provincie limburg

2013/65301 21-11-2013
GRIF 7-2-2014

Provinciale Staten

Provincie Limburg	PS
DOCnr.	
Ingek.	21 NOV. 2013
CASnr.	
ID.	

Cluster	STR	**Behandeld**	René Bijlmakers
Faxnummer	(043) 389 70 13	**Doorkiesnummer**	(043) 389 89 05
Ons kenmerk	2013/61775	**Uw kenmerk**	
Bijlage(n)	2	**Maastricht**	19 november 2013

VERZONDEN 21 NOV. 2013

Onderwerp
Strategisch kader mediabeleid

Geachte Staten,

Bij deze bieden wij u aan de sonderende Statennotitie 'Strategisch kader mediabeleid'.

Deze notitie is toegezegd in de Statencommissie Cultuur, Welzijn en Leefbaarheid. Uit eerdere besprekingen van dit onderwerp hebben wij herleid dat er bij de Statenfracties grote betrokkenheid is bij dit onderwerp.

Om te weten wat er lokaal speelt of om zelf in actie te komen is het van belang dat mensen goed geïnformeerd zijn over hun eigen woonomgeving. De media spelen daarin een belangrijke rol. Kranten, radio, televisie en internet zitten in de haarvaten van de samenleving en functioneren vaak als luis in de pels van het openbaar bestuur. Echter, door het goedkope en toegankelijke internet zien de traditionele regionale media dat zij in toenemende mate terrein verliezen ten gunste van nieuwe online aanbieders van nieuws en informatie. Hiermee verandert ook de kwaliteit van de journalistiek en ontstaan meer en meer witte plekken in de lokale (politieke) berichtgeving. Daarnaast is er fragmentatie van het medialandschap. De drie kerntechnologieën (druk, ether en online) hebben ieder hun eigen domein en organisatievorm. Om een beeld te krijgen van deze ontwikkelingen kan de provincie Limburg samen met landelijke en partijen die actief zijn in Limburg bekijken wat nodig en mogelijk is om de nieuwsvoorziening op een kwalitatief goed niveau te behouden voor de regio.

Bezoekadres:
Limburglaan 10
NL-6229 GA Maastricht

Postbus 5700
NL-6202 MA Maastricht
postbus@prvlimburg.nl

Tel + 31 (0)43 389 99 99
Fax + 31 (0)43 361 80 99
www.limburg.nl

IBAN –nummer:
NL08RABO0132575728
BIC-code: RABONL2U

Bereikbaar via:
Lijn 1 (richting De Heeg)

Deze notitie beschrijft het kader van waaruit de Provincie een proces op gang wil brengen om de samenwerking tussen regionale media (krant, omroep, internet) te stimuleren en hierbij ruimte voor innovatie te bevorderen in plaats van dat genoemde partijen elkaar verder beconcurreren.

Gedeputeerde Staten van Limburg

[redacted]

voorzitter

secretaris

[redacted]

provincie limburg

Sonderend stuk – 1 minuut versie

1 **Onderwerp**
Strategisch kader mediabeleid.

2 **Aanleiding** (aankruisen)
0 Uitvoering motie
0 Nakomen toezegging van GS
0 Uitvoering beleid conform programmabegroting
0 Vaste afspraak tussen GS en PS
0 Vervolg op voorstel
• Nieuw kader voor beleidsvorming in verband met veranderende omstandigheden binnen het regionale medialandschap

3 **Bevoegdheid**
Autonoom beleid in het kader van het onderdeel media binnen het domein cultuurbeleid. Budgetrecht Provinciale Staten.

4 **Voorstel aan Provinciale Staten**
De reden voor dit strategisch kader ligt in het belang voor Limburg voor een open, vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Basisvoorwaarde hierbij is een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Een goed geïnformeerde maatschappij is immers een voorwaarde voor een goed functionerende democratie. De overheid zou hierin een belangrijke rol kunnen vervullen en dit verdient een nader uitgewerkt kader voor de toekomst van het mediabeleid.

1. Culturele identiteit
2. Kwaliteit journalistiek en borgen 'waakhondfunctie'
3. Vestigingsklimaat
4. Kenniseconomie

(zie voor nadere toelichting op bovenstaande 4 items het sonderend stuk en de kadernotitie)

Kunt u zich vinden in de legitimatie voor een actieve rol van de provincie Limburg?

De toekomst van de (regionale) media is nergens in het land al uitgekristalliseerd. Daarom zet de provincie Limburg in op verkenning van een samenwerkingsexperiment in de vorm van een regionaal mediaplatform. Voorstelbaar is dat de verkenning kan leiden tot de behoefte aan een fysieke mediaomgeving met doorlopende leerlijnen, shared facilities en een shared back office. Wat is wenselijk, haalbaar, doelmatig, betaalbaar, regelbaar? Waaraan heeft het publiek vooral behoefte? Welke krachten zijn leidend in dit proces? Wat er op dit moment onder de term "mediabeleid" valt is nog niet vastomlijnd, het gaat er in deze nota om dat er wordt ingezet op een brede verkenning van innovatieve concepten. In de concretisering van het strategisch kader zal de rol van de provincie verder worden verkend. Hiertoe is bundeling van kennis en verbinding van partijen noodzakelijk, evenals externe expertise.

Kunt u zich vinden in de oriëntatie op een brede verkenning van innovatieve concepten?
Het is goed voor Limburg als er een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur bestaat waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Immers, dit schept de voorwaarden voor een open vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Vanuit deze hoofddoelstelling worden *mogelijke* antwoorden geformuleerd op de vraag: wat zijn mogelijke scenario's om iets te doen en wat zijn daarvan de resultaten?

- Strategisch kader provincie Limburg
- Verkenning grensoverschrijdende samenwerking
- Stimuleren journalistieke sector
- Stimuleren betrokkenheid Creatieve Industrie bij de mediaontwikkelingen
- Oprichten mediafonds
- Verkenning regionaal mediaplatform

Kunt u zich vinden in de mogelijke scenario's voor een actieve rol van de Provincie?
(zie kadernota voor nadere toelichting op de zes mogelijke antwoorden).

De toekomst van de (regionale) media is nergens in het land al uitgekristalliseerd. Daarom zet de provincie Limburg in op verkenning van een samenwerkingsexperiment in de vorm van een regionaal mediaplatform.
Kunt u zich vinden in de oriëntatie op een brede verkenning van innovatieve concepten?

Het is goed voor Limburg als er een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur bestaat waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Immers, dit schept de voorwaarden voor een open vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Vanuit deze hoofddoelstelling worden *mogelijke* antwoorden geformuleerd op de vraag: wat zijn mogelijke scenario's om iets te doen en wat zijn daarvan de resultaten?

- Strategisch kader provincie Limburg
- Verkenning grensoverschrijdende samenwerking
- Stimuleren journalistieke sector
- Stimuleren betrokkenheid Creatieve Industrie bij de mediaontwikkelingen
- Oprichten mediafonds
- Verkenning regionaal mediaplatform

Kunt u zich vinden in de mogelijke scenario's voor een actieve rol van de Provincie?
(zie kadernota voor nadere toelichting op de zes mogelijke antwoorden).

5 Argumenten

De commissie Brinkman heeft in een rapport van 2009 reeds verwezen naar de noodzaak tot structurele hervorming van het regionale medialandschap, in reactie op fundamentele maatschappelijke en economische veranderingen. Daarbij heeft zij het fenomeen regionaal media centrum geïntroduceerd waarin verschillende partijen samenwerking binnen het thema van informatievoorziening/nieuws. Zo'n mediacentrum zou een serieuze oplossing kunnen bieden voor de gesignaleerde problemen. Een mogelijk antwoord dus op het behoud van een vitaal regionaal medialandschap door samen te werken, het delen van materiaal en faciliteiten en het -deels of geheel- integreren van organisaties met als doel behoud van de journalistieke kwaliteit en versterking van de regionale openbaarheid.

Voor zowel media als consumenten is daarom de inrichting van regionale mediacentra een aantrekkelijk perspectief. Hoewel de veranderrichting vaststaat, is de concrete vormgeving van dit proces allerminst duidelijk. Wel is het belangrijk om als provincie slim te anticiperen op de veranderingen in het medialandschap waardoor de provincie nu reeds een antwoord formuleert op een te voorspellen toekomstscenario waarin traditionele regionale media een beroep doen op openbare besturen.

6 Kosten en dekking

Bij de vaststelling van de Voorjaarsnota in juni 2013 is reeds aangekondigd dat incidentele middelen noodzakelijk zijn om het mediabeleid vorm te geven en het Limburgs mediaveld in stelling te brengen. Tentatief wordt nu ingezet op een budget van € 1 mln. dat voor 40% kan worden gedekt uit de bestaande post voor de Regionale Omroep (het indexeringsbudget dat na centralisatie per 1-1-2014 onbenut blijft). Aanvullend is nog een post van € 0,6 mln. noodzakelijk om inhoud te geven aan de in deze notitie voorgenomen mediaplannen. De herbestemming en de aanvullende post zijn in de Programmabegroting 2014 in twee termijnen opgevoerd (voor 2014 € 500.000,- en voor 2015 € 500.000,-).

Sonderend stuk

1 Onderwerp
Strategisch kader mediabeleid.

2 Inleiding/aanleiding inclusief beoogd resultaat
Om te weten wat er lokaal speelt of om zelf in actie te komen is het van belang dat mensen goed geïnformeerd zijn over hun eigen woonomgeving. De media spelen daarin een belangrijke rol. Kranten, radio, televisie en internet zitten in de haarvaten van de samenleving en functioneren vaak als luis in de pels van het openbaar bestuur. Echter, door het goedkope en toegankelijke internet zien de traditionele regionale media dat zij in toenemende mate terrein verliezen ten gunste van nieuwe online aanbieders van nieuws en informatie. Hiermee verandert ook de kwaliteit van de journalistiek en ontstaan meer en meer witte plekken in de lokale (politieke) berichtgeving. Daarnaast is er fragmentatie van het medialandschap. De drie kerntechnologieën (druk, ether en online) hebben ieder hun eigen domein en organisatievorm. Om een beeld te krijgen van deze ontwikkelingen kan de provincie Limburg samen met landelijke en partijen die actief zijn in Limburg bekijken wat nodig en mogelijk is om de nieuwsvoorziening op een kwalitatief goed niveau te behouden voor de regio. Deze notitie beschrijft het kader van waaruit de Provincie een proces op gang wil brengen om de samenwerking tussen regionale media (krant, omroep, internet) te stimuleren en hierbij ruimte voor innovatie te bevorderen in plaats van dat genoemde partijen elkaar verder beconcurreren.

3. Bevoegdheid
Autonoom beleid in het kader van het onderdeel media binnen het domein cultuurbeleid. Budgetrecht Provinciale Staten.

4 Voorstel aan Provinciale Staten
De reden voor dit strategisch kader ligt in het belang voor Limburg voor een open, vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Basisvoorwaarde hierbij is een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Een goed geïnformeerde maatschappij is immers een voorwaarde voor een goed functionerende democratie. De overheid zou hierin een belangrijke rol kunnen vervullen en dit verdient een nader uitgewerkt kader voor de toekomst van het mediabeleid.

1. Culturele identiteit

Een goed functionerende regionale informatie(infra)structuur draagt in hoge mate bij aan de sociaal-culturele identiteit van de Limburgse regio. Burgers maken in toenemende mate gebruik van digitale (social) media en veranderen van gebruiker van informatie naar deelnemer aan de (digitale) informatieprocessen. Daarnaast oriënteren met name de perifere provincies zich momenteel op het regionale mediadossier ter versterking van de regionale culturele identiteit, ingegeven door de recentralisatie van de Regionale Omroep naar het rijk en wordt gezocht naar een goede verankering van de media in de regio.

2. Kwaliteit journalistiek en borgen 'waakhondfunctie'
Zoals hierboven reeds geschetst is het van belang dat de Limburgse burgers adequaat geïnformeerd zijn over hun woonomgeving, dat stimuleert betrokkenheid en actief burgerschap. Daarnaast acht de politiek het van groot belang dat de 'waakhondfunctie' die de media vervult gewaarborgd blijft voor een goed functionerende democratische regio. Het betreft hier de maatschappelijke waarde van de journalistiek die gewaarborgd dient te worden.

3. Vestigingsklimaat
Het coalitieakkoord 2012-2015 stelt een goed vestigingsklimaat centraal waarin *"de kwaliteit van wonen en leven, het menselijk kapitaal, een sterk en duurzaam economisch profiel en goede verbindingen (zowel fysiek, digitaal als bestuurlijk) onze kernambities vormen."* Bij deze ambitie is een vitaal Limburgs mediaklimaat van cruciaal belang. Immers vitale media en een goede informatieontsluiting vormen een onlosmakelijk deel van een goed economisch vestigingsklimaat.

4. Kenniseconomie
De provincie Limburg zet sterk in op de Kennis-As als groeimotor voor de regio. Samen met het bedrijfsleven en de kennisinstellingen wordt door de overheden ingezet op het ontwikkelen van kennis en het scheppen van voorwaarden voor een florerende economie. Het is belangrijk om te verbinden met de Limburgse kennisinstellingen die verschraling van het journalistieke aanbod kunnen tegengaan en noodzakelijke innovatie kunnen bieden in de nadere ontwikkeling van nieuwe mediavormen. Daarnaast ligt er ook en belangrijke link met de creatieve industrie.

Kunt u zich vinden in de legitimatie voor een actieve rol van de provincie Limburg?

De toekomst van de (regionale) media is nergens in het land al uitgekristalliseerd. Daarom zet de provincie Limburg in op verkenning van een samenwerkingsexperiment in de vorm van een regionaal mediaplatform. Voorstelbaar is dat de verkenning kan leiden tot de behoefte aan een fysieke mediaomgeving met doorlopende leerlijnen, shared facilities en een shared back office. Wat is wenselijk, haalbaar, doelmatig, betaalbaar, regelbaar? Waaraan heeft het publiek vooral behoefte? Welke krachten zijn leidend in dit proces? Wat er op dit moment onder de term "mediabeleid" valt is nog niet vastomlijnd, het gaat er in deze nota om dat er wordt ingezet op een brede verkenning van innovatieve concepten. In de concretisering van het strategisch kader zal de rol van de provincie verder worden verkend. Hiertoe is bundeling van kennis en verbinding van partijen noodzakelijk, evenals externe expertise.

Kunt u zich vinden in de oriëntatie op een brede verkenning van innovatieve concepten?

Het is goed voor Limburg als er een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur bestaat waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Immers, dit schept de voorwaarden voor een open vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Vanuit deze hoofddoelstelling worden *mogelijke* antwoorden geformuleerd op de vraag: wat zijn mogelijke scenario's om iets te doen en wat zijn daarvan de resultaten?

- Strategisch kader provincie Limburg
- Verkenning grensoverschrijdende samenwerking

- Stimuleren journalistieke sector
- Stimuleren betrokkenheid Creatieve Industrie bij de mediaontwikkelingen
- Oprichten mediafonds
- Verkenning regionaal mediaplatform

Kunt u zich vinden in de mogelijke scenario's voor een actieve rol van de Provincie?
(zie kadernota voor nadere toelichting op de zes mogelijke antwoorden).

5. Toelichting / kernargumenten/onderbouwing

De commissie Brinkman heeft in een rapport van 2009 reeds verwezen naar de noodzaak tot structurele hervorming van het regionale medialandschap, in reactie op fundamentele maatschappelijke en economische veranderingen. Daarbij heeft zij het fenomeen regionaal media centrum geïntroduceerd waarin verschillende partijen samenwerking binnen het thema van informatievoorziening/nieuws. Zo'n mediacentrum zou een serieuze oplossing kunnen bieden voor de gesignaleerde problemen. Een mogelijk antwoord dus op het behoud van een vitaal regionaal medialandschap door samen te werken, het delen van materiaal en faciliteiten en het -deels of geheel- integreren van organisaties met als doel behoud van de journalistieke kwaliteit en versterking van de regionale openbaarheid. Voor zowel media als consumenten is daarom de inrichting van regionale mediacentra een aantrekkelijk perspectief. Hoewel de veranderrichting vaststaat, is de concrete vormgeving van dit proces allerminst duidelijk. Wel is het belangrijk om als provincie slim te anticiperen op de veranderingen in het medialandschap waardoor de provincie nu reeds een antwoord formuleert op een te voorspellen toekomstscenario waarin traditionele regionale media een beroep doen op openbare besturen.

6. Afweging van alternatieven en motivering gemaakte keuze

De huidige ontwikkelingen binnen het regionaal medialandschap kunnen een een actieve rol van de regionale overheid legitimeren om tot noodzakelijke hervormingen te komen teneinde een vitaal Limburgs medialandschap te waarborgen voor de toekomst. Een regionaal mediaplatform kan daarbij eventueel een serieuze oplossing bieden voor de gesignaleerde problemen.
Het stimuleren van samenwerking tussen publiek en private partijen, het delen van materiaal en faciliteiten en het -deels of geheel- integreren van organisaties met als doel behoud van de journalistieke kwaliteit en versterking van de regionale openbaarheid zijn daarbij leidende principes. Hoewel de veranderrichting vaststaat, is de concrete vormgeving van dit proces allerminst duidelijk. Vanuit deze ontwikkelingen wenst de provincie Limburg een proces in gang te zetten waarbinnen de haalbaarheid van een toekomstig regionaal mediaplatform voor Limburg worden onderzocht. Een alternatief is dat de Provincie geen actieve rol kiest en het aan de markt over laat. Een andere optie is dat de Provincie krachtig stuurt, bijvoorbeeld aan de hand van een (master)plan op de uitkomst van een wenselijke regionale mediasamenwerking.

7. Relatie met Programmabegroting – financiële aspecten

Bij de vaststelling van de Voorjaarsnota in juni 2013 is reeds aangekondigd dat incidentele middelen noodzakelijk zijn om het mediabeleid vorm te geven en het Limburgs mediaveld in stelling te brengen. Tentatief wordt nu ingezet op een budget van € 1 mln. dat voor 40% kan worden gedekt uit de bestaande post voor de Regionale Omroep (het indexeringsbudget dat na centralisatie per 1-1-2014 onbenut blijft).

Aanvullend is nog een post van € 0,6 mln. noodzakelijk om inhoud te geven aan de in deze notitie voorgenomen mediaplannen. De herbestemming en de aanvullende post zijn in de Programmabegroting 2014 in twee termijnen opgevoerd (voor 2014 € 500.000,- en voor 2015 € 500.000,-).

8. Juridische aspecten – deregulering

n.v.t.

9. Verbindingslijnen en andere visies

De ontwikkelingen binnen het mediadossier zullen in samenhang worden bezien met een aantal overlappende dossiers. Met name binnen de Creatieve Industrie bijvoorbeeld zijn tal van activiteiten op het gebied van film (ook animatie en video), fotografie, (serious) gaming en datavisualisatie aan de orde die een rol kunnen spelen bij de vorming van een regionaal mediaplatform. Ook ligt er mogelijk een relatie met de toekomst van de bibliotheken. In opdracht van de provincie is gevraagd om een visie te ontwikkelen voor bibliotheek Limburg 3.0. In het rapport over deze visie van april 2013 wordt opgemerkt dat het in de toekomst niet moet gaan om gebruikers van de bibliotheek maar om leden, om betrokken burgers, die samen de bibliotheek zijn. De functie van de regionale omroep zou zich kunnen ontwikkelen naar een informatie- en communicatieplatform waarin de verankering in de Limburgse samenleving een grote rol speelt. Ook voor de regionale krant hoort eenzelfde ontwikkeling tot de mogelijkheden. Tenslotte ligt er nog een belangrijke verbinding met de Limburgse kennisinstellingen die verschraling van het journalistieke aanbod kunnen tegengaan en noodzakelijke innovatie kunnen bieden in de nadere ontwikkeling van nieuwe mediavormen. In dit kader wordt aangesloten bij de ontwikkelingen in de Limburgse kennisas.

10. Verdere planning, procedure en uitvoering

6 december 2013: Statencommissie CWL sonderende bespreking van het strategisch kader mediabeleid;
24 januari 2014: Statencommissie CWL bespreking definitief strategisch kader mediabeleid;
7 februari 2014: Agendering Provinciale Staten.

11. Periodieke informatie

Gedeputeerde Staten zullen de Statencommissie Cultuur, Welzijn en Leefbaarheid informeren ten aanzien van de voortgang van het verdere traject op het gebied van de regionale media en de vervolgstappen.

12. Evaluatie

n.v.t.

13. Communicatie

Zie 10 en 11.

14. Bijlagen ter inzage en/of meegezonden

Strategisch kader mediabeleid.

Strategisch kader Limburgs medialandschap in beweging

1. Inleiding/waarom een strategisch kader?

De reden voor dit strategisch kader ligt in het belang voor Limburg voor een open, vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd. Basisvoorwaarde hierbij is een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Een goed geïnformeerde maatschappij is immers een voorwaarde voor een goed functionerende democratie. De overheid zou hierin een belangrijke rol kunnen vervullen. In de volgende paragraaf wordt toegelicht welke bewegingen er gaande zijn in het medialandschap die de aanleiding vormen voor een strategisch kader.

Aanleiding

Om te weten wat er lokaal speelt of om zelf in actie te komen is het van belang dat mensen goed geïnformeerd zijn over hun eigen woonomgeving. De media spelen daarin een belangrijke rol. Kranten, radio, televisie en internet zitten in de haarvaten van de samenleving en functioneren vaak als luis in de pels van het openbaar bestuur. Echter, door het goedkope en toegankelijke internet zien de traditionele regionale media dat zij in toenemende mate terrein verliezen ten gunste van nieuwe online aanbieders van nieuws en informatie. Hiermee verandert ook de kwaliteit van de journalistiek en ontstaan meer en meer witte plekken in de lokale (politieke) berichtgeving. Daarnaast is er fragmentatie van het medialandschap. De drie kerntechnologieën (druk, ether en online) hebben ieder hun eigen domein en organisatievorm. Om een beeld te krijgen van deze ontwikkelingen kan de provincie Limburg samen met landelijke en partijen die actief zijn in Limburg bekijken wat nodig en mogelijk is om de nieuwsvoorziening op een kwalitatief goed niveau te behouden voor de regio. Deze notitie beschrijft het kader van waaruit de Provincie een proces op gang wil brengen om de samenwerking tussen regionale media (krant, omroep, internet) te stimuleren en hierbij ruimte voor innovatie te bevorderen in plaats van dat genoemde partijen elkaar verder beconcurreren.

Van oudsher zijn het Rijk en de markt met name de bepalende speler op het gebied van media. De Mediawet regelt dat tot 2014 de Provincie verantwoordelijk is voor de aansturing en financiering van een regionale omroep. Het Rijk wil deze taak vanaf 2014 weer op rijksniveau te leggen. De Provincie Limburg heeft bezwaren tegen dit plan en Provinciale Staten hebben zich in een motie (Toekomst Regionale Omroep/L1 ID 233 d.d.2 maart 2012) statenbreed uitgesproken voor behoud van de redactionele en bestuurlijke zelfstandigheid van L1. Hoewel de recentralisatie van de regionale publieke omroep naar het Rijk onafwendbaar lijkt, kan de bundeling van krachten van de regionale publiek/private media een antwoord zijn op de intentie van de motie. Het doel van innovatieve samenwerking tussen diverse media kan ernstig worden geschaad bij een fragmentarische aanpak. Daar komt bij dat ook op gemeentelijk niveau de nieuwsvoorziening verschraald en samenwerking wordt opgezocht. Deze notitie beschouwt allereerst diverse ontwikkelingen en geeft daarna antwoord op de vraag: 'hoe kan de vormgeving van het toekomstig medialandschap eruitzien en hoe kan daar invulling aan worden gegeven?' Allereerst echter wordt ingegaan op verschillende argumenten waarom een actieve opstelling van de provincie Limburg binnen het mediadossier legitiem kan zijn.

Legitimatie
Om de vraag voor een actieve (provinciale) overheidsrol in het mediadossier te kunnen beantwoorden beschrijven we de volgende aanknopingspunten:

1. Culturele identiteit
Een goed functionerende regionale informatie(infra)structuur draagt in hoge mate bij aan de sociaal-culturele identiteit van de Limburgse regio. Burgers maken in toenemende mate gebruik van digitale (social) media en veranderen van gebruiker van informatie naar deelnemer aan de (digitale) informatieprocessen. Daarnaast oriënteren met name de perifere provincies zich momenteel op het regionale mediadossier ter versterking van de regionale culturele identiteit, ingegeven door de recentralisatie van de Regionale Omroep naar het rijk en wordt gezocht naar een goede verankering van de media in de regio.

2. Kwaliteit journalistiek en borgen 'waakhondfunctie'
Zoals hierboven reeds geschetst is het van belang dat de Limburgse burgers adequaat geïnformeerd zijn over hun woonomgeving, dat stimuleert betrokkenheid en actief burgerschap. Daarnaast acht de politiek het van groot belang dat de 'waakhondfunctie' die de media vervult gewaarborgd blijft voor een goed functionerende democratische regio. Het betreft hier de maatschappelijke waarde van de journalistiek die gewaarborgd dient te worden.

3. Vestigingsklimaat
Het coalitieakkoord 2012-2015 stelt een goed vestigingsklimaat centraal waarin *"de kwaliteit van wonen en leven, het menselijk kapitaal, een sterk en duurzaam economisch profiel en goede verbindingen (zowel fysiek, digitaal als bestuurlijk) onze kernambities vormen."* Bij deze ambitie is een vitaal Limburgs mediaklimaat van cruciaal belang. Immers vitale media en een goede informatieontsluiting vormen een onlosmakelijk deel van een goed economisch vestigingsklimaat.

4. Kenniseconomie
De provincie Limburg zet sterk in op de Kennis-As als groeimotor voor de regio. Samen met het bedrijfsleven en de kennisinstellingen wordt door de overheden ingezet op het ontwikkelen van kennis en het scheppen van voorwaarden voor een florerende economie. Het is belangrijk om te verbinden met de Limburgse kennisinstellingen die verschraling van het journalistieke aanbod kunnen tegengaan en noodzakelijke innovatie kunnen bieden in de nadere ontwikkeling van nieuwe mediavormen. Daarnaast ligt er ook en belangrijke link met de creatieve industrie.

Bovenstaande ontwikkelingen geven de behoefte aan een goed functionerende regionale informatie (infra)structuur. De provincie oriënteert zich op de vraag of zij daarbij een verbindende rol kan spelen door spelers in Limburg en de Euregio met elkaar in contact te brengen. Daarnaast hecht de provincie aan pluriformiteit, actief burgerschap en een goed werkende democratie. Dit zijn allemaal zaken die gestimuleerd worden door en tot uiting komen via moderne informatiestructuren en waarvoor een vitaal Limburgs medialandschap noodzakelijk is. Het is daarom van belang om een goed onderbouwde, eigen strategische visie te hebben.

achtergrond algemeen: trends in een veranderend medialandschap

Zoals in het begin van deze notitie reeds opgemerkt staat de bestaande media-infrastructuur onder druk door de opkomst van nieuwe digitale media met gratis internet. Om deze ontwikkelingen te analyseren gaan we hieronder in op een viertal fenomenen: media, content, publiek en competenties.

Media en content

Bij media onderscheiden we allereerst de drie eerder genoemde kerntechnologieën (druk, ether en digitale media). Maar ook wordt verschil gemaakt tussen 'oude' en 'nieuwe' media. De 'oude' media zijn schaarse media (per krant, per kanaal) en dienen dus compleet qua onderwerpen te zijn en breed qua doelgroepen om het bereik te bepalen. Met de 'nieuwe' media wordt met name de digitale media bedoeld. Daarbij kent internet geen grenzen omdat het een wereldwijd medium is waarbij zowel de regionale dimensie als de inhoudelijke dimensie verschuiven. De nieuwe media maken het mogelijk dat het aanbod van content (de inhoud van de gefragmenteerd en gericht per onderwerp en doelgroep) en bijna oneindig kan zijn. De kosten daarbij zijn lager vanwege de inzet van het internetmedium en er zijn nauwelijks toetredingsdrempels.

Publiek en competenties

De 'oude' media leveren in als het gaat om aantallen abonnees (het publiek) en reclame-inkomsten. Het internet groeit juist qua gebruik en mogelijkheden om via reclame inkomsten te genereren. Innovatieve ondernemers die gebruik maken van de voordelen van gratis internet duiken meer en meer op in de informatiemarkt. Tevens zijn er content-aanbieders (bedrijven, maatschappelijke organisaties, bibliotheken en archieven, kennisinstellingen, gemeenten en provincies, ..) met een grote informatiestroom die deel uitmaken van het krachtenveld. De voortgaande digitalisering in de mediawereld heeft ook grote gevolgen voor de manier van werken, ICT en mediatechniek groeien steeds meer naar elkaar toe. De kwaliteit van journalistiek vakmanschap uit zich op het gebied van schrijven, techniek en ethiek. Deze competenties groeien echter niet automatisch mee met de digitale ontwikkelingen en vereisen nadere aandacht.

De geschetste ontwikkelingen in het medialandschap en de nieuwe financiële realiteit zetten de wijze waarop klassieke media de maatschappelijke functie uitvoeren onder druk. Het rijk koerst daarbij in dat kader op een compacter publiek mediabestel, enorme besparingen en een verhoging van het dienstenaanbod. De klassieke media zijn op zoek naar nieuwe werkwijzen, innovatie van het kwalitatieve dienstenaanbod en renderende verdienmodellen om de ingrijpende veranderingen de komende jaren het hoofd te kunnen bieden. Hierbij concurreren zij met opkomende innovatieve media-initiatieven.

Samenvattend: wat betekenen deze ontwikkelingen?

- **Het groeiend aantal witte plekken in de regioberichtgeving.** De kernen, streken en steden waar de nieuwsfunctie ontbreekt of sterk is uitgehold. Een gevolg van geldproblemen en daarop volgende bezuinigingen.
- **De afkalving van het regionale mediapubliek.** Kwantitatief, met vooral een toenemend tekort aan jonge en middelbare lezers en kijkers. Het generatieprobleem dus, waar de meeste gevestigde media mee worstelen.
- **Het ontbrekende publieke podium voor burgers en organisaties** die zich steeds nadrukkelijker zelf willen uitspreken, op eigen moment, manier en medium. Nu gaan die online

en passeren bestaande kanalen. We maken daarmee slecht gebruik van ons maatschappelijk kapitaal.

- **De fragmentatie van het medialandschap**, omdat we steeds toevoegen in plaats van herzien. Zo kregen de drie kerntechnologieën (druk, ether en online) ieder hun eigen domein en organisatievorm en heeft ook iedere bestuurslaag (nationaal, provinciaal en lokaal) een afwijkende mediavoorziening. Terwijl segmenteren en specialiseren de kracht van de vorige eeuw was, is dat in de informatiemaatschappij integreren en delen. Op veel plekken moet dat inzicht nog landen[1]

achtergrond algemeen: Den-Haag wil recentralisatie regionale omroepen en bezuinigingen
Zowel in het regeerakkoord van Rutte I als II is afgesproken dat er fors bezuinigd wordt op het mediabudget. Het wetsvoorstel dat de overheveling van het budget (143,5 miljoen) voor de regionale omroepen van het provinciefonds naar de mediabegroting regelt, is in oktober 2013 aangenomen. Als gevolg van het herfstakkoord dat de coalitie heeft gesloten met D66, ChristenUnie en SGP is de structurele bezuiniging op de publieke omroep verlaagd van 100 naar 50 miljoen. Van de verlichting van de bezuiniging komt 42 miljoen terecht bij de landelijke publieke omroepen. Voor de regionale omroepen betekent de verlichting, dat zij 8 miljoen minder hoeven te bezuinigen. Dat was oorspronkelijk 25 miljoen en is nu 17 miljoen. In de komende jaren moet blijken hoe deze bezuiniging geëffectueerd gaat worden. Het is nu nog niet helder hoe dit bijvoorbeeld voor de Limburgse Regionale Omroep uit gaat pakken.

De komende maanden wordt aan een drietal onderzoeken gewerkt in opdracht van het Rijk. Ten eerste de totstandkoming van een model voor integratie van de landelijke en regionale publieke omroep. Daarnaast vindt de komende maanden een toekomstverkenning publieke mediabestel plaats door de Raad voor Cultuur. En als laatste loopt ook nog een onderzoek naar de mogelijkheden voor de publiek omroep om zijn eigen verdiencapaciteit te vergroten. In het voorjaar van 2014 wil de staatssecretaris zijn beleidsagenda, waarbij rekening wordt gehouden met voornoemde onderzoeken, aan de Tweede Kamer sturen.

achtergrond specifiek: de situatie in Limburg
De hierboven beschreven trends zijn ook merkbaar in Limburg. Dit maakt dat de huidige spelers hun toekomst herijken en daarbij ook de toekomstige digitale informatie markt verder verkennen, een markt die ook door nieuwe partijen wordt betreden. L1 en Mediagroep Limburg hebben reeds aangekondigd gezamenlijk op te trekken met betrekking tot de digitale informatievoorziening. Het behoud van een zelfstandige regionale publieke omroep is voor Limburg een belangrijk punt. De publieke omroep toetst zijn aanbod aan vier basiswaarden, te weten kwaliteit, betrouwbaarheid, onafhankelijkheid en pluriformiteit. Verder zijn innovatie, variatie, interactie en toegankelijkheid onmisbare criteria in het programma-aanbod. Tot slot wil de publieke omroep voor iedereen bereikbaar zijn. In een enkel door commercieel aanbod gedreven markt komen deze waarden in het gedrang terwijl ze juist belangrijk zijn voor de ontwikkeling van een intelligente kritische, ontwikkelde en democratische maatschappij.
De waarborgen voor een regionale programmering zijn in de huidige mediawet vastgelegd in de vorm van een ICE-norm die voorschrijft dat minimaal 50% van de programmering van de regionale omroepfunctie dient te bestaan uit informatie, cultuur en educatie gericht op de regio.

---

[1] Jan Bierhoff; regionale mediacentra: wat wel, wat niet? Leidraad voor oprichting mediacentrum (http://www.persinnovatie.nl/13594/nl/regionale-mediacentra-wat-wel-wat-niet)

2. Mogelijke scenario's voor de vraag: wat kunnen we doen?

Zoals gezegd is het goed voor Limburg als er een goed functionerende regionale informatie-(infra) structuur bestaat waarin informatie en communicatie voor iedereen beschikbaar en toegankelijk is. Immers, dit schept de voorwaarden voor een open vitale samenleving waarin een pluriform media-aanbod is gegarandeerd.

Vanuit deze hoofddoelstelling worden ten eerste *mogelijke* antwoorden geformuleerd op de vraag: wat zijn mogelijke scenario's om iets te doen en wat zijn daarvan de resultaten?

- Strategisch kader voor provincie Limburg

Opstellen en uitvoeren van een strategisch kader voor mediabeleid ten behoeve van het behoud van een dynamisch mediabestel in Limburg en het nemen van maatregelen die een verschraling van het regionaal media-aanbod tegengaan:
- streven naar het behoud van een zelfstandige regionale publieke omroep in Limburg
- stimuleren regionale publiek-private samenwerking tussen media
- oriëntatie mogelijkheden van een mediabestel in regionaal verband
- verkennen van consequenties van de omslag naar een digitaal on-demand mediabestel voor Limburg

- Verkenning grensoverschrijdende samenwerking

Uit de kadernota internationalisering van de provincie Limburg blijkt dat de kracht van Limburg ook sterk ligt in haar feitelijke ligging als regio omringd door Duits en Belgisch buitenland. Daarbij koestert de provincie Limburg de ambitie om de internationale dimensie die onderdeel uitmaakt van de identiteit van Limburgers verder te voeden. In het verleden zijn vele pogingen gedaan om de media grensoverschrijdend tot elkaar te brengen maar er is geen structureel grensoverschrijdend medialandschap en landsgrenzen blijken ook bij informatievoorziening een rol te spelen. De oorzaak hiervan ligt in middelen, cultuur, taal, regels, signatuur van de informatie maar ook in een onderschatting van de complexiteit van deze ambitie. Het is dan ook belangrijk om de vruchtbare en minder vruchtbare pogingen van grensoverschrijdende mediaprojecten die de voorbije tientallen jaren zijn ondernomen kritisch in kaart te brengen. De kennis die hieruit voortkomt helpt bij het formuleren van een realistische ambitie voor grensoverschrijdende samenwerking op mediagebied.

- Stimuleren journalistieke sector

Een andere insteek van provinciaal beleid is om de journalistieke sector te stimuleren om zelf aan de slag te gaan en de kwaliteit voor de toekomst te borgen. Er liggen heel veel mogelijkheden. Het op gang brengen van initiatieven is beter dan van bovenaf sturen. Centrale elementen voor provinciale stimulans zouden hierin het maken van nieuws en scholing van (jonge) journalisten kunnen zijn in samenwerking met de kennisinstellingen.

- Stimuleren betrokkenheid Creatieve Industrie bij de mediaontwikkelingen

Met name binnen de Creatieve Industrie zijn bijvoorbeeld activiteiten op het gebied van film (ook animatie en video), fotografie, (serious) gaming en datavisualisatie interessant om te beoordelen of die een rol kunnen spelen bij de vorming van een regionaal mediaplatform.

- Oprichten mediafonds (samenwerking en innovatie)

In veel Provincies zijn plannen voor een provinciaal mediabeleid. Deze plannen richten zich op het bevorderen van innovatie, het samenbrengen van partijen en op journalistieke samenwerking. Met deze kadernota geeft de Provincie Limburg een eerste aanzet naar een regionaal mediabeleid. Een mogelijke oplossing voor de ambities in dit dossier is dat Provincie Limburg zou kunnen inzetten op een mediafonds.

Voorbeeld mediafonds: In Friesland bestaat zo'n onafhankelijk fonds met als doel dat de pluriformiteit van de Friese media wordt gewaarborgd. In de periode van 2012-2014 gaat er 350.000 euro naar dat mediafonds. Volgens het uitvoeringsprogramma 'zet de opkomst van 'gratis' nieuwsverspreiders de positie van de pluriforme Friese media onder druk. Schaalvergroting en bezuinigingen leiden tot verschraling van het aanbod, terwijl goed functionerende media cruciaal zijn voor een goed functionerende overheid. Oprichting van een Fries mediafonds moet jaarlijks tot een aantal diepgaande journalistieke producties leiden die aandacht besteden aan de Friese economische speerpunten, de Friese taal en aan jongeren. Traditionele en nieuwe media kunnen aanspraak maken op het fonds.

- Verkenning regionaal mediaplatform

De commissie Brinkman heeft in een rapport van 2009 reeds verwezen naar de noodzaak tot structurele hervorming van het regionale medialandschap, in reactie op fundamentele maatschappelijke en economische veranderingen. Daarbij heeft zij het fenomeen regionaal media centrum geïntroduceerd waarin verschillende partijen samenwerking binnen het thema van informatievoorziening/nieuws. Zo'n mediacentrum zou een serieuze oplossing kunnen bieden voor de gesignaleerde problemen. Een mogelijk antwoord dus op het behoud van een vitaal regionaal medialandschap door samen te werken, het delen van materiaal en faciliteiten en het -deels of geheel- integreren van organisaties met als doel behoud van de journalistieke kwaliteit en versterking van de regionale openbaarheid. Voor zowel media als consumenten is daarom de inrichting van regionale mediacentra een aantrekkelijk perspectief. Hoewel de veranderrichting vaststaat, is de concrete vormgeving van dit proces allerminst duidelijk. Wel zijn er volgens experts een aantal zaken waaraan een succesvol regionaal mediacentrum moet voldoen.

Vanuit bovengenoemde voornemens wenst de provincie Limburg een proces in gang te zetten waarbinnen de haalbaarheid van een toekomstig regionaal mediaplatform voor Limburg wordt onderzocht. Voorstelbaar is dat de verkenning kan leiden tot de behoefte aan een fysieke mediaomgeving met doorlopende leerlijnen, shared facilities en een shared back office. Onderkend wordt dat deze verkenning een delicaat proces is met vele actoren (bestaande en nieuwe mediaspelers) waarbij de resultaten niet via een 'masterplan', een van tevoren geschetste blauwdruk, kunnen worden bereikt. Het ligt veel meer in de verwachting dat dit gebeurt via een weging van de verschillende initiatieven die binnen medialand worden genomen. Wel kunnen op voorhand reeds een aantal criteria worden gesteld waarlangs deze weging kan plaatsvinden.

Naar **de organisatievorm** kijkend, achten wij daarbij drie zaken van belang:

- **Digital only**. Het is even diep ademhalen, maar de sprong moet gewaagd. Substantiële kostenbesparingen en geheel nieuwe vormen van samenwerking zijn alleen haalbaar in een volledig digitale productieomgeving. Het duurde te lang voordat 'digital' tot het journalistieke vocabulaire ging behoren en het huidige 'digital first' is nog te aarzelend en te zeer een opportunistisch compromis. Echt, aanbreien kan niet meer.
- **Regionaal**. De haalkansen zijn sterk verbonden met de keuze voor een adequate schaalgrootte. Niet de provincie, niet de gemeente, maar de sociaaleconomisch en cultureel samenhangende regio biedt voldoende cohesie om blijvend een vitale communicatievoorziening te schragen. Voor Limburg kan dit inhouden dat per subregio's activiteiten worden geïnitieerd. Ook de service kan bovenregionaal geregeld, maar inhoudelijk / programmatisch moeten mensen –en dan van jong tot oud- betrokkenheid hebben tot, economische binding met 'hun' gebied, anders gaat het niet lukken.
- **Public/private**. Hoewel internet in essentie een private en globale infrastructuur is, blijft er een belangrijke rol voor publieke overheden. Alleen anders dan in de historisch gegroeide rolverdeling waarin (even een paar grote stappen) de pers met rust wordt gelaten en de omroep omklemd. De deling van verantwoordelijkheden ligt bij mediacentra op een andere dimensie: overheden die zich inzetten voor de dragende infrastructuur en randvoorwaarden, en private partijen, media voorop, die eerstverantwoordelijk zijn voor inhoud, voor de content.[2]

Op de vraag welk informatiepakket een regionaal mediaplatform moet bieden in vergelijking tot de bestaande media bestaan ook volop kansen, zeker als wordt gekozen voor een slimme architectuur. Hieronder volgen drie essentiële zaken, die direct relateren aan **de kwaliteit van berichtgeving**.

- **Open huis.** Met het oog op een laagdrempelige infrastructuur, een soort nutsvoorziening, zal er toegankelijkheid moeten zijn voor iedereen in de betreffende regio. Bovendien dienen dan al die content-leveranciers helder te zijn over afkomst en mogelijk belang. Toegang en transparantie zijn randvoorwaarden die, mits goed geregeld, uitnodigen tot participatie. Er is ook plek voor alle bestaande initiatieven: dagbladen, nichetijdschriften, regionale omroep, lokale omroepen, online publishers.
- **Divers**. Pluriformiteit is en blijft een ijkpunt. Uiteindelijk gaat het niet om media, zelfs niet om de journalistiek, maar om de rijkheid van het maatschappelijk informatieverkeer. Zo ontstaan er schakelpunten van informatietransport en opinie, als bron van inzicht en als collectief geheugen van een bepaalde regio. Meer dan ooit willen individuele burgers en allerlei

[2] Jan Bierhoff ; regionale mediacentra: wat wel, wat niet? Leidraad voor oprichting mediacentrum (http://www.persinnovatie.nl/13594/nl/regionale-mediacentra-wat-wel-wat-niet)

organisaties hier aan bijdragen. Paradoxaal genoeg krijgen we zo met minder media meer diversiteit. En dat telt.

- **Professioneel**. Wat blijft, is de noodzaak om deze veelheid aan verhalen, meningen en berichten in goede banen te leiden en om te vormen tot een voor de gebruiker navigeerbare informatieomgeving. Dat vereist vakmanschap, alleen anders dan gebruikelijk. De journalistiek behoort traditioneel tot de transportsector, nieuws van A naar B brengen. Nu komt een andere competentie naar voren, het kundig managen van informatie. Niet uitsluitend, want analyse, onderzoek en kritisch volgen worden geenszins overbodig, maar wel als basis.[3]

3 Specifieke randvoorwaarden/ Hoe zouden we het kunnen doen?

Mogelijke rol provincie - Verbindende partner in een vitaal Limburgs medialandschap

In de inleidende paragraaf van deze notitie hebben we reeds aan de hand van vier argumenten de mogelijke legitimatie voor een actieve houding in het media-dossier geduid. De Provincie kan, naar gelang de situatie verlangt, verschillende rollen aannemen. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen de rol die de Provincie heeft op het reguliere publieke domein- die voor de hand ligt- maar ook de invloed die de provincie zou kunnen uitoefenen in het private domein. In het private veld is die rol van de Provincie delicater en moet de Provincie zich bewust zijn van de dunne lijn tussen betrokkenheid en inmenging. Vooral op het gebied van pers en journalistiek staan de verhoudingen in het publieke debat op scherp en wordt al snel de schijn van "ongewenste overheidsbemoeienis" gewekt. Van belang hierbij is dat de Provincie verbindt en investeert in goede relaties met de Limburgse stakeholders in het medialandschap. Bij deze rollen staat buiten kijf dat de journalistieke onafhankelijkheid volgens de mediawet wordt gehanteerd en dat de provincie inhoudelijk op geen enkele wijze bemoeienis heeft in het media-aanbod (content).

De toekomst van de (regionale) media is nergens in het land al uitgekristalliseerd. Daarom zet de provincie Limburg in op verkenning van een samenwerkingsexperiment in de vorm van een regionaal mediaplatform. Wat is wenselijk, haalbaar, doelmatig, betaalbaar, regelbaar? Waaraan heeft het publiek vooral behoefte? Welke krachten zijn leidend in dit proces? Wat er op dit moment onder de term "mediabeleid" valt is nog niet vastomlijnd, het gaat er in deze nota om dat er wordt ingezet op een brede verkenning van innovatieve concepten. In de concretisering van het strategisch kader zal de rol van de provincie verder worden verkend. Hiertoe is bundeling van kennis en verbinding van partijen noodzakelijk, evenals externe expertise.

De provincie in relatie tot het private domein en mogelijke toekomstscenario's

---

[3] Jan Bierhoff ; regionale mediacentra: wat wel, wat niet? Leidraad voor oprichting mediacentrum (http://www.persinnovatie.nl/13594/nl/regionale-mediacentra-wat-wel-wat-niet)

Er hebben oriënterende gesprekken plaatsgevonden tussen de provincie en de belangrijke Limburgse media-actoren zoals Stichting Omroep Limburg en L1, MGL, een brede vertegenwoordiging van het Limburgse mediaveld (mediadebatten d.d. 18 maart 2013 en 25 oktober 2013) en mediadeskundigen (o.a. Jan Bierhoff). Uit deze gesprekken ontstaat voor het provinciaal bestuur een beter beeld in de mogelijkheden om de publiek private samenwerking toekomstbestendig vorm te geven.

Duidelijk wordt dat media-initiatieven die zich richten op cultureel- en sociaaleconomisch samenhangende regio's kansrijk zijn. Die regio's zijn groter dan gemeenten en kleiner dan provincies. Brabant werkt bijvoorbeeld met vier subregio's. Limburg zou wellicht ook in subregio's opgedeeld kunnen worden, een verkenning die in relatie dient te staan met de ontwikkelingen rond de lokale omroepen. Daarnaast zou ruimte gemaakt kunnen worden voor onderzoek naar hoe enerzijds 1) traditionele en nieuwe media kunnen samenwerken en anderzijds hoe 2) organisatie-gebonden en onafhankelijke media kunnen samenwerken. En zoals reeds eerder gemeld kan een mediafonds meehelpen om nieuwe technieken en samenwerking van de grond te krijgen. Al deze toekomstscenario's kunnen met private partijen worden besproken en het is belangrijk voor de Provincie om te investeren in goede contacten en steeds te bewaken op welke manier de Provincie zich beweegt in dit private domein en partijen aan elkaar te verbinden. De provincie is partner voor zowel de publieke als de private partners en het is niet ondenkbaar dat de toekomst zal vragen om te participeren in een op te richten Regionaal Mediaplatform als entiteit. De verkenning zal dat verder moeten uitwijzen. Daarnaast is experimenteerruimte noodzakelijk aangezien de huidige Mediawet belemmerend kan werken om innovatieve samenwerkingsconcepten te ontwikkelen. De huidige PPS-constructie in de aansturing van L1 bijvoorbeeld is uniek in Nederland en biedt kansen.

Relatie met andere aandachtsgebieden

De ontwikkelingen binnen het mediadossier zullen in samenhang worden bezien met een aantal overlappende dossiers. Bij de doelformulering werd reeds de link gelegd met de Creatieve Industrie mediaplatform. Ook ligt er mogelijk een relatie met de toekomst van de bibliotheken. In opdracht van de provincie is gevraagd om een visie te ontwikkelen voor bibliotheek Limburg 3.0. In het rapport over deze visie van april 2013[4] wordt opgemerkt dat het in de toekomst niet moet gaan om gebruikers van de bibliotheek maar om leden, om betrokken burgers, die samen de bibliotheek zijn. De functie van de regionale omroep zou zich kunnen ontwikkelen naar een informatie- en communicatieplatform waarin de verankering in de Limburgse samenleving een grote rol speelt. Ook voor de regionale krant hoort eenzelfde ontwikkeling tot de mogelijkheden. Tenslotte ligt er nog een belangrijke verbinding met de Limburgse kennisinstellingen die verschraling van het journalistieke aanbod kunnen tegengaan en noodzakelijke innovatie kunnen bieden in de nadere ontwikkeling van nieuwe mediavormen.

Een sterke lobby richting Den Haag

Om de hierboven vermelde experimenteerruimte te verkrijgen zal Limburg richting Den Haag actief lobbyen. Het 'Stimuleringsfonds voor de Pers' heeft aangekondigd om in aanvulling op de drie lopende pilots, in 2014 een mediacentrum te lanceren waarin al de leermomenten kunnen worden toegepast en succesfactoren zijn geoptimaliseerd. Dat biedt voor Limburg mogelijkerwijs een kans om als regio deze 'proeftuin' te faciliteren. Op financieel vlak is de dreiging van bezuinigingen op de regionale omroepen weliswaar gedaald van € 25 naar € 17 mln maar allerminst geweken. Voorkomen moet worden dat bij de

---

[4] Bibliotheken Limburg 3.0, verkenning toekomstmodel bibliotheekvoorzieningen in Limburg, april 2013

efficiencykorting van 17 miljoen L1 onevenredig moet bijdragen ten opzichte van andere omroepen. Hierbij wordt waar mogelijk samenwerking gezocht met andere provincies.

Beschikbare middelen

Bij de vaststelling van de Voorjaarsnota in juni 2013 is reeds aangekondigd dat incidentele middelen noodzakelijk zijn om het mediabeleid vorm te geven en het Limburgs mediaveld in stelling te brengen. Tentatief wordt nu ingezet op een budget van € 1 mln. dat voor 40% kan worden gedekt uit de bestaande post voor de Regionale Omroep (het indexeringsbudget dat na centralisatie per 1-1-2014 onbenut blijft). Aanvullend is nog een post van € 0,6 mln. noodzakelijk om inhoud te geven aan de in deze notitie voorgenomen mediaplannen. De herbestemming en de aanvullende post zijn in de Programmabegroting 2014 in twee termijnen opgevoerd (2014 € 500.000,- en 2015 € 500.000,-).