

- Ik ben geen voorstander van sociale mediakanalen. Voor participatie kan een straatgesprek net zo handig zijn en dan spreek je de mensen in het echt, wat voor veel meer binding en participatie zorgt. Ook zorgt Facebook voor meer ruis tussen de consumenten en de geschreven artikelen uit De Gelderlander. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Hyperlocals

De opkomst van hyperlocals wordt als negatief ervaren door de geïnterviewden omdat deze volgens hen vaak berichten overnemen uit de printmedia en sinds de digitalisering van het nieuws voor meer concurrentie zorgen. Daarnaast geven de geïnterviewden aan dat het aan de kwaliteit schort op dit soort onlinemedia en dat het voor de gemeente Aalten een negatieve ontwikkeling is voor de vergrijzde bevolking, omdat zij hun nieuws voornamelijk uit de printmedia halen:

- Ze pikken ook heel veel in van ons. De traditionele media. Je ziet heel vaak dat berichten worden overgenomen. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Wij hebben ze natuurlijk heel nauwlettend in de gaten gehouden toen de digitalisering begon. Want aan de ene kant zie je dat het voor ons ook wel een bedreiging of concurrent is. Voor onze papieren kranten en digitale platforms. Wat ik tot nu toe heb gezien is a dat ze heel veel aggregeren. Ze halen het nieuws met name bij onze dagbladen vandaag, vaak ook bij de huis aan huis kranten, (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Nee ik zie absoluut geen toekomst in dit soort hyperlocals. Het zijn, net als de huis-aan-huiskranten, websites die het nieuws doorplaatsen die ze van andere bronnen

hebben geworven. Het zijn typische doorgeefsites. Persberichten worden niet gecontroleerd en worden klakkeloos gekopieerd en geplakt. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

- Dit soort nieuwsites zijn m.i. geen goede ontwikkeling. Zeker in een gemeente als Aalten met een deels vergrijsde bevolking heeft een geprinte vorm de voorkeur boven een digitale vorm. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl, werkzaam bij DPL-Nieuws.nl, de enige hyperlocal in de gemeente Aalten die nieuwsberichten verspreidt, noemt de voordelen van hyperlocals:

- Een printmedium verschijnt een keer per week. Wij zijn een online medium en wij kunnen dus eigenlijk vrijwel a la minuut handelen als er iets gebeurt, dat is ook waar wij ons voornamelijk op focussen. De belangrijke incidenten, waar de bevolking interesse in heeft, die kunnen wij vrijwel a la minuut brengen. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)
- Je bent volledig onafhankelijk en daardoor kan ik, als ik dat zou willen, heel kritisch zijn. Ook over lokale ondernemers en wat zij voor activiteiten binnen de plaats organiseren. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Hij geeft ook aan dat hij absoluut geen berichten overneemt van de printmedia, maar dat hij wel snapt waarom de printmedia dit idee zouden kunnen hebben:

- Je hebt natuurlijk ook veel artikelen die als persbericht komen en die waarschijnlijk woordelijk ook in print media verschijnen. Dat is misschien een misverstand van mensen waar je die kritiek van gehoord hebt. Dat zij denken: he dat persbericht is bijna woordelijk op het online medium ook te vinden. Wij zijn gewoon een online medium die ook bijvoorbeeld bepaalde persberichten van organisaties plaatst. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

5.1.5. Vershraling bezorgers printmedia

Een ander probleem in de gemeente Aalten is dat de printmedia hier moeite heeft met het vinden van bezorgers voor hun kranten:

- En de tweede grootste bedreiging is de bezorging. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Bezorgers, ja. Met name in de regio waar wij ons bevinden heb je veel buitengebieden, dus het is vrij lastig voor bezorgbedrijven. Dat besteden we namelijk uit. Maar de bedrijven waar we het aan uitbesteden hebben het moeilijk om krantenbezorgers te vinden. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoeks Nieuws)

Een van de redenen die wordt genoemd is dat het niet meer aantrekkelijk is voor jongeren om op deze manier hun geld te verdienen. Zij nemen liever andere bijbaantjes:

- Voor bezorging zijn wij afhankelijk van jongere kinderen die kranten bezorgen en je ziet zeker als het economisch beter gaat, dat ze dan andere keuzen maken. Kranten bezorgen mag je vanaf je dertiende, vakkenvullen bij Albert Heijn mag je vanaf je vijftiende. Onze voornaamste doelgroep is 13 en 14 jarige om die bezorging te doen. Als ze dat een paar jaar hebben gedaan en ze mogen gaan vakkenvullen of iets anders, dan zie je heel vaak die beweging wel. Dat is best wel een uitdaging voor ons. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Daarnaast geven de hoofdredacteurs van de huis-aan-huisbladen aan dat ze ook werken met ouderen in de bezorging, maar daar zit het probleem aan verbonden dat de vergoedingen waarschijnlijk overgaan op uur basis en niet meer op stuks basis. Ouderen zijn een stuk duurder dan jongeren:

- Het uurloon van een dertienjarige ligt vele malen lager dan een 65 plusser. Dus dat is voor de verspreid organisaties, waar wij de verspreiding van die kranten hebben ondergebracht, wel een uitdaging. [...] Er wordt overigens nog wel over gesproken omdat dit echt wel een bedreiging voor de bedrijfstak is. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Ja het gaat naar een uurloon, en dat is leeftijdsgebonden, dus dat zal de kosten weer opdrijven. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

5.2 Kwaliteit

De geïnterviewden zijn het er bijna unaniem over eens dat de huis-aan-huisbladen sterk gedomineerd worden door advertenties en daarnaast voornamelijk als doorgeefluik van persberichten functioneren:

- Alle bladen zijn advertentiebladen en de invloed van de adverteerders is vaak zichtbaar in de geschreven artikelen. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)
- Je hebt nu voor Dinxperlo, De Band en je hebt Dinxpers nieuws. Voor mij zijn dat eigenlijk allemaal advertentiemediën. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)
- Dat is een verzameling persberichten met het grootste deel gewoon reclame. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

5.2.1. Informeren, controleren en binden

De geïnterviewden zijn van mening dat informeren voldoende terugkomt in het Aaltense print- en onlinemedialanschap, controleren niet aan de orde is en binden het allerbeste wordt toegepast

Informeren

De media en de journalisten zijn over het vervullen van de informerende functie over het algemeen erg tevreden:

- Informerend, dat zijn we ook nog steeds wel heel erg. Met al die uitkomsten, de besluiten die in de politiek worden genomen, die publiceren we natuurlijk ook in onze krant. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Ik denk dat die behoorlijk voldoende is ja. Als ik voor onze eigen kranten spreek denk ik dat die vrijwel alle partijen in de gemeente Aalten wel aan het woord laat. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Ik denk dat informeren het beste gebeurt. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Nou informeren wel. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Volgens de geïnterviewden is de informatie voornamelijk in de aankondigende sfeer, op het gebied van evenementen of in de vorm van de agenda van de gemeente Aalten. Ook de gemeente vindt dat informeren goed gebeurt, maar mist wel een journalistieke inbreng, aangezien persberichten klakkeloos worden overgenomen:

- Het informeren ook wel, maar niet vanuit de journalistieke inbreng, maar meer van wat wordt er bij ons aangeboden en wat delen wij. Wat wij aanbieden als gemeente wordt gewoon geplaatst. Er wordt ook zelden een artikel niet geplaatst, of een persbericht niet geplaatst. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)

De communicatieprofessional die ook in aanraking komt met de media, deelt de mening van de gemeente:

- ik heb nog nooit meegemaakt dat het niet gewoon wordt overgenomen of dat ze er vragen bij hebben. (Suzan Heimplaetzer, communicatieprofessional Achterhoek Ambassadeurs)

De geïnterviewden kijken met verschillende tevredenheid naar de persberichten die hen aangereikt worden door het college van bestuur. Sommige van de geïnterviewden zijn blij met de persberichten die worden aangeleverd. Ze vinden deze informatief en kwalitatief goed en vinden daarom dat deze weinig controle vragen. Anderen zijn ontevreden over de kwantiteit van de persberichten vanuit het college, zoals Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws, die zelf ooit gemeenteraadslid is geweest en daarom weet dat er meer speelt dan er naar buiten wordt gebracht:

- Er zouden veel meer berichten vanuit de gemeente moeten komen. Er gebeurt namelijk veel in de gemeente, waarbij weinig uitleg wordt verschaft. Ook ontbreken er vaak recente berichten of laten berichten lang op zich wachten. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander vindt dat er meer persberichten mogen komen over de voortgang van de besluiten:

- Er worden zelden of nooit persberichten uitgebracht waarin de gemeente analyseert wat er van een voorgenomen besluit is terechtgekomen. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Wel erkend hij dat dit ook een taak voor journalisten is om uit te zoeken. Hij denkt dat de informerende functie hierdoor en samen door andere factoren te lijden heeft:

- Er wordt minder relevante informatie naar buiten gebracht omdat er minder goede journalisten zijn die dit kunnen bewerkstellen. Hierdoor is er ook minder nieuws aanwezig voor de mensen om te lezen. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Opvallend was dat bijna alle geïnterviewden die werken bij de media aangaven dat zij zelf wel controleerden, maar dat het vaak bij de collega's van de andere media minder gebeurden. Daarbij zeiden ze ook dat de noodzaak niet altijd werd geacht om te controleren, omdat er goed geschreven persberichten werden aangeleverd.

Controleren

Volgens de geïnterviewden is de controlerende functie sterk afgenomen in de printmedia. Onderzoeksjournalistiek komt zeker niet aan bod in de lokale huis-aan-huisbladen. Deze mening wordt gedeeld door zowel de media als door de gemeente:

- Het wordt natuurlijk steeds minder. In hoeverre is natuurlijk lastig te zeggen. Hoe minder aandacht je besteedt aan de gemeente hoe minder je een controlerende functie hebt. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Voor ons, voor de huis-aan-huisbladen is de controlerende functie wel wat afgezwakt ten opzichte van vroeger. En dat is ook puur wat ik net zei, dat we niet bij die vergaderingen aanwezig zijn en dus ook niet de ruimte hebben om uitgebreid allerlei verslagen te schrijven of in onderzoeken te gaan neuzen. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Met name de controlerende functie van de journalistiek, dat kan altijd beter. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Wat ze het controleren noemen, zeg maar het onderzoeksjournalistiek achtige, dat is niet weggelegd voor de lokale journalistiek op dit moment. [...] Wat betreft de politiek, de analytische kritische beschouwingen, dat kan nog wel. Echt helemaal onderwerpen uitdiepen, dat gebeurt niet. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Onderzoeksjournalistiek dat komt niet voor. Zij volgen het nieuws en hier en daar staan wat kritische opmerkingen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

De geïnterviewden geven aan dat het geen onwil is dat de controlerende functie zo weinig wordt toegepast, maar dat meerdere factoren hier de oorzaak van zijn, zoals weinig mankracht, weinig tijd en weinig geld:

- Zeker met belangrijke onderwerpen. Ik wil nu echt even goed uitzoeken hoe dit zit, dat kan niet meer. Daar is gewoon geen tijd voor. Zeker voor ons niet. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Ik denk dat de controlerende het minst wordt toegepast. En dat heeft dan ook weer te maken met het geld dat je eraan kan spenderen, want als je goed wil controleren moet je veel onderzoek doen en daar is lang niet altijd voldoende geld voor. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Dit heeft ook gevolgen gehad voor de functies van de journalistiek. Doordat er minder journalisten zijn, zijn er minder journalisten aanwezig bij belangrijke evenementen, zoals raadsvergaderingen, waardoor er ook minder gecontroleerd kan worden. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- We hebben niet echte journalistieke capaciteit om alle dingen te behandelen die er spelen en om daar heel erg diepgravend onderzoek naar te doen. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl functie)
- Ik kan dan wel tijd gaan besteden aan een onderwerp waar ik vele uren in steek, maar dat is voor mij niet lonend, want ik krijg uiteindelijk per artikel betaald en de krant zou niet zeggen ga maar eens eventjes zoveel uur per week eraan werken en dan betalen wij. [...] Dat doet geen enkele krant hier. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Controleren is meer een taak voor het dagblad De Gelderlander zeggen zowel de geïnterviewden werkzaam bij het dagblad, bij de huis-aan-huisbladen als de gemeente:

- Kijk wij, als lokale media, ben je niet echt alleen maar bezig om de ambtenaren te controleren en het beleid te controleren. We hebben toch een wat ander functie dan een dagblad. Het dagblad is daar meer mee bezig, de dagelijkse politiek en dat soort dingen. Als huis-aan-huisblad hebben we toch een wat andere functie. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Dagblad puur ook alleen al omdat ze daarbij aanwezig zijn. Rondlopen in het gemeentehuis. Zij doen veel meer aan politiek en aan de controle dan wij dat doen. En wij zitten meer op dat informeren. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Het is ook meer de taak van het dagblad om dit (controleren) te doen. Wij hebben als taak om het verhaal te vertellen. Niet alleen controleren wij de persberichten meer, wij hebben hier ook meer capaciteiten voor en beter opgeleide journalisten in dienst dan de huis-aan-huiskranten. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

De geïnterviewden voegen daaraan wel toe dat, ervan uitgaan dat het dagblad alle controle toepast, gevaren met zich meebrengt. Dit, omdat het bereik van het dagblad minder is dan het

bereik van de huis-aan-huisbladen in de gemeente Aalten. Daarnaast heeft ook het dagblad last van teruglopende advertentie-inkomsten en een daling in oplage:

- Nogmaals heeft met name het dagblad, en dat is dus in deze regio De Gelderlander, de taak om dit soort zaken extra te controleren, maar dat kan niet altijd gedaan worden door de commerciële bedreiging waar het dagblad mee te maken heeft. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Wij doen ons best om te zorgen dat dat niet zo is, maar helaas moet ik ook constateren dat heel vaak de mening bestaat dat als de Gelderlander erbij is dat het dan wel wordt gebracht, terwijl de Gelderlander een veel minder groot bereik heeft dan onze kranten en dat is een eeuwig probleem met media. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Wat ik wel meer zie is dat je echt wel een kleine speler bent in het totaal. Dus als je kijkt naar de regio Achterhoek, Gelderland. Ja, dan is Aalten wel een hele kleine gemeente. Het is de kleinste gemeente in de Achterhoek. Dan ben je niet meer zo vaak in beeld bij de regionale media. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)

Binden

De bindende functie is volgens de geïnterviewden het beste op orde in de gemeente Aalten en wordt gezien als een taak die voornamelijk voor de huis-aan-huisbladen is:

- Ja die is wel voldoende. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- De bindende functie die hebben we wel nog heel duidelijk. Want wij gaan met de gevolgen hiervan aan de slag en daarbij proberen we altijd oog en oor te hebben voor wat er leeft in die lokale gemeenschap. Die stem te laten horen in de huis-aan-huiskrant. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep, , hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Ja, gelukkig hebben we een aantal mensen die goed ook met de voeten in de klei van hun gemeenschap staan en dan kan je daarop een beroep doen en dat is heel fijn. Het blijft ook een beetje een budgetkwestie omdat elk verhaal dat gemaakt wordt, ook betaald moet worden. De vergoedingen zijn al niet zo geweldig. Als je mensen hebt die betrokken zijn bij hun plaats, hun woonplaats, dan krijg je ook dat ze het leuk vinden om hun tijd en energie daarin te steken. Dan komt toch altijd weer terug om een zekere mate van gekte te hebben om dat te kunnen doen. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Met de lokale partijen waar wij contact mee hebben denk ik dat er met name het binden echt wel aan de orde is. [...] Ze besteden heel veel aandacht aan alles wat heel lokaal is. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)

Als de geïnterviewden wordt gevraagd op welk artikel van de afgelopen maand ze het meest trots zijn, dan geven ze ook allemaal een voorbeeld van een human interest verhaal. Waarbij het belang van de lezer voorop staat.

5.2.2 Bediening groepen

De geïnterviewden geven aan dat ze vooral kijken naar de inwoners van een gemeenschap en daarop gebaseerd verhalen maken en niet zozeer naar vaste groepen kijken:

- Wij proberen natuurlijk iedereen wel aan bod te laten komen, dus je kan niet zeggen dat wij nou bepaalde groepen helemaal uitsluiten. [...] Je probeert gewoon een mix te maken van allerlei leuke onderwerpen van oud en jong [...] maar zonder opgezet plan. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- De Gelderlander focust zich met name op de mensen waarvoor het blad geschreven wordt en is niet perse bezig met jongeren, ouderen of etnische minderheden. De mensen waarvoor het blad wordt geschreven is in het geval van de Gelderlander onder andere de Achterhoeker. Er wordt dus ook niet naar de Aaltenaar gekeken, maar naar de hele regio. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Wel is het bereik bij de printmedia groter bij 40 plussers en ouderen en bij jongeren het slechtst:

- Ik denk de wat oudere bevolking. Het zouden gauw de 40 plussers zijn die de huis aan huis bladen lezen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)
- Ik denk dat ouderen zeker goed bediend worden. Ook de groep daaronder zeker nog wel en dan heb ik het over van pak hem beet een jaar of 40 tot en met 65 zeg maar. En daaronder kan het beter. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Al onze bereik onderzoeken, en dat betekent over de huis aan huis kranten in zijn algemeen, daaruit blijkt dat wij wat minder gelezen worden door de doelgroep onder de 35 of 30 en dat we extreem goed gelezen worden in de 50 plus doelgroep. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Volgens de geïnterviewden is de jongeren doelgroep tegenwoordig voornamelijk te bereiken via digitale media, maar focussen ze zich daar meer op nieuws op landelijk niveau dan op lokaal niveau. Ze krijgen pas interesse in het lokale nieuws zodra ze meer “gesetteld” zijn:

- Uit sommige onderzoeken komt toch wel dat de vraag naar nieuws bij de jongeren toch minder is bij lokaal nieuws. Jongeren die kijken eerst wat meer buiten de lokale journalistiek naar het landelijke nieuws, en zodra ze een gezin stichten en weer op hun thuisbasis komen te wonen wordt het ook belangrijker wat er rondom hun huis afspeelt en dan raken ze weer wat meer geïnteresseerd in het lokale nieuws. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Daardoor wordt de doelgroep vanaf 40 jaar toch beter bediend in de gemeente dan de jongeren doelgroep, ook omdat er relatief weinig jongeren wonen vergeleken met de 40 plussers:

- Eigenlijk zijn het vooral de ouderen vanaf 40 jaar ongeveer, die lezen nog het meest en die worden ook bediend. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Ouderen worden in de gemeente Aalten meer dan voldoende bediend in de lokale journalistiek. Dat heeft er vooral mee te maken dat er ook voornamelijk ouderen wonen in deze gemeente. [...] Jongeren komen niet zoveel terug in de gemeente. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws, functie)

Etnische minderheden worden al helemaal weinig bediend in de gemeente Aalten. De voornaamste reden die hiervoor gegeven wordt, is omdat er bijna geen etnische minderheden woonachtig zijn in de gemeente:

- Nou voor een groot deel misschien omdat er minder zijn hier in de omgeving. Ze zijn er uiteraard wel, maar ze nemen een minderheid binnen de bevolking. Het zijn toch meestal of de plaatselijke bevolking die hier geboren of getogen zijn of veel import, mensen vanuit het westen die hier hun rust komen zoeken. Maar etnische minderheden zijn er eigenlijk weinig. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

5.2.4 Kwaliteit binnen de print- en digitale media

Binnen de print- en onlinemediën zijn er verschillen te zien in kwaliteit volgens de geïnterviewden. Voornamelijk de Gelderlander en de huis-aan-huisbladen die onderdeel zijn van Achterhoek Nieuws (Aaltens Nieuws en Dinxpers nieuws) worden geprezen voor hun kwaliteit door zowel de gemeente als door de medewerkers bij de media en de communicatieprofessionals. Dit omdat er in deze media onder andere nog veel aandacht is voor politiek nieuws:

- Als het gaat om de gedrukte media, dan vind ik dat we heel goed bediend worden. Met name komt dat door Achterhoek Nieuws, met de edities Dinxpers en Aaltens Nieuws. Met name omdat ze veel ruimte voor de politieke verslaggeving doen en we daar gewoon een hele goede journalist hebben die heel erg goed zakelijk is. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)
- Dat is echt De Gelderlander die daar dieper op in gaat, vragen stelt. Die nemen ook eigenlijk nooit een-op-een een bericht over. Al is het maar om aan ons te laten zien dat ze er wat mee doen. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)
- Mijn mening is dat Aaltens Nieuws inhoudelijk kwalitatief er het beste uitkomt. [...] In Aaltens Nieuws publiceert de Gemeente Aalten op een goede wijze haar nieuws en in dit blad zijn ook goede artikelen te vinden van hun correspondent Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)
- Echte journalistieke stromingen, dan noem ik de Gelderlander. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)
- Ik merk wel dat er heel veel aandacht is en dat er ook wel journalistieke capaciteit is, voornamelijk bij Achterhoek Nieuws, als ik dat een cijfer zou moeten geven dan zou

ik dat zeker een 8 geven. (Suzan Heimplaetzer, communicatieprofessional Achterhoek Ambassadeurs)

- We volgen allemaal De Gelderlander en Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws. Die volgen allemaal wat er in de politiek gebeurt, dat doen anderen veel minder. Dus dat is een vast gegeven. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Aalten Vooruit en De Band Dinxperlo krijgen minder lovende woorden:

- Ja we proberen het zo goed mogelijk te volgen, meer te zijn dan alleen maar doorplaatsen van persberichten, want dat is het verschil een beetje tussen het Aalten's nieuws en Aalten Voouit. Die plaatst vooral persberichten met misschien een of twee eigen artikelen. Bij het Aaltens Nieuws is wel de gewoonte om de politiek te volgen maar ook daarnaast onderwerpen en eigen artikelen te schrijven, zodat de krant zich toch duidelijk onderscheidt. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Dan hebben we ook nog Aalten Vooruit/De Band. Je ziet al hoe dun dat is ten opzichte van die andere. Die heeft eigenlijk nauwelijks tot geen politiek nieuws. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Doordat Aalten Vooruit en De Band onderdeel zijn van De Persgroep bv, waar ook De Gelderlander onder zit, zijn ze erg afhankelijk van welke artikelen er in De Gelderlander worden geplaatst. Ze houden rekening met welke onderwerpen er al zijn belicht in het dagblad en willen daardoor niet als mosterd na de maaltijd dienen:

- Als morgen het verhaal in de Gelderlander staat en wij komen er volgende week nog mee dan is het oud nieuws en je moet niet allebei hetzelfde willen doen. Je kan dat onderwerp dan best behandelen maar dan met een andere insteek. Dat is heel belangrijk. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)

Ook politieke verslaggeving is meer weggelegd voor De Gelderlander vinden ze bij Aalten Vooruit en De Band Dinxperlo:

- Het echte politieke werk is toch meer voor de Gelderlander en wij bemoeien ons toch wat meer met de rampverschijnselen en de leuke verhalen die in de gemeenschap te halen zijn. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)

Daarnaast hebben ze nog te maken met het grootste verschil dat bestaat tussen de dagbladen en de huis-aan-huisbladen, namelijk de abonnementen:

- De duiding en de achtergronden die staan in de papierenkrant en daar moet je inderdaad een abonnement op hebben. Maar omdat wij een bedrijf zijn hebben we ook besloten om het niet vervolgens gratis weg te geven in onze huis-aan-huiskranten,

vanwege het abonnementen belang. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Bredevoorts Nieuws en DPL-Nieuws.nl worden voornamelijk gezien als extra media die de inwoners van Bredevoort en Dinxperlo bedienen.

Gemeenteadvertenties

Vanwege kwaliteitsoverwegingen heeft de gemeente ervoor gekozen om hun gemeenteadvertenties te plaatsen in de huis-aan-huiskranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws. Dit, ondanks dat de kranten gelieerd aan De Persgroep een lagere prijs aanbieden. Bijna alle geïnterviewden die werken bij de media hebben hier lof voor, maar vinden dat de gemeente nog steeds te weinig betaalt omdat de advertenties verlieslijdend zijn:

- De laatste keer heeft de gemeente Aalten wel de kwaliteit laten meewegen en daardoor voor ons gekozen. Dus dat is wel een kwestie van gunnen. Maar dat was wel voor een prijs die ik geloof nog niet eens, ik weet het niet helemaal zeker, maar volgens mij lag die op iets van 10 tot 15 procent van de kostprijs van een pagina. (Na rectificatie bleek het om 10 tot 20 procent te gaan). (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- De gemeente zou in ieder geval een fatsoenlijke prijs kunnen betalen. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

De gemeente geeft aan dat ze heus wat minder mogen betalen, vanwege het concurrentievoordeel die de kranten ervaren door het plaatsen van hun gemeenteadvertenties:

- Wij hebben niet aangegeven dat het zo sterk op prijs is. Ze bieden het aan en willen gewoon heel graag dat het gemeentenieuws in hun krantje komt. En dan krijg je toch ineens die hele scherpe prijs, want zonder dat gemeentenieuws loopt een aantal adverteerders gewoon weg. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional Gemeente Aalten)

Lydia ter Welle, redacteur bij Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws twijfelt aan het concurrentievoordeel:

- Het is wel zo dat adverteerders ook wel weten dat mensen vaak dat gemeente nieuws in de krant willen hebben die ze pakken. Tegelijk als je kijkt naar het onderzoek dat gehouden is, dan wordt dat door de inzenders van de enquête niet eens helemaal bevestigd. Het is best een lastig punt. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

De gemeente zou volledig kunnen overstappen van print naar online als het gaat om het publiceren van de gemeenteadvertenties, maar burgemeester Anton Stapelkamp denkt dat het belangrijk is om deze ook in de printmedia te blijven plaatsen:

- Voordeliger zal het sowieso al zijn, maar je weet dat er met internet minder bereik is dan met de krant. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

6 Resultaten uit de interviews: de behoefte aan-, de vorm van- en de financiering van versterking

Dit hoofdstuk schetst een beeld van waar de behoefte aan versterking in het print- en onlinemedialandschap precies zit. Daarnaast worden er oplossingsscenario's geschetst die eventueel tot versterking van deze behoeftes kunnen leiden. Aan het einde van het hoofdstuk is weergegeven wie het geld voor deze oplossingsscenario's kan beheren.

6.1 Behoefte aan versterking in het print- en onlinemedialandschap gemeente Aalten

De geïnterviewden zijn het er unaniem over eens dat het medialandschap in de gemeente Aalten versterkt moet worden, omdat een goede lokale journalistiek bijdraagt aan een goede lokale democratie. Er is voornamelijk behoefte aan interesse onder de consumenten voor lokale journalistiek, menskracht, een goede controlerende functie en verduidelijking van het medialandschap.

6.1.1. Behoefte aan interesse voor lokale journalistiek

De geïnterviewden benoemen dat door digitalisering en de opkomst van gratis nieuws de behoefte van de consumenten voor goede journalistieke producties is afgenomen. Volgens hen zijn deze producties voornamelijk te vinden in de media. Ze zien het als een gemiste kans dat het de overheid maar ook henzelf niet lukt om de consument te overtuigen om meer nieuws te vergaren via printmedia:

- Een kans die we voornamelijk aan ons voorbij laten gaan is het overtuigen van de consumenten dat de krant een handzame manier is om het nieuws te vergaren. Er zijn goede journalisten in dienst en er worden echt goede verhalen gebracht waar de tijd voor genomen wordt om ze te brengen. Steeds meer mensen gaan voor het snelle nieuws en zoeken dit online op. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Ik denk ook wel dat dit een taak is van de overheid om het belang van de journalistiek in ieder geval te erkennen en dat echt op de agenda te zetten omdat het zeker bijdraagt aan een goed functionerende lokale democratie. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Ik denk dat als je het lokaal laat beseffen dat dit (lokale journalistiek) gewoon een wezenlijk onderdeel is van jouw dagelijkse leven. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

6.1.2. Behoefte aan menskracht

Wanneer de interesse onder de burgers in lokale journalistiek terug is, zal dit een domino-effect hebben op de andere behoeftes. Zo zal het bereik van de kranten weer groter worden. Hierdoor zullen adverteerders waarschijnlijk hernieuwde interesse hebben voor printmedia waardoor er meer geld beschikbaar is om meer journalisten aan de nemen en de redactie uit te

breiden. Deze behoefte aan versterking wordt dan ook voornamelijk genoemd onder de geïnterviewden werkzaam bij media:

- Ja, er is behoefte aan versterking. Er is altijd behoefte aan meer manschappen die de gemeenschap kunnen belichten. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- De mankracht is de grootste versterkingsfactor. En die mankracht is heel moeilijk aan te komen. Of menskracht om het beter te zeggen. Je zult dat voornamelijk op vrijwillige basis moeten doen. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Als alles mogelijk was is het aantrekken van goede journalisten een pre voor de verbetering van de lokale journalistiek. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)
- Voor de situatie waar we nu in zitten is het denk ik prima, zeker niet slecht, maar als je naar een ideaal plaatje zou gaan dan zou je liever ook de vaste redactie wat uitgebreider hebben zodat je ook wat meer de diepte in zou kunnen gaan. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Dat je meer mensen zou kunnen aannemen als krant. Als je geld genoeg hebt, dan is het niet zo moeilijk. Zorgen dat je goede mensen in dienst neemt en echt zoveel mogelijk dingen goed en kundig kunnen uitdiepen. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)

6.1.3. Behoeftte aan controleren

Met meer menskracht, kan er meer gecontroleerd worden. Dit is volgens de geïnterviewden een van de grootste behoeftes, omdat dit bijdraagt aan een goede lokale democratie:

- Ik denk dat er wel behoefte is aan versterking. Zeker wel. Ook om de dingen echt goed te kunnen coveren en te onderzoeken. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Ik denk dat die behoefte er zeker is. We hadden het er al even over. De waakhond van de democratie, die rol vervullen zeker onze collega's van het dagblad, maar ook wij met de huis aan huis kranten vervullen die rol nog, wel op een iets ander niveau. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Burgemeester Anton Stapelkamp benoemt het belang van de controlerende functie in de journalistiek vanuit een bestuurlijk perspectief:

- Het is niet leuk om onderwerp van kritische journalistiek te zijn, maar het is voor de democratie wel goed. [...] Hoe kritischer het is, hoe scherper wij ook zijn in het werk dat wij leveren. Als je een docent hebt die niet op taalfouten let dan word je slordig en let die er wel op, dan ga je het toch nog een keertje nalezen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Om dit goed te kunnen doen, benoemen enkele geïnterviewden dat het belangrijk is dat het medialandschap niet nog meer slinkt, omdat dankzij concurrentie de media scherp blijven en onderwerpen vanuit meerdere perspectieven belicht kunnen worden:

- Ook door concurrentie houdt het elkaar scherp. Doordat Aalten Nieuws ook weet dat we altijd nog naar De Band/Vooruit terug kunnen, blijven ze toch gevoelig voor wat wij van ze vinden. Als zij de enige zijn, als wij aan hen overgeleverd zijn, dan gaan ze meer eisen stellen. Zo ben je ook weer een beetje van elkaar afhankelijk. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

6.1.3. Behoeftte aan verduidelijking

De geïnterviewden die niet werkzaam zijn bij een medium, lieten weten dat ze denken dat er behoefte is aan verduidelijking van het medialandschap. Dat door de ‘versnippering’ van de lokale media consumenten (en zichzelf) niet weten waar ze voor welk nieuws terecht kunnen:

- Voor inwoners kan ik me voorstellen dat er meer behoefte is aan verduidelijking. Waar kan ik voor welke informatie terecht? Het zal altijd nog zo zijn dat er misschien een partij is bij wie het meer gaat om dat verbindende of om het nice-to-know nieuws, dat je weet waar je dan moet zijn. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)
- Haal die versnippering weg. Gewoon zonde. Bundel de kracht. (Suzan Heimplaetzer, communicatieprofessional Achterhoek Ambassadeurs)

6.2 De vorm van de versterking

Om de behoefte aan versterking te ondersteunen werden er tijdens de interviews vier mogelijke oplossingsscenario’s geschetst. Daarnaast kregen de geïnterviewden de ruimte om zelf met mogelijke oplossingen te komen die het print- en onlinemedialandschap van de gemeente Aalten eventueel zouden kunnen versterken.

6.2.1. Journalistiekfondsen

Op het scenario van het ontstaan van een journalistiekfonds binnen de gemeente Aalten werd wisselend gereageerd. Een deel van de geïnterviewden zag weinig in deze mogelijke oplossing:

- Ik zie niet veel in een lokaal journalistiek fonds. Als er iemand anders beslist over geld dat gebruikt gaat worden voor journalistieke producties dan krijg je al heel snel te maken met het spreekwoord: wiens brood men eet, diens woord men spreekt. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Ik zou niet weten hoe zo een fonds moet financieren eerlijk gezegd. Die onafhankelijke commissie, hoe moet die besluiten als die de verdeelsleutel van het fonds is. Wat zijn de criteria om te zeggen: dat medium krijgt zoveel geld en dat medium krijgt zoveel geld. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

- Fondsen en subsidies en dat soort dingen, dat zijn allemaal lapmiddelen waarbij iedereen zijn weg moet weten om het fonds aan te kunnen boren en daar moet je ook heel veel energie en tijd in steken. Een fonds kan ook weer in twee jaar op houden te bestaan. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)
- Ja, als je werkt met geld van anderen dan zitten er altijd weer restricties aan en dan heb ik al zo iets van dan zit je in een keurslijf waar je als journalist helemaal niet in wil zitten. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)

Andere geïnterviewden keken positiever naar een journalistiekfonds:

- Het zou zeer welkom zijn omdat, als je een dergelijk fonds hebt, dan kan je gericht plannen ontwikkelen om dat soort projecten op te zetten. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)
- Ja zeker, dat lijkt me heel goed. Dat je bijvoorbeeld voor een verhaal of een dossier budget krijgt, zodat je daar ook echt mee aan de slag kunt, dan lijkt me zo een fonds de juiste weg. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Kijk ik heb er wel eens aan gedacht [...] dat er een soort lokaal fonds zou zijn. [...] Bijvoorbeeld om die onderzoekachtige dingen wel te kunnen financieren. Dat zou een mogelijkheid kunnen zijn. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Geen enkele van de geïnterviewden zag een journalistiekfonds op gemeentelijk niveau gebeuren. Het fonds moet breder getrokken worden. Opties als op regionaal niveau in de Achterhoek of op provinciaal niveau werden genoemd:

- Ik zou toch wel denken op Achterhoek niveau. Dus dat zijn zeven of acht gemeenten. (Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten)
- Ik denk dat dat te klein zou zijn. Dat je dat meer regionaal zou moeten doen, de Achterhoek. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Ja, of op Gelderland niveau. Zelfs de Achterhoek zit al heel dicht op elkaar. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Wel moeten er strenge voorwaarden zitten aan zo'n fonds om onder andere de onafhankelijkheid van de journalistiek te bewaren. Ook de geïnterviewden die in eerste instantie niet enthousiast van het idee werden, denken dat het misschien nog wel mogelijk is wanneer er bepaalde regels aan een fonds verbonden zitten:

- Ja echt onder strikte voorwaarden. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- Het zou eventueel kunnen werken als er goede afspraken worden gemaakt over de waarborging van de onafhankelijkheid, zeker als de gemeente over het geld gaat, maar anders ben ik geen fan van dit idee. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

6.2.2. Samenwerkingsverbanden

Er werd de geïnterviewden gevraagd of ze iets zagen in samenwerkingsverbanden om de lokale media te kunnen versterken. Hier werden door de geïnterviewden verschillende invullingen aan gegeven.

Samenwerking tussen printmedia en lokale omroepen

Een groot deel van de geïnterviewden gaf aan dat ze kansen zagen in een meer multimediale manier van werken. Een betere verbinding tussen printmedia en hun digitale websites. Ze willen beter kunnen inspelen op digitalisering van het nieuws. Een deel van de geïnterviewden denkt dat samenwerking met de lokale omroepen hiervoor een mogelijkheid zou kunnen zijn:

- Ja ik denk dat er wel kansen liggen op het gebied van samenwerken met andere partijen. Met name met de audiovisuele partijen. Dat werkt nu nog grotendeels naast elkaar. Daardoor krijg je dat je wel wat onderwerpen vanuit eigenlijk min of meer dezelfde invalshoek belicht. Het zou veel mooier zijn als je dat cross mediaal gaat belichten. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Ik heb ze (printmedia en RTV) ook wel duidelijk gemaakt dat je daar iets aan hebt, van beide kanten toe. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Wel denken de geïnterviewden dat de realiteit is dat dit erg lastig van de grond te krijgen is, omdat de mediawereld op beide gebieden anders in elkaar zit en omdat je elkaars concurrenten blijft:

- Er zijn wel voorzichtige samenwerkingen tussen lokale omroepen en kranten en samenwerkingen binnen kranten redacties, maar nogmaals, dit zijn voorzichtige samenwerkingen. Je blijft toch elkaars concurrent. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Wij winnen daar eigenlijk heel weinig mee. Het enige wat we hier en daar wel eens hebben gedaan is dat we beeldmateriaal van hen op onze digitale platformen publiceren. Beeld en bewegend beeld is voor ons duur en arbeidsintensief. Zij hebben die kennis en kunde. In ruil daarvoor ontvangen zij van ons allerlei nieuwsberichten die zij ook kunnen publiceren. Daar hebben wij wel wat proeven mee gedaan in het verleden. Die zijn op zich wel positief bevonden, maar van de andere kant. Video's die wij krijgen zijn niet altijd kwalitatief sterk. Dan ga je die afweging maken, is het eigenlijk de moeite niet waard om daar een ingewikkelde samenwerking voor op te zetten. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep,)

Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws, ziet het liefst een grote redactie, waarbij lokale media met elkaar samenwerken:

- Ik merk dat nu ik zelf al nauw samenwerk met een zo'n lokale omroep. Eigenlijk vorm je met elkaar al een soort nieuwsredactie. [...] Ik merk ook dat het prettiger is om met meerdere personen te werken. Bij de lokale televisie zitten ook hele verschillende mensen. [...] Dus ik zou heel graag lokaal teampjes willen hebben van mensen die ik toch een paar momenten in de week met elkaar zitten. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Samenwerking binnen printmedia

Een samenwerkingsverband tussen printmedia wordt niet helemaal aan de kant geschoven door de geïnterviewden werkzaam bij de media, maar er spelen volgens hen verschillende factoren mee die deze samenwerking erg moeizaam zullen maken:

- Ik denk dat dat theoretisch zeker wel mogelijk is natuurlijk, alleen je zit met de commerciële belangen. In deze setting is het ondenkbaar dat onze redactie zich gaat inzetten en dat wij ons budget gaan inzetten om de inhoud van onze concurrent te versterken. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Ik denk dat je eerder zou moeten zien dat je het advertentiebestand weer gezond krijgt en dat er bepaalde samenwerking misschien wel mogelijk zou moeten zijn. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)

Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl van de hyperlocal DPL-Nieuws.nl ziet een samenwerking met de printmedia absoluut niet zitten, omdat deze media afhankelijk is van adverteerders en zijn medium niet, waardoor hij vindt dat hij de onafhankelijkheid van het nieuws meer kan waarborgen:

- Daar (onafhankelijkheid) ga ik prat op, dus een samenwerking met printmedia zie ik absoluut niet zitten. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Samenwerking redacties met hogescholen en universiteiten

Op de redactie van Achterhoek Nieuws zien ze ook wel iets in een samenwerking met hogescholen en universiteiten die media en/of journalistiekopleidingen aanbieden. Ze zouden dit graag zien in de vorm van stagiaires. Op dit moment hebben ze al veel stagiaires afkomstig van het mbo media en vormgeving, maar nog niet van journalistiekopleidingen op HBO of WO niveau. Dit omdat die onderwijsinstellingen niet aanwezig zijn in de Achterhoek. Dit zouden ze graag meer zien:

- Nog mooier zou zijn als je studenten hebt van het hbo die de nieuwe ontwikkelingen en de nieuwe vormen van journalistiek zich al eigen hebben gemaakt en die ons dus ook zouden kunnen voorzien van een boost op dat vlak. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

6.2.3. Scholing

De geïnterviewden reageerde allemaal positief op scholing voor journalisten om kwaliteitsbevordering te stimuleren of om nieuwe journalistieke vaardigheden te ontwikkelen.

Binnen De Persgroep wordt dit volgens de geïnterviewden al veel gedaan. Ook bij Achterhoek Nieuws zijn er wel eens cursussen geweest:

- Scholing voor journalisten zie ik als een zeer positief iets. Binnen de persgroep is er al een fors aanbod aan scholing. Voornamelijk bijscholing omtrent het gebruiken van beeld en dus video's maken zie ik als een positieve zaak." (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)
- Ja ook heel belangrijk. [...] Binnen de Persgroep kan je allemaal opleidingen volgen die je wilt, zeker voor de jongere mensen ook interessant. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit/De Band)
- We hebben binnen ons bedrijf vooral te maken met op print gerichte journalisten. Er zijn wel wat cursussen en workshops geweest op het gebied van sociale media. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Volgens de geïnterviewden staan de journalisten en de vrijwilligers hier ook voor open:

- Vrijwilligers zouden zeker open staan voor scholing. Ik merk nu ook zelf dat er collega's zijn die roepen dat ze bepaalde dingen wel graag zouden willen doen of publiceren, maar dat ze daar te weinig verstand van hebben. Scholing kan dus een stukje bijdragen aan de journalistiek. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws, denkt dat de medewerkers van kranten voornamelijk wat scholing kunnen gebruiken op het gebied van het volgen van en het verslaggeven over lokale politiek. Dit zijn ook zorgen die door de andere geïnterviewden zijn geuit.

Ondanks dat een oplossingsscenario over scholing positief werd bevonden door de geïnterviewden, denken ze wel dat hier te weinig budget voor is dus dat zeker op redacties waar veel vrijwilligers werken, de scholing vrijwillig gegeven moet worden door journalisten.

6.2.4. Betalen voor lokale journalistiek

De reacties van de geïnterviewden op betalen voor op dit moment gratis lokale print- en onlinemedia, waren erg wisselend. Ze waren vooral sceptisch, maar er zaten ook een paar licht optimistische reacties bij.

Bredevoorts Nieuws had op eigen initiatief al een manier bedacht om niet alleen maar afhankelijk te zijn van advertentie-inkomsten, namelijk door lezers vragen om donateur te worden van het blad:

- Dit probleem speelde ook bij Bredevoorts Nieuws en om die reden is in 2011 een actie geweest om de lezers van Bredevoorts Nieuws te vragen donateur te worden. Een deel van de lezers heeft hierop positief gereageerd en sindsdien zijn er tezamen met de

advertentie inkomsten voldoende middelen om Bredevoorts Nieuws te continueren.
(Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Toch zag hij betalen via abonnementen in de gemeente Aalten niet gebeuren, omdat de gemeente erg conservatief is en niet op veranderingen zit te wachten.

Ook Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl, was sceptisch, hij denkt niet dat abonnementsgelden de kwaliteitsverbetering gaan bevorderen:

- Ik denk dat uitsluitend het bestaansrecht door dat abonnementsgeld zal worden gewaarborgd, niet echt dat het een kwaliteitsimpuls zal geven aan het blad. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep, denkt niet dat een betaalmuur zoals bij het WeespersNieuws kan werken:

- Ik geloof dat het voor het dagblad kan, maar voor het huis-aan-huisblad geloof ik daar niet zo in. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep,)

Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws, zag wel iets in de betaalmuur:

- Dat zal via een betaalmuur kunnen, maar ik denk haast nog eerder in een abonnementsvorm, dus dat je die onderzoeksjournalistiek of die exclusieve verhalen, dat je die alleen voorbehouden laat zijn voor abonnees, en dat zou je nog veel verder uit kunnen bouwen. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

6.2.5. Overige scenario's

Naast de scenario's die de geïnterviewden werden voorgelegd tijdens het interview, kwamen zij zelf ook met oplossingen die eventueel het print- en onlinemedialandschap in de gemeente Aalten zouden kunnen versterken. Sommige van die ideeën waren afgekeken bij andere gemeenten, andere waren zelf bedacht.

Inhuren journalist door de gemeente

Een oplossing die door een paar geïnterviewden werd aangedragen was dat de gemeente een journalist inhuurt die verslaggeving doet van raadsvergaderingen. Dit hadden ze al eerder bij andere gemeentes gezien:

- In mijn vorige gemeente, daar huurden wij of daar betaalden wij een journalist. Via de krant. Een lokale krant die alleen maar in Capelle een krant had. Een weekblad. Wij betaalden de krant en zij huurden een journalist in en die schreef een verslag van de gemeenteraad daarvoor. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)
- Een andere vorm die ik ook nog wel eens zou kunnen bedenken trouwens, dat is in Winterswijk en dat is elders in het land nog wel eens uitgeprobeerd, dat de gemeente

gewoon een journalist betaalt. (Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

De geïnterviewden benadrukken hier wel bij dat het belangrijk is om de onafhankelijkheid te waarborgen. Zo zegt burgemeester Stapelkamp dat ze de krant alleen betaalden voor de journalist, maar dat de journalist de inhoud volledig zelf invulde.

Suzan Heimplaetzer, communicatieprofessional Achterhoek Ambassadeurs, zag het salaris van de lokale journalisten liever betaald worden door de landelijke overheid. Ze was het zeer eens met het BBC-model dat nu in het Verenigd Koninkrijk van kracht is.

Jeugd betrekken bij lokale journalistiek

Op dit moment hebben Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws een jonge verslaggever in dienst die net het VWO in Aalten heeft afgerond. Ze denken dat zij meer weet wat de jongeren bezighoudt en dus meer onderwerpen gericht op jongeren kan belichten. Daarnaast leiden ze haar als het ware op door feedback te geven op de stukken die ze schrijft:

- We hebben wel een verslaggever die net van de middelbare school af is, van het VWO in Aalten, die is dus 18 jaar en daar hebben we wel specifiek op ingezet om met haar te werken zodat zij meer onze voelspriet is voor die jongeren doelgroep. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)

Anton Stapelkamp kwam met een voorbeeld uit zijn vorige gemeente waar hij burgemeester was. Daar hadden ze een kinderpersbureau gekoppeld aan de lokale journalistiek:

- Je zou een kinderpersbureau kunnen bedenken, gekoppeld aan brede schoolactiviteiten. We hadden in Capelle een soort kinderpersbureau. Kinderen van de basisschool die dan stukjes schreven en interviewtjes deden. Vrij kleinschalig allemaal, maar dat zou je ook op ons niveau misschien kunnen doen. (Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten)

Subsidie omroepen delen met printmedia

Een groot deel van de geïnterviewden die bij de media werken is het er niet mee eens dat de subsidie voor een lokale publieke media instelling (artikel 2.170b mediawet 2008¹) alleen voor een omroep is bedoeld. Zij vinden dat de kwaliteit van omroepen een stuk minder is, ook van Aldna FM ten opzichte van de printmedia, die volgens hen het belangrijke nieuws brengen. Het liefst zien zij dan ook dat dit geld verdeeld wordt onder de omroepen en de printmedia al dan niet helemaal weggetrokken bij die media:

- Hetzelfde geldt voor de lokale omroepen. Ook hier zit totaal geen structuur in. Het echte nieuws wordt door de kranten gebracht. Wat ik dan ook niet snap is dat zij subsidie krijgen. Het zou veel beter zijn als er subsidie gegeven wordt aan de kranten

¹ <https://wetten.overheid.nl/BWBR0025028/2018-05-30>

die het nieuws maken waar de mensen iets aan hebben in plaats van aan de lokale omroepen. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

- Als ik echt kijk naar de toekomst, dan denk ik dat die lokale en provinciale overheden nu echt die stap moeten gaan maken om dat geld weg te trekken uit die omroepen en te investeren in de mensen die daadwerkelijk lokaal nog die journalistiek uitvoeren. Of dat dan uiteindelijk in papier is of online, dat zal ook wel mee veranderen. (Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep)

Oud-gemeenteraadsleden werkzaam bij lokale media

Een van de problemen die veel door de geïnterviewden werd geschetst is dat er weinig journalisten werkzaam zijn in de gemeente Aalten die echt verstand hebben van de lokale journalistiek. Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws, Bredevoorts Nieuws, heeft vroeger zelf ook bij de gemeenteraad gezeten en doet nu politieke verslaggeving bij de lokale omroep Aladna FM. Hij denkt dat oud-gemeenteraadsleden dit prima kunnen oppakken in de lokale journalistiek, omdat zij veel verstand hebben van het politieke landschap:

- Een oplossing zou kunnen zijn dat personen die vroeger in de gemeenteraad hebben gezeten gaan werken bij een lokaal medium. Dit zou een oplossing kunnen zijn voor het controleren van de lokale politiek. Je moet namelijk verstand hebben van politiek om over politiek te kunnen schrijven. (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

6.3 Wie moet het geld beheren voor lokale journalistiek?

De geïnterviewden waren zeer verdeeld over de vraag wie verantwoordelijk is voor de verdeling van het geld voor de lokale journalistiek. Een deel van de geïnterviewden vond dat de media het geld zelf moet beheren en zelf voor hun inkomsten moeten zorgen. Ze geven toe dat dit lastig is, omdat ze zelf ook afhankelijk zijn van advertentie-inkomsten en dus van adverteerders die eisen stellen, maar geven aan dat ze die eisen goed in de gaten moeten houden:

- Ik vind dat media dat zelf moeten beheren om de onafhankelijk te behouden van de wijzen waarop ze het geld inzetten. (Lydia ter Welle, redacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws)

Ook Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander, vindt dat de media verantwoordelijk zijn over hun eigen inkomsten en denkt dat redactiestatuten belangrijk zijn om de onafhankelijkheid te waarborgen:

- Een redactiestatuut maakt het onafhankelijk, maar moet wel gekoppeld worden aan voorwaarden. De belangrijkste voorwaarde is dat een redactiestatuut die onafhankelijkheid moet waarborgen. (Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander)

Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws, denkt juist wel dat de gemeente een belangrijke rol kunnen spelen in het verdelen en het beheren van het geld voor lokale media:

- Het is m.i. goed dat de overheid (de gemeente) sturing geeft aan de wijze waarop het geld zou moeten worden besteed. Voorkomen moet worden dat veel geld wordt opgeëist door die lieden, stichtingen, verenigingen die uitsluitend kritiek hebben op de huidige gang van zaken in de maatschappij. ("tegenstanders") (Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws)

Een deel van de geïnterviewden vindt dat het geld niet beheerd moeten worden door de media zelf of door de gemeente, maar dat een onafhankelijke stichting als tussenpersoon moet functioneren:

- Een onafhankelijke stichting, in ieder geval niet de gemeente. Die hebben er belang bij. [...]. Dan kan je daar beter een onafhankelijke stichting voor in het leven roepen die dat bepaalt. Zeker niet een van de belanghebbenden. (Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band)
- Het mooiste zou zijn als al die partijen erin vertegenwoordigd zouden zijn in een stichting of in de vorm van een fonds. Om het bij een van die partijen neer te leggen lijkt me niet goed. (Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws)
- Dat moet wel een onafhankelijk orgaan zijn die dat beheert. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

Al kleven daar volgens Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl ook nadelen aan:

- Dan heb je natuurlijk het probleem dat we straks ook al behandeld hebben: hoe besluit dat onafhankelijk orgaan weer welk deel van dat geld naar welk medium gaat en hoe voorkom je dan wrijving tussen die media, van ja partij a krijgt zoveel geld en partij b krijgt zoveel geld, dat zal dan wel weer voor wrijving zorgen. (Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl)

7 Conclusie en discussie

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de onderzoeksvragen: 1. Wat is de huidige stand van zaken van het medialandschap in de gemeente Aalten met betrekking tot print en online media? En 2. Welke scenario's zijn er om een eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen? De antwoorden zijn gebaseerd op de conclusies die getrokken werden aan de hand van de antwoorden van de interviews. Vervolgens worden deze conclusies vergeleken met de literatuurstudie waarbij ook de implicaties van het onderzoek in kaart worden gebracht.

7.1 De huidige stand van de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten

Deze paragraaf concludeert de huidige staat van de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten en illustreert hoe deze conclusie tot stand is gekomen waarbij rekening gehouden is met implicaties van het onderzoek.

7.1.1. Conclusie

De print- en onlinemedia in de gemeente Aalten worden op het moment van onderzoek getypeerd door het oud zeer dat is ontstaan na de gemeentelijke herindeling uit 2005, waarbij de gemeente Aalten en de gemeente Dinxperlo werden samengevoegd tot de huidige gemeente Aalten. Nu, 14 jaar later, spelen de printmedia hier nog steeds op in door twee verschillende kranten te verspreiden over de gebieden Aalten en Dinxperlo. Bij de kranten uitgegeven door De Persgroep bv. is de inhoud nagenoeg hetzelfde gebleven. Het verschil zit hem voornamelijk in de voorpagina. De onderwerpen die de print- en onlinemedia typeren gaan over de tweede wereldoorlog en de christelijke religie. Daarnaast kent het print- en onlinemediaalandschap een hoge betrokkenheid van de burgers, die hoger zou zijn dan bij andere gemeenten in de regio Achterhoek.

Kwantiteit

Qua kwantiteit ligt de gemeente ongeveer op het gemiddelde van het aantal lokale print- en onlinemedia die beschikbaar zijn per gemeente in Nederland (Kik, Bakker, Buijs & Katz, 2013, p. 9). Wel heeft er een vershraling plaatsgevonden in het medialandschap in de loop der jaren, waarbij verschillende media zijn opgehouden met bestaan en waarbij redacties geslonken zijn. Verder zijn er minder journalisten in dienst en zijn er steeds minder vrijwilligers te vinden die een bijdrage willen of kunnen leveren aan de lokale journalistiek.

Er heeft ook een vershraling plaatsgevonden in het aantal oplagen van de printmedia bij zowel het regionale dagblad De Gelderlander als de huis-aan-huisbladen. Ondanks dat de oplagen zijn geslonken, blijven printmedia in de gemeente Aalten de belangrijkste bron voor nieuwsvoorziening. De opkomst van nieuwe digitale spelers, zoals sociale media en hyperlocals, hebben de printmedia nog niet achtergesteld.

Een probleem waar de printmedia in de gemeente en in de regio Achterhoek mee kampt, is dat bezorgbedrijven moeite hebben met het werven van bezorgers, zowel van jonge als oude leeftijd.

Kwaliteit

Op het gebied van kwaliteit worden de print- en onlinemediën in de gemeente Aalten sterk gedomineerd door de advertentiemarkt. Daarnaast worden voornamelijk 40-plussers bediend in de media en jongeren en etnische minderheden minder of bijna niet. In het algemeen wordt de informerende functie voldoende uitgeoefend, maar voornamelijk in de aankondigende sfeer. Daarnaast fungeren de media voornamelijk als doorgeefluik van persberichten. Een eigen journalistieke inbreng vanuit de print- en onlinemediën zou ontbreken bij het belichten van persberichten.

De controlerende functie komt in de lokale huis-aan-huiskranten in de gemeente Aalten dan ook nagenoeg niet voor en ook van onderzoeksjournalistiek is niet of nauwelijks sprake. De mening wordt gedeeld dat het controleren, van bijvoorbeeld de lokale politiek in de gemeente Aalten, meer een taak is voor het dagblad De Gelderlander, omdat het dagblad hier meer de journalistieke capaciteiten en middelen voor heeft.

De bindende functie van de journalistiek is in de lokale print- en onlinemediën het beste op orde. Naast dat de betrokkenheid met het medialandschap hoog is bij de Aaltenaren, zijn de meeste artikelen uit de kranten human interest verhalen. Ondanks dat dit positief is voor de bindende functie, hebben de andere twee functies hier onder te lijden.

Binnen de print- en onlinemediën zijn er ook verschillen in kwaliteit, waarbij het dagblad De Gelderlander en de uitgaves Aaltens Nieuws en Dinxpers nieuws de meeste lof krijgen op het gebied van kwaliteit. Aalten Vooruit en De Band zouden in kwaliteit achterblijven. Vanwege kwaliteitsoverwegingen heeft de gemeente dan ook besloten om de gemeenteadvertenties in de huis-aan-huiskranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws te zetten.

7.1.2. Discussie

Er lijken drie redenen schuil te gaan achter het in stand houden van de tweedeling in de kranten. Allereerst worden Aalten en Dinxperlo als twee verschillende lokale gebieden gezien die elk een andere nieuwsbehoefte hebben. Daarnaast zijn sommige inwoners niet tevreden geweest met het samengaan van de twee gemeenten, waardoor ze weigeren de krant te lezen als de voorpagina de naam Aalten of Dinxperlo draagt. Ook zijn de huis-aan-huiskranten sterk afhankelijk van adverteerders en is het niet aantrekkelijk voor bijvoorbeeld een slager uit Dinxperlo om te adverteren in een krant die ook hoofdzakelijk gericht is op inwoners uit Aalten. Voor nu lijkt het er dan ook op dat er teveel obstakels het samengaan van de uitgaven Aaltens Nieuws met Dinxpers Nieuws en Aalten Vooruit met De Band blokkeren. Al wordt er verwacht dat het oud zeer met de jaren zal verdwijnen, omdat het aantal inwoners dat de herindeling heeft meegemaakt zal verminderen. Een publieksonderzoek zal meer inzicht kunnen geven op de kwestie in hoeverre het oud zeer nog speelt in de gemeente Aalten.

Kwantiteit

De gemiddeld even hoge kwantiteit van de lokale print- en onlinemediën vergeleken met het gemiddelde van andere gemeenten in Nederland (bron) lijkt schijn. De kranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws vallen onder dezelfde redactie eveneens als de kranten Aalten Vooruit en De Band. Ondanks dat dit bijdraagt aan een hogere kwantiteit, biedt dit daardoor geen extra perspectief op nieuwswaardige gebeurtenissen in de gemeente.

Daarnaast heeft de verschraling van mankracht ervoor gezorgd dat er minder journalisten aanwezig zijn bij raadsvergaderingen. Echter, in de gemeente Aalten heerst er een zekere tevredenheid onder het college van bestuur en de hoofdredacteurs van de lokale huis-aan-huisbladen over de bezetting van die raadsvergaderingen, omdat deze volgens hen hoger is dan in andere gemeenten in de regio Achterhoek.

Een van de redenen die wordt genoemd voor de verschraling van menskracht is de terugloop in advertentie-inkomsten. Literatuur wijst uit dat zowel de journalistiek op landelijk als lokaal niveau te kampen heeft met een terugloop in advertentie-inkomsten (Wiegman, 2018). Hierdoor hebben de media minder geld om werknemers in dienst te nemen. Dit heeft ervoor gezorgd dat journalisten voornamelijk nog als freelancer worden ingehuurd en dat er banen verloren zijn gegaan. Een reden voor de terugloop in advertentie-inkomsten in de gemeente Aalten die niet benoemd wordt in de literatuur, is de verschraling van de bedrijvigheid. Er zijn weinig adverteerders, waardoor relatief veel kranten in dezelfde kleine advertentievijver vissen.

De literatuur wijst uit dat adverteerders het idee hebben dat het bereik van hun advertenties groter is bij digitale media (Behrens & Brouwer, 2018, p.11). De lokale media binnen de gemeente Aalten lijken hier last van te hebben. Zeker omdat de krant nog voornamelijk wordt gezien als hun corebusiness. Op de digitalisering van het nieuws wordt nauwelijks ingespeeld. Hierdoor worden de nieuwswebsites, die gelieerd zijn aan een printmedium, voornamelijk gebruikt om de artikelen uit de krant digitaal te verspreiden. Ook de sociale mediakanalen worden voornamelijk gebruikt als een tool om meer traffic te genereren op die website. Unieke content wordt niet of nauwelijks geproduceerd, tenzij het gaat om nieuwsberichten die niet een week kunnen wachten. Er zijn wel geluiden in de gemeente Aalten, dat de lokale printmedia meer multimediaal zouden willen gaan werken om in te spelen op de digitalisering van nieuws. Op dit moment achten ze dat nog niet mogelijk door het uitblijven van financiële capaciteiten en kennis over deze tak van media. Opvallend is dat de sociale media kanalen gelieerd aan printmedia van Dinxperlo een opvallend groot bereik hebben vergeleken met andere sociale mediakanalen die actief zijn in de gemeente Aalten. Het is moeilijk om hiervoor de reden te achterhalen uit de interviews. Het zou kunnen komen omdat Dinxperlo kleiner is dan Aalten, wat het dorpsgevoel en het ons kent ons gevoel versterkt.

Anders dan op landelijk niveau (Behrens & Brouwer, 2018, p. 20) beschouwen de geïnterviewden de opkomst van hyperlocals als negatief. De grootste reden die de geïnterviewden noemen is dat deze digitale nieuwswebsites nieuws voornamelijk overnemen uit de printmedia. Reden voor verschil in uitkomst met dit onderzoek en die van het SEO Economisch Onderzoek (2018) is waarschijnlijk de kleinschaligheid waarbij dit gebeurt op lokaal niveau. Op landelijk niveau hebben hyperlocals waarschijnlijk meer capaciteiten om eigen artikelen te schrijven en nieuws te halen. Echter, de eigenaar van de enige hyperlocal in de gemeente Aalten zegt dat hij dat absoluut niet doet. Uit het onderzoek kan niet duidelijk worden of de geïnterviewden het hebben over dpl-nieuws of over andere hyperlocals uit misschien andere gemeenten. Hier is niet genoeg over doorgevraagd wat in een vervolg onderzoek beter gedaan zou kunnen worden. Wel lijken de uitkomsten van dit onderzoek de resultaten van het onderzoek van Kik, Bakker, Buijs en Katz (2013) te versterken, waarbij de aanwezigheid van online only initiatieven positief samenhangt met de aanwezigheid van

offline nieuwsmedia. De gemeente Aalten is met 27.000 inwoners een kleine gemeente waar vergeleken met grote gemeenten relatief weinig printmedia wordt uitgegeven. In de gemeente is een hyperlocal actief die zich alleen concentreert op de kern Dinxperlo. Andere plaatsen in de gemeente Aalten worden online niet door hyperlocals bediend.

Dat redacties van huis-aan-huiskranten het printmedium zien als hun corebusiness is niet vreemd. Bereikonderzoeken van onder andere Hardemann, Teunter en Teunter (2018) laten zien dat de kranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws nog ontzettend goed gelezen worden door de inwoners van de gemeente. Ook de geïnterviewden zijn tevreden over het bereik van de kranten. Onderzoek van het Nationaal Onderzoek Multimedia (2019) onderzoekt de populariteit van huis-aan-huiskranten in gemeenten en laat zien dat deze nog steeds populair zijn. Het hoge bereik kan in de gemeente Aalten verklaard worden door het feit dat het geen stedelijk gebied is. Het onderzoek van het NOM (2013, p. 13) wijst uit dat het bereik van huis-aan-huiskranten positief samenhangt met een weinig stedelijk gebied. Over het bereik van Aalten Vooruit en De Band is weinig bekend, omdat zij ook uitgaan van de algemene cijfers van het NOM (2019). Met 1400 inwoners en een bereik van 600 gezinnen, kan gesteld worden dat ook Bredevoorts Nieuws een goed bereik heeft. Echter, het is onbekend hoe de cijfers verkregen zijn door de geïnterviewde.

Het onderzoek van het NOM wijst uit dat huis-aan-huiskranten het beste worden gelezen bij mensen vanaf 35 jaar (National Onderzoek Multimedia, 2019, p. 11). De meeste inwoners in de gemeente Aalten zijn 40 jaar of ouder. Er wonen relatief weinig jongeren. Dat de ouderen doelgroep beter bediend wordt in de lokale print en onlinemediën is dan ook niet vreemd. De media geven aan niet te werken met groepen, maar inspelen op de behoeften van de inwoners. Doordat er weinig jongeren en etnische minderheden woonachtig zijn in de gemeente, worden deze minder goed bediend. De vraag blijft, ook bij de geïnterviewden, of dit geen kip of ei verhaal is, waarbij jongeren misschien geen interesse hebben in lokale media, omdat ze niet voldoende bediend worden. Een publieksonderzoek onder de jongeren in de gemeente Aalten zal een beter antwoord kunnen geven op deze vraag.

Dat er relatief weinig jongeren wonen in de gemeente zijn er waarschijnlijk weinig bezorgers te vinden. De meeste jongeren zouden ook meer interesse hebben in andere baantjes, zoals werken in de supermarkt. Ouderen bezorgen vaak ook nog kranten, maar dit kan in de toekomst voor problemen gaan zorgen, omdat het salaris van krantenbezorgers misschien van stukloon naar uurloon gaat. Ouderen zijn qua uurloon duurder dan jongeren.

Kwaliteit

De ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in de lokale journalistiek hebben zijn effect gehad op de functies van de journalistiek in de gemeente Aalten. Ondanks dat de geïnterviewden aangeven dat de informerende functie voldoende wordt toegepast, is het moeilijk aan de hand van dit onderzoek te bepalen of dat voldoende gebeurt. Een paar kritische geluiden zijn dat de informatie vooral beschouwend of in de aankondigende sfeer is en dat voornamelijk persberichten worden doorgeplaatst. Kritiek op de persberichten is dat deze te weinig berusten op voortgang van genomen besluiten, maar de geïnterviewden erkennen ook dat dit een taak is voor de media om dat bij te houden. Onderzoek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (2018) laat zien dat lokale media niet altijd de

onderwerpen kiezen om te belichten waar de inwoners op zitten te wachten. Een publieksonderzoek zou hier meer inzicht op kunnen geven.

In de gemeente Aalten vindt er, bij de print- en onlinemedi, weinig controle plaats en van onderzoeksjournalistiek is bijna geen sprake. Dit komt overeen met de uitkomsten van het onderzoek van de DSP-groep (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018, p. 41) die concludeerde dat onderzoeksjournalistiek op lokaal niveau nagenoeg uitblijft. De printmedia laten weten dat het geen onwil is. Journalisten worden per artikel betaald in plaats van per uur, waardoor het minder aantrekkelijk voor ze is om lang in een onderwerp te duiken. Ook dit komt overeen met het onderzoek van de DSP-groep die stelt dat onderzoeksjournalistiek minder aantrekkelijk is geworden voor journalisten om zich mee bezig te houden, vanwege de slechte arbeidsvoorzieningen of beloningen (De Kleuver, Van der Horst & Swami-Persaud, 2018, p. 42). Daartegenover staat dat het dagblad De Gelderlander in de ogen van de geïnterviewden beter die controlerende functie uitvoert. Echter, de literatuur laat zien dat ook de oplagen van die krant dalen (Bakker & Kik, 2018). Daarnaast is volgens de geïnterviewden het bereik van die krant veel minder groot in de gemeente Aalten dan van de huis-aan-huiskranten.

De geïnterviewden, werkzaam bij huis-aan-huiskranten, vinden dat de kranten meer een bindende functie dan een controlerende functie moeten uitoefenen. In de literatuur wordt ook gesproken over het belang van de bindende functie van de lokale journalistiek omdat het bijdraagt aan het sociale kapitaal (Richard, 2013), burgers het gevoel hebben dat ze bij een gemeenschap horen en dat ze actiever gaan deelnemen in de lokale maatschappij als ze het nieuws volgen en lezen (Paek, Yoon & Shah, 2005). Het is lastig om aan de hand van dit onderzoek te concluderen of dit ook geldt voor de gemeente Aalten, omdat de geïnterviewden hier misschien een ander idee bij hebben dan de inwoners van de gemeente. Een publieksonderzoek zou hier meer inzicht kunnen geven op hoeverre de bindende functie wordt uitgeoefend.

De verschillen in functies is terug te zien binnen de lokale print- en onlinemedi in de gemeente Aalten. Het dagblad De Gelderlander en de huis-aan-huisbladen Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws worden onder de geïnterviewden als het meest kwalitatief beschouwd, vanwege kwantiteit over politieke berichtgeving. Die berichtgeving mist volgens hen in Aalten Vooruit en De Band. Het is lastig te zeggen welk medium het meest kwalitatief is afgaande op de meningen van medewerkers van medi. Een inhoudsanalyse over de producten van de medi zou meer inzicht kunnen geven op de kwaliteit van de print- en onlinemedi.

Vanwege kwaliteitsredenen heeft de gemeente ervoor gekozen om de gemeenteadvertenties te plaatsen in huis-aan-huiskranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws. Dit ondanks het feit dat andere aanbieders het goedkoper aanbieden. Ondanks dat de medi daar tevreden over zijn, zijn er ontevreden geluiden te horen over de advertentiekosten die de gemeente betaalt. Deze zijn sterk verlieslijdend waardoor de medi er zelf geld achteraan moet gooien. De gemeente geeft aan dat ze dit doet vanuit kostenbesparende overwegingen en dat de kranten blij moeten zijn met het concurrentievoordeel dat ze eruit halen. Echter, de gemeente geeft ook aan dat het belangrijk blijft om de advertenties in de printmedi te publiceren, omdat deze het grootste bereik hebben.

Dit onderzoek bevestigt de conclusie van het onderzoek van Bakker en Kik (2018) waar het er op het eerste gezicht op lijkt dat er een veelzijdig media aanbod beschikbaar is, maar wanneer er met een vergrootglas naar gekeken wordt, de lokale print- en onlinemedia onder druk lijken te staan.

7.2 Scenario's om kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen

Deze paragraaf schetst scenario's die een eventuele kwaliteitsverbetering van de print- en onlinemedia in de gemeente Aalten kunnen bewerkstelligen. Daarnaast illustreert deze paragraaf hoe deze conclusie tot stand is gekomen waarbij rekening gehouden is met implicaties van het onderzoek.

7.2.1. conclusie

Om antwoord te kunnen geven op de vraag welke scenario's er zijn om eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen, moet er eerst antwoord worden gegeven op de vraag of er überhaupt behoefte is aan versterking. In de gemeente Aalten is er behoefte aan versterking van het print- en onlinemedialandschap, omdat de geïnterviewden vinden dat een goede lokale journalistiek bijdraagt aan een goede lokale democratie. Deze mening wordt gedeeld door zowel de media zelf als door de gemeente. De behoeftes die voornamelijk gedeeld worden zijn de behoeftes voor interesse in lokale journalistiek, de behoefte aan menskracht, de behoefte aan een goede controlerende functie en de behoefte aan verduidelijking van het medialandschap in de gemeente Aalten.

Journalistiekfonds

Om dit te kunnen bereiken zou er gekeken kunnen worden naar een journalistiekfonds. Dit kan ervoor zorgen dat er eventueel meer geld beschikbaar is voor journalisten om meer tijd te kunnen steken in onderzoeksjournalistiek. Op gemeentelijk niveau alleen zou dit niet haalbaar zijn. Wel zou er gekeken kunnen worden naar een journalistiekfonds op regionaal niveau, zoals met meerdere gemeenten in de Achterhoek of op provinciaal niveau. Belangrijk is dat bij dit fonds de onafhankelijkheid van de journalistiek gewaarborgd blijft.

Samenwerkingsverbanden

Een samenwerking tussen printmedia en lokale omroepen wordt door de printmedia als een voorzichtige mogelijkheid gezien. Er is interesse in deze samenwerking omdat de printmedia meer willen inspelen op de multimedia, voornamelijk op hun websites. Een grote redactie waar zowel print- en onlinemedia en lokale omroepen met elkaar samenwerken werd ook genoemd als een optie. Kanttekening bij dit plan is dat dit misschien erg lastig van de grond te krijgen is, omdat beide mediawerelden anders in elkaar zitten en ze elkaar nu nog teveel zien als concurrenten. Samenwerking binnen printmedia lijkt nog een stapje te ver, omdat deze zijn aangesloten bij verschillende uitgevers en ze elkaar zien als concurrenten. De hyperlocal dpl-nieuws.nl ziet ook geen samenwerking met printmedia gebeuren, omdat deze niet volledig onafhankelijk zijn.

Een andere vorm van samenwerking zou kunnen zijn tussen die van hoge scholen en universiteiten met de lokale printmedia in de gemeente Aalten. Door het aanbieden van bijvoorbeeld stageplaatsen kunnen de studenten leren hoe het is om te werken bij een redactie. Daarvoor terug krijgen de redacties een frisse blik van de stagiaire op ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden binnen de journalistiek en kan dit bijdragen aan de kwaliteit van de lokale journalistiek.

Scholing

Scholing was een scenario dat positief werd ontvangen en dat al veel gebeurde bij de kranten die gelieerd zijn aan De Persgroep BV., namelijk De Gelderlander, Aalten Vooruit en De Band. Voornamelijk scholing op het gebied van multimedia werd als een welkom iets gezien. Wel speelt geld een rol bij het opzetten van cursussen en wordt dit nu dan ook voornamelijk door vrijwilligers of met korte cursussen gedaan.

Betalen voor lokale journalistiek

Betalen voor lokale journalistiek is een mogelijkheid om niet meer alleen afhankelijk te zijn van advertentie-inkomsten. Betalen in de vorm van een abonnement wordt niet mogelijk geacht, behalve als het abonnement een zekere exclusiviteit aanbiedt, zoals extra artikelen of korting in winkels of evenementen die plaatsvinden in de gemeente of in de regio Achterhoek. De gratis huis-aan-huiskranten moeten daarnaast wel blijven bestaan. Bredevoorts Nieuws heeft al een andere bron van inkomsten naast de advertentie-inkomsten, namelijk in de vorm van donaties. Dankzij deze donaties kon het blad blijven bestaan.

Inhuren journalist

Andere scenario's die werden genoemd waren het inhuren van een journalist door de gemeente om de raadsvergaderingen te volgen, met als kanttekening dat de journalist volledige vrijheid heeft over de inhoud van de artikelen. De journalist zou dan in dienst kunnen zijn bij een van de lokale kranten in de gemeente. Daarnaast werd er een scenario in beeld gebracht waarbij oud-raadsleden werkzaam zouden kunnen zijn bij de lokale journalistiek, al dan niet als vrijwilliger, omdat zij veel kennis hebben van hoe de lokale politiek in elkaar steekt en deze kennis nuttig kan zijn bij politieke verslaggeving.

Kinderpersbureau

Daarnaast zou er meer jeugd betrokken kunnen worden bij de lokale journalistiek in de vorm van een kinderpersbureau via basisscholen. Of zoals nu al gebeurt bij Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws, door jongeren te werven via de middelbare school met talent voor schrijven en ze te begeleiden bij het maken van journalistieke producties.

Subsidie lokale omroepen

Het subsidiegeld voor de lokale omroepen delen met de printmedia al dan niet helemaal geven aan de lokale media was een ander scenario dat voorbij kwam.

Geld beheren lokale media

De media in de gemeente Aalten zijn zelf verantwoordelijk voor hun inkomsten en dus over hun keuzes voor versterking, omdat dat de beste manier is om de onafhankelijkheid van de journalistiek te waarborgen. De gemeente kan wel een rol spelen in het beheer of het verdelen van het geld, maar dan is onafhankelijkheid wederom een issue. Daarnaast zou een onafhankelijke stichting als tussenpersoon kunnen fungeren om het geld te verdelen.

7.2.2 Discussie

Dat er bij de print- en onlinemediën in de gemeente Aalten behoefte is aan versterking, omdat deze bij kan dragen aan een goede democratie, komt overeen met verschillende studies die bevestigen dat een goede lokale journalistiek bijdraagt aan bijvoorbeeld een meer efficiënte lokale overheid (Snyder & Stromberg, 2010), een hoger opkomstpercentage bij gemeenteraadsverkiezingen (Baekgaard, Jensen, Mortensen & Serritzlew, 2014) en dat de maatschappelijke betrokkenheid van de burgers samenhangt met de kwaliteit van de lokale nieuwsmedia (Hess & Waller, 2016). Er wordt gesproken over het falen van de media en de gemeente om het interesse van de burgers te wekken om hun nieuws te vergaren via de printmedia. Dit lijkt andere conclusies in het onderzoek tegen te spreken, die beweren dat de betrokkenheid van de burger met het lokale medialandschap in de gemeente Aalten ontzettend hoog is. Daarnaast laten bereikonderzoeken zien dat huis-aan-huiskranten nog steeds de meest populaire manier zijn om nieuws te vergaren bij zowel gemeenten in Nederland (Nationaal Onderzoek Multimedia, 2019) als in de gemeente Aalten (Hardemann, Teunter & Teunter, 2018). De geïnterviewden die een interesse in lokale journalistiek misten waren voornamelijk werkzaam bij de overkoepelende tak van de huis-aan-huisbladen of bij de regionale krant. Hierdoor zou het kunnen zijn dat ze deze vraag beantwoorden zonder dat ze specifiek de gemeente Aalten in hun hoofd hadden. Een andere verklaring voor deze tegenstrijdige uitkomsten zou kunnen zijn dat de betrokkenheid van de Aaltenaren hoog is door de vele human interest verhalen in de krant die zorgen voor een hoge betrokkenheid bij de gemeente. Een publieksonderzoek zou meer inzicht kunnen geven over de interesse in lokale journalistiek onder de inwoners van de gemeente Aalten.

Dat er behoefte is aan meer menskracht om onder andere de controlerende functie van de journalistiek goed uit te kunnen voeren is niet vreemd. Ook de literatuur wijst op de disbalans die er is, waarbij er wel gesteld wordt dat de controlerende functie ontzettend belangrijk is voor een goed functionerende journalistiek, maar dat deze niet uitgevoerd kan worden en dan al helemaal niet bij lokale media (Zie 7.1.2).

De geïnterviewden die niet werkzaam zijn bij de lokale media gaven aan dat er waarschijnlijk behoefte is aan verduidelijking van het medialandschap, omdat ze het idee hebben dat ze niet weten waar ze voor welk nieuws terecht kunnen. Tijdens de interviews werd er gesproken over een versnippering van het totale medialandschap, dus inclusies de radio- en televisieomroepen. Het zou kunnen dat het printmedialandschap duidelijk genoeg is of dat deze ook om verduidelijking vraagt. Een publieksonderzoek zou hier beter antwoord op kunnen geven.

Journalistiekfonds

Dat de geïnterviewden een journalistiekfonds op gemeentelijk niveau te klein vonden, komt waarschijnlijk doordat de gemeente Aalten een kleine gemeenten is die minder geld te besteden heeft dan bijvoorbeeld een gemeente zoals Leiden, waar een dergelijk journalistiekfonds al bestaat (De Jong & Koetsenruijter, 2017). Kritiek was dat de bestaanstijd van een fonds onzeker is en de onafhankelijkheid van de commissie werd in het geding gesteld. Deze zorgen lijken terecht. Zo is de subsidie voor het journalistiekfonds in Leiden dit jaar meer dan gehalveerd (B&W Leiden willen in grote bezuinigingsronde Leids Mediafonds 60% verkleinen, 2019, 6 juni). Redactiestatuten kunnen een oplossing zijn voor het bewaren van de onafhankelijkheid van de commissie. Een onderzoek specifiek gericht op een journalistiekfonds in de regio Achterhoek of in de provincie Gelderland zou meer inzicht kunnen geven op het feit of het haalbaar is om zoiets te bewerkstelligen. Dit onderzoek kan gebaseerd worden op het onderzoek van De Jong & Koetsenruijter (2017), die onderzoek deden naar de invulling van een journalistiekfonds in de gemeente Leiden.

Samenwerkingsverbanden

Een samenwerkingsverband tussen de printmedia en de lokale radio en televisie omroepen is gewenst onder sommige geïnterviewden, om de printmedia meer multimediaal te maken. Deze samenwerking zou gebaseerd kunnen zijn op de samenwerking die je nu ziet bij NewsRoom Enschede, waarbij de redacties van dagblad Tubantia en omroep 1Tweente zorgen dat audiovisuele- en printjournalistiek samenkomen (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2015, 18 juni). Deze heeft tevens gezorgd voor een vervaging van de grens tussen een privaat en publiek gefinancierde journalistiek. Of de RTV in de gemeente Aalten hier ook op zit te wachten kan niet duidelijk worden gemaakt aan de hand van dit onderzoek. Het aanpalende onderzoek, gericht op die media, zou hier meer inzicht op kunnen geven. Voor tips en inzichten zouden de media in de gemeente Aalten zich kunnen verdiepen in de Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, die ook NewsRoom Enschede ondersteunen.

Naast NewsRoom Enschede, ondersteunt de regeling ook Broeïnest Brabant, een samenwerking tussen De Nederlandse Persgroep en Hogeschool Fontys Tilburg (Van den Bos 2016, 28 juni). Een dergelijke samenwerking ziet Achterhoek Nieuws ook zitten met hoge scholen en universiteiten, waarbij stageplaatsen aangeboden kunnen worden aan studenten. De geïnterviewden van Achterhoek Nieuws gaven wel aan dat het vanwege lage inkomsten, het niet mogelijk was de stagiaires, na hun stage, een functie aan te bieden op de redactie. Wellicht zou de Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking bij dit initiatief ook een uitkomst kunnen bieden. Andere print- en onlinemediën zouden eventueel ook van een dergelijke samenwerking kunnen profiteren.

Scholing

Scholing wordt door alle geïnterviewden omarmt. Dit komt waarschijnlijk omdat het hoogstwaarschijnlijk bijdraagt aan de kwaliteitsverbetering van de lokale journalistiek in de gemeente Aalten. Bij de kranten gelieerd aan De Nederlandse Persgroep BV, wordt al veel gedaan op het gebied van scholing in verschillende vormen. Andere redacties die het aanbod scholing minder hebben, zouden terecht kunnen bij landelijke instanties die cursussen

aanbieden, zoals de VVOJ. Zij organiseren regelmatig trainingen of cursussen van medewerkers van verschillende regionale en lokale media. Tijdens de interviews is niet genoeg doorgevraagd over wie er zouden profiteren van deze scholing.

Betalen voor lokale journalistiek

Betalen voor lokale journalistiek gebeurt al in het vestigingsplaatsje Bredevoort in de vorm van donaties, die ervoor gezorgd hebben dat het blad Bredevoorts Nieuws kon blijven bestaan. Bij uitgeverij BDUMedia is men in mei 2019 ook begonnen met donaties te vragen voor een aantal huis-aan-huisbladen die ze uitgeven (Pasveer, 2019, 20 mei), om te testen of het mogelijk is over te stappen op abonnementsvormen. Of dit mogelijk is, is nog niet bekend.

Op abonnementsvormen, waarbij de huis-aan-huiskrant gratis blijft bestaan maar er een bepaalde exclusiviteit wordt geboden voor de consument in de vorm van bijvoorbeeld gesloten artikelen werd wisselend gereageerd. Het WeesperNieuws is al bezig met deze vorm door bepaalde artikelen achter een betaalmuur te plaatsen die alleen bezocht kunnen worden door abonneehouders (Van den Bos, 2019, 20 mei). Dit initiatief is te kort geleden ontstaan om te bepalen of het succesvol wordt. Daarnaast is er weinig bekend over de bereidheid van Nederlanders om te betalen voor lokaal nieuws. Het is daarom niet vreemd dat de geïnterviewden met wisselend enthousiasme reageerden op dit idee, omdat er (nog) geen voorbeelden zijn die succes tonen.

Inhuren journalist

Het scenario voor het inhuren van een journalist door de gemeente kwam niet uit de lucht vallen. Er zijn gemeenten in Nederland die al werken op deze manier. Echter, de literatuur laat zien dat deze initiatieven veelal mislukken, vanwege botsingen tussen de journalisten en de gemeente over de invulling van de artikelen en omdat communicatie vanuit de overheid voornamelijk bedoeld is om de gemeente positief te belichten in plaats van als kritische nood te fungeren (De Jong & Koetsenruijter, 2019, p.3 ; Bakker, 2018). De kans dat dit scenario zal slagen in de gemeente Aalten lijkt dan ook niet groot. Het scenario waarbij een oud raadslid als journalist zou kunnen fungeren lijkt een nog kleinere slagingskans te hebben, omdat deze ook nog een gekleurde politieke achtergrond met zich meebrengt.

De landelijke overheid zou deze journalisten ook kunnen financieren. Dit scenario werd ook geopperd door een van de geïnterviewden. Dit gebeurt al in het Verenigd Koninkrijk, waarbij de BBC lokale journalisten in dienst neemt als *local democracy reporters* (Van de Beld B, 2019, 23 mei). Hun artikelen komen in een database terecht en kunnen gebruikt worden door verschillende lokale en regionale media gelieerd aan de samenwerking.

Kinderpersbureau

De scenario's waarbij een kinderpersbureau wordt opgezet of middelbare scholieren worden geworven om te werken bij de pers is waarschijnlijk wel haalbaar in de gemeente Aalten. Zo zouden basisscholen een samenwerking kunnen aangaan met de lokale print- en onlinemedi, waarbij kinderen van die basisschool met hulp van hun docenten artikelen schrijven die kunnen worden opgestuurd naar de media en in aanmerking kunnen komen om geplaatst te worden in de printmedia zelf of op digitale versies van de media. Tevens kunnen kinderen op

deze manier eventueel leren over het belang van journalistiek op zowel lokaal als landelijk niveau. Hetzelfde kan gedaan worden op middelbare scholen, bijvoorbeeld gebonden aan het vak Nederlands. Dit scenario zou eventueel ook een interesse bij jongeren kunnen opwekken krantenbezorger te worden in de gemeente. Of hier tijd en geld voor is vanuit de media, kan niet duidelijk gesteld worden aan de hand van het onderzoek. Wel kunnen de media over dit idee gaan nadenken.

Subsidie lokale omroepen

Het subsidiegeld voor de lokale omroepen delen met printmedia al dan niet helemaal geven aan de lokale printmedia is een lastig scenario. De geïnterviewden van de printmedia gaven als reden dat het echte interessante nieuws (voornamelijk nieuws gericht op politiek), via deze media gebracht wordt, dus dat zij meer recht zouden hebben op deze subsidie, omdat ze hem beter in zouden kunnen zetten. Het is een lastige kwestie. Ten eerste zou hier een wetswijziging voor in stand gebracht moeten worden. Daarnaast is het lastig te stellen aan de hand van dit onderzoek of de printmedia inderdaad belangrijker nieuws brengen dan de RTV in de gemeente Aalten. De geïnterviewden zijn bijna allemaal werkzaam bij een printmedium, dus kunnen een gekleurd beeld geven. Een inhoudsanalyse van zowel de print- en onlinemedia als de RTV in de gemeente Een oplossing zou samenwerking tussen printmedia en omroepen kunnen zijn, zoals bij NewsRoom Enschede (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2015, 18 juni), waarbij de grens tussen publieke en privaat financiering vervaagt.

Beheren geld voor lokale journalistiek

Tijdens het transcriberen en coderen van de interviews bleek dat de vraag wie het geld moet beheren voor de lokale journalistiek op verschillende manieren geïnterpreteerd werd. Wat wel duidelijk was, was dat een groot deel van de geïnterviewden vond dat de media op eigen houtje zijn neus boven water moest zien te houden. De gemeente zou wel sturing kunnen geven aan de verdeling van het geld. Deze conclusie zou betrekking kunnen hebben op het journalistiekfonds of op eventuele subsidies die worden verstrekt door de overheid voor de print- en onlinemedia of voor de lokale media van de gemeente Aalten in zijn algemeen. Anderen zagen liever dat een onafhankelijke commissie dat deed, al werden daarbij ook vraagtekens gesteld, omdat dat misschien voor scheve subsidieverstrekingen zou kunnen zorgen.

8 Aanbevelingen

Het onderzoek concludeert dat de lokale print- en onlinemediavinden dat ze voornamelijk zelf verantwoordelijk zijn om het hoofd boven water te houden tijdens de zware tijden die deze media nu doormaken in de gemeente Aalten. Dit heeft voornamelijk te maken met de onafhankelijkheid waar deze media zwaar aan tillen. In hoofdstuk 7 werden er een aantal scenario's geschetst waar de media mee aan de slag kunnen om eventuele kwaliteitsverbetering te bewerkstelligen (zie 7.2). Toch zijn er een aantal scenario's waarin de gemeente een rol kan spelen als het aankomt op het versterken van de lokale journalistiek, zonder dat daarbij die onafhankelijkheid in gevaar komt. Die scenario's worden in dit hoofdstuk weergegeven in de vorm van aanbevelingen.

8.1 Een journalistiekfonds in de regio Achterhoek/provincie Gelderland

Het onderzoek concludeert dat er een disbalans bij de lokale print- en onlinemediain de gang is. Er is behoefte aan een goede controlerende functie om bij te dragen aan een goede democratie. Ook de gemeente erkent dat zij beter presteren wanneer de pers er bovenop zit. Echter, het tegenovergestelde blijkt waar. De terugloop in advertentie-inkomsten heeft voor een vershraling van journalisten gezorgd waardoor controleren van persberichten en onderzoeksjournalistiek niet meer mogelijk blijkt te zijn bij de media in de gemeente Aalten.

Een journalistiekfonds kan hier een uitkomst in bieden. Hierdoor is er extra geld beschikbaar waar een beroep op gedaan kan worden, zodat journalisten meer tijd hebben om de verdieping op te zoeken. Het onderzoek bracht naar voren dat een dergelijk fonds te klein wordt geacht op gemeentelijk niveau, omdat de gemeente alleen de kosten voor zo een fonds niet zou kunnen dragen. Daarom wordt de gemeente aanbevolen om te spreken met andere gemeenten, binnen de regio Achterhoek of op provinciaal niveau, over het opstarten van een dergelijk fonds. Ondanks dat dit het eerste onderzoek is dat specifiek gericht is op de staat van het medialandschap in een gemeente in de Achterhoek of in Gelderland, laten andere onderzoeken zien dat de lokale media over het algemeen in zwaar weer verkeren (bronnen). De gemeente Aalten zou daarom het voortouw kunnen nemen in het gesprek over het opzetten van het journalistiekfonds in de regio Achterhoek of in de provincie Gelderland. Met meerdere gemeenten kan er gekeken worden naar de invulling van het fonds. Dit zou kunnen aan de hand van een onderzoek specifiek gericht op de gekozen regio waarbij er voorbeeld genomen kan worden uit andere initiatieven die al in het leven zijn geroepen door verschillende gemeenten. De lokale radio- en televisieomroepen zouden ook aanspraak kunnen doen op subsidie uit het fonds.

8.2 Verhogen betaling gemeenteadvertenties

Voor de huis-aan-huiskranten is hun grootste bron van inkomsten advertentie-inkomsten. Ook de gemeente draagt hieraan bij door het plaatsten van gemeenteadvertenties. De huis-aan-huiskranten kunnen jaarlijks opnieuw een beroep doen op die gemeenteadvertenties. Deze geven de kranten waarin de gemeenteadvertenties staan een concurrentievoordeel ten opzichte

van andere kranten, omdat het de kranten aantrekkelijker maakt voor adverteerders. Echter, uit dit onderzoek is gebleken dat de prijs die de gemeente Aalten voor gemeenteadvertenties betaalt, slechts 10 tot 20 procent van de kostprijs voor het produceren van de pagina's dekken. Dit betekent dat de media waarin ze gepubliceerd worden er zelf nog geld achteraan moeten gooien. Ondanks dat de gemeente de kwaliteit van de kranten boven de laagste prijs heeft gekozen, betalen ze dus nog steeds maar een spotprijs. Hiermee draagt de gemeente bij aan de race tot he bottom. Dit is een economische term, waarbij concurrenten middels prijsverlaging een felle strijd voeren om de klant. Zodra producten en diensten in deze race uiteindelijk onder de kostprijs worden aangeboden kan het voortbestaan van bedrijven in gevaar komen (Davies & Vadlamannati, 2013). De gemeente vindt dat ze weinig mogen betalen, omdat de kranten blij mogen zijn met het concurrentievoordeel dat ze hebben dankzij deze advertenties, maar de kranten geven aan dat een enquête onder adverteerders het effect van het concurrentievoordeel overschat.

De gemeente Aalten wordt daarom aanbevolen om de prijs van de gemeenteadvertenties te verhogen. Dit is ook in het belang van de gemeente, omdat is aangegeven dat het belangrijk is om de advertenties in printmedia te blijven publiceren, vanwege het bereik die deze media hebben ten opzichte van de digitale media of de digitale platformen die ze zelf gebruiken. Het verhogen van de prijs zorgt voor meer inkomen van de krant, wat weer kan zorgen voor een eventuele kwaliteitsverbetering van de kranten. De gemeente gaf aan dat het goed is dat er meerdere kranten zijn die "vechten" om de gemeenteadvertenties, zodat ze zich willen blijven verbeteren ten opzichte van de andere krant. Echter, hier moet vervolgens geen misbruik van gemaakt worden door mee te gaan in de lage prijzen oorlog die dit gevecht met zich meebrengt.

8.3 Stimuleer samenwerking

Deze aanbeveling is zowel gericht op de print- en onlinemedia, als de radio- en televisieomroepen van de gemeente Aalten en is tot stand gekomen door de conclusies uit dit onderzoek (Wassink, 2019) en het onderzoek naar de radio- en televisieomroepen (Peddemors, 2019).

Uit dit onderzoek is gebleken dat de geïnterviewden meer zouden willen doen op het gebied van multimedia, om beter in te kunnen spelen op de digitalisering van het nieuws. Het onderzoek van Peddemors (2019) laat zien dat er echt iets moet gebeuren aan de kwaliteit van de radio- en televisieomroepen, omdat hun bestaansrecht anders in gevaar komt. De verschillende media zouden elkaar hier in kunnen ondersteunen, door gezamenlijke redacties te gaan vormen of door samenwerkingsverbanden aan te gaan waar beide soorten media profijt in zien.

De gemeente zou deze samenwerking kunnen stimuleren door bijvoorbeeld samenwerkingen binnen deze media te belonen. Zo zou het journalistiekfonds volledig ingericht kunnen worden op samenwerkingsverbanden, waardoor er alleen subsidie verstrekt wordt als er samenwerking te zien is tussen media, maar ook tussen media en andere instanties die de kwaliteit van de media zouden kunnen verhogen, zoals hoge scholen en

universiteiten. Het journalistiekfonds kan als pilot worden ingesteld om samenwerking te bevorderen.

Daarnaast zouden de media samen kunnen werken op het gebied van scholing. Zo zou de printmedia de lokale radio- en televisieomroepen scholing kunnen geven over journalistieke vaardigheden en andersom kan de printmedia iets leren op het gebied van bijvoorbeeld videojournalistiek. Dit zou eventueel ook bekostigd kunnen worden uit het fonds.

Naast dat de gemeente een rol kan spelen in een samenwerking tussen media, zou er ook aangeklopt kunnen worden bij het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Zij ondersteunen met de Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking (Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, 2016) verschillende samenwerkingsverbanden tussen redacties van verschillende media.

Literatuur

- Baekgaard, M., Jensen, C., Mortensen, P. B., & Serritzlew, S. (2014). Local News Media and Voter Turnout. *Local Government Studies*, 40(4), 518–532. DOI: 10.1080/03003930.2013.834253
- Bakker, P. (2018, 6 september). *De gemeentejournalist is een bewezen mislukking*. Geraadpleegd op 26 september 2019, van <http://robscholtemuseum.nl/piet-bakker-de-gemeentejournalist-is-een-bewezen-mislukking/>
- Bakker, P. & Kik, Q. (2018) *Op het tweede gezicht... Regionale en lokale media en journalistiek, 2000 - 2017*. Geraadpleegd op 17 juni 2019, van: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/06/25/regionale-en-lokale-media-en-journalistiek-2000-2017>
- BBC. (2018). Local News Partnerships. Annual Reviews 2017/18. Geraadpleegd van <https://www.bbc.com/lnp/>
- Beam R. A., Brownlee B. J., Weaver D. H. & Cicco D. T. D. (2009) Journalism and Public Service in Troubled Times, *Journalism Studies*, 10:6, 734-753, DOI: 10.1080/14616700903274084
- Beunders, H. J. G., Van der Horst, A., & De Kleuver, J. (2015). *Nieuwsvoorziening in de regio 2014: leegte in het landschap*. Geraadpleegd op 15 juni 2019, van https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/Beunders_ea_2014.pdf
- Beld, J. van de. (2019, 23 mei): *Gaat het 'BBC-model' de lokale journalistiek redden? (verslag)*. Geraadpleegd via: <https://www.svdj.nl/nieuws/bbc-model-lokale-journalistiek/>
- Behrens, C. & Brouwer, E. (2018). *Ontwikkelingen journalistieke infrastructuur 2000-2018*. Geraadpleegd op 5 september 2019, van: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/05/01/ontwikkelingen-journalistieke-infrastructuur-2000-2018>
- Bos, M. van den. (2016, 28 juni). *'Dit is het moment om de lokale journalistiek te veranderen.'* Geraadpleegd op 20 mei 2019, van: <https://www.svdj.nl/nieuws/dit-is-het-moment-om-de-lokale-journalistiek-te-veranderen/>
- Van den Bos, M. (2019, 20 mei). *Willen mensen betalen voor lokaal nieuws? Het WeesperNieuws neemt de proef op de som*. Geraadpleegd op 20 juni 2019, van <https://www.svdj.nl/nieuws/weespernieuws-extra-betalen-lokaal-nieuws/>
- B&W Leiden willen in grote bezuinigingsronde Leids Mediafonds 60% verkleinen. (2019, 6 juni). Geraadpleegd op 26 september 2019, van <https://www.leidsmediafonds.nl/blog/b-w-leiden-willen-in-grote-bezuinigingsronde-leids-mediafonds-60-verkleinen>
- College van bestuur gemeente Amersfoort. (2019) *Regeling projectsubsidie journalistiek*. Geraadpleegd op 22 juni 2019, van: <https://www.amersfoort.nl/subsidies/to/projectsubsidies-journalistiek.htm>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research (3rd ed.): Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Basics of Qualitative Research. DOI: 10.4135/9781452230153

- Coronel, S. S. (2008): *The Media as Watchdog*, Harvard.
- Cushion, S. & Franklin, B. (2015). Public Service Broadcasting: Markets and 'Vulnerable Values' in Broadcast and Print Journalism. In: Coleman S., Moss G., Parry K. (eds), *Can the Media Serve Democracy?* (65-75). Palgrave Macmillan, Londen.
- Davies, R. B., & Vadlamannati, K. C. (2013). 'A race to the bottom in labour standards? An empirical investigation'. *Journal of Development Economics* (103) 1-14.
- De Kleuver, J., Van der Horst, A., & Swami-Persaud, A. (2018). *Onderzoeksjournalistiek in Nederland: Verkenning en Analyse*. Geraadpleegd op 5 september 2019, van <https://www.dsp-groep.nl/projecten/onderzoeksjournalistiek-in-nederland/>
- Firmstone, J. & Coleman, S. (2014). Public engagement in local government: the voice and influence of citizens in online communicative spaces. *Information, Communication & Society*, 18(6), 1-16. DOI: 10.1080/1369118X.2014.986180
- Hardeman, H., Teunter, B., & Teunter, J. (2018). *Rapportage Achterhoek Nieuws Lezersonderzoek (17051)*. Geraadpleegd op 18 juli 2019, van <https://www.moventem.nl/over-ons/moventem-beweegt/lezersonderzoek-achterhoek-nieuws/>
- Kristy Hess & Lisa Waller (2016) River Flows and Profit Flows, *Journalism Studies*, 17:3, 263-276, DOI: 10.1080/1461670X.2014.981099
- Informatie gemeente Aalten. (2019, augustus 13) www.allecijfers.nl. Geraadpleegd op 2 augustus 2019, van <https://allecijfers.nl/gemeente/aalten/> op 19 augustus 2019
- Jong, J.C. de & Koetsenruijter, A.W.M. (2017). Het versterken van lokale nieuwsmedia: naar een Projectfonds Leidse Journalistiek. Onderzoeksrapport in opdracht van de Gemeente Leiden. Leiden: Gemeente Leiden.
- Jong, J.C de & Koetsenruijter, A.W.M. (2019). Regionale en lokale journalistiek in Zuid-Holland. Leiden: Leiden University Centre for Linguistics / Leerstoelgroep Journalistiek en Nieuwe Media.
- Kasem, A., Van Waes, M.J.F. & Wannet, K.C.M.E. (2015) Anders nog nieuws? Scenario's voor de toekomst van de journalistiek. Geraadpleegd op 6 september 2019, van <https://journalistiek2025.nl/bundles/svdjui/documents/Scenario-onderzoek-SvdJ.pdf>.
- Kik, Q., Bakker, P., Buijs, L., & Katz, J. (2013) *Nieuwsvoorziening in de regio*. Geraadpleegd op 17 juni 2019, van: <https://www.svdj.nl/wpcontent/uploads/2015/12/Nieuwsvoorziening-in-de-regio.pdf>
- Kim, Y. & Ball-Rokeach, S. (2006). Community Storytelling Network, Neighborhood Context, and Civic Engagement: A Multilevel Approach. *Human Communication Research*, 32(4), 411-439. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2006.00282.x
- Koetsenruijter, A.W.M. & Lubben, S. van der (2018). Perskwesties tussen lokale pers en politiek: Leidse journalistiek van notulist tot noodzaak. 1860 - 2017. In: Vollaard, H., Boogaard, G. Berg, J. van den en Cohen, J. (Red.), *De Gemeenteraad. Ontstaan en ontwikkeling van de lokale democratie* (pp. 297-314). Amsterdam: Boom
- Gemeente Aalten A. (z.d.) *Korte omschrijving gemeente*. Geraadpleegd op 2 augustus 2019, van: https://www.aalten.nl/in-de-gemeente/korte-beschrijving-gemeente_43100/
- Gemeente Aalten B. (z.d.) *Feiten en cijfers*. Geraadpleegd op 2 augustus 2019, van https://www.aalten.nl/in-de-gemeente/feiten-en-cijfers_42833/

- Landman, L., Kik, Q., Hermans, L., & Hietbrink, N. (2014). *Nieuwsvoorziening in de Regio 2014: Leegte in het landschap*. Geraadpleegd op 15 juni 2019, van https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/Beunders_ea_2014.pdf
- Machalek, R. & Martin, M. W. (2015) Sociobiology and Socioligy: A New Synthesis. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2, 892-898
- Machalek R., Martin M.W. (2015) Sociobiology and Sociology: A New Synthesis. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd ed. Vol. 22: 892–898.
- Mortelmans, D. (2011). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden (3e dr.. ed.)*. Leuven ; Voorburg: Acco.
- Nationaal Onderzoek Multimedia. 2019. *Nom regiomotor 2019*. Geraadpleegd op 22 juni 2019, van https://www.nommedia.nl/2301034/Brochure_NOM_Regio_Monitor_2019_-_HAH-kranten.pdf?v=0
- NDP Nieuwsmedia (2017, 27 augustus). *Online zorgt voor groei landelijke dagbladmerken*. Geraadpleegd op 23 juni 2019, van <https://www.ndpnieuwsmedia.nl/2017/08/22/online-zorgt-groei-landelijke-dagbladmerken-bereik-gedrukte-kranten-stabiel/>
- Paek, H. J., Yoon, S. H., & Shah, D. V. (2005). Local news, social integration, and community participation: Hierarchical linear modeling of contextual and cross-level effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 587–606. DOI: 10.1177/107769900508200307
- Pasveer, L. (2019, 20 mei). *BDUmedia test betalingsbereidheid voor huis-aan-huis-titels*. www.villamedia.nl. Geraadpleegd op 24 juni 2019, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/bdumedia-test-betalingsbereidheid-voor-huis-aan-huis-titels>
- Peddemors, L. (2019) *Het journalistieke landschap in de gemeente Aalten. Een onderzoek naar Aaltense radio- en televisieomroepen*. Leiden: Universiteit Leiden.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Richards, I. (2013). Beyond city limits: Regional journalism and social capital. *Journalism*, 14(5), 627–642. DOI: 10.1177/1464884912453280
- Rijksoverheid (2018, 22 juni). Kamerbrief over besteding van de middelen uit het regeerakkoord voor onderzoeksjournalistiek. Geraadpleegd op 22 juni 2019, van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2018/06/22/kamerbrief-over-besteding-van-de-middelen-uit-het-regeerakkoord-vooronderzoeksjournalistiek/kamerbrief-over-besteding-van-de-middelen-uit-het-regeerakkoordvoor-onderzoeksjournalistiek.pdf>.
- Snyder, J. M., & Stromberg, D. (2010). Press Coverage and Political Accountability. *Journal of Political Economy* 118, 355-408. doi:10.1086/652903
- Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. (2018, 23 maart). Nieuws #GR18: vooral campagnes en schandalen. Geraadpleegd op 17 juni 2019, van <https://www.svdj.nl/nieuws/nieuws-gr18-vooral-campagnes-en-schandalen/>

Simuleringsfonds voor de Journalistiek (2016). Jaarverslag Stimuleringsfonds voor de Journalistiek 2015. Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Geraadpleegd op 15 juni 2019, van <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2016/10/Jaarverslag-2015.pdf>.

Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. (2016, 20 juni). *Regeling Regionale Journalistieke Samenwerking*. Geraadpleegd op 27 september 2019, van <https://www.svdj.nl/subsidie/regeling-regionale-journalistieke-samenwerking/>

Stimuleringsfond voor de Journalistiek. (2015, 18 juni). Een gezamenlijke missie is onontbeerlijk. Geraadpleegd op 25 juni 2019, van <https://www.svdj.nl/nieuws/een-gezamenlijke-missie-is-onontbeerlijk/>

Van Cuilenberg, J. (1997). Jaarverslag Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Commerciele Communicatie. Amsterdam: SWOCC.

Wiegman, P. (2018, 26 juni). *Het gaat niet goed met onze media*. Geraadpleegd op 24 juni 2019, van <https://www.mediaonderzoek.nl/8278/gaat-goed-media/>

Bijlage 1: Lijst van geïnterviewde personen

In de planning van het onderzoek is voorzien om van elk print- en onlinemedium in de gemeente Aalten minstens één persoon te benaderen voor het onderzoek. Dat zou minstens zeven interviews betekenen met stakeholders gelieerd aan een medium.

De kranten Aalten Vooruit en De Band vielen onder dezelfde redactie eveneens als de kranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws. Vanuit beide redacties is er gesproken met een redacteur, omdat deze het meest verstand hebben van de gang van zaken bij de huis-aan-huiskranten. Daarnaast is er gesproken met de hoofdredacteurs van de redacties, die niet alleen de kranten onder zich hebben die worden uitgebracht in de gemeente Aalten, maar ook huis-aan-huiskranten die worden uitgebracht in de regio Achterhoek en de regio Oost Nederland. Dit gaf een vergelijkend perspectief van de huis-aan-huiskranten in de regio's. Buiten deze huis-aan-huiskranten is er nog Bredevoortsnieuws, waar ook gesproken is met de hoofdredacteur van het blad.

Voor het dagblad De Gelderlander is er gekozen om met een verslaggever te spreken die ook aanwezig is bij de raadsvergaderingen van de gemeente Aalten. Ook is er met een andere journalist gesproken die bijna altijd aanwezig is bij de raadsvergaderingen van de gemeente Aalten. Niet alleen is hij werkzaam bij de huis-aan-huiskranten Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws in de gemeente, ook doet hij freelance werk voor de lokale radio- en televisieomroepen.

Voor de hyperlocal dplnieuws.nl is er gesproken met de hoofdredacteur en één van de medeoprichters van de nieuwswebsite.

Tevens stond in de planning van het onderzoek zoveel mogelijk gesprekken met communicatieprofessionals en stakeholders die vaak in contact komen met de media. Dit bleek een uitdaging. Verzoeken voor deelname aan het onderzoek werden veelal afgewezen of personen gaven na meerdere malen contact gezocht te hebben geen gehoor. Door de lage bedrijvigheid in de gemeente was er ook niet een hele grote vijver om uit te vissen. Uiteindelijk is ervoor gekozen om met de communicatieprofessional van de gemeente te spreken, omdat zij zowel contact heeft met de media als inzicht heeft op besluitvormingen van de gemeente rondom de media. Om die laatste reden is er ook voor gekozen om met de burgemeester te spreken. Een communicatieprofessional gaf wel gehoor, al was haar kennis over het medialandschap in de gemeente Aalten niet heel groot. Haar kennis over contacten met de pers gaf nieuwe inzichten in het onderzoek. Er is niet voor gekozen om de wethouder te interviewen die het onderzoek initieerde om de objectiviteit te waarborgen.

Uiteindelijk zijn er voor dit onderzoek elf mensen geïnterviewd. Hieronder is een lijst opgenomen.

Stakeholders print- en onlinemedia

Jan Heynen, eindredacteur Aalten Vooruit en De Band

Frank Kuijpers, hoofdredacteur huis-aan-huisbladen Oost Nederland De Persgroep

Lydia ter Welle, eindredacteur Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws

Ab van der Geest, hoofdredacteur Bredevoortsnieuws
Sjoerd van der Werf, verslaggever Achterhoek-redactie De Gelderlander
Gerwin Nijkamp, hoofdredacteur Achterhoek Nieuws
Erik Obbink, hoofdredacteur dplnieuws.nl
Bernhard Harfsterkamp, journalist Aaltens Nieuws en Dinxpers Nieuws

Overige stakeholders

Suzan Heimleatzer, communicatieprofessional Achterhoek Ambassadeurs
Jolanda van Eldik, communicatieprofessional gemeente Aalten
Anton Stapelkamp, burgemeester gemeente Aalten