

A photograph of a man and a woman in a recording studio. The man, in the center, is wearing a light blue button-down shirt and large black headphones, looking directly at the camera. The woman, on the left, is seen from the back, also wearing large black headphones. They are both speaking into professional microphones on boom arms. The background is a wall covered in dark, pyramid-shaped acoustic foam. The foreground shows a wooden desk with a notebook and a pen. A large, semi-transparent brown shape is overlaid on the bottom left of the image, containing the title and authors' names.

DSP

Mediafonds provincie Utrecht

Evaluatie

Annelies van der Horst, Yan Crabbendam, Mensje van Puffelen en
Carmen Kistemaker

Contactgegevens

November, 2025.

Annelies van der Horst

avanderhorst@dsp-groep.nl

06 20874709

Yan Crabbendam

ycrabbendam@dsp-groep.nl

06 15472227

Met medewerking van Carmen Kistemaker en Mensje van Puffelen

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
1.1 Het Mediafonds Provincie Utrecht	2
1.2 Tussentijdse evaluatie van het Mediafonds provincie Utrecht	2
1.3 Leeswijzer.....	3
1.3.1 Definitie journalistiek	3
1.3.2 Definitie democratisering.....	3
2. Het Mediafonds provincie Utrecht	4
2.1 Inleiding	4
2.2 Opbrengst.....	4
2.2.1 Organisatie	4
2.2.2 Werkwijze en criteria	4
2.2.3 Budget	6
2.2.4 Toegekende aanvragen reguliere rondes (maart 2023 – maart 2025)	7
2.2.5 Tussentijdse aanvragen: gesubsidieerde projecten tot april 2025	7
2.2.6 Besteding Mediafonds tot april 2025.....	7
2.2.7 Werking van het Mediafonds	8
2.2.8 Aanvragen die niet werden gehonoreerd	8
2.2.9 Ervaringen met het aanvraagproces	8
2.3 Bevindingen	8
3. CASUS Omroep Lekstroom	10
4. Versterking van de lokale journalistiek	12
4.1 Inleiding	12
4.2 Opbrengst.....	12
4.2.1 Aanvragers algemeen.....	12
4.2.2 Mediaorganisaties gehonoreerde aanvragen, in reguliere rondes	12
4.2.3 Vormen van journalistiek bij gehonoreerde aanvragen, reguliere rondes	13
4.2.4 Geografische spreiding van de onderwerpen reguliere rondes	15
4.2.5 Gehonoreerde tussentijdse aanvragen	16
4.2.6 Inhoudelijke thema's van gehonoreerde aanvragen, regulier en tussentijds.....	16
4.3 Bevindingen	17
5. CASUS Achter het Besluit.....	20
6. Democratisering	22
6.1 Inleiding	22
6.2 Opbrengst.....	22
6.2.1 Context en duiding	23
6.2.2 Publiek debat	24
6.2.3 Burgerparticipatie	24

6.2.4	Controlerende functie van de journalistiek	24
6.3	Bevindingen	25
7.	Conclusies.....	26

1. Inleiding

1.1 Het Mediafonds Provincie Utrecht

In 2021 gaf de provincie Utrecht de opdracht om de kracht van de lokale journalistiek in de provincie Utrecht te onderzoeken en de mogelijkheden om die kracht te vergroten. Eén van de mogelijkheden bleek het oprichten van een Mediafonds om de lokale journalistiek in de provincie Utrecht te versterken (DSP-groep Versterking lokale journalistiek 2021). Op basis van de uitkomsten van het onderzoek, een werkconferentie met betrokkenen en het adviesrapport van de ROB en de Raad voor Cultuur (Adviesrapport Lokale media: niet te missen | Raad voor het Openbaar Bestuur 2020) besloot de provincie Utrecht in maart 2022 tot de oprichting van het Mediafonds en stelde daarbij het beleidskader Versterking Lokale Journalistiek vast. Het beleidskader vormde samen met de statuten van de Stichting Mediafonds de opdracht voor het bestuur van het Mediafonds.

Het Mediafonds heeft als doel om de lokale en regionale journalistiek in de provincie Utrecht te versterken en zo bij te dragen aan de vitaliteit van de democratie. Het doet dit door subsidies te verstrekken aan projecten van onafhankelijke journalisten en van lokaal of regionaal werkende mediaorganisaties. Een onafhankelijk bestuur beslist, op basis van vooraf vastgestelde criteria, welke aanvragen in aanmerking komen voor subsidie. Het Mediafonds kan jaarlijks 300.000 euro in twee subsidierondes verdelen. Sinds april 2024 is er bovendien de mogelijkheid om tussentijds kleinere projecten met een aanvraag tot 5.000 euro subsidie te verlenen.

1.2 Tussentijdse evaluatie van het Mediafonds provincie Utrecht

Het Mediafonds is nieuw voor de Provincie Utrecht. Bij de oprichting van het Mediafonds is besloten dat het fonds tussentijds wordt geëvalueerd, waarna het provinciebestuur beoordeelt of de ondersteuning wordt voortgezet. De evaluatie richt zich op twee hoofdvragen:

1. In welke mate draagt het Mediafonds provincie Utrecht bij aan de versterking van de regionale en lokale journalistiek?
2. In welke mate draagt het Mediafonds provincie Utrecht bij aan de democratisering in de provincie?

Met deze evaluatie voorzien we de provincie Utrecht van inzichten om een afgewogen beslissing te nemen over de toekomstige financiering van het Mediafonds. En het onderzoek levert informatie en advies waarmee het Mediafonds zijn functioneren waar nodig kan verbeteren. Voor dit onderzoek kozen we voor de methode van *waarderend evalueren*. Daarbij ligt de nadruk op wat goed gaat, welke voordelen de regelingen opleveren en waar de kansen liggen voor verbetering. Om tot de bevindingen in dit rapport te komen, voerden we een reeks onderzoeksactiviteiten uit:

- **Documentatieonderzoek:** met een analyse van documenten brachten we de doelen en werking van het Mediafonds in kaart, evenals de mate waarin de (gehonoreerde) aanvragen aansloten bij de doelen. Hiervoor hebben we de inhoud van de aanvragen en de beoordeling van het bestuur van de aanvragen geanalyseerd. Tot de analyse behoorden de aanvragen van de eerste vijf reguliere rondes (maart 2023 tot maart 2025) en de tussentijdse aanvragen tot 1 april 2025.
- **Enquête:** via een online-enquête bevroegen we de aanvragers over hun achtergrond, de reden voor (niet-)honorering, het type subsidieproject, de (gewenste) resultaten en effecten van het project, en hun ervaringen met de aansluiting van het Mediafonds op de praktijk en de

meerwaarde voor de lokale en regionale journalistiek. De respons was 37 van 107 (35%) aanvragers.

- **Duidingssessie:** samen met de opdrachtgever en het Mediafonds bespraken we de uitkomsten van het documentatieonderzoek en de enquête. Daarbij lag de nadruk op de aansluiting van de (beoogde) projectresultaten op de doelstellingen van het Mediafonds, de type aanvragers die bereikt worden, de criteria die goed werken en de punten waarop verbetering mogelijk is.
- **Groepssessies:** we organiseerden twee groepssessies: één met media- en journalistieke organisaties (vijf deelnemers) en één met journalisten (zes deelnemers) die projecten gehonoreerd hadden gekregen. Met hen gingen we in gesprek over de effecten van de projecten en de bijdrage van het Mediafonds aan zowel de lokale journalistiek als de democratisering.
- **Casusonderzoek:** we volgden twee aanvragers van gehonoreerde projecten om zicht te krijgen op hun impact op de lokale journalistiek, samenwerking, het maatschappelijke debat en het invullen van witte vlekken in de provincie. Hiervoor interviewden we zowel de aanvragers als betrokken stakeholders, zoals samenwerkingspartners, andere media of medewerkers van gemeenten.

1.3 Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk wordt in hoofdstuk 2 de organisatie en werkwijze van het Mediafonds beschreven. In hoofdstuk 4 en 6 wordt de bijdrage van het Mediafonds op respectievelijk de versterking van de lokale en regionale journalistiek én de democratisering omschreven. De conclusies en bijbehorende aanbevelingen komen aan bod in hoofdstuk 7. Hoofdstuk 3 en 5 zijn twee casusbeschrijvingen van projecten gerealiseerd met ondersteuning van het Mediafonds.

1.3.1 Definitie journalistiek

In dit onderzoek hebben we de definitie gehanteerd die het Mediafonds gebruikt: onder journalistiek wordt verstaan het door de journalist verzamelen, verzenden, verspreiden en becommentariëren van actuele gegevens van algemeen belang, die geschikt worden gemaakt voor publicatie in diverse media zoals kranten, tijdschriften, televisie, radio, websites en andere digitale verschijningsvormen. Deze publicaties worden aangemerkt als ‘journalistieke producten’.

De NVJ Code beschrijft de kenmerken van een journalistiek product als volgt: het is gebaseerd op feiten, onafhankelijk, evenwichtig, transparant, corrigeert fouten en maakt onderscheid tussen feiten en meningen, met als doel het publiek te informeren en een meningsvorming te bevorderen.

1.3.2 Definitie democratisering

Democratisering van burgers door journalistiek verwijst naar het proces waarbij journalistiek bijdraagt aan het vergroten van de betrokkenheid, kennis, invloed en handelingsmogelijkheden van inwoners binnen een democratische samenleving. Journalistiek doet dit door burgers te informeren over wat er in hun omgeving en overheid gebeurt, door besluitvorming te controleren en te bevragen, en door ruimte te bieden aan verschillende perspectieven en publieke dialoog¹.

¹ Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR). (2024). *Aandacht voor media: Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*. Samenvatting. Geraadpleegd van <https://www.wrr.nl/binaries/wrr/documenten/rapporten/2024/10/03/aandacht-voor-media/samenvatting%2BAandacht%2Bvoor%2Bmedia.%2BNaar%2Bnieuwe%2Bwaarborgen%2Bvoor%2Bhun%2Bdemocratische%2B%2Bfuncties.pdf>

2. Het Mediafonds provincie Utrecht

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we de organisatie en werkwijze van het Mediafonds. Daarbij geven we een overzicht van de door het Mediafonds gesubsidieerde projecten, de besteding van het budget en de ervaringen van de aanvragers met de werkwijze van het Mediafonds.

2.2 Opbrengst

2.2.1 Organisatie

Het Mediafonds provincie Utrecht is een onafhankelijke stichting die wordt gefinancierd door de Provincie Utrecht. De subsidieregeling heeft dezelfde naam als de stichting en heeft als doel de lokale en regionale journalistiek in de provincie Utrecht te versterken en hiermee bij te dragen aan de vitaliteit van de democratie. Het Mediafonds wordt weliswaar gefinancierd door de provincie, maar opereert volledig onafhankelijk. Het bestuur van de stichting bestaat uit leden, die afkomstig zijn uit verschillende domeinen, zoals het onderwijs, media, journalistiek of openbaar bestuur. Eén van hun verantwoordelijkheden is de besluitvorming over het wel of niet honoreren van de aanvragen.

2.2.2 Werkwijze en criteria

Het Mediafonds is bedoeld voor projecten van onafhankelijke journalisten en lokale en regionale media. Het project moet worden opgezet door een journalistieke instantie in de provincie Utrecht eventueel in samenwerking met instanties buiten de provincie als onderdeel van een grotere productie of journalistiek onderzoek. Twee keer per jaar (op 1 maart en 1 oktober) kunnen zij aanvragen indienen. Ook vinden er voorafgaand aan de subsidierondes twee informatieavonden plaats, zowel in januari als augustus. De informatieavonden zijn bedoeld voor de potentiële aanvragers. Het bestuur beoordeelt de aanvragen, bepaalt welke worden gehonoreerd en hoe hoog het subsidiebedrag is.

Individuele en gezamenlijke projecten kunnen via het digitale aanvraagformulier bij het bestuur worden ingediend en worden binnen zes weken na de sluitingsdatum beoordeeld. De aanvraag bestaat uit drie onderdelen: het aanvraagformulier, een projecttoelichting en een begroting met dekkingsplan. In het formulier toont de aanvrager aan dat het project onafhankelijke journalistiek betreft en aansluit bij de doelstellingen en toetsingscriteria van het Mediafonds. Het formulier vraagt naar informatie over eventuele samenwerking met lokale media, de werkwijze, de geplande productie en de tijdsplanning. In de projecttoelichting worden de belangrijkste kenmerken en doelstellingen van het project beschreven. Tot slot geeft de begroting en het dekkingsplan een gespecificeerde kostenraming inclusief eventuele andere subsidies of vergoedingen voor dezelfde activiteiten.

Het bestuur kan aanvragers uitnodigen voor een mondelinge pitch of om hun journalistieke ervaring aan te tonen, bijvoorbeeld aan de hand van eerdere producties. Bij een afwijzing ontvangt de aanvrager een korte motivering met als doel om de aanvraag in een volgende ronde te verbeteren en opnieuw in te dienen. Voor de tussentijdse aanvragen tot 5.000 euro geldt een eenvoudiger financiële onderbouwing en een versnelde beoordeling binnen twee weken, zodat projecten sneller van start kunnen gaan.

De aanvragen worden door het bestuur getoetst op basis van criteria²:

- **Journalistieke kwaliteit en diepgang:** De aanvrager hanteert de normen van de journalistieke beroepsethiek en kwaliteit en werkt vanuit de journalistieke beginselen zoals weergegeven in Code voor de Journalistiek en de Code van Bordeaux. Het project moet inhoudelijk of qua invalshoek en benadering uitstijgen boven de reguliere journalistiek en gaat verder dan de dagelijkse nieuwsberichtgeving.
- **Relatie onderwerp met de provincie Utrecht:** Het voorgenomen product levert een journalistieke verdiepingsslag op een nieuwswaardig onderwerp in de provincie of een deel daarvan. De productie is gemaakt door een journalistieke instantie in de regio eventueel in samenwerking met instanties buiten de provincie als onderdeel van een grotere productie of journalistiek onderzoek.
- **Maatschappelijke relevantie en actualiteit:** Het onderwerp legt belangrijke en nieuwe feiten, samenhangen en verbanden bloot. Het geeft de inwoners van de provincie Utrecht en omgeving meer inzicht in een (nieuwe) maatschappelijke ontwikkeling of draagt bij aan de oplossing van een (nieuw) maatschappelijk probleem.
- **Doelmatigheid:** De aanvraag is voorzien van een begroting die aantoonbaar maakt dat het beoogde resultaat zoals beschreven kan worden gerealiseerd. Eventueel begrote loon- en/of honorariumkosten dienen conform de NVJ-urentariefcalculator te zijn.
- **Open publicatie:** Het resultaat van de productie wordt gepubliceerd. Het gerealiseerde journalistieke product wordt uiterlijk 12 uur na het verschijnen van de eventueel betaalde uitgave vrij en zonder kosten (digitaal) openbaar gemaakt en wordt ook doorgeplaatst op de site van het Mediafonds provincie Utrecht. Bij de publicatie wordt vermeld dat die is gerealiseerd met een financiële bijdrage vanuit dit Mediafonds.

Daarnaast hebben projecten die voldoen aan onderstaande bonuscriteria meer kans:

- **Samenwerking:** Samenwerking met andere mediaorganisaties wordt extra beloond. Bij de mate van samenwerking wordt gekeken naar een onderbouwing van de organisatie, onderlinge afspraken en effectiviteit van de samenwerking. Meer partijen leveren in potentie meer punten op.
- **Journalistiek vernieuwend:** Het gaat om producties die vernieuwend zijn in aanpak en inspirerend voor publiek en vakgenoten. Denk aan het inzetten van nieuwe journalistieke competenties of nieuwe technologie of software. Het bevorderen en uitbouwen van talent op het gebied van gebruik en ontwikkelen van nieuwe of geavanceerde onderzoeks- en publicatievormen is eveneens een pluspunt.
- **Structureel karakter:** Projecten die naast de productie van een journalistiek product ook een blijvende bijdrage aan lokale of regionale journalistiek leveren. Dat kan zijn in de vorm van opleiding van journalisten, verbeteren van de werkwijze of het journalistieke onderzoek of andere activiteiten die na het opleveren van de productie waardevol blijven.
- **Impact:** Het gaat dan om vragen als: wat kan deze productie teweeg brengen? In welke mate gaat dit het denken veranderen? Ook kan bij de aanvraag worden onderbouwd hoe de aanvrager de impact of het bereik van de productie denkt te vergroten.
- **'Witte vlekken':** De regeling wil met name de kwaliteitsjournalistiek aanmoedigen met onderwerpkeuzes uit de kleinere gemeenten in Utrecht of de gemeenten waar geen lokale nieuwsvoorziening aanwezig is.

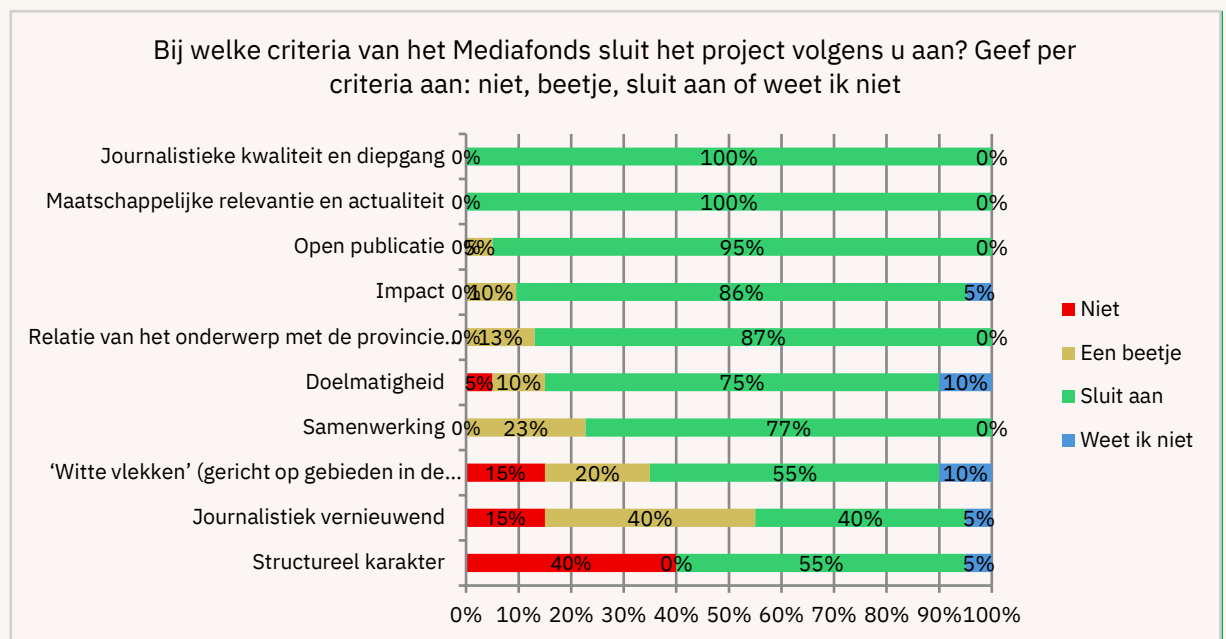
² De criteria en bonuscriteria zijn direct overgenomen van de website van Het Mediafonds. Bron: Reglement en criteria - Mediafonds Provincie Utrecht.

Voor de evaluatie is gekeken naar de beoordeling van de subsidieaanvragen door het bestuur. Kijkend naar de beoordelingen zien we dat de gehonoreerde projecten vooral goed zijn beoordeeld op de criteria: relatie met de provincie Utrecht, open publicatie en diepgang en journalistieke kwaliteit. Bij gehonoreerde projecten wordt het criterium 'doelmatigheid' het minst goed beoordeeld. Bij de bonuscriteria worden de projecten vooral goed beoordeeld op 'samenwerking' en scoren ze minder goed op 'structureel karakter'.

Niet gehonoreerde projecten worden logischerwijs over de hele linie slechter beoordeeld, het is niet zo dat zij verhoudingsgewijs slechter scoren op bepaalde criteria in vergelijking met gehonoreerde projecten. Het bestuur geeft als toelichting dat bij de afgewezen aanvragen de projectomschrijving vaak onvoldoende is uitgewerkt. Vaak is het doel van het project in de aanvraag niet helder gedefinieerd, de verwachte impact beperkt toegelicht en de beschrijving van het project is te veel gericht op het aanbod.

In een enquête onder de aanvragers is gevraagd op welke criteria de projecten volgens hen aansluiten. Dit komt enigszins overeen met de beoordeling door het bestuur. Aanvragers zien zelf ook in mindere mate aansluiting met het criterium 'structureel karakter'. Ook de projecten gericht op 'witte vlekken' en 'journalistieke vernieuwing' blijven achter ten opzichte van de andere criteria.

Figuur 2.1 Aansluiting criteria bij projecten



2.2.3 Budget

Van 2023 tot en met 2026 beschikt het Mediafonds over 300.000 euro per jaar. Een aanvraag kan gehonoreerd worden tot een maximum van 50.000 euro per jaar. Binnen een kalenderjaar kan een aanvrager meerdere aanvragen indienen. Over een periode van drie opeenvolgende jaren bedraagt de maximale steun per aanvrager 200.000 euro. Wat betreft de tussentijdse aanvragen tot 5.000 euro is er per half jaar 25.000 euro beschikbaar tot en met 2026. Ook in de reguliere rondes worden aanvragen tot 5.000 behandeld.

2.2.4 Toegekende aanvragen reguliere rondes (maart 2023 – maart 2025)

In de periode van maart 2023 tot maart 2025 zijn bij het Mediafonds 93 aanvragen ingediend waarvan er 43 zijn gehonoreerd in vijf aanvraagronde, bijna 50%. Hiervan zijn (op het moment van de uitvoering van deze evaluatie) 27 in productie en 24 al gepubliceerd.

Sinds de start van het Mediafonds wordt het beschikbare budget van 300.000 euro elk jaar overvraagd. Tabel 2.1 laat zien welke bedragen zijn toegekend (gemiddeld en totaal) en welk totaal bedrag is aangevraagd tijdens de reguliere rondes.

Tabel 2.1 Overzicht budget per subsidieronde

Rondes	Gemiddeld toegekend bedrag	Totaal toegekend bedrag	Totaal gevraagd bedrag
Maart 2023*	12.962 euro	142.580 euro	936.924 euro
Oktober 2023**	11.566 euro	125.704 euro	413.523 euro
Totaal 2023		268.284 euro	
Maart 2024***	24.133 euro	169.349 euro	168.929 euro
Oktober 2024****	19.037 euro	114.224 euro	249.099 euro
Totaal 2024		283.573 euro	
Maart 2025*****	16.234 euro	139.875 euro	405.444 euro

* Maart 2023: In ronde 1 werden 11 van de 30 aanvragen gehonoreerd:

- 4 aanvragen zijn direct toegekend en 7 na een toelichting.
- 5 aanvragen zonder aanvullende voorwaarden, 5 met extra voorwaarden³ of in tranches en 1 deels.

** Oktober 2023: In ronde 2 werden 10 van de 18 aanvragen gehonoreerd:

- 4 aanvragen zijn direct toegekend, 4 na toelichting⁴ en 1 aanvrager kreeg de kans om opnieuw in te dienen.
- 5 aanvragen zonder aanvullende voorwaarden, 4 met extra voorwaarden en 1 aanvraag deels

*** Maart 2024: In ronde 3 werden 7 van de 14 aanvragen gehonoreerd:

- 1 aanvraag is direct toegekend en 6 na toelichting.
- 4 aanvragen zonder aanvullende voorwaarden, 4 met extra voorwaarden en 1 aanvraag deels.

**** Oktober 2024: In ronde 4 werden 6 van de 12 aanvragen gehonoreerd:

- Alle 6 de aanvragen hebben aanvullend een toelichting moeten geven.
- 4 aanvragen zonder aanvullende voorwaarden en 2 met extra voorwaarden.

***** Maart 2025: In ronde 5 werden 9 van de 19 aanvragen gehonoreerd:

- 4 aanvragen zijn direct toegekend, 5 na een toelichting.
- 4 aanvragen zonder aanvullende voorwaarden en 5 met extra voorwaarden.

2.2.5 Tussentijdse aanvragen: gesubsidieerde projecten tot april 2025

Naast de twee reguliere aanvraagronde die sluiten op 1 maart en 1 oktober bestaat er sinds april 2024 de tussentijdse aanvraagmogelijkheid voor projecten tot 5.000 euro. Hiervoor heeft het Mediafonds 25.000 euro per half jaar beschikbaar. Soms is het voor de journalistiek belangrijk dat onderwerpen snel kunnen worden gebracht. De procedure voor deze aanvragen is eenvoudig en het bestuur beslist snel. Als de pot van 25.000 euro voor een half jaar leeg is, wordt dit vermeld op de website van het fonds. Per aanvrager kan per halfjaar één aanvraag worden ingediend. Tot april 2025 zijn er 20 aanvragen gedaan. Van de 20 zijn er 10 gehonoreerd waarvan er 6 in productie zijn gegaan. Tot april 2025 is er met de tussentijdse aanvragen voor €42.478 gesubsidieerd.

2.2.6 Besteding Mediafonds tot april 2025

In 2023 bleef ongeveer €32.000 over, dit budget is overgeheveld naar het jaar erna. In 2024 is 283.573 euro uitgekeerd in de reguliere rondes en 28.034 euro met de tussentijdse rondes, een

³ Extra voorwaarden zoals een aanvraag bij een ander Mediafonds of subsidieregeling om begroting rond te krijgen. Soms een aanvulling op de beoogde output.

⁴ Mondeling of schriftelijk.

totaal van 311.607 euro. In 2025 is 139.875 euro uitgekeerd in de reguliere ronde van maart en 14.444 euro in de tussentijdse ronde tot april van dat jaar.

2.2.7 Werking van het Mediafonds

De enquête onder aanvragers stelt een aantal vragen over de werking van het fonds. Bij 73% van de 37 respondenten werd de aanvraag gehonoreerd. De grootste groep aanvragers bestond uit producenten (24%) en fulltime zzp journalisten (24%). Bijna de helft van de aanvragen werd gedaan voor een project voor de lokale of regionale TV.

Aan alle respondenten vroegen we of het voor hen duidelijk was wat de provincie met het Mediafonds wil bereiken, voor 79% was dat inderdaad duidelijk. Ook is gevraagd of het contact met het bestuur van het fonds de aanvrager heeft geholpen zijn of haar aanvraag te verbeteren, in 79% was dit het geval.

2.2.8 Aanvragen die niet werden gehonoreerd

Bij respondenten bij wie een aanvraag werd afgewezen is in 80% van de gevallen het project niet doorgegaan, 20% heeft het project gerealiseerd met andere bronnen van financiering. Een derde van de niet gehonoreerde respondenten overweegt om nog een keer een aanvraag bij het Mediafonds te doen. 85% van de respondenten van wie een aanvraag wel is gehonoreerd geeft aan dat zonder de subsidie van het Mediafonds het project het levenslicht niet had gezien.

2.2.9 Ervaringen met het aanvraagproces

Respondenten zijn positief over de werkwijze van het Mediafonds. Het aanvraagproces is laagdrempelig en gebruiksvriendelijk. Vooral de mogelijkheid om een mondelinge toelichting te geven over de aanvraag wordt gewaardeerd, evenals de persoonlijke benadering en flexibiliteit van het Mediafonds. Het Mediafonds biedt toegang aan zelfstandige journalisten, kleine media-initiatieven en beginnende journalisten, groepen die bij andere fondsen en financiers drempels ervaren. Dankzij de vrijheid die het Mediafonds biedt aan de vorm en het onderwerp van de journalistieke producten kunnen makers experimenteren met langere looptijden, vernieuwende formats en diepgravende dossiers, iets wat bij bijvoorbeeld de landelijke fondsen voor media en journalistiek minder het geval is.

Respondenten geven het Mediafonds ook nog tips mee. Het digitale aanvraagproces kan volgens hen beter door een functie toe te voegen die tussentijds opslaan mogelijk maakt en digitale accounts aan te bieden waarin aanvragers en subsidieontvangers al hun documenten kunnen plaatsen. Sommige respondenten bepleiten een verbreding van de subsidie naar vooronderzoek en ontwikkeling (proces) en een enkele respondent vraagt om een duidelijker onderscheid tussen media en journalistiek in de criteria en communicatie van het Mediafonds.

2.3 Bevindingen

Het bestaan en de werkwijze van het Mediafonds wordt zeer gewaardeerd. Het aanvraagproces is laagdrempelig en gebruiksvriendelijk. De mogelijkheid om een mondelinge toelichting te geven over de aanvraag, de persoonlijke benadering en de flexibiliteit van het Mediafonds komen als zeer positief uit de evaluatie.

Het Mediafonds is goed toegankelijk voor zelfstandig werkende journalisten, kleine media-initiatieven en beginnende journalisten, groepen die bij andere fondsen en financiers minder makkelijk terecht

kunnen. Dankzij de vrijheid die het Mediafonds biedt aan de vorm en het onderwerp van de journalistieke producten kunnen makers experimenteren met langere looptijden, vernieuwende formats en diepgravende dossiers.

Tussen maart 2023 en maart 2025 zijn 93 aanvragen ingediend tijdens de reguliere rondes, waarvan 43 gehonoreerd, wat ongeveer de helft van de aanvragen per ronde is. Van de gehonoreerde projecten zijn 27 in productie en 24 gepubliceerd. Daarnaast zijn er negen tussentijdse aanvragen toegekend, waarvan er inmiddels zes zijn gepubliceerd. Het fonds beschikt jaarlijks over 300.000 euro, met een maximum van 50.000 euro per aanvraag en maximaal 200.000 euro per aanvrager over drie jaar. Het fonds wordt elk jaar overvraagd, maar wordt nog niet volledig benut. Het valt op dat aanvragen tot 5.000 euro zowel in de reguliere aanvraagrondes als in de versnelde aanvraagprocedure behandeld worden.

Kijkend naar de beoordelingen zien we dat de gehonoreerde projecten vooral goed scoren op de relatie met de provincie Utrecht, open publicatie, diepgang en journalistieke kwaliteit. Het criterium 'doelmatigheid' wordt het minst goed beoordeeld. Bij de beoordeling van dat criterium kijkt het Mediafonds naar de financiële onderbouwing en de financieringsmix. Bij de bonuscriteria worden de projecten vooral goed beoordeeld op 'samenwerking' en scoren ze minder goed op 'structureel karakter', op 'witte vlekken' en 'journalistieke vernieuwing'. Afwijzingen komen vaak voort uit onvoldoende uitgewerkte aanvragen, bijvoorbeeld doordat het doel onduidelijk is, de impact beperkt toegelicht of de aanvraag nog te aanbodgericht is.

3. CASUS Omroep Lekstroom

Omroep Lekstroom – meer regio, meer lokaal nieuws

“In de gemeente was een lokale krant die verslag deed van het nieuws. Zij informeerde bijvoorbeeld over een nieuwe buslijn. Met een omroep is er meer ruimte voor achtergrond. Wij kunnen verhalen maken over de mensen in de bus.”

Met behulp van twee subsidies van het Mediafonds provincie Utrecht is er een vliegende start gemaakt in de vorming van de streekomroep Lekstroom. Met de eerste subsidie is er een behoefteonderzoek gedaan aan de hand van meerdere journalistieke producties. Met de tweede subsidie van het Mediafonds zijn er journalisten in dienst genomen voor extra publicaties om zo in aanmerking te komen voor het stimuleringsfonds voor streekomroepen.

De regio Lekstroom bestaat uit de gemeente Houten, IJsselstein, Lopik en Nieuwegein. Het is vooral een bestuurlijk gebied, met relatief weinig onderlinge binding. Het vormen van een streekomroep was niet vanzelfsprekend. In de regio had alleen de gemeente Houten een lokale omroep. In de andere gemeenten was er een stuk minder lokaal nieuws en bestond al langer de behoefte voor een ‘eigen’ lokale omroep. Een initiatiefnemer uit IJsselstein vertelt:

“Ik heb mij altijd afgevraagd waarom er geen lokale omroep in de buurt is. Ik heb zelf het geluk gehad om een stap naar media te maken, en heb nu een professionele achtergrond. Zonde dat de jeugd, maar ook vrijwilligers, niet de kans krijgen om zich te ontwikkelen binnen een lokale omroep.”

Vanuit gesprekken tussen betrokkenen uit de verschillende Lekstroom gemeenten ontstond een klein initiatief. De groep werd bestuurlijk ondersteund vanuit Nieuwegein waar het belang voor lokale media in het coalitieakkoord is opgenomen. Het initiatief werd relevanter doordat de contouren van streekomroepvorming⁵ vanuit het Rijk steeds duidelijker werden.

In de verkennende fase bestond er naast het enthousiasme ook scepsis. Het idee bestond dat inwoners gebonden zijn met de eigen gemeente en weinig voelen voor de regio. Daarnaast was er maar één bestaande omroep in de gemeente Houten, een stabiele publieke omroep die niet meteen stond te springen op samenwerking.

Naarmate de tijd vorderde bleek dat de streekomroepen vanuit het rijk steeds meer realiteit werden. De vraag was niet óf, maar hóe de streekomroep moest worden gevormd.

Geen binding met de regio?

De initiatiefnemers hadden een hypothese: de inwoners uit de verschillende gemeenten voelen geen binding met de regio. Als dit klopt, hoe moet een streekomroep zich dan profileren? Om de hypothese te toetsten werd gezocht naar budget voor een behoefteonderzoek. Door de NLPO⁶ kregen zij de tip van het Mediafonds provincie Utrecht. In aftastende gesprekken met het fonds bleek dat de wens, een behoefteonderzoek, niet voldeed aan de eisen van het fonds; het realiseren van producties met subsidiegelden. Toch paste het gehele project goed bij criteria van het fonds. Witte vlekken, samenwerking, structureel karakter en het vergroten van impact. Met een streekomroep konden gemeenten worden bediend waar nu geen lokale omroep aanwezig is. Samen met het fonds is tot een oplossing gekomen. Het behoefteonderzoek werd vormgegeven met een aantal publicaties, waarin de binding met de regio verkend werd. De publicatiereeks bestond uit:

- 20 blogs.
- 8 video's
- podcasts
- 9 nieuwsartikelen

Al deze producties waren terug te zien op diverse social-mediakanalen en op www.opwegnaaromroeplekstroom.nl.

⁵ Een **streekomroep** is een publieke (niet-commerciële) omroep die uitzendt in **meerdere aaneengesloten gemeenten** die samen een sociaal-culturele eenheid vormen, en fungeert als schaalvergroting binnen de lokale omroepsector.

⁶ De **Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO)** is de **koepelorganisatie** van alle lokale publieke omroepen in Nederland.

Meer binding met de regio dan verwacht

Uit de gesprekken met inwoners en bestuurders uit de Lekstroom bleek dat er juist méér binding met de regio was dan aanvankelijk gedacht. Dat gaf vertrouwen om vervolgstappen te zetten voor een streekomroep met samenwerking tussen de gemeenten, de lokale omroep in Houten en overkoepelende verhalen uit de regio.

Het idee en het initiatief was er, maar het startkapitaal ontbrak. Een mogelijkheid was de subsidie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) voor de vorming van een streekomroep. Voor deze subsidie moest de streekomroep in oprichting voldoen aan een aantal eisen waar omroep Lekstroom op dat moment nog niet aan kon voldoen. In een bepaalde periode moest bijvoorbeeld een minimaal aantal publicaties worden gerealiseerd. Er was echter nog geen extra geld om dit te realiseren. Hoewel de licenties al binnen waren, ontbraken de mensen en de productiecapaciteit om te kunnen leveren. Daarom werd onderzocht hoe de tussenfase kon worden overbrugd om in aanmerking te komen voor de Stimuleringsregeling van het SvdJ.

Wederom richtte de initiatiefgroep zich tot het Mediafonds provincie Utrecht, maar daar stuitte zij op een vergelijkbaar probleem: het fonds subsidieert projecten en producties, maar geen fte's. Toch vonden het fonds en Lekstroom opnieuw een oplossing. Het fonds subsidieerde publicaties in de peilperiode van het SvdJ, extra publicaties over de regio, die er anders niet waren geweest, zodat de streekomroep in wording alsnog in aanmerking kon komen voor de subsidie. Dat is gelukt.

Stevige streekomroep

Inmiddels staat de organisatie van de streekomroep stevig op poten mede dankzij de subsidie van het SvdJ. In 2025 zijn er drie nieuwe redactiemedewerkers en een ervaren hoofdredacteur aangetrokken. De redactie staat centraal, daar omheen wordt de omroep gevormd. De streekomroep heeft de ambitie om zich nu te ontwikkelen tot een sterk en professioneel mediaplatform dat recht doet aan de lokale identiteit van elke gemeente. Inwoners hebben interesse in nieuws dat de streek beslaat, mits er ook aandacht is voor de lokale context. Daarom krijgt iedere gemeente ruimte op het platform voor lokaal nieuws, terwijl een gezamenlijke organisatie en infrastructuur zorgen voor schaalvoordelen en verdere professionalisering.

4. Versterking van de lokale journalistiek

4.1 Inleiding

Zoals eerder beschreven, is een belangrijke doelstelling van de regeling van het Mediafonds: het versterken van de lokale en regionale journalistiek in de provincie Utrecht. Dit hoofdstuk schetst de bijdrage van het Mediafonds door het mogelijk maken van lokale en regionale journalistieke producten. We gaan in op de inhoud, de mediaorganisaties (aanvragers), spreiding en het effect. Ook geven we een beeld van de kansen die er nog liggen en de uitdagingen die er zijn.

4.2 Opbrengst

4.2.1 Aanvragers algemeen

De aanvragen, die het Mediafonds ontvangt, zijn afkomstig van een gevarieerde groep mediaorganisaties en journalisten. De grootste groepen bestaan uit mediaproductanten en zelfstandig werkende journalisten (zzp fulltime), gevolgd door lokale en regionale mediaorganisaties. Een zelfstandig journalist moet de aanvraag doen in samenwerking met een mediaorganisatie. Veel aanvragen komen van lokale- of streekomroepen en de regionale omroep, die vaak goed uitgewerkte en gedetailleerde aanvragen indienen. Daarnaast is het fonds toegankelijk voor kleinere initiatieven en beginnende journalisten. Het aantal aanvragen voor projecten waarin mediapartijen een samenwerking aangaan neemt toe. Dit is positief en sluit aan bij de criteria en we zien dat hierdoor een aantal grotere mediaorganisaties vaker terugkomen. Met name RTV Utrecht vraagt vanuit twee verschillende rollen aan: als omroep die journalistieke producties maakt en als samenwerkingspartner die journalistieke producties van partners een groter publiek kan bieden. Het Mediafonds constateert dat de aanvragen in de loop van de tijd over het algemeen beter zijn uitgewerkt dan in de tijd van de start van het fonds.

4.2.2 Mediaorganisaties gehonoreerde aanvragen, in reguliere rondes

In schema 4.1 staat een overzicht van de organisaties die aanvragen hebben ingediend die gehonoreerd zijn geordend per subsidieronde. Met multimedia worden samenwerkingen bedoeld tussen verschillende media en tussen media en andere organisaties.

Schema 4.1 Gehonoreerde projecten

Ronde	Organisatie
Ronde 1	• AD • De Dakhaas • DUIC (2x) • Streekomroep Lekstroom i.o. • RTV Utrecht • Multimedia: Bureau Spotlight en BDU • Multimedia: Bibliotheek, Sport ID, Movactor jongerenwerk en Stadstheater de Kom • Multimedia: Regio TV de Bilt, Regio 90, Slotstad RTV en RTV Utrecht • Streekomroep Vijfheerenlanden • Gooi- en Eemlander

Ronde	Organisatie
Ronde 2	• De Nuk • DUIC (2x) • RTV Utrecht • Multimedia: AD, De Gelderlander, VPRO Argos • Multimedia: De Stadsbron en Nieuwsplein 33 • Multimedia: RTV Utrecht en Eemland1 • Multimedia: Slotstad RTV, Buurtplatforms, Streekomroeppartners (De Bilt, Utrechtse Heuvelrug en Krommerijnstreek) • Theater Spectrum Veenendaal
Ronde 3	• De Nuk • Streekomroep Lekstroom i.o. • RTV Utrecht • Multimedia: Nieuwsplein33, RTV Utrecht, BDU/Leusder Krant • Multimedia: Stad Amersfoort/Leusder Krant, RTV Utrecht, De Stadsbron, De Golfbreker en Eemland1 • Multimedia: Tijdschrift Oud Utrecht, Levendig Uitgever en Openbare Bibliotheek • Streekomroep Eemland1
Ronde 4	• RTV Utrecht (2x) • Multimedia: Bureau Spotlight en NRC • Multimedia: RTV Utrecht en RPL Woerden • Multimedia: RTV Utrecht, Slotstad RTV, Regio90 en RTV De Bilt • Multimedia: Stranded FM en VPRO 3voor12
Ronde 5	• De Nuk • Emerge Media • Hub Utrecht (samenwerking van DUIC en U-stad) • RTV Utrecht (4x) • Multimedia: RTV Utrecht, Omroep Gelderland en Noord-Holland Media • Multimedia: RTV Utrecht, Omroep West, RTV Rijnmond

Met ingang van subsidieronde 4 zijn vaker subsidieaanvragen toegekend aan RTV Utrecht, zowel zelfstandig als in samenwerking, waarbij de nadruk inmiddels meer ligt op videoproducties. Regionale en lokale kranten zijn minder vertegenwoordigd in de aanvragen; van de ongeveer 25 lokale en regionale kranten in de provincie dienden slechts enkele een aanvraag in. Dit kan samenhangen met het bedrijfsmodel. Kranten hebben een meer commercieel bedrijfsmodel en werken vaak zonder overheidsbijdragen. De lokale en regionale omroepen worden over het algemeen (deels) door de overheid gefinancierd.

Volgens respondenten draagt de samenwerking tussen mediaorganisaties bij aan een hogere kwaliteit van de projectaanvragen en een breder bereik van de journalistieke producten die met steun van het Mediafonds tot stand zijn gekomen. Wel geven zij te kennen dat de samenwerking beperkt blijft tot bestaande netwerken, en dat het moeilijk is kleinere of nieuwe partijen erbij te betrekken.

4.2.3 Vormen van journalistiek bij gehonoreerde aanvragen, reguliere rondes

In onderstaand schema 4.2 staat de journalistieke vorm van het project zoals opgenomen in de aanvragen die het Mediafonds heeft gehonoreerd. De projecten laten een diversiteit aan producties zien: vooronderzoeken, artikelen in print en online, Tv-documentaires, podcastseries en fotojournalistiek. Daarnaast ondersteunde het Mediafonds ook het voorbereiden van een streekomroep, een methode om informatie uit raadsvergaderingen vast te leggen en een debatavond over een eerder gesubsidieerd project waar burgers en beleidsmakers met elkaar in gesprek gingen.

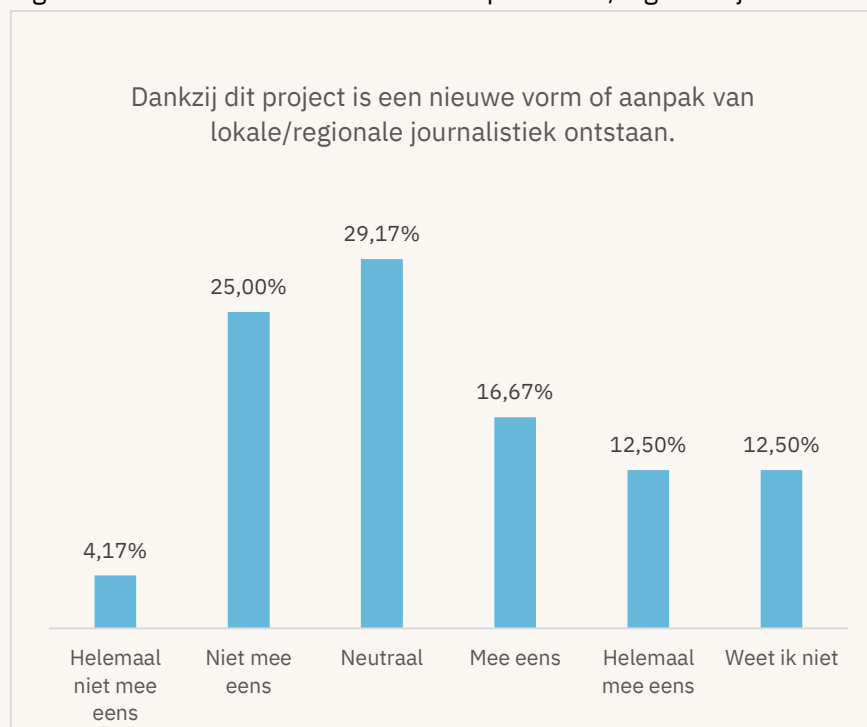
Schema 4.2 Vormen van journalistiek bij gehonoreerde aanvragen

Ronde	Type
Ronde 1	• Publicatiereeks: televisie, website, radio en sociale media (lokale omroep) • Online artikelen en podcasts op website van lokale omroep • Vooronderzoek • Podcast (online) • Tiendelige online podcastserie • Longread, online en print • Radio, tv, sociale-media en website publicaties bij lokale omroep • Journalistiek onderzoeksproject • Publicatiereeks van vijf artikelen, online en print • Publicatiereeks van acht online artikelen • Podcast en publicatiereeks van acht online artikelen
Ronde 2	• Online artikel (2x) • Tv documentaire bij lokale omroep • Twee online artikelen • Buurtcorrespondenten • Masterclass • Fotojournalistiek • Online publicatiereeks van vijf artikelen • Debatavond • Tiendelige tv-serie
Ronde 3	• Twee Tv documentaires bij lokale omroep • Documentaire en geschreven artikelen bij lokale omroep en lokale krant • Tijdschriftartikelen, boekpublicatie, lezing • Onderzoeksjournalistieke artikelen en radio-items • Geschreven online artikelen • Vierdelige Tv documentaire bij lokale omroep • Nieuwsproducties: web, radio, video en podcast lokale omroep
Ronde 4	• Tweedelige Tv documentaire bij lokale omroep • Documentaireserie op TV bij lokale omroep • Vierdelige Tv serie bij lokale omroep • Zesdelige Tv-serie bij lokale omroep • Online onderzoekartikel • Podcast serie van online radio
Ronde 5	• Innovatie project (2x) • Tv documentaire bij lokale omroep (5x) • 18 reportages van 7 minuten op website lokale omroep

Het Mediafonds constateert dat er bij de start van het Fonds veel aanvragen zijn gehonoreerd voor het maken van podcasts en online artikelen, bij de latere rondes vormen de (Tv-) documentaires in samenwerking met een lokale omroep een groter deel van de gehonoreerde aanvragen. Een reden hiervoor kan zijn dat de meer gevestigde mediaorganisaties vaker de weg naar de subsidie weten te vinden en minder snel geneigd zijn af te wijken van de meer traditionele vormen (het artikel of de videoproductie). Het Mediafonds heeft hier aandacht voor en ondersteunt daarom bewust ook projecten zoals een podcast voor jongeren en de hyperlokale verslaggeving door buurtcorrespondenten.

De gehonoreerde aanvragen zijn divers van vorm, desondanks zijn de meeste respondenten het (zeer) oneens met de stelling ‘dankzij dit (mijn) project is een nieuwe vorm of aanpak van lokale/regionale journalistiek ontstaan’.

Figuur 4.1 Ontstaan nieuwe vorm of aanpak lokale/regionale journalistiek



4.2.4 Geografische spreiding van de onderwerpen reguliere rondes

Onderstaande tabel geeft weer in welke gemeente of regio de gesubsidieerde journalistieke projecten van de reguliere subsidierondes zich afspelen. We zien dat een groot deel van de projecten gaan over onderwerpen uit Utrecht Stad of onderwerpen die de hele provincie beslaan. Onderwerpen uit drie regio's zijn twee keer in gesubsidieerde projecten aan bod gekomen. Gemeente Nieuwegein en Bunschoten-Spakenburg zijn de enige gemeenten die twee keer voorkomen in gesubsidieerde projecten. Onderwerpen uit de andere gemeenten hebben één keer een subsidie ontvangen.

Tabel 4.1 gemeenten/regio met onderwerpen in de regulier gesubsidieerde journalistieke projecten

Gemeente/ regio	Aantal Projecten
Utrecht stad	13
Provincie gericht / niet regio specifiek	9
Nieuwegein	2
Regio Lekstroom	2
Regio Stichtse Lustwaranda	2
Vallei-regio	2
Bunschoten-Spakenburg	2
Amelisweerd (gemeente Bunnik)	1
Amersfoort	1
Bunnik en Zeist	1
Leusden	1
Rhenen	1
Soest	1
Utrechtse Heuvelrug	1
Veenendaal	1
Vijfheerenlanden	1
Woerden	1
Woerden, Veenendaal, Amersfoort, Nieuwegein en Utrecht	1

4.2.5 Gehonoreerde tussentijdse aanvragen

In onderstaande tabel staan de tien projecten die sinds april 2024 tussentijds zijn gesubsidieerd door het Mediafonds. Onder de gesubsidieerde projecten zijn geen journalistieke artikelen, wel zijn er podcasts, een fotoreportage en documentaires mogelijk gemaakt. Wat we zien is dat bijna alle projecten over Utrecht stad gaan.

Tabel 4.2 Gehonoreerde tussentijdse aanvragen

Jaar	Aanvrager/platform	Vorm	Bedrag	Spreiding
2025	Utrechtse Wijkkranten	Informatiebijeenkomst	1.644 euro	Utrecht stad
2025	Stichting Journalab	Podcast	5.000 euro	Utrecht stad
2025	Documentaire maker (voor RTV Utrecht)	Videodocumentaire	5.000 euro	Utrecht stad
2025	AD/UN en magazine van de Fietzersbond	Fotodocumentaire	2.800 euro	Utrecht stad
2024	Facebookgroep UTRECHT!	Podcastserie	4.940 euro	Utrecht stad
2024	Individuele journalist	Podcastserie	4.764 euro	Utrecht stad en omstreken
2024	YouTube-kanaal	Minidocumentaire	3.830 euro	Provincie breed
2024	Individuele journalist	Multimedia: docu-serie, podcasts, interactieve 'zoektochten', 2D en 3D animaties.	5.000 euro	Provincie breed
2024	Documentaire makers	Documentaire	4.500 euro	Utrecht stad
2024	Documentaire maker (voor RTV Utrecht)	Documentaire	5.000 euro	Utrecht stad

4.2.6 Inhoudelijke thema's van gehonoreerde aanvragen, regulier en tussentijds

Behalve dat de projecten een relatie met de provincie Utrecht moeten hebben, stelt het Mediafonds verder geen inhoudelijke eisen aan de thema's van de journalistieke producten. Dat resulteert in een breed en gevarieerd aanbod van onderwerpen. *Wonen* sprong daarbij het meest in het oog: zeven projecten gaan in op dit onderwerp.

Tabel 4.3 Aantal projecten per thema

Thema	Aantal projecten	Voorbeelden
Wonen	7	De Utrechtse wooncrisis · Toegang sociale huur · Red de Ravel · In de uitverkoop: De Utrechtse Heuvelrug · Wonen en werken in Amersfoort · Het spoor begrenst – Het spoor verbindt · Hoe het misgaat in de sociale woningbouw
Cultuur	6	Toon van Ham · Utrechtse lolhuizen · Harde Noten, Hemelse Klanken · 030-netwerk Radioshow: REPRESENT · De bal aan het rollen brengen · Raadsels rond roofkunst
Democratie/politiek	5	Een Utrechts Burgerberaad · Gemeenteraad in de spotlight · Pilot schaalbare journalistiek Rhenen · Achter het besluit · Masterclasses Journalistiek (<i>controlefunctie van de journalistiek</i>)
<i>Hyperlokaal nieuws: wijken en buurten</i>	5	Een betere wereld in de buurt · Verbinding in wijken · Wat? Patat! · Bijeenkomst wijkkranten · Podcast Utrecht!
Armoede	4	Armoede in de Vallei · Arm tussen de rijken · Live-journalistiek Armoede in de Vallei · Ongezien, ongehoord, ongezond
Duurzaamheid en natuur	4	De boer op · Voor wie is de natuur? · Ons dagelijks brood · Woekerplant bedreigt haven Spakenburg
Migratie	3	In de wacht · Over grenzen heen – 1e generatie gastarbeiders · Lost in Europe
Oorlog en vrijheid	3	Leusden – Neuengamme 1944–2024 · Vrijheidspodcasts · De route naar vrijheid
Innovatie in de journalistiek	3	Gemeenteraad in de spotlight (AI) · Pilot schaalbare journalistiek Rhenen · MVP raadsverslaggeving
Media-infrastructuur	3	Onderzoek multi-lokale omroep Lekstroom · Doorbouwen publieke omroep Lekstroom · Buurtcorrespondenten
Stadsontwikkeling	3	Verborgten Stad: restruimtes · De grens ligt bij Amelisweerd · Verkeerstuin Utrecht
Justitie	2	De effectiviteit van DNA-verwantschapsonderzoeken · Geheim onderzoek Veenendaal
Cultureel erfgoed	2	Middeleeuws drieluik · Ondergrondse Schatten van Utrecht
Koloniaal verleden	1	“Zwart” tussen “Wit” – slavernijverleden Lustwarande
Geloof	1	Duik in mijn Doop

4.3 Bevindingen

Sinds de start in 2023 ontving het Mediafonds vele aanvragen van mediaorganisaties en journalisten. Binnen het geheel aan aanvragen zitten er relatief veel van omroepen (lokaal, streek en regio), die vaak goed uitgewerkte plannen indienen. Het aantal aanvragen waarin (media-) organisaties een samenwerking aangaan neemt toe en dat geldt ook voor de kwaliteit van de aanvragen.

Sinds 2023 zijn tientallen uiteenlopende projecten tot stand gekomen met ondersteuning van het Mediafonds. Van documentaires en onderzoeksjournalistiek tot podcasts, burgerjournalistiek en multimediale debatten. Deze projecten laten zien dat het Mediafonds niet alleen heeft geleid tot meer productie en diversiteit in het aanbod, maar ook tot een zichtbare professionaliseringsslag.

Het Mediafonds provincie Utrecht heeft een bijdrage geleverd aan de diversiteit en verspreiding van journalistieke producties van verschillende mediaorganisaties. De geografische spreiding wijst wel op een zekere concentratie van journalistieke producties in de stad Utrecht. Daar komt de vaststelling bij dat er weinig regionale en lokale kranten zijn onder de aanvragers. Van de 25 kranten in de provincie, waren slechts vijf betrokken bij de aanvragen en in de laatste twee rondes geen enkele.

De projecten van de mediaorganisaties bieden een breed scala aan inhoudelijke thema's, van wonen en cultuur tot armoede en democratie. Het thema wonen staat op nummer één, met zeven projecten die zich richten op bijvoorbeeld de wooncrisis en de toegang tot sociale huur. Dit lijkt overeen te komen met de urgentie van het thema wonen op landelijke agenda's. Andere onderwerpen zoals cultuur, democratie/politiek, wijk of buurtnieuws volgen op de voet.

Wat in meer negatieve zin uit de aanvragen valt op te maken is dat de kleinschalige lokale journalistiek minder aan bod komt, met name buiten Utrecht Stad. Er lijkt in de aanvragen een trend te zijn waarbij steeds meer regionale mediaplatforms, zoals de nieuw gevormde streekomroepen en RTV Utrecht de productie van lokale content op zich (moeten) nemen. Dit lijkt te duiden op een verschuiving van kleinere, lokale media-initiatieven naar grotere.

Anno 2025 is er daarom niet zozeer sprake van méér mediaorganisaties dan voor de oprichting van het Mediafonds, maar wel van meer journalistieke productie, grotere inhoudelijke variatie en meer samenwerking tussen journalisten, mediaorganisaties en andere organisaties.

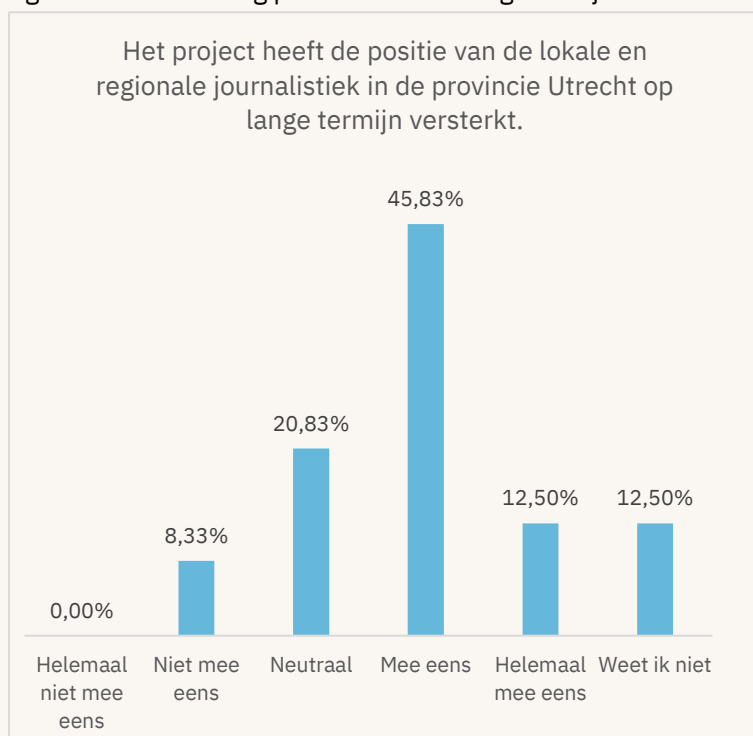
Respondenten benoemen de uitdagingen waar lokale mediaorganisaties mee moeten dealen. Ondanks dat het Mediafonds hierin ondersteunt blijven lokale redacties moeite houden om complexe dossiers, zoals bijvoorbeeld de wooncrisis, goed (langdurig) te volgen. Zulke onderwerpen vragen om intensieve verslaggeving, terwijl de beschikbare capaciteit en middelen bij lokale media daarvoor vaak te beperkt zijn. Daarnaast spelen er organisatorische kwesties. Lokale omroepen moeten fuseren tot streekomroepen en daardoor dreigt de aandacht geregeld te verschuiven van inhoud naar organisatievraagstukken en het aanvragen van subsidies. Een uitdaging is ook dat de fusies en samenwerkingen tussen de lokale omroepen leiden tot een afname van lokale binding en het verslechteren van het contact met inwoners en gemeentebestuur. Lokale en regionale mediaorganisaties hebben door tijdgebrek ook moeite om alle relevante technologische en digitale ontwikkelingen te volgen.

Tegenover deze uitdagingen benoemen respondenten ook kansen, zoals de grote mate van bevoegenheid onder de journalisten die lokaal werkzaam zijn. De subsidies van het Mediafonds hebben geleid tot meer en gevarieerdere producties en dragen bij aan een hogere kwaliteit van verslaggeving. Ook stimuleert het Mediafonds samenwerkingen met bibliotheken, scholen en maatschappelijke organisaties, wat het bereik en de maatschappelijke relevantie van journalistiek vergroot. Daarnaast openen projecten nieuwe perspectieven voor redacties en leiden ze soms tot maatschappelijke of politieke actie, zoals gemeenteraadsdebatten naar aanleiding van onderzoeksprojecten. Er is bovendien een rol weggelegd voor burgerjournalistiek en buurtcorrespondenten, die het eigenaarschap van inwoners versterken en de diversiteit aan verhalen vergroten.

In Vijfheerenlanden zorgde Achter het Besluit voor een merkbare kwaliteitsimpuls in de lokale verslaggeving. Wat leidde tot een vorm van journalistiek die verder ging dan dagelijkse nieuwsberichten: analytisch, verbindend en controlerend tegelijk. Burgemeester Fröhlich noemde het "een benchmark voor lokale media" – een productie die de lat hoger legde voor wat lokale

journalistiek kan zijn. Door deze aanpak werd niet alleen het publiek beter geïnformeerd, maar ook de rol van lokale journalistiek herijkt: van doorgever van persberichten naar waakhond en duider van beleid.

Figuur 4.2 Versterking positie lokale en regionale journalistiek



5. CASUS Achter het Besluit

“Burgers hoeven het niet eens te zijn met de besluiten, maar inzicht in het democratische proces dat eraan vooraf is gegaan is wel belangrijk. De serie heeft bijgedragen aan meer transparantie en openheid in besluitvorming. Ik hoop dat het Mediafonds een blijvende rol zal spelen in het ondersteunen van dit soort initiatieven.” – Sjors Fröhlich, burgemeester Vijfheerenlanden

Achter het Besluit was een journalistieke serie van twaalf afleveringen, geproduceerd door streekomroep SRC Rivierenland en Vijfheerenlanden in samenwerking met zelfstandig journalist Mattijs Smit en productiebedrijf Moendo. Ieders expertise werd hiervoor ingezet: redactionele diepgang, technische productie en distributie via lokale media. “Het was een teaminspanning met korte lijnen en veel wederzijds vertrouwen,” zegt journalist Mattijs Smit. De serie liep van januari tot en met december 2024 en had als doel om gemeentelijke besluitvorming begrijpelijk en te maken voor inwoners. In elke aflevering stond een concreet besluit van het college van B&W centraal. Dat besluit werd onderzocht en toegelicht aan de hand van interviews, achtergrondverhalen en praktijkvoorbeelden. De afleveringen werden uitgezonden via SRC TV, SRC FM, de website van het Mediafonds en sociale media.

Achter het Besluit focuste niet op de grote verhalen maar op alledaagse maatschappelijk relevante onderwerpen. Elke aflevering was opgebouwd rondom één besluit. Daarin werd onderzocht wat de context, het proces en de impact van het besluit was. Juist het combineren van meerdere perspectieven – meerdere ‘brillen’ – van bewoners, ambtenaren, bestuurders en betrokken organisaties, was de kracht. En er werd teruggegrepen op documenten, archiefbeelden en off-the-record gesprekken. Hierdoor ontstond journalistiek met diepgang en nuance.

Zo werd bijvoorbeeld het nieuwe woonwagenbeleid toegelicht met input van zowel de gemeente als woonwagenbewoners zelf, en werd de reportage over seniorenhuisvesting verrijkt met inzichten van zorgaanbieders én oudere inwoners. Die balans tussen beleid en praktijk maakte de afleveringen inhoudelijk sterk.

Onbeperkt Meedoen

Een van de opvallendste opbrengsten van de serie is de bijdrage aan het lokale gesprek over toegankelijkheid. Meerdere afleveringen hadden zichtbare invloed op het beleid of leidden tot bestuurlijke reflectie, maar de aflevering over *Onbeperkt Meedoen* is een goed voorbeeld van hoe het leidde tot hernieuwde aandacht. In dit geval voor toegankelijkheidsproblemen in de gemeente.

“Voor ons was het ook heel fijn dat er media-aandacht uitging naar dit thema. We hoefden het eindelijk niet meer alleen te trekken” – mevrouw Bos-Schep, secretaris en penningmeester van Platform Gehandicaptenbeleid Vijfheerenlanden.

De publiciteit op dit thema hielp ook bij de bewustwording van raadsleden en ambtenaren. Het is ten slotte een onderwerp waar budget voor moet worden vrijgemaakt door de raad. En dat is in verschillende instanties het geval geweest. Zo is de ambtenaar die aanjager was van de implementatie van het VN-verdrag Handicap in de gemeente fulltime medewerker geworden en is er extra budget vrijgemaakt om alle stemlocaties volledig toegankelijk te maken met het ook op de verkiezingen van eind oktober.

Witte vlekken

Vijfheerenlanden is een relatief nieuwe gemeente in de provincie Utrecht. Het gebied ligt op het snijvlak van drie provincies en valt daardoor vaak buiten de radar van grote (regionale) media. Hoewel lokale berichtgeving aanwezig was beperkte het zich doorgaans tot persberichten en kleine nieuwtjes. In die context was *Achter het Besluit* een unieke productie. Het bracht structurele aandacht voor politiek en beleid in een regio waar die verdieping zelden plaatsvindt. Bovendien werd de kwaliteit van de vorm en inhoud zeer gewaardeerd.

“Ik was aangenaam verrast – er is duidelijk een professionele maker mee aan de slag gegaan. De vorm en inhoud waren zeer sterk. De serie legt de lat wel erg hoog, is ook een beetje een benchmark geworden” – Sjors Fröhlich, burgemeester Vijfheerenlanden.

De vorm was zelfs een beetje een vreemde eend in de bijt – de documentaire-stijl was nieuw. De makers willen dan ook graag verder met *Achter het Besluit 2.0* – een vervolg waarin zou worden onderzocht wat er met eerdere besluiten is gebeurd. “We wilden niet stoppen bij de aankondiging van beleid, maar ook kijken naar de uitwerking ervan. Wat komt er terecht van mooie plannen?”, aldus Smit.

Impact lokale besluitvorming

De serie had een duidelijk effect op de betrokkenheid van inwoners bij lokale besluitvorming. Door beleid toegankelijk te maken, informatie te duiden en mensen letterlijk aan het woord te laten, werd de afstand tussen bestuur en burger kleiner. Zowel de burgemeester als journalist Mattijs Smit hebben van verschillende mensen gehoord dat zij beter geïnformeerd waren na deze serie.

Ook voor de gemeente zelf werkte de serie als spiegel. Verschillende ambtenaren gaven aan dat de reportages aanleiding waren om in de organisatie beleid opnieuw te bespreken of scherper te formuleren. In een regio waar weinig journalistieke controle is, vervulde de serie zo een democratisch noodzakelijke functie: als waakhond, als bruggenbouwer en als verteller van het hele verhaal. Burgemeester Fröhlich waardeert de rol van media in het democratische proces dusdanig dat het wat hem betreft zelfs nog kritischer had gemogen; “media heeft een rol in het uitleggen van beleid, maar het heeft ook een controlerende rol op de macht. Er zat wel wat kritiek in maar ze hadden nog wel meer vraagtekens kunnen stellen, zeker bij grote beslissingen.”

Bereik uitbreiden

Gaandeweg het project werd het probleem van vindbaarheid op de SRC-website zichtbaar. Aangezien de afleveringen niet gemakkelijk te vinden waren, werd een aanpassing gedaan in de homepage: een vaste knop leidde voortaan naar het dossier *Achter het Besluit*. En de afleveringen werden gedeeld op verschillende plekken maar de suggestie om in samenwerking met grotere platforms (zoals het AD) nog meer bereik te realiseren kwam toch een paar keer terug.

Budgettair kende het project een kleine overschrijding van €406, veroorzaakt door onverwachte reiskosten en de aanschaf van archiefmateriaal (voor de aflevering over de Sinterklaasintocht). Deze meerkosten werden door SRC zelf opgevangen. De samenwerking met het Mediafonds zelf werd als positief ervaren: snel, toegankelijk en inhoudelijk betrokken. “We konden vragen stellen, kregen bruikbare feedback en voelden ons serieus genomen”.

Ondersteuning van lokale journalistiek maakt het verschil

Achter het Besluit laat zien hoe lokale journalistiek structureel versterkt kan worden. De impact op lokaal beleid, maatschappelijk debat en burgerbetrokkenheid was zichtbaar en werd door zowel gemeente als inwoners erkend.

Het Mediafonds wordt met dit project bevestigd in zijn missie: ondersteuning van lokale journalistiek maakt daadwerkelijk verschil. Tegelijkertijd toont de casus hoe kwetsbaar initiatieven zijn; een vervolg *Achter het besluit 2.0* kwam niet van de grond vanwege gebrek aan financiering. Zonder structurele financiering kunnen succesvolle formats als deze dus alsnog verdwijnen — terwijl hun waarde juist ligt in de continuïteit.

6. Democratisering

6.1 Inleiding

Democratisering van burgers door journalistiek verwijst naar het proces waarbij journalistiek bijdraagt aan het vergroten van de betrokkenheid, kennis, invloed en handelingsmogelijkheden van inwoners binnen een democratische samenleving. Journalistiek doet dit door burgers te informeren over wat er in hun omgeving en bij de overheid gebeurt, door besluitvorming te controleren en te bevragen en door ruimte te bieden aan verschillende perspectieven en publieke dialoog⁷. In dit hoofdstuk gaan we na in hoeverre het Mediafonds hieraan bijdraagt.

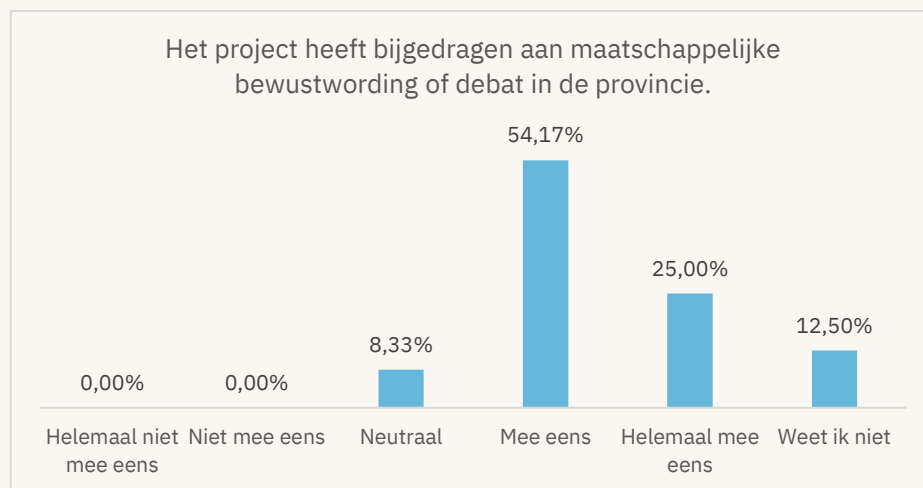
6.2 Opbrengst

In de enquête is aan de hand van de volgende stellingen gevraagd naar de bijdrage van de gesubsidieerde projecten aan maatschappelijke bewustwording en debat:

- Het project heeft bijgedragen aan maatschappelijke bewustwording en debat in de provincie.
- De journalistieke productie heeft groepen bereikt die normaal gesproken minder of niet worden bereikt door lokale journalistiek.
- Het project heeft geleid tot concrete vervolgacties (bijv. politieke vragen, burgerinitiatief, publiek debat).

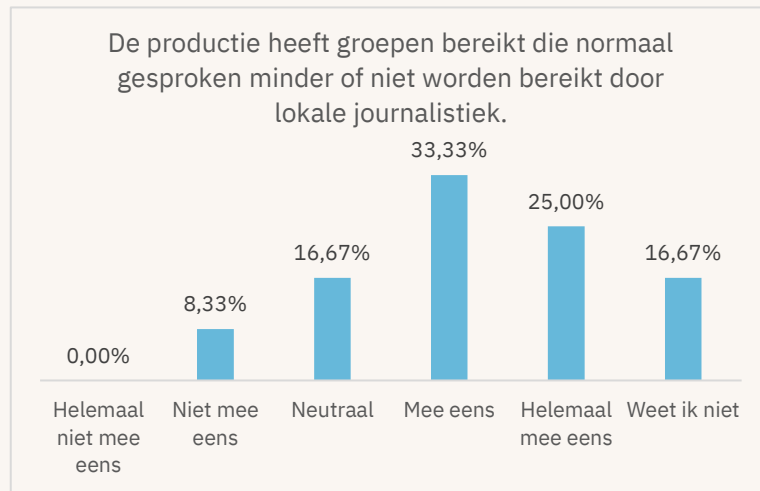
De meeste respondenten zijn het eens tot zeer eens met de stelling ‘het project heeft bijgedragen aan maatschappelijke bewustwording of debat in de provincie’ en iets meer dan de helft denkt dat het project burgers heeft bereikt die normaliter minder of geen lokale journalistiek tot zich nemen.

Figuur 6.1 Bijdrage maatschappelijke bewustwording of debat in de provincie



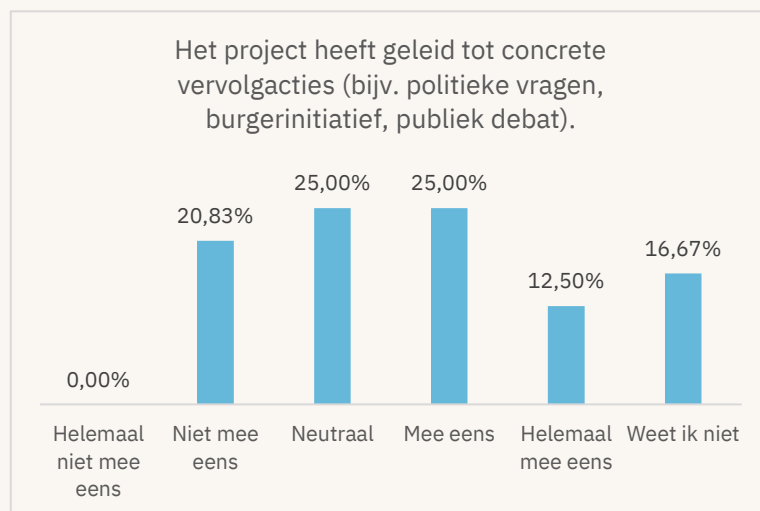
⁷ Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR). (2024). *Aandacht voor media: Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*. Samenvatting. Geraadpleegd van <https://www.wrr.nl/binaries/wrr/documenten/rapporten/2024/10/03/aandacht-voor-media/samenvatting%2BAandacht%2Bvoor%2Bmedia.%2BNaar%2Bnieuwe%2Bwaarborgen%2Bvoor%2Bhun%2Bdemocratische%2B%2Bfuncties.pdf>

Figuur 6.2 bereik



De respondenten zijn het in mindere mate eens met de stelling over vervolgacties. Iets meer dan een derde denkt dat het project leidde tot een vervolgactie zoals politieke vragen of burgerinitiatieven.

Figuur 6.3 Concrete vervolgacties



De uitkomsten van de enquête geven aanwijzingen over het positieve effect van het Mediafonds op het bevorderen van democratisering, maar het is ook van belang om na te gaan welke aspecten in de gesubsidieerde projecten hiervoor zorgen. In de projecten en op basis van de gesprekken met respondenten zien we een aantal elementen die bijdragen of bij kunnen dragen aan het vergroten van democratisering onder inwoners.

6.2.1 Context en duiding

In sommige projecten die ondersteund zijn door het Mediafonds is het heel duidelijk hoe het fonds bijdraagt aan democratisering van burgers: projecten gericht op witte vlekken – gebieden waar weinig tot geen lokale journalistiek is – dragen per definitie bij aan het vergroten van lokale nieuwsvergaring en productie. Projecten van de streekomroep Lekstroom bijvoorbeeld, hebben ervoor gezorgd dat er na jaren weer een lokale omroep actief is in een aantal gemeenten.

Tegelijkertijd zien we in de beoordelingen van de aanvragen door het bestuur dat het criterium 'witte vlek' minder van toepassing is dan andere criteria.

Naast ‘van niks naar iets’, kan het Mediafonds ook bijdragen aan ‘van iets naar beter’. In de interviews met journalisten en mediaorganisaties wijzen zij er op, dat de meerwaarde van het Mediafonds in het goed informeren van burgers onder andere zit in de extra tijd die een subsidie biedt voor bepaalde onderwerpen. Dankzij de ondersteuning van het Mediafonds hebben journalisten meer tijd om zowel achtergrond en context te bieden bij een bepaald onderwerp. Met meer tijd kunnen zij een onderwerp langer volgen, meerdere artikelen produceren en aan dossieropbouw doen.

6.2.2 Publiek debat

Ook geven de respondenten aan dat de ondersteuning van het Mediafonds meer ruimte biedt aan een journalistieke vorm die met dialoog en publiek debat democratisering bevordert. Met steun van het fonds zijn bijvoorbeeld documentaires gemaakt die zijn vertoond in buurthuizen, theaters en bij tentoonstellingen. De documentaires zijn zo aanleiding voor een gesprek met inwoners. Projecten, zoals Red de Ravel of Ondergrondse Schatten van Utrecht, combineren vertoningen met Q&A's of discussies in buurthuizen of op online platforms. Het project ‘Live-journalistiek Armoede in de Vallei’ gebruikte theater en interactieve presentaties om het publiek te betrekken bij maatschappelijke vraagstukken. Ook refereren respondenten aan minder directe vormen van publiek debat zoals interactie op sociale media. De afleveringen van Achter het Besluit werden bijvoorbeeld via sociale media verspreid en leidden op die manier tot publiek debat over de besluiten die de gemeenteraad heeft genomen.

6.2.3 Burgerparticipatie

Een aantal projecten is gericht op buurtcorrespondenten en burgerjournalisten. Dit soort projecten zorgt voor directe betrokkenheid van burgers en brengt nieuwe perspectieven in de journalistiek. Hierdoor komen verhalen boven tafel die anders niet aan bod zouden komen en wordt de diversiteit in de berichtgeving vergroot.

Een voorbeeld hiervan was het proces van de oprichting van streekomroep Lekstroom. Het proces was op zichzelf democratiserend: gemeenten, vrijwilligers en mediawerkers werkten samen aan één publiek platform. Daardoor ontstond niet alleen journalistieke output, maar ook burgerschapsvorming, mensen voelden zich meer verbonden met hun regio en met de lokale besluitvorming.

6.2.4 Controlerende functie van de journalistiek

Belangrijk onderdeel van democratisering door de journalistiek is de controlerende functie van journalisten. Door onafhankelijke financiering van journalistieke projecten kunnen redacties onderzoek doen en kritisch verslag uitbrengen van onder andere de gemeentelijke politiek. In een paar projecten staat dit centraal. Voorbeelden zijn projecten zoals Een Utrechts Burgerberaad, Gemeenteraad in de spotlight en de Pilot schaalbare journalistiek Rhenen. De projecten versterken de controlerende functie van de journalistiek op verschillende manieren. ‘Een Utrechts Burgerberaad’ verslaat de discussies en uitkomsten van het eerste bindende burgerberaad in Utrecht. ‘Gemeenteraad in de spotlight’ legt systematisch raadsvergaderingen en politieke besluiten vast, analyseert stemmingen en duidt moties, zodat inwoners kritisch kunnen volgen hoe beleidsbeslissingen tot stand komen. De ‘Pilot schaalbare journalistiek Rhenen’ richt zich op structurele verslaglegging van gemeentelijke besluiten, zodat inwoners continu toegang hebben onafhankelijke informatie over hun bestuur. Het project Achter het Besluit is minder kritisch van toon, maar levert door de rijke inhoud en doortastende journalistiek nuance en diepgang. Het project gaf burger(initiatieven) zo de gelegenheid om kritischere vragen te stellen.

6.3 Bevindingen

De meerwaarde van het Mediafonds gaat met name om wat het Mediafonds met de subsidies en andere activiteiten teweegbrengt in de provincie. Daarbij hebben we in dit onderzoek specifiek gekeken naar effect op democratisering, maar ook andere meerwaarde brengen we in beeld.

De projecten die via het Mediafonds tot stand komen dragen bij aan democratisering in de praktijk: inwoners worden beter geïnformeerd, krijgen meer inzicht in lokale besluitvorming en voelen zich vaker betrokken bij maatschappelijke thema's. Het merendeel van de projecten draagt duidelijk bij aan bewustwording en publiek debat. Sommige projecten bereiken een nieuwe doelgroep, zoals inwoners die normaal geen lokale journalistiek volgen en sommige projecten hebben geleid tot vervolgacties – van politieke vragen tot burgerinitiatieven.

Voorbeelden als Achter het Besluit laten zien dat journalistiek niet alleen beleid uitlegt, maar ook dialoog op gang brengt tussen bestuur en samenleving. In projecten als streekomroep Lekstroom zien we bovendien dat de vorming van een streekomroep op zichzelf een democratisch proces is: inwoners, vrijwilligers en bestuurders bouwen samen aan een nieuw publiek platform. Het Mediafonds vergroot dus niet enkel de informatiepositie van burgers, maar versterkt ook hun handelingsvermogen binnen de lokale democratie.

Tegelijkertijd laat het onderzoek zien dat het Mediafonds nog meer structurele impact kan realiseren. De huidige effecten zijn vaak projectmatig en tijdelijk: zodra de subsidie stopt, verdwijnt de capaciteit en daarmee de continuïteit van de journalistieke functies. Kansen liggen daarmee in 1) langdurige ondersteuning van bewezen formats en redacties 2) meer aandacht in criteria voor gebieden zonder structurele nieuwsvoorziening en 3) terugkerende projecten zoals Achter het Besluit 2.0: door terug te komen op onderwerpen en reportages krijgen we beter inzicht in hoe projecten bijdragen aan bewustwording, debat en vertrouwen. Met deze stappen kan het Mediafonds evolueren van aanjager van losse producties naar bouwsteen van een duurzame, democratische informatie-infrastructuur in de provincie.

7. Conclusies

Uit het onderzoek blijkt dat het bestaan en de werkwijze van het Mediafonds Provincie Utrecht zeer wordt gewaardeerd. Het aanvraagproces is laagdrempelig en gebruiksvriendelijk, ook voor zelfstandig werkende journalisten, kleine media-initiatieven en beginnende journalisten. De mogelijkheid om een mondelinge toelichting te geven over de aanvraag, de persoonlijke benadering en de flexibiliteit van het Mediafonds komen als zeer positief uit de evaluatie.

Uit het feit dat het fonds elk jaar wordt overvraagd blijkt de bevrogenheid van de journalisten en de behoefte aan financiële ondersteuning van lokale en regionale journalistieke producties. Sinds de start in 2023 ontving het Mediafonds vele aanvragen van mediaorganisaties en journalisten. Binnen het geheel aan aanvragen zitten er relatief veel van omroepen (lokaal, streek en regio), die vaak goed uitgewerkte plannen indienen. Het aantal aanvragen waarin (media-) organisaties een samenwerking aangaan neemt toe en dat geldt ook voor de kwaliteit van de aanvragen.

Sinds 2023 zijn dankzij het Mediafonds tientallen uiteenlopende projecten tot stand gekomen. Van documentaires en onderzoeksjournalistiek tot podcasts, burgerjournalistiek en multimediale debatten. Deze projecten laten zien dat het Mediafonds niet alleen heeft geleid tot meer productie en diversiteit in het aanbod, maar ook tot een zichtbare professionaliseringsslag in de Utrechtse journalistiek. De projecten van de mediaorganisaties bieden een breed scala aan inhoudelijke thema's, van wonen en cultuur tot armoede en democratie. Dankzij de vrijheid die het Mediafonds biedt aan de vorm en het onderwerp van de journalistieke producten kunnen makers experimenteren met langere looptijden, vernieuwende formats en diepgravende dossiers.

Ook stimuleert het Mediafonds samenwerkingen van media met bibliotheken, scholen en maatschappelijke organisaties, wat het bereik en de maatschappelijke relevantie van de journalistieke producten vergroot. Daarnaast openen projecten nieuwe perspectieven voor redacties en leiden ze soms tot maatschappelijke of politieke actie, zoals gemeenteraadsdebatten naar aanleiding van onderzoeksprojecten. Er is bovendien een rol weggelegd voor burgerjournalistiek en buurtcorrespondenten, die het eigenaarschap van inwoners versterken en de diversiteit aan verhalen vergroten. De projecten die via het Mediafonds tot stand komen dragen ook bij aan democratisering in de praktijk: inwoners worden beter geïnformeerd, krijgen meer inzicht in lokale besluitvorming en voelen zich vaker betrokken bij maatschappelijke thema's. Het merendeel van de projecten draagt duidelijk bij aan bewustwording en publiek debat. Sommige projecten bereiken een nieuwe doelgroep, zoals inwoners die normaal geen lokale journalistiek volgen en sommige projecten hebben geleid tot vervolgacties — van politieke vragen tot burgerinitiatieven.

Anno 2025 is er daarom niet zozeer sprake van méér mediaorganisaties dan voor de oprichting van het Mediafonds, maar wel van meer journalistieke productie, grotere inhoudelijke variatie, meer samenwerking tussen journalisten, mediaorganisaties en andere organisaties en een bijdrage aan democratisering.

Uit het onderzoek komt ook een aantal aandachtspunten naar voren. Het Mediafonds provincie Utrecht heeft een bijdrage geleverd aan de diversiteit en verspreiding van journalistieke producties van verschillende mediaorganisaties. De geografische spreiding wijst wel op een zekere concentratie van onderwerpen van journalistieke producties in de stad Utrecht. Daar komt de vaststelling bij dat er weinig regionale en lokale kranten zijn onder de aanvragers. Er lijkt in de aanvragen een trend te zijn waarbij steeds meer regionale mediaplatforms, zoals RTV Utrecht en de streekomroepen de

productie van lokale content op zich nemen. Dit lijkt te duiden op een verschuiving van kleinere, lokale media-initiatieven naar grotere. Het Mediafonds zou daarom de aandacht kunnen richten op verschillende kleine media-initiatieven verspreid over de provincie en journalisten die op wijk- en dorpsniveau werken. Daarnaast zou het Mediafonds kunnen onderzoeken wat de redenen zijn dat de regionale, lokale en buurtkranten in de provincie achterblijven in de aanvragen en honoreringen. Deze aandachtspunten sluiten aan bij acties die het Mediafonds provincie Utrecht al in gang heeft gezet. Dat geldt ook voor het aanjagen van aanvragen voor projecten die andere journalistieke vormen uitproberen, aan een lokale journalistieke infrastructuur bijdragen en in samenwerking met specifieke doelgroepen (jongeren, wijkbewoners etc.) tot stand komen.

Het onderzoek laat ook zien dat het Mediafonds in de toekomst nog meer structurele impact kan realiseren. De huidige effecten zijn vaak projectmatig en tijdelijk: zodra de subsidie stopt, verdwijnt de capaciteit en daarmee de continuïteit van de journalistieke functies. Projectmatige ondersteuning is natuurlijk de kern van het Mediafonds, maar kansen liggen in 1) meerjarige ondersteuning van formats en redacties, die zich in eerdere projecten bewezen hebben 2) de introductie van dossiersubsidies (naast de projectsubsidies), waarmee een onderwerp langdurig gevolgd kan worden zonder dat het journalistieke product van te voren vaststaat 3) meer aandacht voor die gebieden in de provincie waar geen structurele nieuwsvoorziening (de witte vlekken) is en 4) voorbeeldprojecten selecteren en laten terugkeren en overdragen (kennisdelen).

DSP-groep BV

Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

Als onafhankelijk bureau ondersteunen wij ministeries, provincies en gemeenten en maatschappelijke organisaties met toegankelijke en toepasbare onderzoeksresultaten en adviezen. Wij moedigen onze medewerkers aan om te doen waar zij goed in zijn en zich hierin te blijven ontwikkelen. Waar mogelijk werken wij samen met vaste freelancers en organisaties met aanvullende expertise en kwaliteiten.

Om nieuwe perspectieven en positieve energie te bieden, leggen wij verbinding tussen de verschillende thema's waarop wij werken en bewegen wij ons voortdurend tussen verschillende werelden. Goed beleid is inclusief en neemt verschillende soorten kennis mee. Onze kracht ligt in onze gedrevenheid, betrokkenheid en een frisse, onafhankelijke blik.

Wat we doen

DSP-groep zorgt voor gedegen kennis, nieuwe perspectieven en positieve energie in complexe maatschappelijke opgaven. Wij ontwikkelen advies en beleid vanuit en voor de mensen om wie het gaat. Advies en beleid waar onze opdrachtgevers graag mee verder gaan. Advies en beleid dat werkt.

Meer weten

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten.