

# Kranten in Krachtbundeling

Over de impact van samenwerking  
op de lokale krant haar, inhoud en functie

J.B. Siemes, S4028198

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

*pre-master Journalistiek en Nieuwe Media (2024)*

*VI Quasi-Schakelscriptie*

11 Juni 2024



# Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Theoretisch kader .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Lokale journalistiek .....</b>	<b>5</b>
2.1.1 Functies van lokale journalistiek .....	5
2.1.2 Problemen rondom lokale journalistiek.....	7
2.1.3 Gevolgen van problemen lokale journalistiek .....	8
<b>2.2 Vormgeving voor samenwerking van de lokale krant: .....</b>	<b>9</b>
2.2.1 Het co-op model.....	9
2.2.2 Aannemers model.....	10
2.2.3 NGO-model.....	10
<b>2.3 Financiële impact van een samenwerking op de lokale krant.....</b>	<b>10</b>
<b>2.4 Impact van een samenwerking op de samenstelling van de lokale krant .....</b>	<b>11</b>
<b>2.5 Andere oplossingen voor problemen lokale krant.....</b>	<b>12</b>
2.5.1 Geëngageerde journalistiek.....	12
2.5.2 Hyperlokale journalistiek.....	13
<b>2.6 Samenvatting Theoretisch Kader .....</b>	<b>14</b>
<b>3. Methode .....</b>	<b>14</b>
<b>3.1 Onderzoeksobject.....</b>	<b>15</b>
3.1.1 Het Zenderstreeknieuws .....	15
3.1.2 Het Kontakt .....	15
<b>3.2 Semigestructureerde diepte-interviews .....</b>	<b>16</b>
<b>3.3 Interviewkandidaten.....</b>	<b>16</b>
3.3.1 Kandidatenselectie .....	17
3.3.2 Verantwoording Kandidatenselectie.....	17
<b>3.4 Topiclijst.....</b>	<b>18</b>
<b>3.5 Analyse .....</b>	<b>18</b>
3.5.1 Codeboek .....	18
<b>4. Resultaten .....</b>	<b>19</b>
<b>4.1 Resultaten semigestructureerde interviews .....</b>	<b>19</b>
4.1.1 Belang lokale journalistiek .....	19
4.1.2 Functies lokale journalistiek .....	20
4.1.3 Redactie.....	23
4.1.4 Samenwerking .....	26
<b>5. Conclusie.....</b>	<b>28</b>

5.1 Samenvatting van belangrijkste bevindingen.....	28
5.2 Samenwerking tussen lokale kranten.....	28
5.3 Veranderingen in de redactionele strategie.....	29
5.4 Impact op de functie van de krant.....	29
5.5 Economische en operationele implicaties.....	29
5.6 Conclusie.....	29
Bronnen.....	30
6. Bibliografie .....	31
Bijlage 6.1: Codeboek kwalitatieve inhoudsanalyse .....	31
Bijlage 6.2: Topiclijst .....	32
Bijlage 6.3: Transcripties interviews .....	34
6.3.1 Transcript Interview, Maarten Koop (Eindredacteur Leids Nieuwsblad).....	34
6.3.2 Transcript Interview, Hans Schuurman (Journalist Leids Nieuwsblad).....	47
6.3.3 Transcript Interview, Rick den Besten (Hoofdredacteur Het Kontakt) .....	60
6.3.4 Transcript Interview, Loes van Straten (redacteur Het Zenderstreeknieuws).....	67
6.3.5 Transcript Interview, Linda de Kort (redacteur Het Zenderstreeknieuws) .....	74

# 1. Inleiding

Op woensdagmiddag valt er een krant op de mat hier in de gemeente IJsselstein, al jaren is dit de standaard voor de lokale gemeenschap. Maar hoe vanzelfsprekend is dit bedrukte papier eigenlijk? Door de opkomst van het internet staan kleine lokale partijen onder enorme druk om concurrerend te blijven en hun producties rendabel te houden. Voor veel Nederlanders zijn lokale kranten niet het eerste waar aan gedacht wordt bij nieuws of journalistiek, maar deze 'suffertjes' bereiken wel 71,7 procent van de Nederlandse bevolking (Nationaal Media Onderzoek, 2023). Deze 10,8 miljoen oplages bevatten belangrijk lokaal nieuws, brengen burgers samen en bieden publiciteitsmogelijkheden voor lokale ondernemingen. De spreekbuizen van lokale gemeenschappen hebben de afgelopen twintig jaar ingrijpende veranderingen ondergaan. Nieuwe strategieën worden bedacht om de lokale huis-aan-huis krant rendabel te houden en soms zelfs faillissement te voorkomen.

Dit gebeurde ook in IJsselstein, waar het 'Zenderstreeknieuws' haar redactie zelfstandig leidde tot 2021. De overname door de grotere 'Het Kontakt Mediapartners' bracht mogelijkheden om de operationele efficiëntie te vergroten en te profiteren van economische schaalvoordelen. Deze samensmelting van 13 huis-aan-huis titels tot 'Het Kontakt' met lokale edities in de provincie Utrecht, roept belangrijke vragen op over de impact op regionale huis-aan-huis-kranten. De grootste zorg is of deze samenwerking naast voordelen zoals verbeterde financiële stabiliteit en toegang tot meer middelen. Ook mogelijke negatieve gevolgen heeft voor de redactionele onafhankelijkheid, diversiteit van nieuwsberichtgeving en betrokkenheid van lokale gemeenschappen.

Dit onderzoek richt zich op het verkennen van de implicaties van overnames en fusies van kleine regionale kranten. Met bijzondere aandacht voor de samensmelting van het 'Zenderstreeknieuws' met 'Het Kontakt'. Door middel van diepgaande interviews over de ontwikkelingen in de redactionele samenstelling, berichtgeving en betrokkenheid van lezers. Met als streven om inzicht te krijgen in de veranderende dynamiek van regionale journalistiek en de consequenties daarvan voor lokale gemeenschappen. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

**"Wat zijn de implicaties van een samenwerking van kleine regionale kranten, zoals het 'Zenderstreeknieuws', binnen een grotere entiteit zoals 'Het Kontakt', voor de functie van de lokale krant?"**

## **2. Theoretisch kader**

In de maatschappij vervullen journalisten een belangrijke rol met het brengen van het nieuws. De Trias Politica, ook wel de scheiding der machten van de Franse filosoof Montesquieu, wordt door Deuze (2015) aangevuld met een vierde macht in de samenleving: de journalistiek. Dit is vanwege de rol van journalistiek als informateur en controlerende macht over het politieke veld. In dit onderzoek zal verder worden gezocht naar de functie van lokale journalistiek en de impact van samenwerking daarop. Het theoretische kader wordt eerst uiteengezet met onderzoek naar lokale journalistiek door Costera Meijer (2020), Nielsen (2015) en Koetsenruijter & de Jong (2023), waarbij dit in verhouding wordt gebracht tot de huidige problemen voor lokale journalistiek. Vervolgens wordt gekeken naar verschillende oplossingen en vormen van samenwerking door Jenkins & Graves (2024), met de grootste focus op samenwerkingen en fusies.

### **2.1 Lokale journalistiek**

Het informeren van burgers op een regionale schaal over gebeurtenissen en ontwikkelingen in hun directe omgeving, is de rol die lokale journalistiek heeft. Het richt zich op nieuws en verhalen die specifiek relevant zijn voor de gemeenschappen waarin de lezers wonen en werken. Deze vorm van journalistiek houdt zich bezig met gemeentepolitiek, lokale evenementen, criminaliteit, onderwijs, en andere onderwerpen die direct invloed hebben op de dagelijkse levens van de inwoners.

Een belangrijke vorm van lokale journalistiek voor dit onderzoek zijn huis-aan-huis kranten. Deze wekelijkse kranten worden verspreid met gratis oplages, bijna iedere plaats is gedekt door een of meerdere van dit soort kranten. Het verschil met reguliere kranten is de afwezigheid van een benodigd abonnement of kosten per krant, het wordt compleet gefinancierd door advertenties. Meestal zijn deze kranten hierdoor kort en bestaan uit veel reclame, ook is de journalistieke inhoud beperkter vergeleken met de ‘reguliere’ kranten op abonnementsbasis.

#### **2.1.1 Functies van lokale journalistiek**

In de afgelopen tien jaar zijn er aan de lopende band negatieve rapporten verschenen over de zware periode waarin lokale kranten verkeren, met faillissementen van drukkerijen, personeelsinkrimpingen en de dominantie van het internet als belangrijkste onderwerpen. De conclusie dat het niet goed gaat met de journalistiek, en specifiek de lokale journalistiek, is snel getrokken. Terwijl de democratie zoals wij die kennen niet kan functioneren zonder journalisten die de gekozen politici op alle politieke niveaus: nationaal, regionaal en lokaal

controleren (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019). Er moet een andere wind gaan draaien in het media land om te zorgen dat de belangrijke rol die lokale kranten spelen te behouden.

Het bekendmaken van regionieuws aan de bevolking en het bijdragen aan de gelaagdheid van identiteiten binnen gevestigde regio's (Van Gorp & Terlouw, 2017) is van groot belang voor een goed functionerende samenleving. Vanuit sociaal en cultureel perspectief geven de nieuwsmedia vorm aan ons gevoel van behoren tot een bepaalde geografische plaats en helpen ze ons te navigeren door de gemeenschap en haar sociale netwerken om ons te oriënteren op elkaar (Nielsen, 2015). Naast het ter verantwoording roepen van de lokale overheid als waakhond, heeft onderzoek ook aangetoond dat burgers verwachten dat de lokale media: informeren, onderwijzen, meningen en stemmen van de burgers vertegenwoordigen, en campagne voeren over zaken van openbaar belang (Firmstone & Coleman, 2015). Onderzoek naar de functies van lokale kranten, zoals informatieverstrekking, gemeenschapsvorming en controle van de gemeentelijke politiek, benadrukt hun belang voor een goed functionerende democratie. Costera Meijer (2020) heeft vanuit het perspectief van lezers vijf belangrijke aspecten van lokale journalistiek vastgesteld die bijdragen aan deze functies.

1. **Wederkerigheid en publieksresponsiviteit als kernpraktijken:** Lokale journalistiek legt de nadruk op publieke verbinding, wat respectvolle en constructieve berichtgeving bevordert.
2. **Leren over het gebied:** Het vertellen van verhalen vanuit de gemeenschap en het kiezen van een realistische maar constructieve en soms humoristische benadering helpt lezers de complexiteit van hun omgeving te begrijpen en waarderen.
3. **Verhalen van binnenuit: de gemeenschap bij elkaar houden en verschillen erkennen:** Het creëren van een gemeenschappelijk referentiekader en het bevorderen van een gevoel van plaats en saamhorigheid onder de bewoners zijn essentieel voor de cohesie binnen de gemeenschap.
4. **Lokale oriëntatie vergemakkelijken: belangrijk, vindbaar en verbonden nieuws:** De professionele waarde van publieksgerichtheid benadrukken, wat de groeiende assertiviteit van het publiek weerspiegelt en het belang van betrokkenheid bij de gemeenschap voor succesvolle journalistieke bedrijfsmodellen onderstreept.
5. **De complexiteit eren: een gelaagde en 'realistische' weergave van de regio bieden:** Lezers geven aan dat er behoefte is aan een bredere en diepgaandere berichtgeving over onderwerpen zoals natuur, milieu en geschiedenis.

Deze aspecten tonen aan dat lokale journalistiek niet alleen informatief is. Maar ook een cruciale rol speelt in het versterken van gemeenschapsbanden en het bevorderen van burgerparticipatie. Dit benadrukt het belang van waardevolle journalistiek bij het overbruggen van de kloof tussen marketing gedreven populariteit. Vaak is dit gericht op het aantrekken van een breed publiek zonder diepgang, en journalistieke integriteit, die gericht is op het nauwkeurig en objectief informeren van burgers over belangrijke maatschappelijke kwesties.

Voor het maken van lokaal nieuws waarderen burgers journalisten die een nauwe band hebben met de regio. De lokale journalist moet worden gezien als iemand met sociaal kapitaal in de vorm van lokale kennis of een gedeelde identiteit. Het opbouwen van deze aspecten kost veel tijd en is vaak lastig voor extern talent (Hess & Waller, 2016). Nationale media reageren meestal snel en krachtig wanneer schandalen worden ontdekt, maar deze verhalen worden vaker eerst in de lokale setting gebracht. Vervolgens worden ook lokale journalisten geraadpleegd voor inzichten met betrekking tot hun regio (Lund, 2010, uit "When the Journalist Leaves Town"). Een andere belangrijke functie van de lokale journalistiek is het bevorderen van een goed geïnformeerd publiek, wat essentieel is voor participatie in een democratie (Koetsenruijter & de Jong, 2023). Dit is vooral te zien bij het verdwijnen van lokale kranten wat negatieve gevolgen kan hebben, zoals hogere lonen bij de overheid en hogere belastinginkomsten. Daarnaast leidt het tot polarisatie van het stemgedrag, het stimuleren van split-ticket stemmen, minder federale uitgaven en een afname van cohesie in gemeenschappen. Empirisch onderzoek heeft bijvoorbeeld aangetoond dat lokale politici voorzichtiger zijn met overheidsuitgaven als er actieve lokale nieuwsmedia aanwezig zijn (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019; Lund 2010). Het behouden van sterke, lokale journalistiek is dus van groot belang voor zowel de informatieve functie als de sociale samenhang en politieke controle binnen gemeenschappen.

### **2.1.2 Problemen rondom lokale journalistiek**

Lokale nieuwsvoorzieningen staan al jaren onder druk. De regionale dagbladoplage is de afgelopen tien jaar met 30% gedaald, van 1,9 miljoen in 2000 naar 1,3 miljoen in 2012, terwijl de concurrentie toeneemt (Kik, Bakker, & Buijs, 2013). Deze opmerkelijke ontwikkeling kan wijzen op een dieperliggend probleem. Een mogelijke oorzaak is de opkomst van de brievenbussticker, die folders en ongeadresseerde kranten bestempelt als ongewenst door burgers met een Nee/Nee-sticker. In 1992 gebruikte 18 procent van de Nederlanders deze sticker, terwijl dit aandeel in 2010 al was gegroeid naar 23 procent (de Graaff, 2018). Momenteel wordt in

gemeenten zoals Amsterdam gewerkt aan het invoeren van een systeem met een Ja/Ja-sticker, wat het ontvangen van ongeadresseerd drukwerk zou beperken tot mensen die expliciet toestemming geven door middel van een sticker. In 2021 deed het huis-aan-huisblad 'Stadsblad Utrecht' een beroep op persvrijheid en kreeg na een beroepsprocedure weer toestemming om te bezorgen bij postbussen zonder de Ja/Ja-sticker (20/01411, 2021). Er zijn aanzienlijke verschillen tussen provincies waarbij regio's als: Friesland en Groningen een hogere concentratie van media hebben in vergelijking met gebieden als: Flevoland en Zeeland (Kik, Bakker, & Buijs, 2013). Het meest ingrijpende probleem is de daling van de advertentieprijsen als gevolg van de opkomst van goedkope advertentiemogelijkheden op socialemediaplatformen (Koetsenruijter & de Jong, 2023). In de afgelopen decennia heeft lokale journalistiek te maken gehad met diverse uitdagingen. Variërend van inkomstendalingen tot moeite om de krant bij de lezer te krijgen. Het internet biedt een vaak gratis, gepersonaliseerd en 24/7 toegankelijk nieuwsalternatief voor veel Nederlanders. Het oplossen van deze problemen vereist veranderingen in de operationele aanpak van huis-aan-huisbladen.

### **2.1.3 Gevolgen van problemen lokale journalistiek**

De "losgekoppelde" nieuwsmedia zouden een van de redenen kunnen zijn voor het groeiende wantrouwen van burgers in afgelegen of kleine gemeenschappen ten opzichte van legacy media, volgens onderzoek van Karlsson & Hellekant Rowe (2019). De afwezigheid van een redactie in een gemeente blijkt logischerwijs ook te resulteren in minder nieuws dat specifiek gericht is op die gemeente. Ook is er sprake van een 'nieuws gat' wanneer journalisten de stad verlaten, wat inhoudt dat gemeenten zonder redactie minder worden bestreken met originele verhalen (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019). Deels door de eerder genoemde problemen vindt er een verschuiving naar online nieuwsplatforms plaats, waarbij een aanzienlijk deel van het digitale lokale nieuws afkomstig is van traditionele mediabronnen. Dit duidt op een trend van aggregatie en herdistributie van nieuwscontent (Kik, Bakker, & Buijs, 2013).

Wat betreft de nieuwsonderwerpen die worden behandeld in het lokale nieuws, zijn er significante verschillen tussen regio's met en zonder lokale dekking. Er is voornamelijk een groot verschil tussen twee gebieden: misdaad- en gemeenschapsnieuws. In gemeenten zonder redactie komt misdaadnieuws twee keer zo vaak aan bod. Omgekeerd komt er meer gemeenschapsnieuws aan bod (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019).



## **2.2 Vormgeving voor samenwerking van de lokale krant:**

Het voornaamste voorstel in dit onderzoek om de problemen van de lokale journalistiek aan te pakken, is de samenwerking en fusie van lokale kranten. Dit is bijvoorbeeld gebeurd in de regio Utrecht, waar dertien huis-aan-huis kranten uit verschillende gemeentes zijn samengekomen onder een moederkrant, 'Het Kontakt'. Deze overname heeft gevolgen voor het redactioneel beleid, de verslaggeving en de relatie met de lokale gemeenschap. Samenwerking wordt gezien als een mogelijke aantrekkelijke oplossing voor de uitdagingen waar veel lokale kranten voor staan. In zijn onderzoek naar samenwerking noemt Martínez de la Serna (2018) de huidige periode in de media het "collaboratieve tijdperk", dat vooral mogelijk wordt gemaakt door digitale platforms en tools. Samenwerking is met name omarmd als instrument voor het verhogen van de kwaliteit en kwantiteit van journalistiek en het bevorderen van multimediale, data- en crowdsourced media (Carson & Farhall, 2018).

Hoewel spraakmakende samenwerkingen met bekende nieuwsbedrijven de meeste aandacht trekken, hebben veel kleinere en meer gespecialiseerde organisaties deze verschuiving omarmd. Lokale kranten kunnen ook inspiratie halen uit de structuur van de huidige dagblad-duopolie van DPG en Mediahuis, die veel succes hebben behaald met aspecten van deze strategie. Een belangrijk onderzoek naar verschillende manieren van het implementeren van samenwerking is gedaan door Jenkins & Graves (2024). Hierin worden drie ideale samenwerkingsvormen voorgesteld, aangeduid als de co-op-, contractor- en ngo-modellen. Deze modellen zijn specifiek voor lokale nieuwsvoorziening en toepasbaar voor lokale journalistiek wereldwijd.

### **2.2.1 Het co-op model**

'Lännen Media', is een gezamenlijk nieuwsagentschap gevormd door 11 regionale dagbladen in Finland, die samenwerken als één bedrijf waarin de aangesloten kranten hun middelen bundelen om de berichtgeving te verbeteren. Door te focussen op complementaire content en door duplicatie te vermijden, stelt Lännen Media de aangesloten kranten in staat om hun regionale en lokale focus te behouden en tegelijkertijd te profiteren van een bredere dekking. Er blijven echter uitdagingen zoals het behoud van redactionele kwaliteit en het bedenken van een duurzame betaalmuurstrategie. Samenwerking door het coöperatieve model heeft positieve gevolgen voor de kostenefficiëntie, samenwerking en sterkere banden tussen de aangesloten kranten (Jenkins & Graves, 2024).

### **2.2.2 Aannemers model**

‘L'Italia Delle Slot’, maakt gebruik van een aannemersmodel voor samenwerking, waarbij een grote nieuwsuitgever wordt verenigd met twee ‘start-ups’ op het gebied van datajournalistiek. Deze samenwerking, maakt gebruik van innovatieve benaderingen van online journalistiek om de impact van gokautomaten in Italië te onderzoeken. Deze samenwerking leidde tot belangrijke lokale onderzoeken, terwijl de ‘start-ups’ economisch voordeel hadden door gedeelde expertise en zichtbaarheid in nationale en lokale kranten (Jenkins & Graves, 2024).

### **2.2.3 NGO-model**

‘Het Bureau Local’, gebruikt een NGO-model om lokale onderzoek verslaggeving in het Verenigd Koninkrijk te versterken. Het Bureau Local faciliteert journalistieke samenwerking tussen verschillende nieuwsorganisaties, waaronder regionale BBC-bureaus, commerciële kranten en onafhankelijke dagbladen, maar ook met niet-journalisten zoals technologiën en activisten. Door middelen, training en ondersteuning te bieden, maximaliseert ‘The Bureau Local’ de impact door middel van gecoördineerde publicatieschema's. Hoewel het model enige controle over het uitbrengen van verhalen opoffert, ondersteunt het op economische wijze lokale onderzoeken en draagt het bij aan capaciteitsopbouw op de lange termijn, duurzaamheid en mogelijke toekomstige samenwerkingen. Levensvatbaarheid is het grootste obstakel voor dit model, een lange termijn inkomen is hiermee lastig te garanderen. Om dit op te lossen wordt gekeken naar financiële modellen, waaronder betaalde lidmaatschappen, naast de huidige financiering uit subsidies en donaties (Jenkins & Graves, 2024).

## **2.3 Financiële impact van een samenwerking op de lokale krant**

De reguliere krantenmarkt is een typisch voorbeeld van een zogenaamde tweezijdige markt: uitgevers verkopen journalistieke inhoud aan lezers en advertentieslots aan adverteerders, waarbij lezers negatief beïnvloed kunnen worden door het aantal advertenties in de krant (Filistrucchi, Klein, & Michielsen, 2012). De wereld van de huis-aan-huis krant is anders: deze bestaan namelijk voor een overgroot deel door advertenties en worden niet verkocht aan lezers. De daling van advertentie opbrengsten komt daardoor bij deze krantenvariant extra hard aan. Onderbuurland België is de afgelopen decennia getuige geweest van een “grote consolidatiegolf in de krantensector” (Van Cayseele & Vanormelingen, 2019). Bij zo’n samenwerking of fusie komen financiële voor- en nadelen kijken. Zoals het gevolg van

marktwerking op advertentie-inkomsten. Deze advertentieplekken worden na fusie vaker in samenwerkingsovereenkomsten met hoge kortingen van 30 tot 35 procent verkocht aan grote bedrijven. Dit is aantrekkelijker voor grote bedrijven die nu door consolidatie in een keer een bundel kunnen aankopen van verschillende lokale kranten om in te adverteren (Van Cayseele & Vanormelingen, 2019). Intuïtief gezien ontleent een bedrijf een bepaalde waarde aan het plaatsen van een advertentie in een krant, afhankelijk van hoeveel haar winst zal toenemen als reactie op de advertentiecampagne in de krant. Door de samenwerking van verschillende kranten is er ook minder prijscompetitie in een regio, waardoor lokale kranten niet voor een lagere prijs advertentie-slots hoeven aan te bieden dan de concurrentie. Het behouden van een goede balans tussen content en advertenties is van groot belang voor het behoud van lezers, wat op zijn beurt de waarde voor adverteerders verhoogt. Hierdoor kan de opbrengst voor de krant in termen van advertentiewaarde gemaximaliseerd worden, wat essentieel is voor de financiële gezondheid van de huis-aan-huis krant.

## **2.4 Impact van een samenwerking op de samenstelling van de lokale krant**

Een krant wordt voornamelijk gedefinieerd door de inhoud. Van kwaliteits- tot roddelkranten, voor allen geldt dat je lezers moet kunnen trekken met je product. Lokale kranten hebben verschillende functies zoals eerder besproken maar hebben ook een aantal standaard onderwerpen waar berichtgeving over gaat. Verschillende gemeenschappen worden gereflecteerd door welke onderwerpen in een lokale krant aan bod komen. Overnames en fusies kunnen leiden tot een verandering in deze berichtgeving over lokaal nieuws en lokale evenementen, wat gevolgen kan hebben voor de vertegenwoordiging van specifieke regio's. (Van Gorp & Terlouw, 2017) Zo kan een samenwerking leiden tot een meer gestandaardiseerde aanpak van berichtgeving, waardoor de unieke kenmerken en identiteiten van individuele regio's kunnen verwateren. (Van Gorp & Terlouw, 2017). Onderzoek door Firmstone & Coleman (2015) toont ook aan dat burgers verwachten dat de lokale media informeren en onderwijzen, opinies en stemmen van de burgers vertegenwoordigen en campagne voeren over zaken van publiek belang (Firmstone & Coleman, 2015). Wanneer deze cruciale onderwerpen in de krant veranderen kan dit grote gevolgen hebben voor de interesse in een lokale krant. Veel lezers zijn huiverig voor veranderingen van lokale kranten omdat de selectie van inhoud en de redactionele focus kan gaan verschuiven naar algemenere onderwerpen voor een breder publiek. Waarbij mogelijk de specifieke belangen en zorgen van kleinere regio's over het hoofd worden gezien (Van Gorp & Terlouw, 2017). Het is essentieel om oog te houden voor lokale berichtgeving in een proces van standaardisering. Alleen door een goede balans te bewaren tussen algemene en

specifieke regionale onderwerpen, kunnen lokale kranten hun lezers blijven boeien en hun unieke identiteit behouden. En hiermee voorkomen dat de samenwerking negatieve gevolgen heeft voor de inhoud van de huis-aan-huiskrant.

## **2.5 Andere oplossingen voor problemen lokale krant**

Voor een betere toekomst voor de lokale journalistiek moet niet alleen gekeken worden naar samenwerkingen en fusies, maar ook naar de volgende twee inhoudelijke oplossingen die vaak worden voorgesteld voor een betere toekomst van de lokale journalistiek.

### **2.5.1 Geëngageerde journalistiek**

Het meeste lokale nieuws is bij uitstek al geëngageerd: de journalisten wonen of zijn zelfs opgegroeid in de regio en zijn dus erg betrokken bij de gemeenschap. Geëngageerde journalistiek gaat hierin nog een stapje verder, door juist dit punt uit te vergroten en nog duidelijker als doel te stellen van lokale krant. De lokale journalistiek zou in dit model minder moeten streven naar objectiviteit en neutraliteit en meer kijken naar meningen en stemmen uit de regio. Met als intentie om sociale verantwoordingen te bevorderen, lokaal onrecht aan de kaak te stellen en bewustzijn te creëren over bepaalde kwesties. Vooral van belang bij geëngageerde journalistiek is het gevoel cultiveren bij de lezer van een duidelijkere stem van de gemeenschap in hun lokale krant. In onderzoek maar ook de praktijk werpt geëngageerde journalistiek vruchten af bij het publiek (Stroud & Van Duyn, 2023). Die beoordelen de nieuwswaarde als hoger en beoordeelde de nieuwssites positiever in vergelijking met 'reguliere journalistiek'. Dit suggereert dat geëngageerde journalistiek niet alleen het aantal abonnementen deed toenemen, maar ook de perceptie van de nieuwssites door het publiek verbeterde, wat de positieve impact van het opbouwen van relaties met het publiek benadrukt (Stroud & Van Duyn, 2023). Het initiatief voor betrokken journalistiek dat op 20 nieuwssites werd geïmplementeerd, leidde na verloop van tijd tot meer abonnementen en positievere publieksevaluaties. Dit initiatief resulteerde in meer abonnementen en een betere perceptie van het publiek, wat aangeeft dat het opbouwen van relaties met het publiek door middel van betrokken journalistiek lokale nieuwssites ten goede kan komen. Burgers zijn helemaal niet minder geïnteresseerd in lokaal nieuws, wat uitvindingen zoals Nee/Nee sommigen doen laten geloven. Maar moeten wel beter worden vertegenwoordigd.

### 2.5.2 Hyperlokale journalistiek

In de laatste twee decennia zijn er veel nieuwe manieren gekomen voor journalisten om hun werk te doen en te delen. Hyperlokale journalistiek richt zich op lokaal nieuws in een zeer klein gebied, zoals een wijk of dorp. Dit nieuws is relevant voor een kleine groep, maar wel erg belangrijk voor die groep. De komst van hyperlokale journalistiek is vooral te danken aan het internet, dat het mogelijk maakt een web-based alternatief voor traditionele media te bieden met behulp van burgerparticipatie.

Het ontbreken van een redactiekantoor in een gemeente heeft veel invloed op welk nieuws de regio bereikt. Het bereik kan hierdoor verminderen en op andere manieren beïnvloed worden in vergelijking tot een vergelijkbare gemeente met een lokale redactie. Dit suggereert dat hyperlokale media een dienst zouden kunnen verlenen aan gemeenten die anders niet beschikbaar zou zijn. Gemeenschappen met een lage dekkingsgraad kunnen gebruik maken van deze strategie om nieuws te verzamelen en te delen met de gemeenschap. Het overschakelen van huis-aan-huisbladen naar bijvoorbeeld een online hyperlokaal huis-aan-huisblad kan een oplossing bieden voor redacties die het momenteel lastig hebben. Het inzetten van burgerparticipatie zorgt direct voor relevant nieuws voor de inwoners. Sociale media spelen hierbij een belangrijke rol. Speciale Twitter (X)-, Instagram- of Facebook-wijkaccounts hebben al het voortouw genomen om nieuws voor een kleine doelgroep te verspreiden.

Of dit de oplossing is voor lokale journalistiek hangt sterk af van de implementatie. Online-initiatieven ontstaan namelijk vaak in gebieden waar al relatief veel media zijn (Kik, Bakker, & Buijs, 2013). Een relevant en invloedrijk theoretisch perspectief onder lokale en hyperlokale nieuwsonderzoekers is het nieuwsecologiemodel. Dit model, beïnvloed door het ecologische systeem uit de biologie, helpt bij het illustreren en verklaren van het complexe systeem waarin nieuws wordt gecreëerd en gedistribueerd. Het gebruik van dit model maakt het makkelijker om ingewikkelde informatiestromen tussen verschillende mediakanalen te begrijpen. Dit kunnen zowel traditionele ‘legacy media’ zijn als andere mediabronnen, zoals hyperlokale sites, blogs, websites van burgerjournalisten, enzovoort. Het ecologiemodel wijst op het belang van het begrijpen van nieuwsverspreiding als een enigszins onvoorspelbaar en circulair proces, in tegenstelling tot het oude ‘legacy mediasysteem’ (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019). Hyperlokale media hebben het moeilijker om berichtgeving te produceren, terwijl tegelijkertijd de behoefte voor hyperlokale media groter zal zijn. De routineverslaggeving van lokale gemeentevergaderingen of de nauwe

relatie tussen een lokale journalist en de gemeenschap lijkt het startpunt te zijn voor een groot deel van de nieuwsverhalen (Karlsson & Hellekant Rowe, 2019).

## **2.6 Samenvatting Theoretisch Kader**

Journalistiek vervult meerdere cruciale rollen als informateur en controleur van het politieke veld. Dit onderzoek richt zich op de functie en impact van samenwerking op de lokale journalistiek. Dit is een medium die essentieel is voor gemeenschapsvorming, informatievoorziening en controle van lokale overheden. Ondanks problemen voor huis-aan-huiskranten zoals afname van oplages, personeelstekorten en dalende advertentie-inkomsten. Blijft lokale journalistiek cruciaal voor een goed functionerende democratie en sociale cohesie. Samenwerking tussen lokale kranten kan de kwaliteit en kwantiteit van berichtgeving verbeteren via verschillende modellen, gericht op kostenreductie en efficiëntie. Geëngageerde journalistiek en hyperlokale journalistiek zijn twee andere oplossingen die zich richten op specifieke gemeenschappen en gebruiken nieuwe ontwikkelingen om relevant lokaal nieuws te verspreiden. Deze innovatieve benaderingen en samenwerkingen zijn nodig om de toekomst van lokale journalistiek te waarborgen en haar essentiële rol in de samenleving te behouden.

De topiclijst van dit onderzoek voor vragen aan journalisten van lokale kranten is opgesteld om relevante informatie te verzamelen, die specifiek van belang is voor lokale gemeenschappen. Om vervolgens met deze uitkomsten de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden. Deze lijst omvat onderwerpen zoals: gemeentepolitiek, functies van de krant, en impact van een samenwerking. Door systematisch deze onderwerpen te adresseren kunnen journalisten ervoor zorgen dat hun berichtgeving nauw aansluit bij de interesses en behoeften van hun lezers. Wat vervolgens bijdraagt aan een goed geïnformeerd en betrokken publiek.

## **3. Methode**

Voor dit onderzoek zijn semigestructureerde diepte-interviews ingezet als primaire onderzoeksmethode. Deze kwalitatieve methode is gekozen vanwege de mogelijkheid om diepgaande en waardevolle inzichten te verkrijgen. Semigestructureerde interviews bieden de flexibiliteit om vragen te stellen, terwijl er ook ruimte is voor spontane vervolgvraag en verdiepende gesprekken. Dit zorgt ervoor dat de onderzoeker niet alleen de kernvragen kan behandelen maar ook kan inspelen op onverwachte en relevante onderwerpen die tijdens het gesprek naar voren komen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018).

Deze aanpak is bijzonder nuttig voor het begrijpen van complexe en dynamische onderwerpen, zoals de rol en impact van lokale journalistiek. Door de mogelijkheid om dieper in te gaan op specifieke antwoorden, kunnen onderzoekers nuances en contextuele details vastleggen die anders verloren zouden gaan in meer gestructureerde of kwantitatieve onderzoeksmethoden. Dit leidt tot rijkere data en een meer holistisch begrip van de onderzochte fenomenen.

Daarnaast zijn de interviews afgenomen met diverse personen uit het veld van lokale journalistiek, wat een breed scala aan perspectieven en ervaringen oplevert. In de volgende tabel worden de geïnterviewde personen beschreven, inclusief het medium waarbij ze werken, hun naam en hun functie/rol. Deze diversiteit aan respondenten helpt bij het verkrijgen van een compleet en veelzijdig beeld van de huidige staat en uitdagingen van de lokale journalistiek.

Medium	Naam	Functie/Rol
Leids Nieuwsblad	Maarten Koop	Eindredacteur
Leids Nieuwsblad	Hans Schuurman	Journalist
Het Kontakt	Rick den Besten	Hoofredacteur
Het Zenderstreeknieuws	Loes van Straten	Redacteur
Het Zenderstreeknieuws	Linda de Kort	Redacteur

Tabel 1: Lijst van semigestructureerde interviews

### 3.1 Onderzoeksobject

#### 3.1.1 Het Zenderstreeknieuws

In de provincie Utrecht hebben de nabijgelegen gemeenten IJsselstein, Montfoort en Lopik een gezamenlijke huis-aan-huiskrant genaamd Het Zenderstreeknieuws. Deze krant dankt zijn naam aan de 366 meter hoge Gerbrandytoren, een zendmast gelegen in IJsselstein. Oorspronkelijk werden in deze regio drie lokale kranten verspreid: het Zenderstadnieuws (sinds 1957) en de IJsselsteiner (sinds 1979). Tegenwoordig is Het Zenderstreeknieuws de enige overgebleven krant die elke woensdag bij de inwoners op de mat valt. De krant biedt niet alleen algemeen nieuws uit de regio, maar fungeert ook als sociaal bindmiddel voor de drie steden door bewoners een stem te geven. Sinds 2021 valt deze titel onder Het Kontakt, en deze samenwerking vormt de aanleiding voor dit onderzoek.

#### 3.1.2 Het Kontakt

Het Kontakt is een familiebedrijf dat in 1980 werd opgericht. Het begon met de eerste krant in de Alblasserwaard en had een eigen drukkerij in Goudriaan. Vervolgens breidde Het Kontakt zijn portfolio uit door meer titels over te nemen, variërend van Tiel tot

Gouda en zelfs in het noorden van Brabant. Momenteel vallen er 13 lokale kranten onder Het Kontakt, die samen wekelijks circa 350.000 kranten bezorgen, waardoor het een van de grotere uitgeverijen in Nederland is. Daarnaast hebben de kranten onder Het Kontakt een digitalisering ondergaan, met jaarlijks ongeveer 40 miljoen weergaven op hun respectievelijke websites.

### **3.2 Semigestructureerde diepte-interviews**

Kwalitatieve diepte-interviews zijn een uiterst geschikte methode om informatie te verzamelen voor onderzoeksvragen die individuele ervaringen belichten (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Aangezien deze studie zich richt op de inzichten van de redactie van ‘Het Zenderstreeknieuws & Het Kontakt’ zijn semigestructureerde interviews een passende benadering. Het verkennen van normatieve opvattingen vormt een essentieel aspect van kwalitatief onderzoek (Koetsenruijter & Van Hout, 2018), waarvoor diepgaande gesprekken nodig zijn om een grondig begrip te bereiken. Diepte-interviews bieden deze mogelijkheid voor dit onderzoek om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden.

De onderzoeksvraag: *“Wat zijn de implicaties van een samenwerking van kleine regionale kranten, zoals het ‘Zenderstreeknieuws’, binnen een grotere entiteit zoals ‘Het Kontakt’, voor de functie van de lokale krant?”* heeft een verkennend karakter. Gericht op de implicaties van een samenwerking op regionale kranten. De contextuele benadering van kwalitatief onderzoek past goed bij dergelijke verkenningen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). De diepte-interviews zijn vormgegeven met een semigestructureerde aanpak. Waarbij de interviewer een topiclijst hanteert, maar ook ruimte biedt voor vervolgvragen en verdieping op basis van de antwoorden van de geïnterviewde respondenten. Het stellen van deze verdiepende vragen voegt waarde toe aan de kwalitatieve interviews en is in lijn met het normatieve aspect van de onderzoeksvraag. Een volledig ongestructureerd interview kan leiden tot een overschot aan informatie. Terwijl een volledig gestructureerd interview te beperkend is en niet de mogelijkheid biedt om diepgaand door te vragen, achter nieuwe concepten te komen. Daarom is de semigestructureerde aanpak de juiste keuze voor dit onderzoek.

### **3.3 Interviewkandidaten**

Voor dit onderzoek zijn vijf interviews afgenomen met sleutelpersonen binnen ‘Het Zenderstreeknieuws’ en ‘Het Kontakt’. Twee interviews zijn gehouden met redactieleden van ‘Het Zenderstreeknieuws’, en één met de hoofdredacteur van ‘Het Kontakt’. Twee interviews zijn gehouden met het ‘Leids Nieuwsblad’ waar de eindredacteur en journalist gesproken zijn.



### 3.3.1 Kandidatenselectie

In totaal zijn vijf interviews afgenomen: twee met de redactie van ‘Het Zenderstreeknieuws’ en één met de hoofdredacteur van ‘Het Kontakt’. Zie tabel 1 voor de lijst met geïnterviewden. De respondenten zijn geworven door hen via mail en telefonisch te benaderen. Hierdoor biedt dit onderzoek de mogelijkheid om informatie te verzamelen over de manier waarop beide partijen tegen de overname aankijken en de samenwerking tussen de verschillende titels van ‘Het Kontakt’. De interviews werden telefonisch afgenomen vanwege locatiebeperkingen en duurden doorgaans 45 minuten.

### 3.3.2 Verantwoording Kandidatenselectie

De selectie van deze kandidaten is gebaseerd op hun directe betrokkenheid bij de overname en hun kennis over de samenwerking tussen de verschillende titels binnen ‘Het Kontakt’. Hieronder wordt de selectie van de respondenten nader toegelicht.

#### Selectiecriteria:

1. **Directe Betrokkenheid:** De redactieleden van Het Zenderstreeknieuws zijn direct betrokken bij de dagelijkse gang van zaken en hebben een goed inzicht in de samenwerking tussen kranten op hun werk en op de krant als geheel. De hoofdredacteur van Het Kontakt is verantwoordelijk voor het overkoepelende beleid en heeft een strategisch overzicht van de samenwerking tussen de verschillende titels.
2. **Informatiebron:** Deze personen zijn waardevolle informatiebronnen gezien hun positie en ervaring. Ze kunnen gedetailleerde en relevante inzichten bieden over de veranderingen en de huidige stand van zaken binnen de organisatie.
3. **Representativiteit:** Hoewel de selectie van drie respondenten beperkt is, is deze representatief voor de kleine schaal van de redacties. Het Zenderstreeknieuws heeft slechts twee vaste medewerkers, waardoor het aantal mogelijke respondenten per definitie beperkt is.

#### Toestemming en Ethische Overwegingen:

Alle respondenten hebben voorafgaand aan het interview toestemming gegeven voor het citeren en vermelden van hun naam en titel. Dit zorgt voor transparantie en betrouwbaarheid van de verkregen informatie.

### **Beperkingen en Toekomstige Interviews:**

Hoewel het aantal behaalde respondenten lager is dan beoogd, biedt de huidige selectie voldoende informatie voor een eerste analyse. Indien nodig, kunnen in toekomstig onderzoek verdere interviews worden afgenomen met een freelancer van Het Kontakt en een redacteur van een andere huis-aan-huiskrant. Dit zal helpen om een breder perspectief te krijgen en de representativiteit van de bevindingen te vergroten.

De huidige selectie van respondenten vormt een solide basis voor het onderzoek naar de overname van Het Zenderstreeknieuws door Het Kontakt en de samenwerking tussen de verschillende titels. Verdere uitbreiding van de respondentengroep zal indien nodig plaatsvinden om een completer beeld te krijgen.

### **3.4 Topiclijst**

De selectie van interviewonderwerpen is zorgvuldig afgestemd op het academisch onderzoek naar de implicaties van samenwerking tussen kleine regionale kranten, zoals het Zenderstreeknieuws van IJsselstein, en grotere entiteiten zoals Het Kontakt, voor de inhoudelijke samenstelling en functie van de krant. De onderwerpen, functies van lokale journalistiek, samenwerkingen tussen lokale kranten, effecten op de redactie van samenwerking, en de voor- en nadelen van overnames en samenwerking, zijn geselecteerd op basis van de onderzoeksvraag en het theoretische kader. De interviewvragen zijn open geformuleerd, volgens de aanbevelingen van Evers (2015, p. 65-67). Zie bijlage 6.2 voor de volledige topiclijst.

### **3.5 Analyse**

Voor het analyseren van de interviews werd een viertal stappen doorlopen volgens de coderingstheorie om opvallende zaken en patronen bloot te leggen (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Eerst werden de vijf interviews getranscribeerd. Vervolgens werden de transcripten geconceptualiseerd door middel van open codering, waarbij tekstfragmenten codes kregen. In de axiale coderingsfase werden de codes vergeleken en samengevoegd binnen overkoepelende categorieën. Met deze methodologie zijn de interviews met een open blik te geanalyseerd om vervolgens inzichten te verkrijgen die gewogen en vergeleken kan worden met de eerder bestudeerde literatuur.

#### **3.5.1 Codeboek**

Voor dit onderzoek is gebruikgemaakt van een codeboek. Zie bijlage 6.1 voor het codeboek. Er is besloten elke verwijzing naar een fusie uit te sluiten en te focussen op de

termen samenwerking en overname. Dit komt door het financiële verschil tussen een overname en een fusie; voor het onderzoek blijven beide vormen echter interessant als mogelijke oplossingen voor de problemen van lokale journalistiek. In het geval van Het Zenderstreeknieuws en Het Kontakt is er echter geen sprake van een fusie, en voor de consistentie zal dit worden weggelaten.

## **4. Resultaten**

Dit hoofdstuk belicht de belangrijkste bevindingen uit semigestructureerde interviews met de redactie van Het Kontakt en Het Zenderstreeknieuws, waarbij de focus ligt op samenwerking, informatie uitwisseling en de toekomst van de lokale journalistiek. Onderzocht wordt hoe redacties samenwerken, middelen delen, en strategieën ontwikkelen om lokale betrokkenheid te behouden in een steeds veranderend medialandschap.

### **4.1 Resultaten semigestructureerde interviews**

#### **4.1.1 Belang lokale journalistiek**

Uit de semigestructureerde interviews blijkt duidelijk het belang van lokale journalistiek voor de gemeenschap. De geïnterviewden benadrukken de unieke rol en functie van lokale kranten, waarbij persoonlijke betrokkenheid en toegankelijkheid centraal staan. Redacteur Linda de Kort benadrukt hoe lokale journalistiek dicht bij de mensen staat en een laagdrempelige toegang biedt, wat de betrokkenheid vergroot. Volgens haar dragen lokale nieuwsmedia bij aan het vertalen van nationale onderwerpen naar de regionale context, wat de relevantie en betrokkenheid van de lezers vergroot. Redacteur Loes van Straten deelt een vergelijkbare visie en stelt dat lokale journalistiek essentieel is voor het op de hoogte blijven van gebeurtenissen in de buurt. Ze waardeert de mix van onderwerpen en de mogelijkheid om persoonlijke verhalen te lezen. Ze merkt op:

*"Dat vind ik leuk [...]. Die kleinere verhalen dan noem ik zeg maar even persoonlijke verhalen. Die vind ik wat meer terug in het lokale nieuws." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

Ze benadrukt dat lokale journalistiek helpt bij het begrijpen van wat er speelt in de buurt, van wegafsluitingen tot lokale evenementen en politiek. Hoofdredacteur van Het Kontakt, Rick den Besten onderstreept het belang van lokale media doordat mensen steeds meer willen weten over hun directe leefomgeving:

*"Ik denk dat lokale journalistiek belangrijk is, omdat het heel dicht bij de mensen staat. Je ziet ook een tendens dat mensen steeds meer over hun woon- en leefomgeving willen weten." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Rick beschrijft ook de ambitie van lokale media om zoveel mogelijk berichten over en vanuit de lokale gemeenschappen te brengen, ondanks beperkte middelen:

*"Wij hebben natuurlijk geen bezetting 'a la' regio-redactie van het dagblad bijvoorbeeld, maar het is wel wat je wilt: zoveel mogelijk berichten over en vanuit die lokale gemeenschappen." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Daarnaast benadrukken de respondenten allemaal de rol van lokale media in het belichten van diverse perspectieven binnen de gemeenschap.

*"Daar proberen wij dan echt bovenop te zitten, hè? Dus door niet alleen het standpunt van de politiek te geven, maar ook van milieuorganisaties, grondeigenaren en bedrijven, dus dat zo breed mogelijk de voor- en nadelen zo breed mogelijk te belichten," (Rick den Besten, Het Kontakt)*

De bevindingen uit de interviews tonen aan dat lokale journalistiek cruciaal is voor het creëren van een verbonden en geïnformeerde gemeenschap. Het biedt een platform voor persoonlijke verhalen, diversiteit aan onderwerpen en het belichten van lokale kwesties vanuit verschillende perspectieven, ondanks de uitdagingen en beperkingen waar lokale kranten mee te maken hebben.

#### **4.1.2 Functies lokale journalistiek**

Uit de theorie blijkt dat lokale journalistiek verschillende belangrijke functies vervult: de waakhondfunctie, de informatievoorziening en de bindingsfunctie. Hieronder worden deze functies nader toegelicht aan de hand van de bevindingen uit de interviews.

**Waakhondfunctie**, benadrukt het belang van deze functie van lokale journalistiek. Ondanks de gevoeligheden die hierbij kunnen spelen vanwege de nauwe contacten met lokale politici.

*"Ik denk wel dat zeker bij zo'n regionale krant dat [...] heel gevoelig ligt, want je hebt contact met wethouders en dergelijke ook over het leuke, gezellige en je komt ze continu tegen. Maar er zit daar natuurlijk ook een kritische noot in." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Redacteur Linda de Kort beschrijft haar journalistieke aanpak waarbij ze zowel de wet-houders als de bewoners aan het woord laat om zo een evenwichtige en kritische bericht-geving te waarborgen zonder de relaties te verstoren:

*"Zolang je hoor en wederhoor toepast, kun je daar op een fatsoenlijke manier mee omgaan." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Dit wordt ondersteund door mederedacteur Loes van Straten, door te benadrukken dat lokale journalistiek niet alleen leuk of persoonlijk nieuws moet brengen, maar ook kritische en serieuze onderwerpen moet behandelen:

*"Het is ook goed om gewoon te kijken wat speelt er nu en om inderdaad, nou ja, niet alleen het leuke nieuws te brengen, maar ook [...] kritisch zijn en wat serieuzer." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

De uitdagingen van het vervullen van de waakhondfunctie is vaak lastig door de beperkte middelen van de lokale journalistiek. Maar hoofdredacteur Rick den Besten benadrukt dat zijn organisatie dit als een prioriteit beschouwt. Hij stimuleert journalisten actief om gemeenteraadsvergaderingen bij te wonen en verslag te doen van lokale politieke ontwikkelingen.

*"Onze intentie is om die waakhondfunctie te vervullen. Maar je moet het wel altijd afzetten tegen de mogelijkheden en middelen die je op de redactie hebt." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

**Informatiefunctie**, lokale journalistiek speelt een belangrijke rol in het vertalen van nationaal nieuws naar een lokale context. Echter merkt Redacteur Linda de Kort op dat sommige informatie soms te groot of gevoelig kan zijn om lokaal te behandelen, zoals internationale conflicten die ook binnen Nederland spanningen kunnen veroorzaken. Hans Schuurman Journalist bij Leids Nieuwsblad vertelt over hoe hij bepaalt wanneer een onderwerp informatief genoeg is om opgepakt te worden:

*"Ik schrijf dingen die ik vind, maar of dat nou breed door mensen wordt overgenomen... het beste wat ik kan hopen is dat ze er even over nadenken." (Hans Schuurman, Leids Nieuwsblad)*

Op zondagavond rond 21:50 zijn er in het ziekenhuis van Nieuwegein zes oprijhellingen van de parkeergarage ingestort. De schade en impact op de gemeenschap was groot, maar er zijn geen gewonden gevallen. Dit lokale incident werd nationaal nieuws maar was

vooral van belang voor de omwonende gemeentes zoals die vallen onder de dekking van Het Zenderstreeknieuws, maar ook verschillende andere Het Kontakt titels. Hoofdredacteur Rick den Besten gebruikt deze gebeurtenis als voorbeeld:

*"We hadden zondagavond natuurlijk het voorbeeld van de parkeergarage. De opritten van de parkeergarage in Nieuwegein die instorten. Nou, dat is nationaal al groot nieuws, laat staan lokaal." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Voor de lokale redacties was dit een grote prioriteit om hier snel op te reageren vertellen Loes van Straten en Linda de Kort:

*"Ja, zeker, vooral met die parkeergarage. Dat was echt iets groots. Het ging meteen los op de redactie. Iedereen vroeg: 'Kun je dit zo snel mogelijk oppakken en er iets over op de site zetten?' Het gebeurde ook 's avonds, dus het was een kwestie van wie nog kon opblijven om alles in de gaten te houden en contact te hebben met de fotografen." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

**Bindingsfunctie**, de bindingsfunctie van lokale journalistiek komt naar voren in hoe journalisten interactie hebben met de gemeenschap. Redacteur Linda de Kort beschrijft hoe haar rol als lokale journalist haar toegankelijk maakt voor de inwoners, wat bijdraagt aan een snelle en open communicatie:

*"Mensen weten mij heel snel te vinden en dan gaat het heel snel over en weer. Ze weten mij te vinden en daarmee is de informatie over en weer heel toegankelijk en snel op te pakken." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Andere journalisten zoals Loes van Straten denken minder expliciet na over de bindingsfunctie, maar zien wel het belang van schrijven over actuele en interessante onderwerpen die relevant zijn voor de gemeenschap:

*"Ik kijk gewoon wat is leuk om over te schrijven, wat is actueel, [...] waar kunnen mensen misschien iets aan hebben?" (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

Hoofdredacteurs zijn zelf niet bezig met journalistiek uitvoeren, en hebben op deze functie ook een ander perspectief. Zowel Rick den Besten als Maarten koop benadrukken dat door te berichten vanuit de lokale gemeenschap, de krant dicht bij de mensen staat.

*"Wij verdelen onze kranten ook in een aantal segmenten: nieuws, achtergrond, vrije tijd en sport. Dan zie je al dat dat heel breed is. En ja, dan kom je dus vanzelf, denk ik, dicht bij de mensen te staan." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

In conclusie tonen de interviews aan dat lokale journalistiek een essentiële rol speelt in het kritisch volgen van lokale machthebbers, het informeren van de gemeenschap door nationale gebeurtenissen lokaal relevant te maken, en het versterken van de gemeenschap door een laagdrempelige en persoonlijke benadering.

#### **4.1.3 Redactie**

De redactie van Het Zenderstreeknieuws heeft zich kunnen distantiëren van financiële verantwoordelijkheden, waardoor de focus volledig op het journalistieke werk ligt. Beide redactoren hoeft zich niet meer bezig te houden met financiële zaken en kan zich volledig richten op de inhoud van de krant en hoe dit kan worden gerealiseerd. Ondanks deze autonomie, erkent redacteur Loes van Straten dat advertenties soms de inhoud beïnvloeden:

*"Ja, het is zo dat advertenties soms worden verkocht en we dan bericht krijgen van de afdeling met de vraag of we een artikel kunnen schrijven. Dus soms schrijf je daar dan ook een artikel over [...] Verder zijn we eigenlijk vrij in het invullen van het nieuws. Natuurlijk gaan ze ervan uit dat je als journalist weet waar je over moet schrijven of wat interessant is om op te pakken. Het wordt soms wel besproken in de redactie: 'Hebben jullie dit gezien?' Maar in principe weet je als journalist wat je moet doen." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

Hoofdredacteur Rick den Besten voegt daaraan toe dat iedere titel een eigen media-adviseur heeft die verantwoordelijk is voor de advertentie-inkomsten binnen zijn of haar gebied. De overname van meerdere titels door Het Kontakt heeft geleid tot een aanzienlijke toename van het aantal kranten en het personeelsbestand. Hiervoor zijn wel organisatorische uitdagingen ontstaan, vooral met betrekking tot het implementeren van de titels onder Het Kontakt en ook zorgen voor de juiste cultuur.

*"Dat is misschien nog wel het grootste punt van aandacht geweest [...] die wil je vertrouwd maken met de cultuur van ons bedrijf, terwijl ze echt een heel andere cultuur gewend waren." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Ondanks deze uitdagingen is Het Kontakt erin geslaagd om de nieuwe titels soepel in te passen dankzij een goed opgezette infrastructuur. Zelfs nu de schaalgrootte groter is waren ze qua ICT en andere organisatorische aspecten goed voorbereid:

*"Wij hadden, denk ik, qua ICT en dat soort dingen, hadden wij het al redelijk op de rit en het was voor ons niet zo moeilijk om de titels die erbij kwamen daar ook op aan te laten sluiten." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Een belangrijk verschil na de overname is de focus op nieuws in huis-aan-huisbladen. Redacties mogen weer meer letten op het nieuws wat beide redacteurs van Het Zenderstreeknieuws Linda de Kort en Loes van Straten als erg positief ervaren. Hoofdredacteur Rick den Besten legt uit wat de visie is voor het naar voren brengen van nieuws in de lokale krant:

*"Een groot verschil is, en daar zit ik echt weer op de relationele stoel, dat toen die huis-aan-huisbladen nog van DPG waren, die eigenlijk niet of nauwelijks nieuws mochten brengen... Wij steken veel meer nieuwsggericht in dan DPG deed bij de huis-aan-huisbladen." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Dit verschil werd positief ontvangen door de journalisten die van DPG overkwamen, omdat zij nu meer de ruimte hebben om nieuws te maken:

*"Journalisten willen natuurlijk nieuws maken. Dus dat waarderen ze." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Wel zijn er nog heel wat uitdagingen op het gebied van advertenties. De prijzen voor online adverteren liggen aanzienlijk lager dan voor krantenadvertenties. Dit vraagt om een herziening van het verdienmodel, waarbij ook overwogen wordt om lezers een kleine bijdrage te laten leveren aan de inkomsten.

*"Ik denk dat de tijd heel dichtbij is dat ook de lezer bij ons... een kleine bijdrage aan gaat leveren." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

De digitalisering biedt zowel kansen als uitdagingen voor Het Kontakt. Redacteur Linda de Kort geeft aan dat elke krant verantwoordelijk is voor zijn eigen sociale media, maar dat oudere medewerkers soms moeite hebben met de digitale omslag:



*"Er zitten bij lokale kranten ook mensen van 50 plus... Die gewoon daar nog niet zo handig in zijn, dus dan komt er een uitleg noem maar op en dan is dat een ding wat gewoon heel erg in ontwikkeling is." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Loes van Straten en Rick den Besten benadrukken dat de focus nu niet alleen op de papieren krant ligt, maar ook op snelle online berichtgeving:

*"Maar nu is het ook wel de bedoeling om echt voor de website te schrijven, dus niet alleen [...] voor de krant," (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

*"Ook wij willen het nieuws... ondanks dat het dan zondagavond 10.30 uur is, willen wij dat ook meteen online brengen." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Er is regelmatig overleg tussen de verschillende redacties, zowel maandelijks als plenair. Rick zegt:

*"Wat ik wel doe, is dat ik een keer in de maand vergaderingen heb met de coördinatoren van de 13 titels. Daarnaast hebben we ook een plenaire redactievergadering met de hele groep, die hadden we toevallig vorige week." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

Bij grote nieuwsgebeurtenissen, zoals de instorting van een parkeergarage in Nieuwegein, wordt intensief samengewerkt tussen de redacties. Linda en Loes beschrijven hoe er tijdens zo'n incident snel en effectief contact is om de berichtgeving up-to-date te houden. Hoofdredacteur Rick den Besten benadrukt de noodzaak van flexibiliteit:

*"Nou, dan gaan we toch wat schuiven op de redactie en hebben we toch iemand vrij kunnen maken die gisteren echt Nieuwegein in is gegaan." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

De redactie van De Zenderstreek, een van de titels van Het Kontakt, bestaat uit twee vaste medewerkers, aangevuld met freelancers en fotografen.

*"Met zijn Tweeën en daarbij je dan freelancers. Artikelen aanleveren en fotografen. Die dan de foto's maken dus een twee fotografen, maar ook fotografen die we nou ja bijvoorbeeld op zo 'n evenement afsturen in het weekend en dan dat het In de krant. En op de website komt." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

In conclusie, de redactie van Het Kontakt heeft zich succesvol aangepast aan de uitdagingen van overnames, digitalisering en een veranderend advertentielandschap. De focus ligt

sterk op nieuwsvoorziening en samenwerking, waarbij redactionele autonomie grotendeels behouden blijft ondanks commerciële invloeden.

#### 4.1.4 Samenwerking

De samenwerking tussen de redacties van verschillende kranten onder Het Kontakt is cruciaal voor een effectieve nieuwsvoorziening. Linda de Kort illustreert dit met een beeld:

*"Wij [Het Kontakt] hebben ook een krant in Nieuwegein. Die redacteur heeft dit nieuws [ingestorte parkeergarage] als eerste gebracht. Het is natuurlijk een ziekenhuis, dus het raakt ook Vianen en IJsselstein. Daarmee hebben wij contact gehad met onze collega's in Nieuwegein." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Dit toont aan hoe het delen van informatie tussen redacties helpt om belangrijke nieuwsverhalen snel en accuraat te verspreiden. De samenwerking leidt ook tot een kruisbestuiving van nieuws en evenementen tussen verschillende titels.

*"Wij hebben komende zondag een fantastisch spektakel in IJsselstein 'fiets 'm d'r in'. [...] Eraan gekoppeld is een jochie van 9 die kanker heeft en dat jochie woont in Nieuwegein. Dus dan heb je opeens wel de kruisbestuiving dat ik een evenement in IJsselstein heb en daarmee behoorlijk afgebakend. Maar dat jochie komt uit Nieuwegein [...] dan hou ik mijn collega's op de hoogte, die houden mij op de hoogte dat we zo ver kijken wat we daar zelf in onze eigen krant mee kunnen doen." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

De voordelen van samenwerking binnen de krantensector, is een belangrijk onderwerp in dit onderzoek. Hiervoor deelt Rick den Besten zijn perspectief op huidige stand van zaken van de advertentiemarkt voor lokale kranten.

*"Ik heb de tijd meegemaakt dat er per gemeente wel twee of drie lokale kranten verschenen. Nou geloof me, dan verdien je alle drie of alle twee gewoon helemaal niks, want die advertentiemarkt is gewoon wat afgekalfd. Die loopt al jarenlang terug. Dus door wat er is gebeurd, ik noem het maar even het opschudden van het landschap, is het nog moeten we er nog heel hard aan trekken en heel hard vol werken, maar is het wel iets rooskleuriger geworden zeg maar." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

De overkoepelende naam Het Kontakt draagt bij aan de naamsbekendheid en samenwerking. Niet alleen de schaalvoordelen zijn in het voordeel van een groter bedrijf zoals Het Kontakt maar ook de naamsbekendheid voor het aantrekken van nieuw en jong talent benadrukt Loes van Straten.

*"Ik werk dus sinds kort voor de zenderstreek en [...] ik kom zelf niet uit de regio, dus ik kende Het Zenderstreeknieuws niet [...] Maar ik kende dan wel weer een andere krant van Het Kontakt. Dus bij mij ging het toen wel meteen een soort van iets aan van. Oh Het Kontakt, dat komt dat weet je wel." (Loes van Straten, Het Zenderstreeknieuws)*

Dit sentiment wordt gedeeld binnen de redactie, waardoor een gezamenlijke identiteit wordt versterkt. De samenwerking stelt redacties in staat middelen efficiënter te delen.

*"Je kan natuurlijk ook iets gemakkelijker dingen uitwisselen, hè? Dan dat voorbeeld van zondagavond in Nieuwegein. Nou, onze vaste redactrice die had uitgerekend nu vakantie, lagen allemaal mensen op bed met zondagavond, maar om halve maar je hebt dan altijd iemand van een andere editie die even de vinger opsteekt van 'joh, ik wil helpen'. Dat is natuurlijk wel wat makkelijker nu je pool van mensen wat groter is geworden." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

In een samenwerkingsconstructie kunnen redacties elkaar ondersteunen, en makkelijk middelen zoals freelancers delen. Zeker wanneer er een zware economische wind heerst kunnen samenwerkende titels beter tegen een stootje omdat ze de klappen kunnen opvangen. Linda de Kort maakt dit vaak mee tijdens haar werk bij Het Kontakt:

*"De vaste redacteuren proberen onderling dan de taken van de krant te verdelen. Maar dit is een periode dat we echt even moeten opletten wat we doen en hoe dat we toe. En dan ja, dan zijn de snelste klappen het zelf onderling op te lossen minder freelancers inzetten." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Dit zorgt voor een flexibele en veerkrachtige organisatie, waarin redacties elkaar kunnen vervangen tijdens vakanties en ziekteperiodes. Linda de Kort en Rick den Besten benadrukken het belang van strategische samenwerking en lokale betrokkenheid.

*"Samen sta je sterk en ja [...] daar de meerwaarde uit kunt halen om dat te doen." (Linda de Kort, Het Zenderstreeknieuws)*

Het Kontakt geeft aan open te staan voor uitbreidingen en nieuwe titels op te willen nemen in de juiste situatie. Echter waarschuwt Rick den Besten voor het risico van te groot worden:

*"Groot nadeel van te groot worden is de cultuur van de lokale journalistiek verliezen." (Rick den Besten, Het Kontakt)*

De samenwerking binnen Het Kontakt blijkt essentieel voor de efficiëntie en effectiviteit van de nieuwsvoorziening. Door middel van informatie-uitwisseling, kruisbestuiving van nieuws, synergie en praktische taakverdeling, kunnen de redacties beter inspelen op lokale behoeften en uitdagingen. De focus op lokale betrokkenheid en strategische consolidatie heeft de positie van Het Kontakt versterkt, terwijl het behoud van cultuur en journalistieke integriteit centraal blijft staan.

## 5. Conclusie

[Conclusie uit de quasi-versie is niet representatief voor laatste versie, eerder een indicatie voor waar ik heen wil met dit hoofdstuk]

### 5.1 Samenvatting van belangrijkste bevindingen

De onderzoeksvraag "Wat zijn de implicaties van een samenwerking van kleine regionale kranten, zoals het 'Zenderstreeknieuws', binnen een grotere entiteit zoals 'Het Kontakt', voor de functie van de lokale krant?" kan op basis van de onderzoeksresultaten als volgt beantwoord worden. De samenwerking tussen kleine regionale kranten en grotere entiteiten biedt aanzienlijke voordelen, waaronder synergievoordelen door het delen van middelen en het vergroten van de naamsbekendheid. De fusie tussen Het Kontakt en De Zenderstreek heeft aangetoond dat een gezamenlijke aanpak de lokale journalistiek kan versterken door het combineren van redactionele en operationele krachten. Uit de interviews blijkt dat dergelijke samenwerkingen cruciaal zijn om de krimp van lokale journalistiek tegen te gaan. Het Co-Op model van Jenkins & Graves (2024) is de vorm die het meest aansluit op de manier hoe Het Kontakt te werk gaat met de 13 titels. In dit model worden de voordelen van samenwerking benadrukt, zoals het creëren van een meer stabiele financiële basis en het delen van technologische en menselijke middelen, wat resulteert in efficiëntere operaties en verbeterde journalistieke output.

### 5.2 Samenwerking tussen lokale kranten

De samenwerking tussen lokale kranten, zoals geïllustreerd door de fusie van Het Kontakt en De Zenderstreek, toont aan dat een gezamenlijke aanpak kan leiden tot significante

synergievoordelen. Dit model biedt mogelijkheden om middelen te delen, kosten te reduceren en de naamsbekendheid te vergroten, wat essentieel is voor de overleving en groei van lokale kranten in een competitieve markt.

### **5.3 Veranderingen in de redactionele strategie**

De fusie heeft geleid tot belangrijke veranderingen in de redactionele strategieën. Er is een merkbare verschuiving in de balans tussen lokaal, regionaal en landelijk nieuws. Bovendien hebben aanpassingen in de verslaggeving plaatsgevonden, waaronder de hoeveelheid tijd die aan bepaalde verhalen wordt besteed en de keuze van onderwerpen. Deze veranderingen hebben de journalistieke processen aangepast om beter in te spelen op de behoeften van een breder publiek.

### **5.4 Impact op de functie van de krant**

Ondanks de fusie heeft de krant haar essentiële functies in de lokale gemeenschap versterkt. De kernfuncties van de krant, zoals het informeren van lezers, het fungeren als waakhond en het bevorderen van gemeenschapsbinding, blijven intact en zijn zelfs versterkt door de verbeterde middelen en bredere redactionele strategieën.

### **5.5 Economische en operationele implicaties**

De fusie heeft geleid tot veranderingen in de economische en operationele structuren. Lokale krantenredacties onder Het Kontakt hoeven zich niet langer bezig te houden met advertenties of financiën, wat de focus meer op journalistiek legt. Dit uitbesteden van niet-redactionele taken aan Het Kontakt verbetert de efficiëntie, maar brengt ook uitdagingen met zich mee, zoals aanpassing van adverteerdersbenaderingen en distributieproblemen. Digitalisering blijft een cruciale uitdaging waar lokale kranten mee moeten omgaan om relevant te blijven.

### **5.6 Conclusie**

Samengevat, de samenwerking van kleine regionale kranten binnen grotere entiteiten heeft zowel positieve als uitdagende implicaties voor de functie van de lokale krant. Deze samenwerkingen bieden aanzienlijke voordelen door synergievoordelen en een versterkte financiële en operationele basis. Echter, ze brengen ook uitdagingen met zich mee die aangepakt moeten worden om de relevantie en impact van lokale kranten te behouden. Aanpassingsvermogen en innovatie zijn essentieel voor het behoud van journalistieke integriteit en het voldoen aan de behoeften van de gemeenschap in een snel veranderend medialandschap.

## Bronnen

- 20/01411, Invoering JA/JA stickers door gemeente Utrecht onrechtmatig jegens huis-aan-huisblad (Hoge Raad Der Nederlanden September 24, 2021).
- Carson, A., & Farhall, K. (2018). Understanding Collaborative Investigative Journalism in a “Post-Truth” Age. *Journalism Studies*, 1900-1909.
- Costera Meijer, I. (2020). What Does the Audience Experience as Valuable Local Journalism? *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*, 357-367.
- de Graaff, S. (2018, Juni 28). Huishoudens krijgen minder reclamefolders door de brievenbus. *de Volkskrant*.
- Deuze, M. (2005). What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6, 442-464.
- Evers, J. (2015). *Kwalitatief Interviewen: Kunst en kunde*. Amsterdam: Boom Lemma uitgevers.
- Filistrucchi, L., Klein, T. J., & Michielsen, T. O. (2012). ASSESSING UNILATERAL MERGER EFFECTS IN A TWO-SIDED MARKET: AN APPLICATION TO THE DUTCH DAILY NEWSPAPER MARKET. *Journal of Competition Law & Economics*, 297-329.
- Firmstone, J., & Coleman, S. (2015). Rethinking Local Communicative Spaces: Implications of Digital Media and Citizen Journalism for the Role of Local Journalism in Engaging Citizens. *Local Journalism*.
- Hess, K., & Waller, L. (2016). River Flows and Profit Flows: The powerful logic driving local news. *Journalism Studies*, 263-276.
- Jenkins, J., & Graves, L. (2024). Do More with Less: Minimizing Competitive Tensions in Collaborative Local Journalism. *Digital Journalism*, 101-120.
- Karlsson, M., & Hellekant Rowe, E. (2019). Local Journalism when the Journalists Leave Town: Probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 15-29.
- Kik, Q., Bakker, P., & Buijs, L. (2013). Meer lokaal nieuwsaanbod, meer van hetzelfde nieuws. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 387-401.
- Koetsenruijter, W., & de Jong, J. (2023). The Rhetoric of Trust in Local News Media: Proximity as a Quintessential News Quality. *Rhetoric and communications*, 9-28.
- Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2018). *Methoden voor Journalism Studies (tweede druk)*. Leiden: Boom.
- Martínez de la Serna, C. (2018). Collaboration and the Creation of a New Journalism Commons. *Tow Center for Digital Journalism at Columbia University*, 27-32.
- Nationaal Media Onderzoek. (2023). *Bereikscijfers NMO*. Amsterdam: Nationaal Media Onderzoek.
- Nielsen, R. K. (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. London: London: I. B. Tauris & Company, Limited.
- Stroud, N. J., & Van Duyn, E. (2023). Curbing the decline of local news by building relationships with the audience. *Journal of Communication*, 452-462.
- Van Cayseele, P., & Vanormelingen, S. (2019). Merger Analysis in Two-Sided Markets: The Belgian Newspaper Industry. *New York: Springer Science + Business Media*, 509-541.
- Van Gorp, B., & Terlouw, K. (2017). Making News: Newspapers and the Institutionalisation of New Regions. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 718-736.

## 6. Bibliografie

### Bijlage 6.1: Codeboek kwalitatieve inhoudsanalyse

Domein	Definitie
<b>Funcities lokale journalistiek</b>	
Binding met de Gemeenschap	Elke referentie naar de manier waarop de Zenderstreek bijdraagt aan de verbinding tussen inwoners, zoals het organiseren van lokale evenementen en betrokkenheid bij gemeenschapsprojecten.
Waakhondfunctie	Expliciete referenties naar de rol van de Zenderstreek als waakhond binnen de gemeenschap, zoals het onderzoeken van lokale misstanden en verslaggeving over gemeentebeleid.
Informatievoorziening	Referenties naar hoe de Zenderstreek zijn lezers informeert over lokale gebeurtenissen en nieuws, inclusief informatieve artikelen en rapportages.
<b>Samenwerking tussen lokale kranten</b>	
Duur van de Samenwerking	Referenties naar de tijdslijn en duur van de samenwerking tussen de Zenderstreek en Het Kontakt.
Ervaringen en Veranderingen	Referenties naar persoonlijke ervaringen van redacteuren met de fusie, inclusief veranderingen in werkwijzen en procedures.
<b>Uitdagingen en voordelen van samenwerken</b>	
Grootste Uitdagingen	Referenties naar de belangrijkste logistieke en operationele uitdagingen die zijn ontstaan door de fusie.
Onverwachte Voordelen	Referenties naar positieve uitkomsten van de fusie die aanvankelijk niet werden verwacht.
<b>Redactionele Veranderingen</b>	
Veranderingen in Inhoud	Referenties naar veranderingen in de inhoud van de krant, zoals nieuw toegevoegde of verwijderde rubrieken en artikelen.
Balans tussen Nieuws	Referenties naar de verhouding tussen lokaal nieuws en regionaal/landelijk nieuws sinds de fusie.
Communicatie met Collega's	Referenties naar de interactie en communicatie tussen collega's binnen Het Kontakt en de Zenderstreek.
<b>Impact van de samenwerking op Redactie</b>	
Veranderingen in Rollen	Referenties naar aanpassingen in taken en verantwoordelijkheden van redacteuren als gevolg van de fusie.
Distributiekkanalen en strategieën	Referenties naar aanpassing van distributiestrategieën en kanalen.
Veranderingen in Benadering	Referenties naar nieuwe adverteerdersstrategieën, veranderingen in benadering van adverteerders en plaatsing van advertenties.

## **Bijlage 6.2: Topiclijst**

Topiclijst voor onderzoek naar de rol van Het Kontakt en Het Zenderstreeknieuws in de lokale gemeenschap en de impact van fusie op verslaggeving en samenwerking.

### **De Rol van De Zenderstreek in de Lokale Gemeenschap:**

Binding met de Gemeenschap:

Op welke manieren draagt De Zenderstreek bij aan de binding met de gemeenschap?

Waakhondfunctie:

Hoe fungeert De Zenderstreek als een waakhond binnen de gemeenschap?

Informatieverstrekking:

Hoe informeert De Zenderstreek zijn lezers over gebeurtenissen?

Ontvangst van Commentaar:

Krijgen jullie wel eens commentaar op geschreven stukken?

### **Impact van Samenwerking/Overname op Lokale Krant:**

Algemene Informatie over samenwerking:

Sinds wanneer valt De Zenderstreek onder Het Kontakt?

Persoonlijke ervaring en invloed op rol als redacteur door de samenwerking.

Veranderingen in Verslaggeving:

Hoe heeft de samenwerking de verslaggeving beïnvloed, zoals de toewijding van tijd aan bepaalde verhalen?

Effect op Abonnees en Distributie:

Heeft de samenwerking invloed gehad op het aantal abonnees en de distributie van de krant?

Rol van De Krant in Gemeenschap:

Hoe is de rol van de krant in de lokale gemeenschap veranderd sinds de overname?

Adverteerders en Advertentieplaatsing:

Zijn er veranderingen in de manier waarop adverteerders de krant benaderen en advertenties worden geplaatst?

Uitdagingen en Onverwachte Voordelen:



Wat zijn de grootste uitdagingen na de overname?

Welke onverwachte voordelen heeft de samenwerking opgeleverd?

Veranderingen in Redactionele Lijn:

Hoe heeft de overname de redactionele lijn van de krant beïnvloed?

Balans tussen Nieuwsniveaus:

Hoe is de balans tussen lokaal en regionaal/landelijk nieuws veranderd sinds de overname?

Ambities en Toekomstplannen:

Is er ambitie om verder te groeien?

Zijn er plannen om meer titels zoals De Zenderstreek onder Het Kontakt te nemen?

Digitalisering en Samenwerking:

Hoe is het als grotere entiteit om de stap naar digitalisering te maken?

Communicatie en Werklast:

Hoe makkelijk is de communicatie naar collega's bij Het Kontakt of andere titels?

Hoe ervaar je de werklast bij De Zenderstreek, gezien de kleine redactie?

Verandering in Inhoud:

Hoe is de inhoud van de krant veranderd door de overname?

## Bijlage 6.3: Transcripties interviews

### 6.3.1 Transcript Interview, Maarten Koop (Eindredacteur Leids Nieuwsblad) 24-04-2024, 16:00 CEST, Leiden, Interviewers: Jort Siemes & Haye Frings

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de "I:" met in dikgedrukt de vraag.

Microsoft Word gebruikt voor transcriptie

#### Start Interview:

---

**Interviewer:** Ik wilde eerst even zeggen dat ik twee weken geleden ben ik langs geweest bij de Bui-zenpers, en daar ook even binnen ben geweest. U was toen jammer genoeg niet aanwezig.

**Koop:** Ik heb wat persoonlijke omstandigheden die mijn aanwezigheid wat lastiger maken. Ik werk wel gewoon, maar dat kan ook vanuit huis natuurlijk. Dus ik ben veel thuis voor dan mijn dochter in dit geval. Dus dan heb je me gemist.

**Interviewer:** Ja, er zaten ook maar twee mensen of zo op kantoor.

**Koop:** Ja, goed, daar komt het [gesprek] misschien straks nog wel op, maar dat is helaas de realiteit.

**Interviewer:** Ja, ik zag gigantische persen, ik werd even binnen rondgeleid. De pers draaide jammer genoeg niet.

**Koop:** Hij is stuk zelfs.

**Interviewer:** Stuk, ja, dat was het. Er was iemand nodig om het weer te laten repareren.

**Koop:** Nou, die wordt niet meer gemaakt. Zal nooit meer gemaakt worden, helaas.

**Interviewer:** Oké, dan gaan we denk ik beginnen met onze vragen. Zullen we gewoon vanaf het begin beginnen? Wat we de laatste tijd zien is dat bij veel lokale huis-aan-huisbladen de redactie is gekrompen, of momenteel krimpt. Ik vroeg mij af hoe dat is gekomen, en hoe jullie aan content voor de krant komen sinds de redactie is gekrompen.

**Koop:** Hoe bedenk je wat jij een artikel over schrijft? Kijk, het krimpen van de redactie is natuurlijk geleidelijk gegaan. Toen ik daar twintig jaar geleden begon, denk ik, was het landschap nog vrij breed. En zeker de huis-aan-huisbladen bloeiden toen nog. Om even een beeld te schetsen, jij ben naar het gebouw geweest, maar toen ik daar begon stonden daar twintig witte auto's voor de deur van onze verkoopmedewerkers, die af en aan reden om advertenties te verkopen, op te halen, te zetten, et cetera. Nou ja, nu staan er ook auto's, maar die zijn van de bewoners aan de overkant. Dus in zo'n, ja, rap tempo is het eigenlijk gegaan.

En dus op de redactie ook. Toen ik begon, waren we met vijftien redacteuren. Voor eigenlijk, maar [...] toen hadden we een portfolio van achttien titels of zo. En nu zijn we inderdaad slechts met z'n tweeën [twee redacteuren]. Paul en ik, mijn collega en ik, en we maken drie wel redelijk grote titels. We hebben eigenlijk sinds, zeker sinds corona, de lokale, echte plaatselijke kranten gebundeld.

Ook de technologie heeft daar natuurlijk al wel een handje in gehad. Maar vroeger, toen ik daar begon, heb ik bijvoorbeeld twee, drie jaar Noord-Kraut weekblad gemaakt. Noord-Kraut is een dorpje waar ik zelf woon, 15.000 inwoners. Dan kan je je voorstellen dat het nieuws niet voor handen ligt. Maar dan ging het [nieuws] gewoon proberen te halen. Dan was ik, bijvoorbeeld, bij de seniorenmid-dag van de carnaval en stond ik daar een verslag van te doen. Dat is natuurlijk nu wel zo veranderd dat het nu vooral bureauwerk is. Ik ben echt bureaudirecteur geworden. Schrijf ook niks meer zelf.

Onze content komt tweeledig. Ik krijg natuurlijk best wel wat persberichtjes aangeleverd: zowel van gemeenten, maar ook van derden. En daaruit maken we een weekplanning met dingen die dan voor ons interessant genoeg zijn om wat verdieping over te zoeken. En dan hebben we nog onze corres-pondenten, waarvan het bestand trouwens ook naar heel klein is gegaan. Die sturen wij ook aan. Daar komen een beetje onze grote verhalen vandaan. Zodat we ook een eigen gezicht houden. Ieder-een kan persberichten plaatsen.

Onze concurrenten is Vaag uit Katwijk. Die plaatst heel veel 'free content'. Zij doen niet zo heel veel meer met correspondenten. En wij proberen toch traditioneel wel enigszins onafhankelijk te blijven – maar ook gewoon een leuk eigen verhaal te brengen. En daar sturen we dan mensen op aan.

**Interviewer: En hoe selecteert u dan die persberichten? Want er komt natuurlijk een grote lading binnen. Er is waarschijnlijk iets van een filterproces?**

*Koop:* Nou, het filterproces moet je zien als [...] Kijk, wij geven natuurlijk een gratis blad uit, wat voor een breed publiek aantrekkelijk moet zijn. En mensen roepen altijd van ja: ik vind sport niks. Maar heel veel mensen vinden sport wel wat. Dus wij maken bijvoorbeeld ook één of twee sportpagina's per week. Voor de mensen die daar interesse in hebben. De spelregel is een beetje dat het Leids Nieuwsblad voor een breed publiek interessant moet zijn. Als je een oude krant pakt, dan is er na-tuurlijk vooral veel verslaglegging van hoe het [een evenement, sportwedstrijd, gelegenheid of ge-beurtenis] geweest was. Nou, dat lezerspubliek is natuurlijk ook wel een beetje veranderd. Iets lezen wat al geweest is, is leuk voor degene die er misschien geweest is. Maar niet meer zo interessant voor het brede publiek. Wij proberen eigenlijk vooral 'aankondigend' te zijn. Van kleine aankondigin-gen tot de wat grotere verhalen. Die proberen we vooral zelf in te vullen.

De berichten bepalen. En de wat kleinere berichten komen dan inderdaad van aankondigingen van persberichten. Nou, je kan je voorstellen dat die in Leiden... Ja, dat is best een veelvoud aan.

Maar soms is het ook zoeken, hoor. Het is ook niet zo dat het [nieuws] elke week op de planken ligt. Maar als je een beetje goed je relaties onderhoudt, dan kunnen wij elke week wel van twaalf, dertien redactionele pagina's maken. En het ligt een beetje aan de krant en de verkoop. Hoe dik die is en of al het nieuws mee gaat.

**Interviewer: Heeft u zelf dan bij de selectie van de onderwerpen... maakt u daar ook zelf een soort agenda bij? Dat u bepaalde dingen belangrijk vindt om wel of niet te publiceren?**

*Koop:* Nou ja, de belangrijkheid zit er zeker in de lokale krant natuurlijk in, nogmaals, dat het voor een breed publiek moet zijn. Wij volgen de politiek bijvoorbeeld. Daar halen we de krenten uit de pap. We zitten ook niet meer wekelijks bij raadsvergaderingen, omdat dat heel arbeidsintensief is. Mijn correspondenten, die doen het voor een, ja, wel voor een vergoeding, maar als je je voorstelt dat je vijf, zes uur naar de gemeenteraad moet luisteren, en er komt één artikel uit wat je 30 euro op-levert... Dat is natuurlijk eigenlijk niet meer rendabel. Dus voor heel veel mensen is het hobby.

En daarin moet je ze natuurlijk ook gewoon een beetje tegemoetkomen. Ik kan wel vragen om een politiek verslag van als er ergens iets botst [tussen de gemeente en een andere partij], maar ja, dat

kost wel heel veel tijd. Dus daar moet ik ook wel rekening mee houden. En in mijn communicatie met mijn correspondenten is dat ook een wisselwerk. Ze hebben vaak zelf een idee wat ze willen, en ik geef ze daar sturing aan door ze of met wat vragen op pad te sturen, of de lengte van een artikel te bepalen. Maar de regel is wel een beetje dat mijn correspondenten niet op pad gaan voor een foto-onderschriftje of 200 woorden. Want dat kost natuurlijk gewoon te veel tijd.

En eigenlijk dienen de onderwerpen zich natuurlijk vaak zelf aan. En dat heeft ook een beetje met Leiden zelf te maken. In de aanloop naar 3 oktober ga je bijvoorbeeld daar wat meer op focussen. Er zit ook een beetje een jaaragenda in. Plus de krenten uit de pap: het kan heel simpel een belletje zijn van iemand die denkt: ik heb een conflict of iets leuks. En daar kunnen wij dan een verhaal in zoeken. Dat gebeurt natuurlijk regelmatig. Maar dat kan elke week ook anders zijn. Dat maakt het in die zin ook nog wel een soort van aantrekkelijk om zo te werken.

**Interviewer: In uw vorige antwoord gaf u ook nog wat toelichting over de relaties van uw blad. Is dat dan ook zo dat er bepaalde instanties, zoals een gemeente – of wij hebben gehoord een keer bijvoorbeeld van een kerk – die dan elke keer bij elke uitgave een eigen stukje krijgt.**

*Koop:* De raad van kerken heeft die afspraak nog staan. Ze hebben een beetje een ‘gentleman’s agreement’ nog met de oude directeur, die dat destijds afgesproken heeft. En dat houden we nog in stand. Met name omdat zij ook de inspanning leveren om het aan te leveren. Kijk, als zij het van ons vragen of wij het willen schrijven wordt het alweer anders. Maar, nou ja, goed. De kerk is natuurlijk eigenlijk net als sport: het verliest een beetje zijn aantrekkelijkheid. Maar voor veel mensen heeft dat gewoon nog impact. En ik moet eerlijk zeggen dat zij ook wel gewoon de maatschappelijke kant van het kerk zijn. Ze praten veel met mensen. En dat maakt het voor onze krant natuurlijk wel een stukje aantrekkelijker om daar ook gewoon artikelen aan te wijden. En dat ook wekelijks vol te houden. Maar ja, dat is een afspraak die staat al heel lang. En voorlopig doen we daar ook niet zo heel veel aan.

We hebben met ZZ [Zekerheid Leiden of afgekort ZZ Leiden is een Nederlandse basketbalclub uit Leiden] een afspraak, omdat wij mediapartner zijn van hun. Gedurende het seizoen verzorgen we wekelijks een pagina voor hun. Dat stelt ook niet zo heel veel voor. Maar als ik wil kan ik komen kijken, zeg maar. We hebben twee stoelen volgens mij. Daar is niet zo heel veel gebruik van gemaakt. Maar dat is ook een vorm van samenwerking. En op zich loopt dat wel. Zij zijn daar ook gewoon content mee.

Wij verschijnen natuurlijk in 80.000 brievenbussen. Mensen bekijken zich daar nog wel eens op. We krijgen vaak de spraakverwarring: “bel ik met het Leids Dagblad?”

Nee, wij zijn het Nieuwsblad. Ze zijn bijna geneigd om de hoorn er dan op te gooien. Want iedereen wil graag in het Leidse Dagblad staan. Omdat het is natuurlijk gewoon een goede en een mooie krant. Alleen, ja, volgens mij hebben ze in de regio nog 10.000 abonnees. En, als je hem echt wil, moet je hem kopen. Wat op zich natuurlijk prima is. Maar wij bezorgen gratis in de deur. Dus dat is nog wel eens een misvatting.

**Interviewer: En zijn er samenwerking criteria waar men aan moet voldoen voor u om te zeggen: daar willen we graag mee samenwerken?**

*Koop:* Het moet natuurlijk altijd binnen onze regionale formule passen. Dus wij blijven natuurlijk een beetje ver van... Kijk, opiniestukken. Heel veel mensen willen een column schrijven bijvoorbeeld, en daarin hun mening ventileren. Nou, en heel veel mensen denken ook dat ze een column kunnen schrijven. En één keer een goede column, dat kan eigenlijk. Dat is vaak op toevalstreffer. Maar heel veel mensen denken dan... Ja, dat kunnen wij wekelijks. Maar lokaal een goede column schrijven... Ja, dat is gewoon het moeilijkste wat er is. We hebben heel veel mensen gehad die dat dan

pretenderen en wilden. En daardoor ook gewoon samenwerking met ons wilden aangaan. Maar dat blijkt dus niet zo makkelijk.

Met zo'n raad van kerken, dat is een beetje door de geschiedenis heen ontstaan. Ik praat één keer in het kwartaal een keer. Ik kom eens een keer langs. En dan vragen ze hoe het gaat met ons. Het is echt een hele gedreven club mensen. Heel sociaal, warm. En ik zeg altijd: zolang ze hier op de men-senkant [zoals eerder genoemd, de maatschappelijke kant] blijven zitten, en het niet een opsomming wordt van de kerkdiensten wekelijks... Dan vind ik het prima. En dat lukt ze elke keer wel. Ze hebben ook gewoon een team met drie, vier redacteuren zitten. Meer dan wij. Die dat wekelijks leuke en goede zaken in de krant willen hebben. In die zin is die samenwerking voor ons gewoon vruchtbaar. De ZZ: daar zit gewoon een wat commerciële kanten aan. Zij zijn blij met een mediapartner die wat groter is dan het Leids Dagblad. En wij hebben gewoon iets vast wat we wekelijks mee kunnen nemen, zeker in wat minder drukke tijden. Een vaste pagina is natuurlijk gewoon lekker voor ons. Ook in de afronding. Dus daar zitten dan ook voordelen aan.

Een nieuwe samenwerking heeft ook een beetje met de ruimte te maken. Onze krant moet niet meer dan 32, 36 pagina's worden. Met 10 tot 12 pagina's relationeel. En je kan je voorstellen als op elke pagina een vast item zit. Of een rubriek. Of een column. Dan is het voor mij al gauw uitgegierd natuurlijk. Dus in die zin willen we ook wel een bepaalde vrijheid houden. Om wekelijks wat nieuws te brengen. En andere content dan. Die samenwerkingen staan nog een beetje los denk ik van de rol van adverteerders. Advertenties in het blad.

**Interviewer: En hoe verloopt dat proces dan precies? Is dat een heel ander proces? Zijn er een paar vaste adverteerders?**

*Koop:* Nee, dat is wel een heel ander proces. Wij werken ook nog steeds wel strikt gescheiden. We doen eigenlijk niet door koppelverkoop. Hoewel in de moderne tijden moet je er ook niet voor weglopen.

Ik maak ook naast het Leidsche Nieuwsblad ook twee wekelijks een krant in Heemstede Bloemen-daal. Die hebben wij nog in ons portfolio omdat we een gemeenteadvertentie hebben. Eén keer in de twee weken. Die we voor hun willen blijven maken, en die natuurlijk ook lucratief is. Die wat oplevert natuurlijk. Maar ook dat is een vrij kleine gemeenschap. En daar gebeurt niet zo heel veel. Dus het nieuws ligt daar ook niet voor handen. Plus dat het verkopen in die streek voor ons een beetje ver van ons is, dus daar ben ik bijvoorbeeld wat makkelijker. Als mijn verkoopster, dat is Daniëlle in dit geval, zegt van ja, ik heb best een aardig klantje, maar ze wil een foto met een onderschrift. Kan je dat meenemen? Dan zeg ik daar vaker ja dan in Leiden bijvoorbeeld. Waar dat gewoon minder makkelijk is. Als je het bij de een doet komt de ander ook. In Leiden hebben we zes kaasboeren. Als ik de noten van de een in de krant zet, dan komt de ander volgende keer. Volgende week ook. Dus dat scheelt toch wel per editie zeg maar. Maar eigenlijk staat de verkoop op zich, en die moeten ook wekelijks hard hun best doen in hun regio voor die content, voor die advertenties zorgen.

We hebben ook wel adverteerders die per se een advertorial willen naast hun advertentie. Nou dan rekenen we natuurlijk een plusprijs op, en dan laten we het schrijven bijvoorbeeld door de corres-pondent van ons. Zetten we een IM

[ingezonden mededeling] boven en dan hebben we die uiteindelijk ook verkocht. Dat onderscheidt het dan van regionaal. Maar wordt het wel als rationeel opgemaakt en maar wel betaald. Dus dat kan ook nog, maar dat gebeurt niet zo heel vaak. Maar er zijn wel klanten die daar wat specifiek om vragen.

**Interviewer:** Zo'n ingezonden mededeling en zo'n advertentie en zo'n samenwerking, komen die dan ook bijvoorbeeld als er iets kritisch geschreven moet worden over, bijvoorbeeld de basketbalvereniging of een kerk. Hoe zit dat dan precies bij u op de redactie. Wordt daar dan hetzelfde naar gekeken? Want dat is natuurlijk een lastige positie.

*Koop:* Nou dat is wel lastig. Want niet alles kan natuurlijk. Maar wij hebben wel advertenties of eigenlijk IM'ers gehad. Waarvan je dacht van oeps: dat is op het randje. Gelukkig staat er een IM boven. Kijk als je iets betaalt dan kan er eigenlijk best veel. Er zijn ook dingen die we weigeren. In Noordwijk, bijvoorbeeld, is het een beetje lastig: is de politiek een beetje instabiel. En op een gegeven moment ging men dat een beetje via de krant uitvechten. Eerst redactioneel. Later ook betaald. Op een gegeven moment werd dat een soort scheld[...] heen en weer. Waar wij dan onderdeel van werden. En op een gegeven moment hebben we toen gezegd dat we dat niet meer gingen doen. Ondanks dat het soms misschien geld oplevert.

En ze hebben ze ook wel flink [advertentieruimte] gekocht. Als iemand natuurlijk een hele pagina koopt, hebben ze best wat zeggenschap over wat ze er in willen.

**Interviewer:** Hoeveel kost een pagina ongeveer bij u?

*Koop:* Het ligt er een beetje aan de editie. Maar dan moet je aan 400, 500 euro denken. In Leiden ietsje meer. [Koop gaat nu weer door op hoe het gaat met het kopen van advertentieruimtes] Dus daar ligt natuurlijk uiteindelijk ook wel een grens. Het moet ook niet beledigend zijn. We hebben ook een keer iets gehad met een raadslid. Ja, die ging op een gegeven moment ook advertenties bij ons kopen. Toen hebben we gezegd van ja, weet je, het houdt hier op. En dan hebben we natuurlijk ook gewoon onze morele verplichting om niet een doorgeefluik te zijn. Voor shit of voor onzin zeg maar.

**Interviewer:** U had het al een beetje over de inkomsten. Zijn die advertentie-inkomsten het grootste deel van de inkomsten voor het Leids Nieuwsblad?

*Koop:* Gewoon 100% van de inkomsten.

**Interviewer:** Dat lijkt het mij een lastige positie om een verzoek voor advertenties te moeten weigeren?

*Koop:* Klopt. Nou er zijn er ook wel geweest die op het randje waren. Die we toch hebben geplaatst en gezegd hebben, we hebben er plaats voor. Er komen dan ook weer reacties op. Tuurlijk. Kijk een reactie krijg je altijd. Ik krijg wekelijks een enveloppe van een mevrouw die uit de krant alle d's en t's, of de komma's eruit haalt. En dat is hartstikke schattig he. Dan knipt ze ze uit. En dan doet ze ze bij ons in de brievenbus. Maar je krijgt ook gewoon wel reactie op dingen die in een ander context geplaatst zouden moeten worden. Maar goed. Ik denk dat dat ook wel gewoon een mooie functie is van een krant. Sommige dingen moet je in overweging nemen. Maar goed, zolang het in het redelijke blijft.

Er zijn natuurlijk wel voorbeelden van. Nou ja nogmaals: als je elke keer stront over de schutting heen gooit. Dan houdt het op een gegeven moment voor ons ook op.

**Interviewer:** En dat gaat dan vooral over externen? Is er dan ook wel eens inhoudelijk bij jullie zelf, weleens een artikel geweest waarbij jullie zeggen: als we dit schrijven, dan krijgen we ruzie met een bepaald bedrijf. Of een wethouder. Zijn jullie daar kritisch over?

*Koop:* Nou ja wij zijn wel licht kritisch. Ja, heel kritisch kunnen we niet altijd zijn. Willen we ook niet hè. Want nogmaals wij willen in principe gewoon een blad zijn dat informeert; dat vrolijk is. Maar niet dat altijd schuurt. Want dan verlies je ook wel een beetje de geloofwaardigheid. We zijn

natuurlijk wel gewoon een beetje het buurtblad. Waar ook de kat van de buurvrouw die kwijt is een plekje zou moeten kunnen krijgen. En dat het af en toe scherp is en schuurt vind ik helemaal niet zo erg. Want we hebben een goede relatie met de gemeente, maar zij bepalen niet de voorkant van onze krant. Ze mogen [vanaf] de achterkant invullen. Daar betalen ze ook prima voor. Dus dat is voor ons gewoon gunstig. Maar dat betekent niet dat wij een spreekbuis zijn voor de gemeente. We volgen ook de politiek, we stellen ook gewoon veel vragen, politieke vragen. Waar soms een negatieve uitkomst op is.

**Interviewer: Als we het hebben over verdienmodellen. Is er ook wel eens nagedacht, omdat de tijden natuurlijk zo veranderd zijn, over andere verdienmodellen? Bijvoorbeeld een abonnementsvorm.**

*Koop:* Nou kijk, wij hebben een directeur. Dat is meneer Buijze. Het is echt een familiebedrijf. Maar tot een paar weken geleden, maakten we de krant, verkochten we de krant. We drukten hem, wn we bezorgden hem. Dus alles in één pakket.

Volgens jaar bestaan we 100 jaar. Echt een familiebedrijf. Altijd een Buijze aan het roer. Hij is nu al 72, er is weinig opvolging.

Als je je afvraagt: bestaat de krant nog lang? Bij ons zit daar ook nog een stukje bedrijfsvoering bij. Je hebt pand gezien: dat loopt helemaal door tot aan de Voorstraat. We zijn met 10 man. De pers is stuk en die wordt ook niet meer gemaakt, want dat kost denk ik een miljoen. Dat hebben we niet en gaan we ook niet investeren. Dus de krant wordt al gedrukt door DPG [Media] in Amsterdam. Dat zijn natuurlijk wel pijnlijke dingen. Meneer Buijze is met heel veel dingen tegelijk bezig alleen hij deelt het niet zo erg meer met ons. Dat heeft zijn voor en nadelen. We hebben natuurlijk heel veel pogingen gedaan om ons in het medialandschap neer te zetten, maar juist omdat we een familiebedrijf zijn, was dat elke keer vrij laat.

**Interviewer: Kunt u een paar voorbeelden geven van die pogingen?**

*Koop:* Kijk nieuws is nu online. 15 jaar geleden is onze site begonnen met lokaal nieuws. Wij zijn 7 á 8 jaar geleden onze content online gaan publiceren. Met een flinke investering: goede website gebouwd, twee mensen aangenomen, met filmpjes en ook echt specifieke content. Dat nam natuurlijk wel zijn vlucht, zeker qua klikken. Alleen qua verdienmodel loop je natuurlijk achter de feiten aan. Op een gegeven moment hadden we een mooie site en yien directeuren die hem konden vullen. En ook wilden vullen. En dat gebeurde ook wel. Maar vrijdag om 4 uur ging de deur dicht. En om maandag ging die weer open. Als je online wat wil, dan moet dat 24 uur per dag. Dan moet eigenlijk ook je bedrijfsstructuur anders. Dan moet je in het weekend gaan werken. Dan moet je in het weekend gaan werken. En dat is dan bij ons eigenlijk niet mogelijk Of dan moet het bijna in je eigen tijd. Dus de pogingen zijn er wel geweest. Alles heeft altijd met geld te maken. We hebben anderhalf, twee jaar geprobeerd. De naam bestaat niet meer: Nieuws van Hier heette het.

**Interviewer: Een lokale krant die bij mij in de buurt werd uitgegeven had ook eigenlijk dezelfde problemen die u zojuist opnoemt: te laat begonnen. Toen hebben zij ervoor gekozen om met andere kranten in de regio. Samen te werken onder één groter bedrijf. Zou dat misschien nog een optie kunnen zijn voor [...]?**

*Koop:* Kijk, Buijze, ik zie bij hem geen opvolging. Hij heeft zelf geen kinderen. Alle vorige directeuren hebben het allemaal geprobeerd. Hij gaat het natuurlijk op een gegeven moment verkopen. Wij zitten met z'n tienden op het industrieterrein. Hoe dat er dan uit ziet weet ik niet. En dat zal dan onder de landelijke DPG Media zijn, bijvoorbeeld. Die heeft heel veel lokale edities. Omdat zij aan adverteerders landelijke dekking beloven. Ja daardoor hebben wij hebben geen overtekening met DPG,

maar dat zou zomaar kunnen: wij nemen die titels over, de huidige redactie – en misschien verkoop – mag blijven zitten en jullie gaan in een kleiner kantoortje zitten. Wat voor ons prima zou zijn. Want nu wat ik net zeg: we kunnen boven bowlen! Er zit helemaal niemand meer. En het is allemaal van Buijze. Buijze is natuurlijk ook met de gemeente in gesprek. Omdat dat terrein gewoon goud waard is. Maar dat moment gaat wel een keer komen.

**Interviewer: Dat vindt u niet erg?**

*Koop:* Ja tuurlijk wel, ik werk er nu ook twintig jaar. Maar de laatste paar jaar, gingen er steeds ook wat minder mensen werken. Ik heb ze ook wel op woensdagavond nog wel eens gestapeld, stapels kranten. Ik ben niet echt iemand van met de handen werken. Maar dat vind ik dan ook een soort van leuk. Dan ruik je het. Dan heb je ze in handen. En dat is natuurlijk ook je eindproduct. En dat is natuurlijk jammer. Als dat een keer ophoudt. Ik ben bijna vijftig. Maar niks is eeuwig.

Maar voor ons als bedrijf, ik zeg het ja, toen die pers stopte [kapot ging]. Ik laat niet zo graag een traantje. Maar degene die bij ons zit, heeft denk ik veertig jaar die pers laten draaien, dan vloeit er wel een traantje natuurlijk.

**Interviewer: Hoe zit het met, bijvoorbeeld, extra inkomstenbronnen zoals het Leids Mediafonds. Maken jullie hier gebruik van?**

*Koop:* Wij zelf niet, maar er zijn wel correspondenten die via het Leids Mediafonds een podium zoeken om te publiceren. Maar het Leids Mediafonds neemt niet direct contact met ons op van, ja, er is subsidie mogelijk. Wij krijgen sowieso geen subsidie, en ook niet van het Mediafonds. Ja, indirect dus. Een aantal van mijn correspondenten hebben een aanvraag gedaan en ook gekregen. De enige voorwaarde voor mij is dan dat ik het publiceer. Indirect hebben we er dus wel profijt van.

**Interviewer: En dan over de inhoud van de krant zelf. Ik neem even aan dat je freelancers in dienst hebt? Hoeveel van de kosten gaan daar naartoe? Want het kost volgens mij iets van 40 euro, hadden wij begrepen, per artikel voor een foto en een stuk. Hoe werkt dat precies?**

*Koop:* Het is een beetje wat ik aan het begin zei. We proberen natuurlijk wel een beetje eigen gezicht te houden. Inhoudelijk, met name de grote verhalen, wat we ze brengen, gestuurd krijgen of door ideeën van correspondenten. Dat worden dan 12 tot 13 stukken ongeveer in de krant. Maar dat kan ook veel verschillen per keer. Dus de kosten vallen in die zin dan mee. Maar goed, het maken van de totale krant kost natuurlijk best wel een hoop geld. Persoonlijk ken ik die cijfers niet, want mijn voorname taak is om een mooi product te maken. Als ik twintig verhalen declareer, dus de correspondenten, vindt mijn baas het prima. En als het een keer tien zijn, vindt hij het ook prima. Dus in die zin zit er ook geen limiet aan. Ik denk dat, laten we zeggen 20 tot 25 procent van onze krant verzorgd wordt door correspondenten die betaald worden. En de rest komt van derden en is eigenlijk gratis content.

**Interviewer: Wat ziet u dan als voor- en nadelen van zo'n abonnement model?**

*Koop:* Nou ja, het is toch wel een beetje, het Leids Dagblad heeft ook een abonnement en dat heeft aanzien, hè, nog steeds. Maar ja, als je het even vergelijkt met wat wij uitbrengen. Van oudsher worden wij natuurlijk een beetje gezien als het suffertje. Ik denk dat die fase wel voorbij is. Zeker ook gezien de professionele opmaak en de arbeidsintensiteit van de redacteurs die erop zitten. Maar goed, dat is natuurlijk een beeldvorming wat je bij mensen niet snel weg neemt.

Als mensen mij dan bellen met: "ik zoek het Leids Dagblad en ik moet een stuk kwijt, want het is zo belangrijk", dan denken ze dus dat ze bij het Leids Dagblad hun verhaal het makkelijkst of het liefste kwijt willen, omdat dat dat aanzien heeft. En wij leggen dan uit: maar het Leids Nieuwsblad is ook



een mogelijkheid. En wij verschijnen gratis in eigenlijk 80.000 brievenbussen. Inmiddels zijn het natuurlijk wel minder door al die stickers en zo, maar goed. En het Leids Dagblad, die moet je kopen. Het Leids Nieuwsblad komt gewoon in de hele bollenstreek. Dat is een beetje het gevaar als je naar zo'n model overgaat: je verdient er wat aan, maar je verliest natuurlijk ook een groot deel van je lezerspubliek, en daarmee ook een stukje aantrekkelijkheid naar je advertentieafnemers.

Aan de kant van het verhaal is, kijk, wij bezorgen hem wel, maar het is natuurlijk de vraag of hij gelezen wordt, door wie en in welke vorm. Maar wij krijgen wel veel reacties dat mensen de krant graag lezen. Vaak staat de leeftijd er niet bij.

**Interviewer: Hebben jullie recent nog een lezersonderzoek gedaan? Wanneer voor het laatst?**

*Koop:* Nee, ik denk dat het laatste al 10 jaar geleden is, denk ik. De laatste keer hebben we volgens mij in onze krant een enquête bijgevoegd. Daar geldt het een beetje hetzelfde voor. Als je de krant niet leest, waarom zou je dan de enquête invullen. Dus die response was echt wel karig. We hebben ook een keer een bureau ingeschakeld, dat kostte ik ook veel geld. Als je zo'n onderzoek echt goed wil doen, dan kost dat wel heel veel tijd en investering, denk ik. Dus dat daadwerkelijk lezen is altijd een beetje gissen.

**Interviewer: Wij hebben ons ook verdiept in dan de journalistieke functies van een bepaalde krant. Dan heb je bijvoorbeeld de bindende functie, vooral als lokale krant. Hoe gaat u daarmee om, de bindende functie?**

*Koop:* De reacties zijn heel divers.

Soms zie je wel dat stukken mensen raken, of ook soms irriteren, of [...]. Maar zeker ook verbinden. Zeker als we verhalen maken, schrijven, met name op de sociale kant, zoals wijkinitiatieven. Dat wordt toch wel goed gelezen. En dat merk je bij onze correspondenten ook. Het aankondigen van dingen die voor een grote groep interessant kunnen zijn is ook verbindend.

**Interviewer: U heeft al vaker genoemd in dit gesprek dat een van uw sterkste punten is dat u het grote publiek kan bereiken. Vind u dan ook dat het Leids Nieuwsblad dan ook een bepaalde informerende functie heeft? Als de gemeente iets naar zoveel mogelijk mensen uit wil brengen, dan zijn jullie, denk ik, misschien de meest aantrekkelijke optie?**

*Koop:* Ja, daarvoor adverteren ze ook bij ons. Zij maken natuurlijk de Stadskrant, die varieert een beetje in grootte. Dat hoeven ze ook niet meer te doen, zij kunnen dat ook online publiceren richting hun inwoners. Maar de gemeente Leiden heeft zelf ook voor die Stadskrant nog steeds een redactie, dus ook zij vinden het nog steeds belangrijk als informatiebron richting, nou met name ouderen, want die jongeren pakken het online wel op. Die lezen die krant niet. In Leiden is het natuurlijk ook de vergrijzing. En ik denk dat de gemeente Leiden nog ziet dat een simpele krant als wij nog goed gelezen wordt. En dat ze, ja, daardoor ook gewoon dat nog in stand willen houden.

**Interviewer: En zijn er dan misschien plannen binnen de redactie om ook de krant een beetje naar de jongeren te sturen? Of zetten jullie juist nu extra in op de ouderen, omdat nu de ouderen het lezen?**

*Koop:* Ik denk dat dat eigenlijk hetzelfde is als nu nog een website beginnen. Nu nog jongeren binden aan een krant: ik denk dat veel jongeren daar al een stapje verder in zijn.

**Interviewer: Nu we het toch een beetje over de lezers hadden, had ik nog een vraag: Wordt er ook iets gedaan binnen de redactie met kijken op diversiteit? Wordt er daar bepaalde focus gelegd bij het schrijven van een artikel of hoe u een krant inricht?**

*Koop:* Dat ligt dan vooral een beetje aan het onderwerp, het heeft niet zozeer te maken met de redactionele invulling zelf. En ook daar moet ik eerlijk in zijn... Kijk, wij zijn natuurlijk gewoon een beetje ouderwets. Wij lopen vaak wel een beetje achter dingen aan, en het is ook niet zo dat we dan iemand moeten volgen of de trend moeten volgen. Onze formule staat redelijk vast, en voor verandering is bij ons niet altijd heel veel ruimte. Dat heeft ook te maken met de bedrijfsvoering en hoe wij er op dit moment voor staan. En daar moet ik ook gewoon heel eerlijk in zijn.

***Interviewer:* Dan zit er wel een houdbaarheid aan?**

*Koop:* Nogmaals, ik denk dat hij binnen 1, 2, 3 jaar verkoopt. Plus het pand wat van hem is. Ja, misschien is er dan wel tijd en ruimte voor wat veranderingen. Dat zou natuurlijk zomaar kunnen.

***Interviewer:* En wat voor veranderingen denk je dan?**

*Koop:* Waar spreken mensen nog aan met men? Het is algemeen. Wat op zich goed is. Want dat vraagt iedereen tegenwoordig om, hè. Maar het is ook wel weer ouderwets natuurlijk. Hoe spreek je nou iemand aan? Zowel persoonlijk, maar ook in een krant. Ja, ook dat verandert. En wij veranderen nog niet zo hard mee.

***Interviewer:* U noemde net dat u er niet meer een heel langdurige toekomst in ziet. En over het geheel, dat er eigenlijk geen gratis kranten meer zullen bestaan. Huis-aan-huis bijvoorbeeld. Ziet u geen enkele manier hoe dit zou kunnen bestaan?**

*Koop:* Het kan wel. Want wij doen het nog steeds. Op zich doen we het nu nog vrij goed, met een kleine redactie, kleine verkoop, klein team. Druk uitbesteed. Ja, wij maken toch wekelijks... Even optellen: 150.000 kranten. Er wordt best wel prima verkocht. En dat kan echt nog wel een tijdje door. Ik denk dat er daar nog wel gewoon ruimte voor is. De markt op zich is redelijk breed. Als je natuurlijk in elke brievenbus iets kan stoppen. Wij zullen ooit onder een grotere vlag dat moeten doen. En misschien kan een grote speler dingen bij ons veranderen, die dat voor langere tijd mogelijk maakt. Of ik daar dan onderdeel van ben, dat weet ik niet. En wie weet ligt er over 10 jaar nog steeds een krant in de brievenbus.

***Interviewer:* Zijn er lokale kranten waar je naar opkijkt? Dus huis-aan-huisbladen die het heel goed doen in het land?**

*Koop:* Wij kijken natuurlijk vooral naar onze eigen regio. We hebben natuurlijk in Verhagen onze grootste concurrent gehad, Verhagen in Katwijk. Die maakt nog wel lokale edities bijvoorbeeld. Die heeft eigenlijk alleen freelance-redacteuren, die gewoon hun eigen krantje mogen vullen. Persoonlijk vind ik die er niet uit zien. Maar dat is mijn mening. En zij doen het verder prima. Ik vind onze krant qua stijl en inhoudelijk gewoon mooi. Goed. En ik maak hem ook met plezier.

***Interviewer:* Hebben jullie een 'overlegclub' of een belangenvereniging? Is er een vakblad waar jullie de trends en zo in bijhouden?**

*Koop:* Hans [Buijze, de directeur] zit wel in wat overleggen. Maar Hans is ook wel... Kijk, er zijn ook niet zo heel veel familiebedrijven meer. Dus hij is daar ook een beetje vreemde eend in de bijt, altijd al geweest. Is hij zelf ook overigens. Maar we zijn altijd wel een beetje een buitenbeentje geweest, eigenlijk.

De NVJ zijn we natuurlijk wel lid van. Maar dat is meer een persoonlijke titel dat ik dat af en toe lees. Maar nee, tenminste niet dat ik weet of daar waren wij ooit bij aangesloten.

**Interviewer:** Maar is er niet één waarvan je denkt, wow, daar heb ik toen mijn vormgeving ging veranderen, mijn profijt van gehad? Of die doen het online beter, of die weten doelgroepen beter aan te doen?

*Koop:* Nee, ik zou even niks kunnen noemen, nee.

**Interviewer:** Het is niet iets waar jullie over praten?

*Koop:* Nee, weinig. Toen wij met vijftien waren, hadden we ook een hoofdredacteur en gingen we wekelijks natuurlijk wel zitten. Dan hadden we een redactievergadering. Gingen er nog post-it sop de muur, dan is het ook wat interactiever. En tegenwoordig zijn we met z'n tweeën, in principe allebei hoofdredacteur van ons eigen. Hans bemoeit zich daar in die zin niet mee.

**Interviewer:** Wie is je partner?

*Koop:* Paul Alkemade.

**Interviewer:** En die is van welke?

*Koop:* De weekendkrant. En wij hebben onderling natuurlijk wel eens overleg. Ik werk nog 24 uur voor Buizen. Ik ben ook twee dagen in het onderwijs teruggekeerd. Vooral omdat ik het leuk vind, maar ook omdat dit ook een keer eindig is. Dus ja, in die 24 uur maak ik één week drie en een andere week twee kranten. De tijd heb ik gewoon nodig. Dan heb ik ook geen tijd en zin om te overleggen. In weinig tijd moet je heel veel in elkaar steken. We moeten oppassen om niet te veel over vroeger te praten, maar toen ik net begon, kreeg ik heel veel over de post. Echt van zulke stukken, zulke lap-pen tekst. Daarvoor hadden we dan typistes in dienst. Daarna in de computer kwam dat dan een woordbestandje terug. En dan kon je dat bewerken. Want eigenlijk die stukjes, die maakte ik dan op maat, in een goede context, een goede taal, een goede volgorde. En dat ging dan naar de DTP [desk-top publishing staat voor het opmaken en bewerken van documenten voorafgaand aan publicatie]. En die maakte er dan een krant van. Met wat knippen en plakken.

Nu maak ik hem volledig zelf. Zeker redactioneel. Omdat je dan lay-out gedreven kan werken.

**Interviewer:** Er is nu natuurlijk heel veel sprake rondom nieuwe dingen zoals AI. Zou het bijvoorbeeld kunnen dat dat een goed toekomstperspectief is voor zo'n kleinere krant?

*Koop:* Nou ja, daar kom ik denk ik weer. Maar ik ben nog een beetje een oude lul. Ik heb vroeger ook wel voor landelijke dagbladen geschreven in mijn jonge jaren. Ik ben nog wel van het naar iemand toe gaan, iemand spreken, desnoods twee, drie uur lang, en daar een mooi verhaal van maken. Natuurlijk zijn straks de mogelijkheden eindeloos. En wie weet waar het toe leidt. Voor mij hoeft het nog niet eerlijk gezegd. Ik ga liever met jou in gesprek, en maak daar een mooi verhaal van. Dan weet ik dat in ieder geval dat het van mij is. In samenspraak met jou. Omdat je het ook kan controleren en lezen.

Maar ja, het is geen schrikbeeld. Want ik ben ook niet vies van innovatie. Nu maak je hem [de krant] helemaal zelf. Uiteindelijk is het product wel dat wat je in handen hebt. Ja, je kan het ook aan de computer zelf laten. Ongetwijfeld zal dat uiteindelijk ook heel mooi worden. Dat zal ongetwijfeld een keer eraan komen

**Interviewer:** Nu ben je dus een 'one man show. Hoeveel correspondenten heb je dan ongeveer in je systeem, denk je?

*Koop:* In Leiden op dit moment een stuk of zeven, acht. Het is echt wel heel divers. Hans Schuurman, dat is een oude FNV man. Hij komt om de twee weken even op de fiets hier, komt hier bij me langs

en dan komt hij even koffie drinken. Hij heeft nooit wat te vragen of te vertellen, maar vindt hij dan gewoon leuk. Maar hij is geen journalist. Een journalist schrijft echt op een bepaalde manier, dat lees je dan ook wel terug. Maar het mooie van een Hans Schuurman, iemand die dat niet heeft, ook dat lees je terug. Ik zeg altijd tegen nieuwe correspondenten: als ik kan zien dat het jouw stuk is – dat moet wel goed leesbaar zijn, er zitten natuurlijk ook wel een paar voorwaarden aan – maar ik heb liever dat het eigen is, dan heel strak, of politiek correct, of iets dergelijks.

**Interviewer: En dat is dan misschien ook die diversiteit die je benoemde?**

*Koop:* Ja, dat maakt ons dan ook wel, ik wil niet zeggen heel bijzonder, maar wel heel prettig om te lezen.

**Interviewer: Wat bedoel je precies met dat het ‘team’ divers is? Is dat een diversiteit in leeftijden, achtergronden [...]?**

*Koop:* Ja, leeftijd, de achtergrond verschilt ook. Soms komt er iemand aanwaaien, en dan denk je: dat wordt een goeie. En soms is het ook helemaal niks. We spreken altijd een proefperiode af, en meestal blijven ze best wel lang hangen. Maar, het is toch ook een hobby.

**Interviewer: Ook voor jullie budgetten natuurlijk.**

*Koop:* Er zijn vaak genoeg mensen die hier komen en denken dat ze er geld mee gaan verdienen, ja, die moet ik echt van tevoren vertellen: dat gaat niet gebeuren. Er is nu iemand die werkte voor Sleutelstad, die gaan fuseren dus dat is allemaal gedoe. Die dacht: ik ga wat anders doen. Die volgt echt de politiek, tot op de letter, maar dus allemaal voor niks, eigenlijk. Die plaatst heel veel stukken. Dus ik zei: ja, je mag het voor mij ook doen, en die zei: ja ik vind het leuk, het is een hobby. Toen zei ik: word dan voor ons gewoon correspondent, dan heeft iedereen er wat aan. Dat is wel een heel bijzonder iets, ja. De meeste mensen willen de hoofdprijs, krijgen ze niet. Maar hij vond het super leuk, en hij zei: als ik wat mag declareren ben ik al super blij.

**Interviewer: Dat zijn wel echt de mensen die je nodig hebt, dus?**

*Koop:* Ja, hopelijk blijven dit soort mensen lang hangen. Je moet het niet voor het geld doen bij ons. En ik moet je eerlijk zeggen: zelfs in landelijke media is het gewoon lastig. Ik heb ook wat Olympische Spelen gedaan voor het AD, ik kon voor artikelen 200, 300, 400 euro krijgen. Tegenwoordig zou dat drie tientjes zijn. De goeie en hele grote nagelaten. Dat zijn er maar weinig. Dus dat is ook gewoon veranderd.

*Nog enkele vragen:*

1. Een waakhond willen jullie niet echt zijn: vooral informeren. Dat interpreteer ik als de belangrijkste functie voor het Leids Nieuwsblad is het informeren. Maar toch is die kritische functie toch ongeveer het grootste goed van de journalistiek? Licht-kritisch, maar ook een goede relatie met de gemeente, op welke manier voert het Leids Nieuwsblad dan toch die kritische functie uit? En blijven jullie onafhankelijk van de gemeente?

Door de juiste vragen te stellen, op het moment dat dat nodig is. We plaatsen ook niks lukraak van de gemeente, van wat ze sturen. Alles wat zij aan ons voorleggen, bijvoorbeeld wat betreft redactionele invulling, zet ik altijd iemand op die ook vervolgens vragen gaat stellen.

Dus in die zin hebben we altijd wel ook vragen voor de gemeente, zonder dat we hen helemaal onderuit halen. En als dat nodig is, dat hebben we ook wel gedaan. Er zijn ook wel momenten geweest dat we de gemeente wel hebben aangepakt op wat ze verkeerd doen. Applaus krijgen we nooit, maar zij zijn ook wel blij dat we niet klakkeloos dingen plaatsen die zij kwijt willen. Daar hebben ze ook de stadskrant voor. Daar zit zelf een redactie voor. Wij zijn er voor om af en toe ook gewoon vragen te stellen die ze soms niet leuk vinden.

2. Nog kort de bindende functie: dat kwam vooral voort in de selectie van onderwerpen. Sociale verhalen, sociale kant. Ook het bieden van een platform voor discussie. Doen jullie dat ook?

Niet zozeer door een discussie op te werpen, maar wel door bij de discussie aanwezig te zijn en die ook te noteren. Beide kanten van een verhaal vertellen, toevallig is er volgende week een bewonersbijeenkomst in [...]. Die gaat helemaal op de schop, er is een mevrouw die heel boos en kritisch is, ik heb haar al 6 keer aan de lijn gehad. De gemeente had gezegd: er mag geen pers bij. Dus ik zei tegen deze mevrouw: goed dat u gebeld heeft. Wij komen gewoon. Dat doen we dan wel, dan vang je de discussie in het artikel zelf. We zijn vooral in de wijk als er iets speelt, daarin vinden we bijvoorbeeld verbinding, en dat blijkt ook uit reacties.

3. Voorbeeld van verbinding en sociale cohesie?

Je ziet steeds vaker dat men bijvoorbeeld gaat koken, voor minder bedeelden, met resten van supermarkten. Toen waren we daar als een van de eersten, we waren daarvoor uitgenodigd. Je ziet wel dat zo iets dan vrij snel bekend wordt, en ook breder bekend. Volgende week komt de burgemeester ook, dan gaan we nog een keer. Ook dan proberen we wel aandacht te geven aan het project, en niet aan de burgemeester. Zo zie je wel dat dat soort projecten, dat wij daarover schrijven, dat dat echt z'n vlucht neemt. Mensen raken er enthousiast van, betrokken. Het zorgt voor een sneeuwbal effect, en het wordt dus ook echt gelezen.

4. Toekomst heeft u al heel duidelijk uitgelegd. Kan ik dan concluderen dat er weinig aan digitalisering, etc gedaan wordt?

Ja, er wordt nauwelijks iets aan gedaan.

[middenin antwoord afgekapt, einde interview]

[de rest van de vragen zullen via de mail kunnen worden beantwoord]

## **[mail antwoorden]**

Leids Nieuwsblad

1. **Wat doet u/Leids Nieuwsblad om de band met de lezer te behouden en versterken?**

Door continu in te blijven gaan op de behoefte van de lezer. Men is namelijk geïnteresseerd in nieuws en informatie uit de eigen omgeving en dat vooral op een positieve manier. Van alle lezers van huis-aan-huiskranten is de helft tussen de 35 en 64 jaar oud, veelal mensen die sociaal

actief zijn en midden in de maatschappij staan. Daar proberen we de artikelen op af te stemmen om ze te blijven aanspreken.

**2. Op welke manier biedt Leids Nieuwsblad een platform voor discussie aan zijn lezers?**

Er is altijd de mogelijkheid om in het Leids Nieuwsblad te reageren op een eerder verschenen artikel of om een duidelijke mening te ventileren in de vorm van een 'Ingezonden brief'. Dat gaat altijd onder bepaalde voorwaarden, zoals naamsvermelding zodat het niet anoniem moddergooien wordt.

**3. Jongeren binden aan het Leids Nieuwsblad. Wat zijn volgens u de beste manieren om hier aandacht aan te besteden en hoe ziet u dat voor zich?**

Het grootste deel van onze lezers bestaat uit 65+ers en jongvolwassenen. Jongeren gebruiken minder de traditionele media en vinden al het nieuws op hun telefoon. Ze hebben ook veel minder binding met en interesse in hun directe omgeving. Dat is een vaststaand feit. Jongeren worden ook vanzelf ouder en gaan ze dan steeds meer maatschappelijk inzetten en bewegen. Dat wakkert vanzelf de interesse voor het lokale nieuws aan. Het gebeurt alleen wat later dan vroeger.....ze komen dus wel in het lezersbereik, alleen op een wat latere leeftijd.

**4. Welke trends in het lokale medialandschap signaleert u?**

Trends zijn uiteraard digitalisering, online, videokanalen (TikTok, Youtube) en bijvoorbeeld inzet van AI. Echter, een goede lokale informatievoorziening, geprint, blijft voor ons de sleutel tot succes. Nog steeds lezen veel mensen graag een huis-aan-huisblad. Het lokale bereik is groot, daar blijven wij op inzetten.

**5. Op welke manier hebben deze trends een positieve, dan wel negatieve invloed op de werkwijze van Leids Nieuwsblad?**

Negatief voor ons is dat we, zeker gezien de (on) mogelijkheden binnen ons familiebedrijf, altijd achter de muziek aan zullen blijven lopen. We hebben het online geprobeerd bijvoorbeeld, maar te laat. Positief is dat al die trends voor versplintering zorgen en dat onze huis-aan-huismogelijkheden onveranderd blijven en dus

**6. Wat zijn volgens u de 3 belangrijkste nieuwsonderwerpen voor Leids Nieuwsblad?**

Social Maatschappelijke thema's, politiek en sport.

**7. U vertelde dat u een select groepje correspondenten heeft die voor het Leids Nieuwsblad werken. Dat is een diverse groep vertelde u. Zo is er bijvoorbeeld één persoon die graag de politiek volgt, en hier dan ook graag over wil schrijven. Hebben de andere correspondenten ook allemaal een eigen soort 'specialisme' waar ze het meeste over schrijven? Of gaat de keuze voor onderwerpen meer over wat er op dat moment beschikbaar is aan nieuws?**

Iedereen heeft wel zijn eigen voorkeur, maar de meesten zijn breed inzetbaar. Dan moet je vooral denken aan de maatschappelijke thema's zoals interviews etc. Politiek is vaak een

specialisme omdat je dat echt moet volgen, vaak bij lange vergaderingen moet zijn en moet weten hoe de politieke hazen lopen zullen we maar zeggen.

**8. Waar kijkt u naar bij het aannemen van nieuwe correspondenten? In hoeverre is een journalistieke opleiding (of in ieder geval affiniteit met journalistiek) voor u van belang?**

Jong, oud, er tussenin, gestudeerd of nog bezig, werkend, met pensioen of zich lastig in de maatschappij bewegend: mijn correspondenten bevinden zich echt in die range. Bij sollicitaties gaan we in gesprek met mensen die interesse hebben in het lokale nieuws dus affiniteit met de lokale journalistiek), over een vlotte pen beschikken en vooral mensen die het willen doen om maatschappelijk betrokken te zijn en vooral niet alleen maar willen schrijven om er veel geld mee te verdienen. Voor velen is het een opstapje naar meer en sommigen komen van meer (bijvoorbeeld schrijven voor de landelijke dagbladen) naar een wat rustiger vaarwater (lokaal). Het is dus heel divers en dat maakt het wel interessant.

**9. Hoe behoudt het Leids Nieuwsblad zijn onafhankelijkheid van de gemeente?**

Het Leids Nieuwsblad bedrijft onafhankelijke journalistiek, zeker ook op politiek niveau. De gemeente is een goede adverteerder en bepaalt zelf de inhoud van de Stadskrant. Die zit niet voor niks op zijn kop: dat is een advertentie en staat dus los van de journalistieke inhoud elders. Wij volgen de politiek met 2 mensen, pakken daar zelf de krenten uit de pap uit en zin soms (licht) kritisch ten opzichte van de gemeente. Dat is een vereiste en dat gaan al jaren goed gelukkig.

**10. Kunt u een recent voorbeeld noemen van een moment waarop het Leids Nieuwsblad een 'aanvaring' had met de gemeente, omdat zij het niet eens waren met een bepaald gepubliceerd stuk? Kunt u uitleggen hoe dit is verlopen en is opgelost (of juist niet is opgelost)?**

Nee, eigenlijk niet. Heel soms worden we gewezen op feitelijke onwaarheden in politieke stukken en dat zullen we, als dat de wens is, altijd een week later rectificeren. Dat gebeurt echter zelden. Onze politieke correspondenten staan in goed contact met B&W, de wethouders en veel raadsleden en kunnen ze altijd benaderen voor commentaar en fact-checking.

### **6.3.2 Transcript Interview, Hans Schuurman (Journalist Leids Nieuwsblad) 10-04-2024, 15:00 CEST, Leiden, Interviewers: Renée Smeets & Lisanne van 't Riet**

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de "1:" met in dikgedrukt de vraag.

#### **Start Interview:**

---

**Ik zal alvast even een korte introductie doen.**

**Wij doen dus allemaal de Premaster, Journalistiek en Nieuwe Media. We schrijven nu allemaal een scriptie over lokale journalistiek.**

**Waarbij de meesten van ons het Leids Nieuwsblad eigenlijk als vergelijkingspunt nemen voor een andere stad, een ander huis, een huisblad. Daarvoor gaan we verschillende mensen interviewen.**

**En u bent onze allereerste kandidaat. Dus van tevoren alvast dank daarvoor.**

**We gaan verschillende vragen stellen.**

**Onder andere over journalistieke functies, financiële zaken, innovatie, digitalisering.**

**Mocht u ergens geen antwoord op weten of kunnen geven, dan geef dat vooral aan. Dan gaan we door naar de volgende vraag, denk ik zo. En als u er zo meteen klaar voor bent, dan beginnen we het gesprek.**

Ik geef er de voorkeur aan om zelf ook even iets te zeggen.

Ja, ik zoek iets, dat heb je in de gaten hè?

**Ja, dat klopt.**

Ik zoek het laatste loodje. Nou, als ik straks...

Ik hou jullie dan op, maar ik heb dus het laatste loodje meegenomen.

Toen ik...

Het is toch veel te leuk om even niet te laten zien, hè?

Toen ik in 1970 ongeveer, ik was ambtenaar bij de provincie Noord-Holland.

Tijd over, ambtenaren hebben tijd over.

En toen, trouwens, deed je studies. Ging ik speciaal bij de overheid werken met een HBS. En dan liet je de overheid je studie betalen. Dat was de gunst. Dat was met een terugbetalingssysteem. Dus jullie hebben een fortuinlijke positie. Je gaat eerst studeren, maar zo heb ik dat gedaan. En dan had ik een bijbaantje en dat was voor de Alkmaarse Courant. De Alkmaarse Courant had verslaggevers bij de gemeenteraad in Egmond. En dan zat ik daar te schrijven.

Ja, een gemeenteraad is best wel lastig. Best wel ingewikkelde verhalen altijd.

En de volgende morgen stond in de krant. Internet bestond nog niet. Hoe ging dat?

Ik schreef een stukje tot 1 uur 's nachts. Dan stond ik om 7 uur op. Ik bracht de kopij, uitgeschreven kopij, naar de bushalte. Daar ging de bushalte naar Alkmaar. Die leverde het af aan de redacteur, die bij de bushalte stond. Die bracht het naar de drukkerij. En zo kon je in 1970, toen het woord 'internet' nog niet bestond, toch de volgende morgen de raad van de gemeente Egmond hebben.

En dat laatste loodje, dat stukje lood van zo groot \*gebaart hoe groot\*, dat kreeg ik van de redacteur, want ik deed maar heel weinig. En toen ging men over op...

Die loodjes zaten in een raamwerk en zo werd die krant gedrukt, met lood.

Nou denk je, wat heeft die man ervaring? Nou, dat is niet zo, want ik heb het maar een paar jaar gedaan tot ik met pensioen ging. Ik ben twintig jaar met pensioen. Ja, reken maar, ik ben 82.



En toen ik met zestig jaar met pensioen ging, zei ik, dat vond ik altijd wel leuk om te doen. Nou, zei ze (Maarten Koop, zijn voorganger eigenlijk): Nou, dan schrijf je toch stukjes.

En dat doe ik de afgelopen ruim twintig jaar. Ik schrijf stukjes in het Leids Nieuwsblad. Ik heb hier een paar Leids Nieuwsbladen meegenomen, zo.

**Ja, leuk.**

Dan kunnen jullie dat zo even doorbladeren ook. Bij sommige staan mijn naam, bij sommige niet, maar ik schrijf er vier à vijf per week ongeveer.

**Ja, dus vier à vijf berichten per week nu ruim twintig jaar als schrijvende voor het Leids Nieuwsblad.**

**Laten we daar eens beginnen. U werkte dus als vrijwilliger daarvoor. Hoe gaat dat in z'n werk in de praktijk?**

Nee, ik ben geen vrijwilliger. Ik krijg een onkostenvergoeding. En die onkostenvergoeding, nou, eventjes, als je een willekeurig stukje opslaat in die krant, dan zie je dat er circa vier à vijfhonderd woorden zijn.

Buijze heeft een format van zoveel woorden, zoveel woorden. Moet je gewoon goed tellen, want anders schrap je het, die Maarten. Gelijk heeft ie.

En dat format is vier à vijfhonderd woorden, plus de foto die ik maak, dat levert veertig euro op.

Ik drink altijd een kopje koffie, die ik dan zogenaamd zelf moet betalen. Dus ik declareer altijd zeven euro voor twee koffie. Dus ik declareer per artikel en ik schrijf er vijftien, zestien, zeventien per maand. Circa vijfhonderd euro. Onkostenrekening.

Het enige pech is dat ik een goed pensioen heb, dus ik betaal veel belasting.

Het is geen vrijwilligerswerk. Onkostenvergoeding zijn ze altijd.

**Vijfhonderd euro per maand ongeveer.**

Dat zijn leuke dingen om te weten, toch? Dat vertelt toch nooit iemand? Ja, nee, ik wel hoor, dat kan mij niet schelen.

**Oké, dus een functie met een onkostenvergoeding. Hoe gaat dat in zijn werk, in de praktijk? Selecteert u zelf onderwerpen? Krijgt u persberichten?**

Ja, ik ben een bevoorrecht iemand. Maarten en ik, die kennen elkaar al jaren.

En eigenlijk heb ik card blanche. Maarten zegt, hou jij de gemeente in de gaten en alles wat over de gemeente gaat, dat stuurt hij mij door.

En hij kijkt wat ik kan. Nee, negentig procent van wat ik schrijf, dat plaatst hij ongezien. En ik heb vaak de indruk dat hij het ook niet eens nakijkt. Want hij vertrouwt erop dat het goed is.

Zo werk ik. Maar ik ben een uitzondering.

Er zijn mensen die één of twee stukken schrijven in de maand en daar ligt het dan anders. Die doen het in opdracht.

### **Dus eigenlijk, op basis van uw eigen interesses, selecteert u uw onderwerpen?**

Ja. Ik ben een bevoorrecht iemand.

De gemeente is bekend met mij. Ze nodigen me elke week uit voor een persbriefing. Woensdags, donderdags, tussen tien en elf. Dan komt een wethouder, of de burgemeester, of ambtenaar, of voorlichter, of allemaal tegelijk. Die komen dan vertellen wat voor geweldige dingen ze doen in Leiden. Geweldige dingen doen.

En dan zeggen ze: "interessant hè. En dan hoop ik dat je erover schrijft."

En er is een staf van de drie journalisten die erbij zijn. Ik heb het over Leids Dagblad. Ik heb het over Raad door Sleutelstad. En ik heb het over Leids Nieuwsblad. Van de drie journalisten die er zijn. Daar staan ongeveer twintig, vijfentwintig medewerkers van de gemeente tegenover.

Die zeggen, moet je nog een toelichting? Heb je dat wel begrepen? Wil je dat opschrijven?

Want de gemeente die werkt aan zijn imago. Die is gewoon een PR-machine.

Dat is de valstrik van ieder die de gemeente, die journalist bedrijft.

**En dat klinkt eigenlijk een beetje... Ja, ze willen natuurlijk heel graag dat u schrijft over wat ze daar allemaal voor goede dingen doen.**

En hun visie schrijft.

### **Hoe behoudt u dan toch die onafhankelijkheid in kritische visie?**

Natuurlijk is het heel verleidelijk om zo'n persbericht te pakken. En daar de belangrijkste alinea's te knippen en plakken. Dat doe ik ook regelmatig hoor. Maar ik ben dertig jaar vakbondsbestuurder geweest. Weet nog iemand wat een vakbondsbestuurder is?

Misschien is jouw vader lid geweest van een vakbond. In zo'n geval vakbondsbestuurder is de FNV. Dat zijn van oorsprong linkse kritische mensen. Als ik dan stukken zie uit de zestiger jaren. Jeetje mina zeg. Dat was nog eens vrij seks en woningen kraken en dit en dat. Ik denk, verdomd ja, daar was ik bij. Dus het is wat je nu op de tv ziet.

Maar zo iemand ben ik opgegroeid. Ik dacht toen ik, wat vind ik nou leuk? Nou, de vakbeweging vond ik leuk. Ik kon bij het arbeidsbureau werken. Ik heb arbeidsrecht gedaan. Ik kon bij het arbeidsbureau werken. Maar de vakbeweging, die zou de wereld veranderen. Dat wilde ik maar bij horen. En alles wat je leest van mij, daar zie je nog de ondertoon. En ik weet dat je objectieve berichtgeving moet doen. Valt maar mee bij mij hoor. Ik bekijk het uit mijn bril. En dat is...

### **Waarom valt dat mee?**

Ik bekijk altijd uit de scope van de lezer. Niet de wethouder zegt... Maar mensen vinden zo en zo. Daar hebben ze de pest over in. Want ze willen zelf ervoor om treden. Maar ik probeer zoveel mogelijk vanuit... En dat lukt ook wel. Vanuit de lezer te doen. Vanuit de kritische lezer. En met name van de mensen die niet zo goed voor zichzelf kunnen opkomen. Dat heb ik 30 jaar gedaan bij de FNV. En ik ben niet veranderd.

### **Dus vanuit de lezer. Maar met welk doel vooral?**

Waarom? Waarom doe ik dit? Nou... Ik vind het leuk. Ik ontmoet veel mensen.

Wie komt er nou op 82 jarige leeftijd in de universiteit, om zo even te kletsen met een aantal meisjes? Meisjes. Daar kom ik zo op terug. En jongen. Maar meisjes. Bij sociale veiligheid. Hoog op de agenda van de universiteit.

Ik kom graag... Ik hoor mezelf graag. Ik vind mezelf best wel interessant. En ik kom overal. En ik geef graag mijn mening. Dus heb ik ook goed geleerd bij de vakbeweging.

En ik verdien wat. Maar dat is niet belangrijk.

**Dat is mooi meegenomen.**

Ik vind het leuk.

**Oké. En als we misschien iets meer op maatschappelijk vlak kijken. Dit is ook allemaal heel belangrijk natuurlijk. Maar zo hebben wij bijvoorbeeld geleerd dat journalistiek en journalisten kunnen echt bijdragen aan binding in een gemeenschap. Sociale cohesie.**

**Op welke manier ziet u dit terug bij het Leids Nieuwsblad?**

Nou, ik probeer dat sociale cohesie en elkaar verbinden. Dat komt ook altijd in mijn stukjes voor. Dat probeer ik ook altijd. Het woord waakhond wordt ook vaak genoemd. Waakhond van de democratie. Dat is een groot woord hoor.

Maar ja, die gemeente werkt aan... Ik heb het vooral over de gemeente nu hoor. Maar dat doet zelfs 80% van mijn werk. Ja, die werkt aan zijn eigen imago. En die moet kritisch gevolgd worden. Niet ageren. Niet bij de Engels afhakken. Maar rustig gevolgd worden. En ze hebben allemaal trucs. Ik heb die eerder door. Na 30 jaar bij de vakbeweging.

**Wat voor trucjes?**

Trucjes waarin ze zeggen: "dit is goed voor ons allemaal". Maar feitelijk is het goed voor een bepaald aantal mensen. Trucjes als... Ja. Voor het een bepleiten. Maar ik kan straks een goed voorbeeld geven. Zeg het woord burgerraad jullie iets? Nou.

Ik kom daar zo op terug. Om te kijken. Dat schrijf ik op het ogenblik namelijk. Dus daarom zit het voor in mijn hoofd. Maar ik kom daar zo op terug.

Op trucjes en op dubbele... Het is niet lelijk. Laat ik beginnen te zeggen. Dat die mensen die daar in Leiden, die vijf wethouders. En de waarnemer burgemeester. Dat zijn goede fatsoenlijke mensen. Punt. Daar is geen twijfel over. Maar ze hebben een opdrachtje.

En als het puntje bij paaltje komt, gaan ze zelf voor. Want zij moeten die functie waarmaken. En weer gekozen worden. En wat betreft die medewerkers. Dat zijn allemaal heel veel dames. Overwegend dames in die voorlichting. En fatsoenlijke nette dames. De meesten hebben nog een academische opleiding ook. Dat is niks om aan te merken. Ze hebben de opdracht. Staan die journalisten te woord. Maar vertel niet meer dan ze vragen. Maar je mag niet liegen. Vertel alles, maar je mag niet liegen. En zo beantwoorden ze vragen. Dus als je goede vragen stelt. Dan krijg je ook een onvolledig antwoord.

**Ik wil nog wel even terug naar dat sociale cohesie. Want u zei dat laat ik altijd terugkomen in mijn stukjes. Op welke manier is dat dan precies?**

Ja. Er zijn organisaties in Leiden. Welzijnsorganisaties. Inclusio...puntje puntje... Even de naam al kwijt.

Die moeten scoren op verbindend zijn. De gezondheidszorg. Die is onbetaalbaar. Die wordt onbetaalbaar. Vooral als je mensen hebt die zo oud worden als ik. En ouder. Dan moet je er dus voor zorgen. Dat die zorg wordt overgeheveld. Naar andere mensen. En naar jongeren. Mantelzorg.

Dus de gemeente die zegt dat komt allemaal goed. En ik zeg: komt dat allemaal wel goed met die verbinding te leggen? Met wijken waar de burens elkaar niet eens kennen? Waar op de zevende groep. Van de lagere. Van de basisschool. Hier verraad ik mijn leeftijd. Lagere school. Basisschool. Daar zeggen ze tegen allochtonen jongetjes: Zeg als je grote broer tegen je zegt: "Ga je even op de uitkijk staan."

Als ik daar... Dan moet je dat niet doen. Dus de gemeente. Een beetje een warrig verhaal wordt het. Ik bedoel maar te zeggen. Je moet goed in de gaten houden wat de zwakke punten zijn. En dat die vaak door de gemeente worden goed geprekeerd. Of gebagatelliseerd. Om mensen gerust te stellen. En dat prik ik graag door. En hetzelfde geldt met dat cohesie. Nou daar is best veel aan te doen. En daar leg ik graag de vinger op de zere plek.

### **Dus zwakke punten in Leiden...**

Jazeker.

### **Moet ik. Dit is mijn eigen invulling. En misschien denk ik verkeerd. Dus bijvoorbeeld aan een onderwerp als armoede waar dan dus...**

Ja, dat woord heb ik nog niet gebruikt. Maar inderdaad. Ja.

En bijstand. We hebben 3000 mensen in de bijstand. En. 2000 daarvan. Die weet hoe het zit. Maar 1000. Die... zullen... Blijft altijd geld over, van de bijzondere bijstand. Men weet dat niet. Het is een boel werk. Namelijk om. Die mensen die mondig zijn, dat is geen kunst. Om daarvoor te zorgen. Maar hoe krijg je mensen die niet goed kunnen lezen, dan heb ik het nog niet eens over de taal niet kunnen spreken... dus die er ook bij houden. De gemeente, die... Het is hun vergeven hoor. Maar die wijst altijd op successen. En wat ze allemaal doen. En ik wijs erop. Wat er nog te doen is.

### **Ja. Dus eigenlijk komt die bindende functie van het Leids nieuwsblad vooral terug in de selectie aan onderwerpen?**

Ja. Dat is mooi gezegd. Maar ik moet je ook eerlijk zeggen, dat ik, stukjes... Maarten zegt: drie, vier stukjes.

En dan zeg ik: Oké. Laaghoudend fruit. Pak je erbij. Laaghoudend fruit. Ah, dat vind ik leuk. Daar besteed ik mijn aandacht aan.

Die eerste twee doe ik in twee uur. En die andere heb ik een dag voor nodig. Ja, zo doe ik het.

En dat is niet allemaal zo geweldig afgewogen hoor. Om je de waarheid te zeggen. Nee. Het is gewoon.

### **Nee. En wat doet het Leids nieuwsblad dan precies om die band met de lezer te versterken of juist behouden?**

Het Leids nieuwsblad is een, heeft een formule. Ze hebben altijd. Het aantal bladzijden. Is altijd een veelvoud van vier.

Eén. Twee. Drie. Vier. Makkelijk zo. Achtentwintig.

De helft moet advertenties zijn. En de andere helft moet tekst zijn.

Want zo kan Buijze drukkerij in Noordwijk het betalen. Zo wordt het betaald. Dus soms denk je: “Nou hartstikke leuk stukje, maar skip maar, want ik heb geen plaats.

Het is niet precies fifty fifty. Maar. Zo werkt de financiering.

**Dus het zou ook wel eens kunnen. Sorry dat ik onderbreek, maar het zou dus ook wel eens kunnen dat een geschreven artikel van u of een andere journalist niet geplaatst kan worden, omdat er ruimte nodig is voor advertenties? Dat bedoelt u?**

Ja, dat bedoel ik. En dan wordt die meestal wel. De week erop geplaatst hoor. Want ik zet alles vier in. En het duurt... Het duurt nu. Moet je altijd...

**Dus het stuk gaat niet verloren?**

Nee, het gaat niet verloren. Maar dit heeft geen actualiteitswaarde. Dan weet hij genoeg \*wijst naar meneer de Jong\*. Achter in de rij.

Dat komt. Als je twintig jaar met mensen werkt, dan weet je ook hoe zij denken. Ja.

Zo gaat het.

**Maar om even terug te komen. Want dit is de financiering. Ik bedoelde eerder. Er is een lezer. En in hoeverre houdt Leids Nieuwsblad er eigenlijk rekening mee, in die zin, en proberen ze daar dus een band mee op te bouwen en op welke manier? Weten ze ook inderdaad wie de lezer is?**

Ja. Even de laatste vraag, die is de makkelijkste.

Het Leids Nieuwsband wordt besteld in Leiden en de omgeving. Leiden-Dorp, Soeterwoude, Voor-schoten, Oestgeest vaak. Die hebben soms een eigen blad, maar in Leiden is het Leids Nieuwsblad. Dat wordt aan zo'n 40.000, 50.000 adressen geleverd.

Mijn hoofdpersoonlijke inschatting is dat de helft van gewoon ongelezen in de kattenbak komt. En dat de andere helft voor een deel gelezen wordt.

Wie zijn de lezers? De lezers zijn oudere mensen, die geen abonnement hebben. En die hun... Dat is hun enige blad. Als ik dan ergens kom, dan zie ik dat blad op tafel liggen. En dan kijken ze naar de lead. Duidelijk, hè? En dan denken ze meteen: “oh, dat wil ik wel lezen.” En dan lezen ze één of twee artikelen. In mijn eigen kennissenkring hoor ik altijd... “Hans, je weet, ik lees de Volkskrant. Ik lees de NRC. Maar er staat nooit iets over Leiden in.” Over het Leids Nieuws lezen ze het Leidense nieuws. En dat zijn er ook 10.000.

Als je Maarten zou vragen, dan zou hij misschien... Doe maar. Maar dat denk ik, zoals het op je gaat. Zo gaat het over je.

**Ja, het is dus meer scannen eigenlijk?**

Ja. Dus er zijn mensen die zeggen van: “Oh, dit gaat over de nieuwbouw langs de Willem de Zwijger-laan. Dat moet ik even lezen.” Want al die huizen hebben vochtproblemen. En daar staan mushroomen op de muren. Hoe zit dat? Hoe zit dat? En dat... Daar maak ik nog een serietje van. De kunst is natuurlijk... Luisteren naar mensen. Het begint met goede contacten. Een netwerk. Je moet een netwerk hebben. Ik ben bevoorrecht met die gemeente en die integere voorlichters. Die niet mogen jokken, maar wel altijd helpen. Ik ben bevoorrecht omdat ik dat 20 jaar doe. Mensen kennen mij. “Hans wil je daarover schrijven?” “Pfff, eigenlijk niet. Maar goed. Dat zijn aardige mensen. Dan schrijven we een stukje.

Dus luisteren, en een netwerk.

En een beetje... Ik heb ook wel routine natuurlijk. Ja, mijn routine is...

Ik zie een probleem. En dan maak ik een lead met een open eind. Het liefst met een vraagteken op het einde. Dat de mensen denken van... Ja... En? Hoe zit het nou?

En dan zorg ik ervoor dat het een beetje op het einde staat.

Een stukje. Gemeen hè?

**Ja, een slimme truc.**

Ja. Niet zo.

**Dan hebben we dat sociale cohesie stuk. En dan wil ik nog even terug... Want dat komt toch steeds terug. Die gemeente en het netwerk en de markt. Dat is zeer logisch.**

**U zegt, u heeft goede contacten met die mensen. U kent ze. Ze hebben ook vaak een gepolijst verhaal. Hoe behoudt u dus die kritische blikken? En die onafhankelijkheid?**

**Want dat is toch ook het grootste goed van een journalist?**

Nou, allereerst mijn vrouw. Ik heb een hele slimme vrouw, joh. Daar hoeft ik reuze mee. Maar dat had ik 51 jaar geleden al in de gaten. Dus dat was prettig. En ik vertel haar altijd. Ik vertel haar altijd wat ik wil. Ze zegt, nou, daar gaat het om. Ik zeg, oh ja.

Dus ik heb echt waar. Ik praat er eventjes thuis over. En dan zegt ze, nou, daar gaat het eigenlijk om. En daar moet je voor oppassen.

Het is fijn om altijd iemand te hebben die zonder enig voorbehoud je van advies doet. Die is niet altijd goed. Dus ik praat er wel over met anderen en zo.

Maar eigenlijk is daar nauwelijks tijd voor. Want, ja, ik vertrouw ook een beetje op mijn gezonde verstand eigenlijk. En ik loop een tijdje mee in de wereld. Ik ben niet 28, maar het omgekeerde.

**Ja. En als ik het goed begrijp, toch eerder dan bij uzelf nadenken van wat ik nu opschrijf, neem ik het niet te veel over?**

Ja, zo is het. Ik ga gewoon bij mezelf ten rade en mijn levenservaring. Klopt dat wel?

Oppassen natuurlijk. Want ik word ook ouder.

**Dus eigenlijk volledig vertrouwen op uw eigen kompas? Er is niemand die uw stukken checkt?**

Nee.

**Oké.**

Ja. Ik heb wel een tijdje. Klopt dat wel? Nou, natuurlijk zoek je internet. Ik ben natuurlijk een internetzoeker. Ik lees de Volkskrant iedere dag. Ja. In ieder geval.

Ik zie wat in de Volkskrant staat en dan denk ik, hoe zit dat in Leiden? Stuur ik een berichtje naar Gora. Gora van de persvoorlichting. Nou, bij ons zit het zo en zo en zo. Half op weg. Zo gaat het dan.

**Oké. En heeft u enig idee hoe dat bij andere schrijvers voor het Leids Nieuwsbad zit?**

**Of zij wel gecontroleerd worden?**

Zeker.

Nou ja, ik ben er altijd bij als Loman Leefmans van het Leids Dagblad of Christenwaard van Sleutelstad. Ze waren, die was er. Ja. Die was ook de bijeenkomst. Ja, die werken anders hoor. Die werken anders. Die moeten de volgende dag ook product leveren. Dat is ook een verschil.

Christenwaar zegt, Yvonne, ik bedoel, opnieuw. Christenwaar is van de Sleutelstad. Ze zegt, ik ben van Sleutelstad. Christenwaar zegt, Yvonne, opnieuw, wethouder van Delft: "wat vindt u van...", en dan laat hij haar het verhaal vertellen. En dat doet hij heel goed, want hij geeft er vorm aan. Maar hij zegt nooit wat hij er zelf van vindt.

Loman Leefmans van het Leids Dagblad zit aantekeningen te maken, best slimme goede journalisten. Ze schrijven op wat de wethouder vindt, maar je leest nooit, een enkele keer, wat een fout is, of wat niet klopt, of wat zij ervan vinden, wat zij ervan vinden, al helemaal niet. Hoogstens dat ze vorige keer dat en dat gezegd hebben.

Dat kunnen ze ook bijna niet, want twee uur later staat het op het internet van het Leids Dagblad.

Nou, ik heb lekker een kleine week om erover na te denken. En denk van, ja. Nou, maar dat is niet zo.

Ik kom over dat burgerberaad te vertellen. Het burgerberaad is dus honderd mensen, hebben ze geselecteerd, willekeurig, honderd mensen, die moesten over de energietransitie iets vertellen. Dat is niet te uniek in Leiden, want in Amsterdam, in Amersfoort en in nog een plaats, deze ook. En die honderd mensen, die werden op een zaterdag ontvangen. Ze kregen voorlichting over wat energietransitie precies is. Ze konden deskundigen raadplegen. Ze gingen debatteren. De zaterdagen die verstreken. En ze kwamen tot een rapport van 24 punten. Toen ik het rapport zag, toen de gemeente het rapport zag, toen zeiden ze: "Ja, maar dat zijn, dat is precies wat ze van plan zijn. Twaalf van de 24, dat was precies wat ze van plan zijn."

Is dat goed?

Hoe kan dat?

Ik heb dus ook doorgeleerd op mijn manier. Dat was in de jaren 20 van de vorige eeuw. Was in de General Electric. Die werkte met arbeiders. En een lopende band. Ze hadden arbeiders aan een lopende band. En ze hadden arbeiders aan een lopende band. Die, die, die heel goed werden behandeld. Die mochten naar de wc wanneer ze wilden. Ze kregen het eten wanneer ze wilden. Er was meer licht. En er werd met ze gepraat. En de productiviteit van groep B. Die was anderhalf keer zo groot als van groep, als de andere hoop. Hoe komt dat? Aandacht, zei Mayo.

Van de, in het Hawthorn. Hawthorn is de naam die jullie kennen. Dat was het, is het Hawthorn project. Het klassiek project. Geeft mensen aandacht. Geeft mensen status.

Ze gaan, dat is precies wat gebeurde in het burgerberaad. Willekeurige mensen die aandacht kregen. Er werd geluncht. De wethouder kwam langs. Nog een professor misschien. En ze voelden zich... "Wij gaan dat veranderen. We gaan dat veranderen in de wereld." En ze kwamen tot dezelfde conclusie als het BNV.

Wat is nou mijn conclusie? Als je mensen zo in de watten legt. Dan gaan ze vanzelf heel mee met progressieve nieuwe ideeën. En dat is dus, de gemeente heeft dus geen nieuwe ideeën gehad. Maar gaat nu volgende week tegen de bevolking zeggen. Een willekeurige groep mensen. Die we zo van de straat geplukt hebben. Die denken net zoals wij. Draagvlak. Het project was niet bedoeld om nieuwe dingen te horen. Het project was bedoeld om officieel draagvlak te krijgen.

### **Wat vindt u daarvan?**

Wat zeg je?

### **Wat vindt u daarvan?**

Ik vind dat ik het leuk heb beschreven in de aankomende krant. Ik vind het flauw. Als je dus Mayo in het Hawthorn. Verbaast me ook niet. En wat ik ervan vind is.

Dat dus een beetje belazerd worden. Een klein beetje. Ja, een beetje. Het is ook niet schandelijk natuurlijk. Om mensen goed te informeren. En die gaan dan hun mening wijzigen. Die voelen zich bijzonder. Die denken ja, we moeten veel meer vergroenen.

Ja, tuurlijk. Die lichtfabriek aan de Langegracht. Die werkt op gas, maar dat kan toch niet langer? Die gaan alle dingen zeggen die de gemeente. GroenLinks, D66 college, het afgelopen jaar heeft gezegd. Goed dat vond ik nou leuk van mezelf.

### **Ja, was een leuk stukje geworden.**

**Als we dan even naar de laatste journalistieke functie nog even kort toegaan, is die eigenlijk al behandeld. Als ik het goed begrijp, is de informerende functie – dus op welke manier het Leids Nieuwsblad de mensen informeert over de gebeurtenissen die de redactie, schrijvers, belangrijk achten – gebeurt dat vooral doordat eigenlijk u bepaalt wat interessant is?**

Het heeft wel invloed. Ik heb een grote invloed op de keuze en wat ik schrijf. Maar mensen zijn natuurlijk mondig en slim, dus die denken: “ah laat hem maar lekker zwemmen.” Mensen spreken me vaak aan, leuk hoor Hans. Ik schrijf dingen die ik vind, maar of dat nou breed door mensen wordt overgenomen... het beste wat ik kan hopen is dat ze er even over nadenken.

### **En die selectie van onderwerpen, heeft u een criteria of basis?**

Actualiteit, wat ik in de Volkskrant lees. Actualiteit. Persbriefing van de gemeente. Wat ik hoor en wat ik lees. Daar heb ik een voorbeeldje van. Ik las vandaag in het Leids Dagblad, ik ben altijd aan het werk. Altijd aan het denken: hoe kan ik nou van deze afspraak ook weer extra profiteren? Het staat in het Leids Dagblad vandaag: “Sociale veiligheid staat heel hoog op de agenda van de universiteit.” Er wordt een mevrouw Ottow geciteerd. Een van de bazen. Er staat een stuk in het Leids Dagblad. Heb je het gelezen? Nee, ik zal het zo uitdelen en dan kan je het even lezen. Nou las ik dat dus met een kritische blik, dat jullie en Jaap, er met cursussen, “cursussen”, ja ik moet het niet bagatelliseren. Het is een serieuze zaak. Die krijgen cursussen om te leren niet grensoverschrijdende dingen te zeggen. Ik heb ergens een voorbeeld.

Laten we zeggen: we zitten in de vergadering en ik ben de voorzitter. En alle stoelen zijn bezet. Er komt nog iemand binnen: “Oh, alle stoelen zijn bezet. Is er nog plaats voor mij?” en wat zeg ik tegen die mevrouw die binnenkomt? “Je mag wel op mijn schoot zitten.”

Wat zou jij doen? Als ik zeg: “je mag op mijn schoot zitten.” Wat zou jij doen?” \*vragend aan Lianne en Renée, later aan de klas\* Dat mag je zo op de achterkant schrijven. Is de situatie duidelijk?

### **Ah ja oké, interactie.**

En iedereen zei: “ja”. En die mensen krijgen cursussen. Nou, moet je luisteren. Nee, misschien heb je het niet gehoord, maar toen jij \*tegen Renée\* wat tegen me zei, toen antwoordde ik met “komma meisje”. Ja dat past natuurlijk helemaal niet meer in de tijd. Maar ja je bent nog geen 28 en ik ben wel het omgekeerde. Dit heb ik altijd gedaan joh. Ik heb leidinggegeven aan een kleine groep jonge



vrouwen. En ik zeg: “goed, meisje.” Nou die nam daar geen aanval in. Die is dat zo gewend. Wij veranderen niet hoor. Maar met cursussen moeten mensen, dus decanen, wel veranderen. Dus lees het stukje maar even, en dan beantwoorden van deze vraag. Willen jullie dat doen? Lees even dat stukje, het is allemaal niet zo zwaar. Maar zo werkt het ook wanneer ik ergens kom: “Oh ja, ik heb ook nog een vraag.”

**Dus wat ik heb opgeschreven is op basis van actualiteit en wat u hoort, wat u ziet?**

Ja, dit is ook actualiteit.

**Ja, zeker.**

We zijn daar bezorgd over, over hoe dat gaat. Daar is vast wel een reden voor. Maar het wordt ook ontzettend overdreven, denk ik. Maar ja.

**Soms wel.**

**Oké, zullen we dan naar de financiële vragen toe? Want we hebben al gehoord dat het dus 50/50 advertenties dekt.**

Ja, zo werkt het bij de bladen.

**Dus dan komt de grootste inkomsten voor het blad via de advertenties, neem ik aan. Zijn er nog andere inkomstenbronnen?**

Nou, dat moet je Maarten vragen. Dat zou ik niet weten.

**Ik denk dat dat eigenlijk voor veel vragen geldt.**

**Ja, we kunnen er even doorheen lopen. U vertelde net al iets over de helft van het Leids Nieuwsblad bestaat uit advertenties. Weet u een beetje hoe dat hele proces verloopt? Zijn dat vaak standaardadvertenties van bepaalde bedrijven? Of een gemeente?**

Ja, dat is de afgelopen – ja ik kan ‘maar’ de afgelopen 20 jaar overzien – dat was vroeger veel makkelijker. Want de Buijze had meer kranten dan nu. En dat waren vooral advertenties van gezondheidscentra en grote dingen. Nee, nee, vroeger waren het van de slager en de melkboer. En nu, een paar hierna van Psycho of zo. Dus er is een verschuiving gaande wat ik zie. Maar dat weet Maarten beter dan ik nog.

**Vrijwilligersgroei hebben we ook gehad.**

**Ja, ik ben nog wel benieuwd. Hoeveel vrijwilligers heeft het Leids Nieuwsblad op dit moment? Weet u dat?**

Tien. Ongeveer tien. En dan heb ik het over het Leids Nieuwsblad. Ja, hm, vijf. Vijf die 3 a 4 artikelen schrijven zoals ik. En vier die 1 keer in de week iets schrijven. Ook een vaste Joost Bij, die altijd over 3 oktober schrijft. Een schietkundige. Ik sla het over, want ik weet het langzamerhand wel. Hij... en de kerken hebben een... op een zwak moment heeft meneer Buijze gezegd: “Ja, dat is goed.” Dus ze hebben altijd een stuk zeer over de kerken. Dat we wel altijd netjes moeten blijven, hoe belangrijk een kerk is. Met de omgeving geloof ik het wel.

**En even voor mijn duidelijkheid: iedereen die vrijwillig schrijft of vrijwillig schrijft voor het Leids Nieuwsblad kan dan aanspraak maken op de vergoeding die er is?**

Ja. Ik denk dat ik daar meer krijg dan de meesten. Zoals ik... het wordt per woord betaald, per regel betaald. Er staan vijf woorden op een regel. Ik schrijf, ik weet dat ik een bepaald tarief heb. Waardering denk ik.

**Ja, dat is misschien ook zo met de jaren gegroeid?**

Dat zou best kunnen. Ik weet dat ik meer krijg dan een ander. Niet veel meer, maar ietsje meer.

**Even kijken, we hebben u natuurlijk ook al ontmoet bij de presentatie van het Leids Mediafonds. Maakt u hierin gebruik van, maken andere journalisten er ook gebruik van?**

Ja, het Leids Mediafonds. Zijn twee mensen belangrijk in de Mediafonds geweest. Jaap, heeft met z'n collega – moeilijke naam – \*Jaap mengt: "Koetsenruijter"\* ja, een rapport gegeven. We hadden een wethouder. Robbert Strijk, niet te vergeten. Die daarover had. En het idee dat in de richting van Jaap was. Het verarmt allemaal, de persarmte in Leiden. Er moet een fonds komen die belangrijke stukken doet. Belangrijke series maakt op het internet, die anders nooit aan de orde komen. En daar heeft Robbert Strijk voor gezorgd. En dat bestaat vijf jaar. Echte goede journalisten die daaraan werken van het Leidsch Dagblad, en ook van de Mare. En van Sleutelstad, maar ook mensen van buiten. Het moet over Leiden gaan. Artikelen, podcasts, films, toneelstukken. Prachtige film over het vliegveld dat er niet meer is. Valkenburg. Ja, dat weten jullie niet meer. Valkenburg, was een vliegveld.

**Soldaat Van Oranje, toch?**

Juist, dat vliegveld. Maar goed. En die, ja, wat zijn de bedragen? Dat varieert van 25.000 tot 2.500. Dat ben ik. Ik heb...

**Wilt u ook vertellen over welke projecten of houdt u dat liever geheim?**

Nee hoor, die ik geschreven heb en die ik aangevraagd heb, wil ik ook wel vertellen. Ik heb een paar jaar geleden over de WMO gesproken, toen wist niemand nog wat de Wet Maatschappelijke Ondersteuning was. Daar heb ik een hele serie over geschreven. 2.500 euro. Ik heb een serie geschreven van tien viendesels over: Wie wordt de perfecte burgemeester van Leiden? Die heb ik geschreven. En nu heb ik een aanvraag lopen, en die heet: Oekraïners in Leiden. En ik heb nog geen bericht gehad. Dan heb ik weer 2.500 euro. Op suggestie van een van de bestuursleden, Hans, je hebt een leuke foto. Maar vraag nou duizend euro extra voor een fotograaf. Dus ik heb 3.500 euro, 2.500 voor mij en 1000 voor de fotograaf. Ja, ze stellen daar eisen aan. Dus op een gegeven moment moet...goed onderzoek. Daar ga ik wel even goed voor zitten hoor, dat doe ik niet even uit mijn hoofd. Maar, dus dat doe ik wel serieus.

**Ja, sluit eigenlijk ook allemaal wel aan bij die informerende functie en die selectie dat weer actueel is. Dat u ziet wat er speelt.**

**Dan ben ik eigenlijk wel benieuwd naar het stukje innovatie. Signaleert u in het lokale medialandschap bepaalde trends?**

Zo zeg.

**Of niet?**

Nou ja, een ding is natuurlijk: het moet snel. Ik vertelde je al met Chris: de volgende dag moeten ze leveren. Ja, daar zit weinig reflectie achter.

**Waarachter?**

Achter... neem nou... het is niet voor niets dat ik over die Oekraïners schrijf. Ik heb een Oekraïense schoondochter, dat helpt ook natuurlijk. Dat helpt ook. En die schoondochter zegt: "Denk nou niet dat Poetin stopt. Bij Oekraïne." Dus ik heb vorige week een artikel geschreven van een soldaat die wordt een hersteloperatie in het LUMC, en is aangeschoten. Komt uit de loopgraven, en dat ging verkeerd. Dus is hij naar Nederland getransporteerd en die zegt in dat stukje: "Jullie zijn aardige mensen, maar denk nou niet dat Poetin stopt bij de Oekraïne." Dat was eigenlijk de aanleiding, dat ik dacht: "Ik moet daar meer stukjes over schrijven." Dat kan dan met dat Mediafonds. Daar heb ik dan ook de bedoelingen mee, met alle dingen die ik doe. Daar heb ik wat mee, dat moet ik doen.

**Ja, en dat "moet snel". Moet dat snel gepubliceerd worden?**

Oh, ja, dat. Dat gaat dan ten koste van de kwaliteit. En schoren, want die twee zitten elkaar ook aan te kijken. "Wie heeft het als eerste?" Na de typemachine. Oppervlakkig. Dat heeft het Leidsch Dagblad natuurlijk best wel meer dingen over Leiden, aan de journalist. Ja hoor, daar is niks mis mee. Maar ja vergeleken met de Volkskrant, die hebben echt mensen neergezet. Ik lees geen NRC, maar daar zal het vast hetzelfde zijn. Dan denk je: "Ohhh, zo zit het." Ja dat gebeurt in het Leids Nieuwsblad niet.

**Ja, dus vooral dat het allemaal snel moet? Zorgt voor oppervlakkig nieuws? En dat heeft op deze manier niet echt invloed op uw werkwijze?**

Nee, nou ik heb overal wel een mening over. Die ik met mijn vrouw bespreek. En dan schrijf ik daarover. Al is het allemaal zo, ben ik nou zo slim, om het allemaal goed doordacht te hebben?

**Maar u merkt dus wel dat u wat meer de ruimte heeft om aan uw eigen stukken te werken in tegenstelling tot andere lokale journalisten?**

Ja, zeker. Maarten, ik zei het tegen u, ik denk: "ik ken die man".

**En heeft het Leids Nieuwsblad op een manier een poging gedaan tot digitalisering?**

Ik lever het wel natuurlijk digitaal aan. Dat verhaal over het laatste loodje wat ik niet kon vinden, ging over 1970. Nee, ik lever vijf artikelen digitaal aan met precies 450 woorden. En de foto erbij. En Maarten die zegt: "Daar heb ik geen werk aan nodig, klaar." Denk ik hoor.

**Ja, en de krant is ook digitaal te lezen? Of?**

Oh, het digitaal lezen. Ah ja, ik heb een eigen website. En een twitter account. Daar staat...het Leids Nieuwsblad is heel slecht digitaal te lezen. Dus als ik een stukje geschreven heb, zet ik op twitter een uitdagende zin en zeg ik: "Ook te lezen op [www.schuurman1942.nl](http://www.schuurman1942.nl)" dat vergeet niemand. Daar staan mijn stukjes op. Maar die stukjes digitaal te lezen op het Leids Nieuwsblad, ongelukkig. Een programma... je kan het wel, maar je moet het uitvergroten. Doe dat thuis maar een keer.

**Ja ik heb het gezien, maar eigenlijk kon ik het wel lezen. Maar misschien ben ik dat. Maar u vindt het niet goed te lezen digitaal, maar daar wordt ook niks aan gedaan?**

Fijn. Maar nee, daar hebben ze niet zoveel tijd en geld voor over denk ik.

**Oké, door een gebrek aan tijd en geld?**

Ja, dat denk ik hoor. Maar dat zou je maar aan de directeur moeten vragen of aan Maarten.

### 6.3.3 Transcript Interview, Rick den Besten (Hoofdredacteur Het Kontakt)

28-05-2024, 12:00 CEST, Goudriaan, Interviewer: Jort Siemes

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de "I:" met in dikgedrukt de vraag.

#### Start Interview:

---

**I: Oké nou, Ik wilde als eerst eigenlijk graag weten: Waarom vindt u lokale journalistiek belangrijk?**

Ja je gooit dan kunnen de knuppel gelijk in het hoenderhok.

Ik denk dat lokale journalistiek belangrijk is, omdat het heel dicht bij de mensen staat. Denk dat dat het allerbelangrijkste is, hè? Je ziet ook een tendens dat mensen steeds meer over hun woon- en leefomgeving willen weten. En ik denk dat lokale media daar een hele belangrijke rol in kunnen en moeten spelen. En dan zeggen ze natuurlijk wel eens dat lokale media in de haarvaten van de samenleving zitten. Dat is mooi gezegd, maar dat lukt ook niet altijd, hè, zo eerlijk moeten we ook zijn. Wij hebben natuurlijk geen bezetting 'a la' regio-redactie van het dagblad bijvoorbeeld, maar het is wel wat je wilt: zoveel mogelijk berichten over en vanuit die lokale gemeenschappen. Ja, ik denk dat dat de kracht is en ook de rol die wij als lokale media moeten pakken."

**I: Ja en nog even over die die rol dan, dat vind ik dan wel interessant. Vervullen jullie een bepaalde waakhondfunctie? Denkt u ook dat het Kontakt in het algemeen met al haar ja onderliggende kranten om het zo even te noemen? Letten jullie daarop om zo'n functie uit te voeren? De waakhondfunctie even in het specifiek.**

Ja, wij letten daar zeker op. Ik moet wel eerlijk zijn, we hebben 13 kranten, 13 titels. De ene titel slaagt daar wat beter in dan de andere. Nou ja, er zit wel denk ik wat kwaliteitsverschil tussen de titels. Dat heeft ook een historie, dat is op zich niet zo belangrijk. We hebben titels die van oudsher van onszelf zijn en 2,5 jaar geleden hebben we een aantal titels, waaronder dus onder andere het Zenderstreeknieuws, aangekocht. Dus daar zit wat verschil tussen.

Onze intentie is om die waakhondfunctie te vervullen en dat vind ik dan weer een prachtig woord, hè? Maar je moet het wel altijd afzetten tegen de mogelijkheden en middelen die je op de redactie hebt. Gemiddeld zit daar een echte ftj [full-time journalist] per titel, met nog een aantal freelancers, maar binnen dat kader doen wij er al het mogelijke aan. Wij bezoeken bijvoorbeeld ook nog de Raads- en Commissievergaderingen. Best veel lokale media doen dat niet meer en ik stimuleer dat ook heel erg bij mensen. Wij proberen dat echt wel te doen, dus bijvoorbeeld ook om de gemeenteraad nog actief te volgen en de vergaderingen bij te wonen of mee te luisteren. Dus in die zin doen wij ons best om invulling te geven aan die waakhondfunctie.

**I: Ja, en het klinkt nu ook een beetje alsof jullie dat dan eigenlijk naar beneden doorgeven om dat zo even plat te slaan. Die functie dus jullie zeggen van bovenaf. Wij willen daar extra goed op gelet worden vanuit het Kontakt en die al die kranten moeten daar goed op letten.**

Ja, zeker! Daar zet ik mij zeker voor in. Laat ik een voorbeeld geven uit de Alblasserwaard, daar woon ik zelf en waar ik ook nog enigszins bij betrokken ben. Daar speelt heel erg de plaatsing van windmolens om energie op te wekken. Die zijn voorzien op een aantal locaties, echt in het open

polderlandschap. De politiek moet daar komende zomer een definitief besluit over nemen. Daar proberen wij dan echt bovenop te zitten, hè? Dus door niet alleen het standpunt van de politiek te geven, maar ook van milieuorganisaties, grondeigenaren en bedrijven, dus dat zo breed mogelijk de voor- en nadelen zo breed mogelijk te belichten.

**I: Ja ja precies en u had net, ik vond het een hele mooie In de haar haarvaten zitten. Ja, Wij hebben daar eigenlijk ook naar gekeken. Die binding hè? In de Gemeenschap, hoe draagt het contact daar eigenlijk aan aan bij?**

Dat zijn niet alleen kreten, hè? Nu denk ik, anderhalf jaar geleden heeft het Commissariaat voor de Media - dat is jullie, denk ik, ook wel bekend - een heel groot onderzoek gehouden naar de rol, onder andere, van lokale media. En daar scoren lokale media dus heel goed. Eigenlijk nog beter dan op bepaalde punten dan bijvoorbeeld lokale omroepen en zelfs ook de regionale dagbladen, en dan met name qua bereik. Het bereik van de lokale kranten is heel erg hoog, ligt gewoon heel erg hoog. Het hoogst van alle media, dus dat is wel een objectieve waarneming en objectieve meting.

Ja, en hoe doe je dat? Ik denk dat ik het al gezegd heb: door gewoon vanuit die lokale gemeenschap te berichten. Dat kan zijn hele kleine agenda-berichten van wat er te doen is in een dorp of in een stad. Wij verdelen onze kranten ook in een aantal segmenten: nieuws, achtergrond, vrije tijd en sport. Nou, dan zie je al dat dat heel breed is. En ja, dan kom je dus vanzelf, denk ik, dicht bij de mensen te staan.

We hadden zondagavond natuurlijk het voorbeeld van de parkeergarage. De opritten van de parkeergarage in Nieuwegein die instorten. Nou, dat is nationaal al groot nieuws, laat staan lokaal. Dat is best aardig om jou eens mee te nemen in dat spanningsveld. Gisteren, zondagavond hebben we daar online meteen over bericht, hè? Voor zover dat mogelijk was. Ik denk dat we daar best wel goed in geslaagd zijn.

Maar dan loop je de maandag tegen aan, ja. Wij verschijnen in Nieuwegein op donderdag. Ja, om daar nog alleen maar berichtgeving te hebben dat die 7 verdiepingen of die 7 hellingen zijn ingestort. Ja, dat weet iedereen wel, dus dan ga je ook proberen om daar een lokale invulling aan te geven, terwijl je eigenlijk daar de bezetting nauwelijks voor hebt. Nou, dan gaan we toch wat schuiven op de redactie en hebben we toch iemand vrij kunnen maken die gisteren echt Nieuwegein in is gegaan. Naar het ziekenhuis is gereden, omwonende mensen op straat heeft aangesproken. Nou, je moet online maar eens kijken. Ja, dan ga je dus toch de verhalen vanuit Nieuwegein ophalen, zeg maar. Nou ja, hoe mensen dat beleefd hebben en hoe ze er tegenaan kijken. En dan denk ik, als dat je lukt, ja, dat je invulling geeft aan dat wat je wil zijn en dat ook aansluitend bij jouw straat, ja.

**I: Ja, dat denk ik ook. Ik denk dat dat iets heel moois is aan Een lokale krant kan je Natuurlijk veel meten zo invulling geven aan zo een lokale en Ik denk ook dat informatie lokaal verdelen. Het is veel meer gericht op de regio. Ja, en die heb ik eigenlijk ook nog wel ben ik ook wel benieuwd krijgen jullie? Ook wel eens commentaar opgeschreven stukken.**

Zeker!

**I: Ja. Ja een beetje flauwe vraag,**

Het zou wel gekker zijn als je dat niet zou krijgen, want dan boeit het de mensen dus niet, hè? Als ze lezen het niet. Dat klinkt ook misschien even een klein beetje buiten de orde, maar dat we zelfde als met bezorgklachten. Maar je kan als uitgever zeggen, maar die bezorgklachten iedere week ik balen vaak. Ik vind het super fijn dat bezorgklachten bij ons worden gemeld, want dat betekent dat mensen die krant missen, hè, dat ze hem gewoon graag lezen. Dus natuurlijk wil je je bezorging op orde

hebben. Laten we dat helder zijn, maar nou ja, als het dan eens misgaat en dat gebeurt gewoon in de praktijk, nou, als mensen dan de moeite nemen om te bellen om het te melden, ja, dan zeg ik, van ja, dat is eigenlijk een goed teken, want ze misten die krant. Ja ja.

**I: Ja nee dat dat geloof ik 100%. Ik denk dat het jammer zou zijn als Niemand het zou zeggen Als ik niet meer binnenkomt.**

Ook dat is dus, want ik ging weer even terug. Ik zit even te ouwehoeren en ik ging weer even terug naar vandaag bij een vraag, ik was het even kwijt. Ja, wij krijgen wel eens kritiek en dat zie je ook bijvoorbeeld onder onze artikelen op Facebook. Dat is daar natuurlijk ook net zo'n medium. Daar gaan mensen wel eens met elkaar in discussie en soms spuien ze ook kritiek richting ons. Ja, ik vind, dat mag, als het fatsoenlijk blijft, natuurlijk. Dat is op social media alleen niet altijd het geval. En we krijgen ook wel eens e-mails of ingezonden brieven van mensen die het ergens mee eens of oneens zijn. Ja, dat gebeurt en nogmaals dat vind ik alleen maar goed. Daar schrikken wij niet van en als we fouten hebben gemaakt, nou ja, dan lossen we dat op en dan passen we dat aan.

**I: Nou dan wilde ik eigenlijk verder met over het het kontakt een beetje vragen stellen. Ik had begrepen 350.000 kranten wekelijks over de gehele. Algeheel bereik.**

Ik ben altijd slecht in getallen, maar in. Die orde van grote sympathie.

**I: Ja sinds sinds hoe lang valt bijvoorbeeld zo'n zo'n zendenderstreeknieuws onder het kontakt? Weet u dat al onder het kontakt? Dat kon ik niet vinden.**

Ik denk dat dat? Komende zomer of in september? Dat weet ik eigenlijk wel zeker dat dat wij in Wij hebben die kranten overgenomen in september 2021, dus Dat is straks 3 jaar.

**I: Ja precies, oké nou dat ik, Ik heb namelijk bij zitten daarmee een beetje te kijken naar oplossingen voor de lokale journalistiek en dat het vooral eigenlijk ook de invalshoek voor deze. Voor mijn onderzoek, hè, Het is, Het gaat Natuurlijk niet al te best over het algemeen met de lokale journalistiek, maar Er zijn toch bepaalde kranten die het juist erg goed doen. En ik probeer vooral te kijken naar de oplossing van samenwerking en Ik wilde daar eigenlijk wat vragen over stellen, Omdat het van wat ik er een beetje over heb kunnen lezen. Of. Dat het Kontakt eigenlijk ook heel veel positieve voordelen geeft, een soort van samenwerking van verschillende 13 zag ik op de link staan, Maar ik. Nog een magazine. SPA.**

Wij geven magazines uit ja.

**I: precies en Ik had daar eigenlijk wat vragen over, dus hoe? Hoe bijvoorbeeld heeft een fusie. Of ik ja, Ik weet niet of het. Een fusie te. Noemen is bijvoorbeeld impact. Op de digitalisering. Is dat makkelijker dan bijvoorbeeld als 1 grote organisatie afval? Kleinere kranten dat te regelen.**

Het is geen fusie geweest, hoor, om jou even de achtergrond te schetsen. DPG vroeg Wegener, hè? Een van de machtigste uitgeverijen van Nederland.

Nou, ik ga niet zeggen dat ze niet meer geloofden in hun huis-aan-huis, maar het had geen prioriteit meer en zij hebben dus 3 jaar geleden destijds hun huis-aan-huis titels echt bijna allemaal afgestoten. Dus ja, die zijn door uitgevers die al in dat gebied zaten, veelal zijn die titels overgenomen. Dus het is zeker geen fusie. Het is echt een overname geweest, maar voor ons betekent dat weerhoudt dat wij twee keer zo groot werden. Dus het personeelsbestand verdubbelde, de oplage verdubbelde, het aantal titels verdubbelde. Dus ja, dat heeft best een impact op de organisatie van een relatief klein... Ja, we waren niet echt klein, hè? Want echt klein beetje als je één of twee titels hebt, maar van een relatief kleine uitgever word je al eens een middelgrote. Alleen ik denk dat wij toen 6 of 7

titels van onszelf hadden. Weet je, dat heb je de basis wel staan, dus wij hebben dat denk ik wel redelijk makkelijk kunnen handelen, waarbij wel de cultuur een aandachtspunt is.

Wij zijn een familiebedrijf. Bij een overname krijg je natuurlijk ook mensen, hè? Dat daar komen ook mensen mee. Dat is misschien nog wel het grootste punt van aandacht geweest dat je die ja, die wil je vertrouwd maken met de cultuur van ons bedrijf, terwijl ze echt een heel andere cultuur gewend waren. Ja, en ja, nou ja, dat is nog steeds wel een aandachtspunt, hè? Dus eigenlijk ga je zoeken naar de beste weg van samensmelting en zitten daar nou veel, voordelen aan. Nogmaals, we zijn niet heel veel dingen anders gaan doen, de schaalgrootte is groter geworden. Maar wij hadden, denk ik, qua ICT en dat soort dingen, hadden wij het al redelijk op de rit en het was voor ons niet zo moeilijk om de titels die erbij kwamen daar ook op aan te laten sluiten en ook bijvoorbeeld dezelfde look and feel te geven. En dat vind ik... Ik praat nu voor mezelf, dat is mij eigenlijk meegevallen, dat hele proces.

**I: Ja. En wat, wat voor, wat voor wat. Wat vond ik wel een interessante, want die net zei de voordelen hè van zo een van zo een overname voor zo een lokale krant bijvoorbeeld, heeft u daar nog wat meer voorbeelden van?**

Nou, kijk, ik denk dat het grootste voordeel heeft, dat moeten we gewoon. Daar moeten we heel. Daar moeten we heel eerlijk in zijn. Jij zei al, de uitgeverij sector heeft het best moeilijk. Een van de grote voordelen is dat het landschap nu zo is opgeschud dat je een enkele uitzondering dagen later dat je eigenlijk nog maar een lokale uitgever hebt per gemeente in Nederland. En we, hè? Dat heb ik ook allemaal de tijd meegemaakt dat er per gemeente wel twee of drie lokale kranten verschenen. Nou, geloof me, dan verdien je alle drie of alle twee gewoon helemaal niks, want die advertentiemarkt is gewoon wat afgekald. Die loopt al jarenlang terug. Dus door wat er is gebeurd, ik noem het maar even het opschudden van het landschap, is het nog moeten we er nog heel hard aan trekken en heel hard vol werken, maar is het wel iets rooskleuriger geworden zeg maar. En dat wordt monopolist. Dat klinkt dan zodanig, want het verschijnen natuurlijk nog steeds van allerlei andere magazines of regionale dagbladen, maar je bent wel de enige lokale krant. Dus denk ik dat dat een groot voordeel van die operatie is geweest. Hè, maar die. Je kan natuurlijk ook iets gemakkelijker dingen uitwisselen, hè? Dan dat voorbeeld van zondagavond in Nieuwegein. Nou, onze vaste redactrice die had uitgerekend nu vakantie, lagen allemaal mensen op bed met zondagavond, maar om halve maar je hebt dan altijd iemand van een andere editie die even de vinger opsteekt van 'joh, ik wil helpen'. Dat is natuurlijk wel wat makkelijker nu je pool van mensen wat groter is geworden. Ja, dus dat is wel dat. Dat geeft soms ook een reden tot zorg, hè? Want je moet met 13 edities ook altijd doordraaien. Ja, en aan de andere kant kun je wat makkelijker een beroep doen op elkaar en dat zie je ook. We hebben een soort clusters gemaakt van 3 of 4 titels en dan in vakanties collega's vervangen, vervangen die elkaar. Dus dat, ja, daar kun je dan wel weer wat synergievoordelen mee halen.

**"I: Nou ja, ik denk dat dat sowieso lijkt mij een heel mooi voordeel is het delen van middelen tussen de kranten. Als je dat voor alles zelf moet doen, dus bijvoorbeeld zelf een website opstarten of zelf een redacteur of een journalist ter plaatse hebben als er iets gebeurt. Dat kan natuurlijk nu met verdeeld makkelijker worden, lijkt mij ook.**

Ja, dat klopt, maar nogmaals doordat wij toen volgens mij 7 titels hadden. Nou, wij hebben toen ook een titel zelf verkocht, dus dat hadden wij natuurlijk eigenlijk al zo ingericht. Wel? En zo staan, hè? Daarom mag het voor ons alleen maar de titels die erbij kwamen eraan toevoegen dat dat wel hoefden wij niet dat opnieuw uit te vinden wat we konden het inpassen in de bestaande organisatie.

**I: Ja en u had in bij een paar vragen geleden nog over de cultuur, hè? Het behoud van de cultuur op zo'n redactie kunt u daar nog wat meer toelichting aan geven.**

Nou ja, kijk, wij zijn, zeg wat ik al zei, wij zijn sowieso een familiebedrijf dat is, denk ik, toch wat anders dan wat grotere uitgeverijen met aandeelhouders waar heel erg op rendement gestuurd wordt. Natuurlijk, wat laat helder zijn wij moeten ook rendement maken wat de schoorsteen moet roken, maar ik denk dat het bij een familiebedrijf net wat meer. Ja, laat ik het woord familiair maar gebruiken. Dat er wat meer betrokkenheid is op elkaar dan bij die hele grote organisatie en dat waren de collega's die meekwamen van die titels waren dat niet gewend. Die waren die hele grote organisatie gewend, die moesten ze bijvoorbeeld ook de eindredactie doen. Ik noem maar wat aan dan. Dan woonde je in Schoonhoven, hè? Dat is echt een willekeurig voorbeeld en je moest de eindredactie doen van titels in Utrecht, Houten. Ja, waar je eigenlijk helemaal geen binding mee had en wij vinden juist belangrijk dat de journalisten die bij ons werken het liefst woonachtig zijn in de gemeente waar we verschijnen, hé, die ook gelijk weer die betrokkenheid bij die lokale gemeenschap en de bekendheid daarmee. En toevallig hebben we de eindredacteur van Zenderstreeknieuws die is eigenlijk. Die gaat met vervroegd pensioen, dus die had vorige week zijn laatste werkweek.

**I: Had ik begrepen ja.**

Nou, dan nemen we volgende week nog even officieel afscheid van hem, maar hij was nog bij de redactievergadering vorige week en hij vroeg, 'mag ik nog even wat zeggen?' Ik had hem toegesproken. Hij zegt, 'mag ik nog wat zeggen?' En toen vertelde hij ook dat hij natuurlijk intern 60 was, dus ja, hij zag het echt tegenop. Aan potverdorie, dan ben ik er redelijk op het einde van mijn loopbaan en ja, dat moet ik weer naar een andere uitgever weer wennen. En daar zegt hij terugkijkend op die afgelopen 3 jaar, vond hij het echt een warm bad. Nou, dat vond ik leuk om te horen, want dat voelt natuurlijk als een compliment. Ja, dan denk ik, daar zijn wij er toch.

Dat is wel die cultuur, zeg maar, dat net wat kleinschaliger is die betrokkenheid op elkaar. Nou ja, die en. Dat ja, ik denk dat wij dat ook bedoelen of dat ik dat ook bedoel dat we dat graag vast willen houden en dan dat je geen grote organisatie wil worden waarin de collega's van de redactie nauwelijks contact met elkaar hebben. Ook al werkt de ene in Kapelle en de andere in Tiel, zo'n groot is het gebied. Ik probeer toch dat ze met enige regelmaat naar kantoor komen, elkaar ontmoeten en ook dat is een stukje synergie, hè? Wat je met je collega's praat van 'joh, want je loopt allemaal tegen dezelfde dingen aan, van 'joh, ik had van de week dit en dat, hoe zou jij dat oplossen?' Zeg maar dat, nou dan, dan heb ik eraan wat collega's ook makkelijk kunnen vinden. We weten wie ze zijn, dat ja dat dat is echt wel een stukje cultuur ja.

**I: En de redactievergadering zou u kort even wat over Dat is dan elke week is.**

Nee hoor, nee. Kijk, dat doen we ... Ik ben niet betrokken bij de wekelijkse werkoverleggen van de kleine clusters, want die zijn zelf verantwoordelijk voor hun eigen titels. Wat ik wel doe, is dat ik een keer in de maand vergaderingen heb met de coördinatoren van de 13 titels. Daarnaast hebben we ook een plenaire redactievergadering met de hele groep, die hadden we toevallig vorige week. Die plenaire vergaderingen houden we ongeveer drie keer per jaar.

**I: Oké, en Dat is ook nog wel interessant. Hoe werkt dat precies? Maandelijks komt er dan gesprek tussen die tussen de titels en het contact dan. Hoe krijgen we geven jullie dan? Dat is Misschien wel interessant om te weten wat waar wordt daar dan over gesproken wordt dan over de inhoud wat er beter kan of.**

Ik vraag altijd, Ik heb vaak een aantal agendapunten en ik vraag van tevoren aan mijn Mensen van joh, hebben jullie punten waar je over waar je over wil spreken? Nou ja, daar maken we. Daar maken we een agenda van en vaak kijk je dan even soms komt de krant ook wel eens op tafel en die bespreken we dan met elkaar hè? Willekeurige titel van ja, wat is goed, wat kan, wat kan er beter? We zijn



nu. Bezig om de layout wat te vernieuwen. Nou, dat betrek ik aan de Mensen, ook wel bij of zij daar ideeën. Over hebben of wensen? Nou ja stel in Als we in maart. En raden we. Kijken bijvoorbeeld naar de maand april, lintjesregen en Koningsdag van nou, hoe vliegen we dat aan? Wat wat, wat verwachten we van elkaar? Dus in inderdaad dat dat soort dingen inderdaad, ja.

**I: En inhoudelijk wordt er dan wel eens iets over bijvoorbeeld gediscussieerd van ga iets minder daar op letten of ga iets meer die kant op? Inhoudelijk wordt dat wel eens besproken.**

Ja wel. Wel eens niet iedere maand hoor vaak zijn het ook wel best wel praktische zaken die aan de orde komen. Maar ik doe. Eens In de zoveel tijd die heb nu niet genoemd, maar doe ik ook? Cluster bespreking hè? Dus gaan dan voeg ik bijvoorbeeld zenderstreek IJsselstein en Woerden. Die zijn Samen clusteren. En ja, dat doe Ik denk ik 3 keer per jaar ook ofzo. Dan ga ik met die Mensen zitten en dan gaan we wel veel meer inhoudelijk praten. En dan gaat de kranten ook echt open, zeg maar ja.

**I: Nou ja, en Natuurlijk de advertenties is Natuurlijk ook niet iets wat je kan missen als ze het hebben over. Lokale journalistiek is er dan een verandering In de manier waarop adverteerders de krant benaderen nadat bijvoorbeeld bij een Kontakt wordt het tegenovergestelde. Nou bijvoorbeeld. Als je kijkt. Naar het zenderstreeknieuws, voordat ze erbij hoorden. En daarna wordt dat dan via jullie geregeld of wat is daarin veranderd met hoe adverteerders met zo'n krant omgaan?**

Ja, Dat is voor mij wel wat lastiger te beoordelen. Zou je eigenlijk mijn commerciële collega's. Moeten moeten vragen? Ja, dat geef ik lastig om om te zeggen, weet je Waarom? Omdat ik weet dat de DPG, zeg Maar de laatste 2 3 jaar niet zo hard meer gelopen heeft voor die lokale titels, dus dus die gok. Die waren niet het meest florissant, zeg maar toen wij ze overname en dat kost dus best veel tijd en energie om daarin met die ondernemers weer te interesseren. Dat is Dat is een beetje wat wat, ik hoor. Ik denk dat DPG, want op zijn dat, dat waren niet de 'cashcows' die liggen voor hun natuurlijk op hele andere vlakken, dus ze hebben dat een beetje laten lopen. En ja, daar hebben wij best wel bovengemiddeld last last van gehad, ja.

**I: En die die nog dan u kunt er dan Misschien niet heel veel over zeggen, maar Misschien nog wel een kleine, niet echt inhoudelijke vraag over advertenties. Wordt dat dan geregeld eigenlijk vanuit het Kontrakt dus doe je nemen jullie de advertentietaken op je op, regelt elke titel zelf de advertenties.**

Nee, Dat is er net zo goed als wij. Op iedere titel redactionele bezending hebben, is dat commercieel ook zo, dus dus aan iedere titel is een media-adviseur verbonden en die is verantwoordelijk voor zijn of haar gebied. Dat sturen wij dat vanuit de leiding aan. Maar dat wordt ingevuld door door de media-adviseur via die specifieke titel verbonden zijn.

**I: OK en zijn er ook bijvoorbeeld dan speciale of specifieke rubrieken of vaste artikels die dan verdwijnen na zo een overname, dus dat er bijvoorbeeld voor sommige dingen geen plek meer is of geen of dat dat gaat overlappen met elkaar. Of hoe werkt dat?**

Ja, dat is wel gebeurd. Je moet dan met name denken aan... Bij bijvoorbeeld DPG. Daar hadden ze inderdaad vrij veel rubrieken en ook wel columns, en daar zijn wij wat minder van, dus daar zijn er inderdaad wel de nodige van gesneuveld. Ik denk dat een groot verschil is, en daar zit ik echt weer op de relationele stoel, dat toen die huis-aan-huisbladen nog van DPG waren, die eigenlijk niet of nauwelijks nieuws mochten brengen. DPG wilde natuurlijk het nieuws in de regionale dagbladen hebben, zoals het Utrecht Nieuwsblad, AD Groene Hart, AD De Dordtenaar en AD Rivierenland. Daar hebben wij natuurlijk geen last van. Wij steken veel meer nieuwsgericht in dan DPG deed bij de huis-aan-huisbladen. Dat is ook voor de collega's die naar ons overkwamen een hele grote verandering

geweest, maar een verandering die ze alleen maar leuk vinden. Journalisten willen natuurlijk nieuws maken. Dus dat waarderen ze. Maar dat is wel een verschil geweest met, nou ja, drie jaar geleden.

**I: Ja, ja, Maar dat lijkt me ook wel een groot inhoudelijk, inhoudelijk verschil dan qua hoe je dat wat je mag doen. Vrijheid van de ja.**

Ja, nee, nee, dat klopt. En nogmaals dat dat vinden ze eigenlijk ook allemaal leuk. Ja, ze zijn er, ze zijn hun werk weer leuker gaan vinden, ja.

**I: Wow Dat is. Een goed om te goed om te weten. Voor mijn onderzoek? Ja. En, is het ook jullie ambitie Als het contact dan hè om nog verder te groeien. Nog meer titels onder jullie te nemen bijvoorbeeld?**

Laat ik daarover zeggen. Inderdaad dit van wegen daar was. Het is niet zozeer een ambitie die we uitspreken van hé, Als we 3 jaar verder zijn, dan moeten we er weer 3, 4 of 5 titels bij hebben. Het is wel zo Als de mogelijkheid zich voordoet, dan sluiten we daar onze ogen niet voor. Ik denk dat dat de beste omschrijft.

**Ja oké en wat ziet u alsnog? Wat is de grootste uitdaging eigenlijk op dit moment? Nog voor het contact of de lokale kranten onder jullie?**

Je ziet dat het heel veel moeite kost om de omzet op peil te houden. Die zie je eigenlijk ieder jaar weliswaar met de kaasschaaf, maar je ziet het ieder jaar gewoon wat teruglopen, hè? Als je nu bijvoorbeeld ook in de markt kijkt, dan zie je dat heel veel MKB'ers zelf moeite hebben om het hoofd boven water te houden. Waarom? Ze moeten de coronasteun terugbetalen. Destijds zijn dat natuurlijk ook winkeliers geweest die de belasting konden uitstellen. Ja, die termijn is nu verlopen, hè? Dus eigenlijk onze adverteerders, een aanzienlijk deel daarvan, zitten echt in zwaar weer. Zij hebben het zwaar vanwege de extra financiële last die zij zelf hebben door middel van het terugbetalen van die steunregeling, hè? En dat merken wij echt, want zij kunnen dat ook maar een keer uitgeven, dus dan wordt er toch wat bezuinigd op het reclamebudget. Dus dat is op zich wel een uitdaging.

De digitalisering is een uitdaging voor ons. Het is niet meer alleen die kranten, hè? Ik word onderhand ook een oude lul, maar ik heb de tijd nog meegemaakt dat je een keer in de week met de krant verscheen. Dan maak je kopij, je werkt naar de deadline toe. Maar dat is nu natuurlijk heel anders. Ook wij willen het nieuws, hè, laat ik dat toch maar weer even teruggrijpen op Nieuwegein. Ja, dat gebeurt en ondanks dat het dan zondagavond 10.30 uur is, willen wij dat ook meteen online brengen en dat vertalen in een verdienmodel. Dat is ook een van onze grootste uitdagingen.

Online adverteren, daar liggen de prijzen gewoon aanzienlijk lager dan voor de krantenadvertenties, hè? Dus daar ligt voor ons ook echt wel een uitdaging. Ik denk ook dat uiteindelijk, wat je natuurlijk ook wel bij de dagbladen ziet, dat uiteindelijk ook de lezer... Wij hebben nu natuurlijk een model wat volledig gestoeld is op de adverteerder. De adverteerder zorgt voor onze inkomsten. Ik denk dat de tijd heel dichtbij is dat ook de lezer bij ons, en hoe we dat vorm gaan geven, dat weten we nog niet. We zijn daar zelf ook nog zoekende in. Maar ik denk dat het onoverkomelijk is dat ook de lezer daar misschien geen groter deel, maar toch een kleine bijdrage aan gaat leveren. Nieuws is niet gratis, hè? We hebben het altijd gratis weggegeven als sector, maar het is natuurlijk heel vreemd, want nieuws is niet goedkoop. Er werken hier ook gewoon mensen, dus dat is een uitdaging om daar het juiste model voor te vinden.

En hoe blijven we interessant voor jouw generatie? Jongeren die... Nou, ik zeg niet dat ze geen krant meer lezen, dat valt wel mee. Maar goed, alles gaat toch via de telefoon of de tablet. Dus hoe blijven

wij interessant voor de jeugd die veel liever op Snapchat, TikTok, of Instagram zit? Dat is ook wel een breinbreker voor ons, hoor.

**I: Dat denk ik ook en Ik denk ook dat om die jongeren te bereiken, bijvoorbeeld zo een iets wat wat ik zelf meemaakte op die zondagavond is Natuurlijk, dan is in een keer is iedereen met een lokale journalistiek. In één keer bezig voor mijn vrienden, die allemaal dat maar naar elkaar toesturen met allemaal linkjes vanuit mijn krant in Woerden of een krant die je daarover geschreven weer iets nieuws over heeft geschreven. Dus dat vond ik wel erg leuk om dan ja, Er is toch wel interesse, Maar dat is Natuurlijk, Dat is de, Dat is de lastige.**

Wat je heel vaak ziet, klinkt gek, maar dat was met onze generatie ook al zo. Dan foeteren wij wel eens dat jongeren geen krant meer lezen. Maar als ik rondkijk, hoeveel van mijn vrienden lezen toen ze 17 of 18 waren de krant? Dat begint natuurlijk weer toe te nemen op het moment dat je een gezin gaat stichten. Als je kinderen krijgt, dan wordt die omgeving weer belangrijker. Wat is er te doen, hoe zit het met de school, de sportclub? Noem maar op. Het verschil tussen mijn tijd en jullie tijd is dat wij nog met die krant zijn opgegroeid en jouw generatie natuurlijk al niet meer. Je leest het nieuws wel, maar je haalt dat lang niet altijd meer uit de papieren krant. Dus ja, dat zijn echt een aantal grote uitdagingen voor ons als sector.

**I: Maar ja, Ik denk ik zoals het nu klinkt ik, Ik heb er vertrouwen in dat jullie daar goed mee bezig zijn.**

### **6.3.4 Transcript Interview, Loes van Straten (redacteur Het Zenderstreek-nieuws)**

**29-05-2024, 11:00 CEST, IJsselstein, Interviewer: Jort Siemes**

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de "I:" met in dikgedrukt de vraag.

#### **Start Interview:**

---

**I: Ik zou graag als. Eerste willen weten, Waarom vind je? Lokale journalistiek eigenlijk belangrijk.**

Ja, Ik vind sowieso Natuurlijk journalistiek belangrijk. Ik heb zelf journalistiek gestudeerd. Dus Ik vind nieuw sowieso belangrijk om ja op de hoogte te blijven en dat geldt eigenlijk ook voor lokaal, dus dat je een beetje weet wat er speelt in de buurt. Ja, dat kan wel gaan om. Een weg die is ook gesloten of zo dus 112 berichten. Maar ja, ook wat er op bandje speelt qua activiteiten evenementen wat er leeft onder de bewoners, de lokale politiek bijvoorbeeld dus. Ja tot eigenlijk, ja, Ik weet niet of dat het heel goed. **Antwoord is, nee,**

**Ik denk het wel. Ik denk dat dat een Ik denk dat dat zeker een goede reden is. Bezig te zijn met lokale journalistiek en de zender spreekt in het bijzonder. Bijvoorbeeld hebben zij een bepaalde functie. Regio, denk jij?**

Oh, ja ik, ik werk Natuurlijk echt pas net, Maar ik denk het wel, Ik denk. Dat ze wel. Nou ja, Dat is ze, dus die was ik net al opdoemde. Dus wat speelt in In de regio en dan dus In de zenderstreek in ieder geval dat dat door middel van. De krant maar. Ook op de website en op de socials dat het wordt verspreid. Dat ja dat daar is best wel veel aandacht voor denk ik dat Mensen het ja dat we gewoon weten wat er speelt. Dus ja, Misschien vooral een twee berichten via de website en ja, Facebook dan en en dat soort kanalen. Maar ja, die kan Misschien meer dingen zoals. Ja in diensten die je wil spelen, dus dat dat Mensen daarvan op de hoogte zijn en. Ja, ja, zijn daar wel een gezicht voor, denk ik.

**I: Nee, dat denk ik ook en jullie doen het met ze Tweeën staat op de website met hoeveel zitten jullie eigenlijk bij de denderstreek op de redactie met die jullie ook bijvoorbeeld met zzp'ers? Of hoe? Hoe werkt dat precies?**

Ja klopt. Ja, hoe doen we het dus? Met zijn Tweeën en daarbij je dan freelancers. Artikelen aanleveren en fotograferen. Die dan de foto's maken dus een twee fotograferen, maar ook fotograferen die we nou ja bijvoorbeeld op zo'n evenement afsturen in het weekend en dan dat het In de krant. En op de website komt. En dat zijn een hoofd. Ik denk in totaal 3 4 fotograferen en freelancers. Ja echt wel 3 vast en dan hebben ze nog wel wat freelancers die. Zo nu en dan, zeg maar wat wat schrijven.

**I: Oké, en wat zou jij kunnen omschrijven als jouw taken bij de denderstreek? Wat valt daar allemaal onder?**

Artikelen schrijven bijvoorbeeld de website en voor In de krant interviews toen. En de. Ja, Dat is op de website plaats op de op de socials en de krant opmaken. Die komt dus elke week komt ie uit en dan. Ja, dus daar maak ik de interviews die Ik heb gedaan en waarvan ik dan een artikel heb geschreven die. Plaats je kan In de krant. Nou ja bijvoorbeeld, We hebben een agenda. Met allemaal activiteiten en evenementen. Dat komt dan. Dat staat op de website en plaats ik dan door In de krant, bijvoorbeeld Sportpagina. Tja. Dat eigenlijk.

**I: Helder en ik zag ook leuk dat jouw naam onder wat foto's stond, dus Ik denk dat jij die ook neemt dan voor jou artikelen.**

Je wisten het van. Lekker foto.

**Bij leuk en. Ik zag dat jij bij ook bij bijvoorbeeld de. NRV. Klopt dat het? Gewerkt.**

Ja.

**I: Hoe zou je dat kunnen? Bijvoorbeeld vergelijken? Hoe ziet zo'n wat is er grote verschillen in zo'n redactie? Als je kijkt Natuurlijk qua grootte Natuurlijk anders, maar heb je andere taken? Hoe werkt dat precies?**

Nou, Dat was wel anders, Omdat dat bij de radio was en Het was ook. Ja, Het was een zoekprogramma, dus Mensen. Het was adressen bekend. Dat is een zoekprogramma, dus op de radio waarin dan Mensen op zoek zijn naar een dierbare. Dus iemand die ze lang niet hebben gezien of bijvoorbeeld een biologische vader. Dus Dat was Natuurlijk wel heel anders. Daar deed ik dan voor gesprekken met Mensen die dus op zoek waren naar een zoektocht naar Waarom ze dan op zoek waren, dus Dat was vaak wel. Ja, een reden achter een nieuw levensverhaal. Dus dat wil ja, Dat is wel andere, dus Ik denk daar vooral productie werk voor de radio, zeg Maar ik brei je dat voor en Dat was trouwens ook wel een kleine redactie, want Het was een klein team. Van. Zo'n 5 Mensen. En, wat is dan? Ja, je vraag is eigenlijk wat een beetje het verschil.

**I: Is ja, ik hoor niet dat het vooral radio was, dus Ik denk niet dat dat dan heel goed met elkaar te vergelijken. Een op een op een dat wel zal zijn.**

Ook wel berichten voor op de website, hoor maar. Ja nee, zoals inderdaad, ja en dan wordt het ook niet echt lokaal of. Überhaupt echt nieuws was, zeg maar denk ik dat het sowieso ook andere manier van werken was. Maar goed wel, ja gewoon de stukjes schrijven en. Ja interviews uitwerken en. Wel dat persoonlijke dat, dat vond ik daar vooral heel leuk, dat je wel van die persoonlijke verhalen had en ik heb wel het idee dat dat bij de denderstreek ook wel terugkomt, dus dat je dat vind ik wel het leukst van het lokale nieuws denk ik dat het toch vaak wat persoonlijker is dat je de mensen wat beter kent in de regio. Nou, ik ben. Er dan nu. Ik werk Natuurlijk pas net, Maar ik heb wel het idee dat Als je nou echt een lokale krant bent, dat. Dan. Ja mensen herkennen je ook wat meer en Het is wat laagdrempeliger of zo heb ik het idee, dus dat vind ik heel leuk, maar.

**I: Oké, en Dat is Misschien ook een hele interessante, want hoeveel vrijheid heb jij? Kan jij dan kiezen waar? Jij een verhaal over gaat schrijven? Hoe werkt dat bij jullie?**

Ja, wat dat idee heb ik wel, toch? Dat je gewoon. Ja wat je tegen optelt wat voor ideeën? Dus wat dat betreft? Het is eigenlijk gewoon gewoon duw en dat vind ik zelf heel leuk dat je die vrijheid kijkt dat je niet. Ja, je hebt ook niets van die hele landen vergaderingen van. Oh, wat deze week, en je stemt het wel een beetje af met elkaar en je hebt een document waarin alles wordt bijgehouden zodat je wel genoeg hebt voor voor je in de krant. Maar tja, Dat is je ook een beetje weet oh, die doet dat al, die doet dit en kijk wat dan Natuurlijk ook wel dingen in de mail binnen, dus soms denk je dan. Oh, daar zit wel wat leuks bij. Maar ja, eigenlijk heel vrij.

**I: Ja en als zender streek zelf heb je leg je nu een beetje uit. Natuurlijk hebben jullie dan niet vrijheid. Hoe werkt dat dan? Via het kontakt geven zij bepaalde quota's mee. Bepaalde dingen waar jullie iets over moeten schrijven of hoe, hoe zit dat in elkaar? Krijgen jullie daar vrijheid van?**

Ja, Het is wel zo dat bijvoorbeeld advertenties worden verkocht, dus daar kan het zo zijn dat wij. Nou ja van de. Van die afdeling, zeg maar bericht, krijgen we ook. Kunnen jullie hier in artikel over schrijven? Dus soms schrijf je daar dan ook een artikel over. Of plat, zodat bijvoorbeeld in de agenda of zo, denk ik dan? Dat heb ik zelf ook nog niet zo heel veel gedaan, hoor, maar tanden krijgen we. Wel inderdaad ook weer. Hierover een artikel schrijven, maar verder is het eigenlijk nou wat betreft het nieuws en kunnen we dat veel of helemaal invullen dat daar worden we vrij ingelaten met natuurlijk dat je er wel. Ja gaan er ook wel vanuit dat je dan de ja misschien wordt het wel besproken ook zo iets in in de redactie en van Oh, hebben jullie dit gezien? Maar in principe ja. Kan je er wel van luisteren als dat je een journalist wel weet wat nou ja, waar je over moet gaan schrijven of wat leuks om op te. Pakken, zeg maar.

**I: Ik had het. Gisteren tijdens mijn gesprek met meneer den beste had ik het over wat er Natuurlijk bij het Antonius was gebeurd. Dat is Natuurlijk iets groots wat eigenlijk in net iets boven de regio, Misschien van het zenderstreeknieuws komt. Want Het is Natuurlijk voor iedereen in de omliggende gebieden erg interessant. Jullie hebben dan bij het kontakt meerdere lokale kranten die erover schrijven. Delen jullie dan ook bijvoorbeeld? Ja middelen als er bijvoorbeeld iemand een goed interview heeft, kunnen jullie dan ook gebruiken of als iemand een foto heeft gemaakt, delen jullie dan met elkaar? Hoe zit dat precies? Hoe gebeurt dat?**

Ja jazeker, ja, soms schrijven we sowieso ook wel artikelen die betrekking hebben op meerdere regio's, dus op meerdere valt en dan kunnen we die doorblazen naar de websites van, zeg maar een andere titel dus daarin werken we wel Samen. Ja, dat Als we zien van oh dit gaat niet Alleen over de zending streek maar. Ook over nieuwigheid bijvoorbeeld. En ja, de Raad in dit geval net zoals met die parkeergarage, Als je dan. Kunnen we daar wel iets samenwerken, want We hebben daar ook bijvoorbeeld een artikel over. Nou in de krant van deze week. Dat het ja wel dichtbij is ook inderdaad.

**I: Ja die die die dat vind ik dan toch nog wel even interessant, Misschien een beetje op door te vragen dat samenwerken bijvoorbeeld online. Jullie hebben bijvoorbeeld een. Eigenlijk een platform hè? Gedeeld met elkaar, hoe hoe bevind je dat? Is dat een soort van zie je dat als een soort van vrijheid dat je wat minder daarop hoeft te letten? Of is het ook dat je Natuurlijk wel wat strenger huis regels meekrijgt van het contact?**

Ja, hoe bedoel je dat precies op de website of? Gewoon.

**I: Ja Misschien eigenlijk over het geheel. Ik Ik weet van Rick den Besten dat er een dat er een Huisstijl is voor bijvoorbeeld de website, maar ook de krant zelf. Misschien hoeveel vrijheid krijgen jullie daarin om daar? Ja te doen wat jullie willen?**

Ja nee is inderdaad natuurlijk een bepaalde huisstijl of bepaalde opmaak dat je weet van oh ja, dat dat moet zo. Ja dan was ik daar eigenlijk van, vind of wat? Ja, ja, op zich heb je de vrijheid wel om gewoon. De. Een plekje te kiezen waar het artikel komt. Op welke pagina In de krant? Dus dat wel en je hebt allemaal verschillende templates en tussen verschillend aantal woorden. Nou, daar heb je eigenlijk ook wel de vrijheid in dat je zelf kiest van. Oh, dit interview werk ik uit tot 500 woorden en die komt nou. Dat is leuk voor op de derde pagina of zo. En verder ben je wel gebonden aan, dus hoe je dat opmaakt en. Inderdaad ja bepaald soort template voor sport, voor nieuws voor. De agenda dan. Ja, en ook wel de advertenties die er dan in komen, dus We zijn wel. Daar moeten we dan wel rekening mee houden dat die dat die ook In de kranten worden geplaatst, op dan weer een bepaalde plek. Dus ja, daar moet je wel rekening mee houden, maar daarbuiten ben je gewoon vrij om ja, op jouw te kiezen waar waar je stukjes plaatst. En ja, dat geldt eigenlijk ook wel voor op de website en voor op de socials. Dus bijvoorbeeld voor op Instagram hebben we nu sinds kort een nieuwe huisstijl en Dat is dan ook iets bedoeling dat Iedereen. Nou ja, die gebruikt dus ook voor nieuws, sport. Dat is er een beetje allemaal zelf uit komt te zien en dat ja vind ik wel goed, want dan ja. Ik denk net zoals. Ja bijvoorbeeld het AD ofzo, die zullen ook wel. Die doen bijvoorbeeld ook lokaal nieuws dat het er gewoon allemaal wel. Ja hetzelfde uitziet dus dat het wel herkenbaar is als het Kontakt zegmaar.

**I: Ja en ik sprak Natuurlijk, Het gaat Natuurlijk wat minder goed. Dat is Natuurlijk ook een beetje de reden voor ons onderzoek vanuit mijn universiteit met de lokale journalistiek. De de cijfers nemen we een beetje af en wij proberen een beetje te kijken naar wat zijn allemaal goede, interessante oplossingen. En wij vonden. Ik vond zelf dat de samenwerking van het Kontrakt en er interessant iets is, hè, het het koppelen eigenlijk van krachten van kranten onder een. Een paraplu. Hoe, hoe zie jij dat zie jij dit als een soort van mogelijkheid voor meerdere soort van lokale klanten die nu nog heel lastig hebben, dat die bijvoorbeeld ook zoals jullie, ja, jullie zijn volgens mij overgenomen, maar bijvoorbeeld ook je hebt kranten die je hebt echt fuseren. Hoe denk jij dat dat een oplossing is voor klanten?**

Ja, Ik denk wel dat je daar mee bezig naar toe moet ook. Dat zie je eigenlijk ook met lokale omroepen bijvoorbeeld, dat zie je ook. Ja toch steeds meer gaan samenwerken, uiteindelijk ook moeten gaan. samenwerken. Maar goed, Dat is dan weer. Ja, nee. Dus, Ik denk wel dat je daar. Steeds meer naartoe gaat dat je dan gewoon ook meer kunt doen en dat je dan. Het ging ook wel zichtbaarder wordt, Omdat het dus wat groter wordt, eigenlijk in dit geval ook met in totaal 13 kranten dan van het contact. Ja, Dat is Alleen maar goed is Eigenlijk, ja,

**I: En hoe merken jullie dat bijvoorbeeld dat jullie zichtbaarder worden?**

Werkt dus sinds kort voor de zenderstreek ik. En daarvoor, ja, ik kom zelf niet uit de regio, dus ik kende de zenderstreek niet, zeg maar, Maar ik kende dan wel weer een andere kant van Het Kontakt. Dus bij mij ging het toen wel meteen een soort van iets aan van. Oh Het Kontakt, dat komt dat weet

je wel, dus Ik denk. Dat dat al wel goed is dat je dan denkt, oh ja, Het Kontakt dat ken ik wel, dat dus ik een krant en nou ja, lokaal nieuws en. Dus dat roept dat. Dat geeft al een soort van beeld bij je dat je dan al. Ja eigenlijk wel. Ik had al positief beeld dus over die krant, dus dan denk je wel gelijk, oh ja, het Kontakt. Dus dat.

**I: Oké, goeie, dan wil ik nog heel even terug naar de functie. Ik ben wel benieuwd. Hoe let jij bijvoorbeeld op hoe jij als jij een artikel bijvoorbeeld schrijft of een nieuw verhaal moet erbij moeten halen? Let jij dan op bijvoorbeeld hoe hoe je bijdraagt aan de aan het binden van de Gemeenschap?**

Aan de binding van de Gemeenschap. Dat vind ik een moeilijke. Of ik daar echt. Bedoel je dan precies dat dat Mensen dus.

**I: Wij hadden in ons in ons onderzoek een paar belangrijke taken, die jij ook al beschreven beetje in je allereerste antwoorden. Bij een paar belangrijke taken van de lokale journalistiek en een iets wat heel veel Mensen teruggeven in hun antwoord. Eigenlijk Als we van als lezer van een lokale krant. Is dat het helpt bij het het gevoel van een groep het gevoel van binding tussen ja in Community even wat het makkelijkste te zeggen. Woord ja, hoe heb jij bijvoorbeeld artikelen waar waar je daar extra op let, of is dat gewoon iets wat daar eigenlijk bij komt en daar je. Niet zo heel veel mee bezig bent.**

Nee, Ik denk dat Ik denk. Dat het er wel. Wel gebeurd met de artikelen die ik zei, Maar ik denk dat ik daar echt. Heel erg bij stil sta ik kijk gewoon wat is. Wat is leuk om over te schrijven, Dat is actueel wat ze interessant wat is. Waar kunnen mensen misschien niet aan hebben? Wel op die manier, maar niet dat ik echt denk van, oh, zorgt het voor binding van de Gemeenschap.

**I: En hebben jullie ook, dan hebben we bijvoorbeeld in een heel belangrijk punt Natuurlijk. Van een krant is informatie. Verstrekken. Als we bijvoorbeeld iets gebeurt, Laten we weer even de parkeergarage erbij pakken. Voelen jullie dan ook bijvoorbeeld geroepen om zo snel mogelijk met een, Omdat het Natuurlijk best wel regionaal groot nieuws is, zo snel mogelijk daar ook met iets over te komen of wacht je zijn jullie wat meer afwachtend en gaan jullie bijvoorbeeld kijken naar een meer lokaal verhaal om erbij te te te schrijven?**

Nee ja zeker met nou met die parkeergarge. Echt iets groots dan dan. Nou ja, het ging wel gelijk los In de In de redactie van oh je pakt zit je kan dit niet zo snel mogelijk oppakken en je kan er iets over op de site zetten en kan het gebeurt dan ook In de avond, dus Het was wel zo van oh wie kan nog tot nou ja, wie kan nog opblijven om zeg maar In de gaten te houden en contact te hebben met de een, twee fotografen. Om het zeg maar te updaten en dan later wordt er wel nog naar gekeken van wat gaan we er nu mee doen? Want ja, de krant die komt voorbeeld later uit. Dus ja, dat gaat Natuurlijk ook om de website kun je ja, dan kun je het er wel snel opzetten dat Ik heb ook wel begrepen van Van Rick den Besten dat dat steeds meer de bedoeling is, dus eerst was echt de focus. Op de krant kwam die krant elke week uit en daar stond dan, nou stond alles in. Maar nu is het ook wel de bedoeling om. Echt voor de website te schrijven, dus niet Alleen. Nou ja voor de krant, Maar het is wel zo snel mogelijk ook wat op de website te zetten en dan kun je kijken wat je er later mee doet voor de krant. Wat je dan? Ja dat het. Zo krijgt het verhaal Misschien wel inderdaad wat andere insteek maar dan ja, ben je er wel eens zo. Snel bij op de website, zeg maar.

**I: Ja precies dat zei, dat vertelde hij mij ook dat het Natuurlijk veel klanten die nu onder het meer onder het contract stonden eerst bedoeld onder DPG waren en dat die eigenlijk weerhouden werden van het echte nieuws publiceren meer op op de verhalen landen en minder op het echte**

actuele nieuws. En dat dat nu eigenlijk aan het veranderen is en dat redacties daar steeds meer vrijheid in krijgen, dus Dat is leuk om. Leuk om. Te horen ik vroeg me nog even af bij hebben Natuurlijk.

**I: Ik vind eigenlijk zelf ook een hele mooie functie. Is de, Dat is de laatste waar ik gewoon gelijk aan vraag hoorde van de functie. De waakhondfunctie In de Gemeenschap, de bijvoorbeeld over de gemeenteraad of iets in die richting. Voer jij die wel eens uit? Ga jij eens wel eens? Op snap om even wat meer kritische verhalen naar buiten te brengen?**

Ja dat. Ja bijvoorbeeld inderdaad weet je wel wat je al zegt ook de gemeenteraad. Het hoort er Natuurlijk ook bij de politiek. Sociaal zeker de kans is inderdaad ook mooi wat wat je net zegt over de hoeft het niet echt even op het nieuws, maar meer nou Misschien de leuke Achtergrond van ofzo denk ik dan dat Natuurlijk superleuk Alleen. Ja, Het is ook goed om gewoon te kijken. Wat speelt er nu en en. Om inderdaad, nou ja, niet Alleen het leuke nieuws, zeg maar brengen of dat ze leuk of het persoonlijke nieuws, hoe moet ik het dan doen? Maar ook nou mag best wel een beetje kritisch zijn en. Wat serieuzer ik je zeg maar dus nee dat Ik denk dat je juist die mix. Dat dat juist? Ja dat je daar ook wel naartoe moet, Maar dat het juist ook wel ja leuk is, vind ik dan? Ik vind het juist de combinatie wel leuk.

**I: En vind jij het wel eens lastig om je bijvoorbeeld kritisch? Want Het is Natuurlijk Misschien niet per se jouw regio, Maar het zijn Natuurlijk Omdat het Natuurlijk een veel kleinere groep is. Waar je over schrijft. Kan het zomaar zijn dat je volgende week weer een artikel over diezelfde persoon moet schrijven, maar dan weer iets anders. Of de gemeenteraad moet je Natuurlijk wel weer uitnodigen om langs te komen. Misschien is dat dus, hoe vind je dat lastig als voor ons Omdat kritisch te schrijven?**

Ja, Ik ben er Natuurlijk inderdaad pas net begonnen, maar daar heb ik al wel een beetje inderdaad over nagedacht van Omdat je toch. Daar ook een beetje balans tussen moet vinden ofzo. Maar ja, Het is dan niet helemaal als dat met de gemeenteraad is of zo, want dat Ik denk dat dat dat. Je daar best wel? Nee, maar nee, ja, Dat is best wel. In dingetje kans heb je ik? Ik dacht u dan van de week aan, Omdat je vaak Mensen hebt die dan vragen? Oh, Ik wil het interview nog even zien en die willen vaak willen bepalen wat daar zeg maar inkomt. Maar goed, Ik vind wel dat je daar. Niet in mee kan gaan dat je de ja jij gaat zelf journalist over wat in het stuk komt en hoe. En en je, je bent. Ja, je kan dus heel gewoon in een selectie uit maken, zeg maar met die inderdaad wel lastig Als je Als je zeg maar later ook nog wil ze ergens toch Misschien een beetje te vriend houden, of in ieder geval dat je inderdaad geen.

Ik weet niet hoe. Ja nee, ik zal wel die vraag maar Alleen.

Ja, Dat is lastig, ja, daar ben ik zelf nog dus niet zo. Ja, daar kan ik nu echt nog niet zoveel over zeggen, Omdat ik echt nog maar net werk maar. Ja, Dat is wel. Een dingetje.

**I: Ja, wij hadden ook met een interview. Eerder hadden wij gesproken met iemand die een leider dan bijvoorbeeld het nieuws doet en. Die stond dan. Over de wethouder te schrijven en vervolgens de volgende dag staat hij wel in dezelfde rij bij de supermarkt dat die wethouder dus Dat is Natuurlijk altijd het dingetje dat je. Dan. Krijgt ja, Misschien is het nog wel leuk om te weten, want hoe is dat? Want het wordt bijvoorbeeld door sommige Mensen vinden het heel fijn dat er ook hun. Eigen regio's schrijven. Hoe voelt dat om een beetje met? Een andere regio heel erg bezig te zijn?**



Ja dat dat. Vind ik leuk. Ik heb sowieso niet echt. Ik heb ook wel wat. Nee hoor, maar sowieso wel over verschillende een. Ja en Ik vind gewoon dat dat lokaal. Zeg maar het op een bepaalde regio's gericht. In. Nou vaak is toch ook Misschien ja, dus over die kleinere verhalen dan noem ik zeg maar even of in wat persoonlijker verhalen. Die vind ik wat meer terug in het lokaal in nieuws. Maar juist die die mix vind ik wel leuk en Dat is heel breed, dus ook qua onderwerpen. Ja, Ik vind het Alleen. Maar leuk om. Over een andere regio te schrijven?

Ja ja wat dat betreft, Ik ben niet zo van. Oh het ja, Het is Misschien Alleen even inkomen dan dat ik er net net nog maar werk. Natuurlijk dat ik dan nog even moet inkomen. Oh ja, dit nou ja, dit speelt er. En nou ja, die is die wordt bij dit, die wordt bij dat, Dat is het meer dan dat heb je Misschien in je eigen regio wel opnieuw Natuurlijk, maar ja, Ik denk dat Als je daar eenmaal. Ik denk dat je daar best wel snel. Ja ik kon ja.

**I: Nee, je had niet zo heel veel moeite, dus met het beetje leren hoe de hier hoe bijvoorbeeld in IJsselstein dan de verhoudingen zijn met bepaalde personen en wat er allemaal aan de hand is. Dat ging nog best wel makkelijk?**

Ja nee ja je vindt het ja je krijgt ja, je leest ouder bericht. Je gaat zelf. Op zoek en. Ja, dus Je moet daar een beetje inkomen. Maar ja, jeetje moet je gewoon inlezen en dat allemaal bij jou houden en en dan hoor je daar vanzelf wel in denk ik dus. Dus nee nee.

**I: Oké, helemaal goed. En heb jij, heb jij eigenlijk iets meegekregen met Mensen die bijvoorbeeld, want sinds de 2021 valt Er zijn dus streek dus vanaf dat het zelf voor het zelf was. Valt het onder het contact Als we dat van goed begrepen heb, heb jij daar iets van gehoord over bijvoorbeeld een verandering van inhoud dat het dat er toch wat dingen veranderd zijn aan de krant?**

Nee, dat vond ik echt niet weten. Nee, nee, of dat? Nee, geen idee? Nee.

**I: Ook. Dan ga ik daar, wie ga ik dan even aan Linda, denk ik vragen. Ja oke en. Nou ja, Het is Natuurlijk wel wat ik vooral ook meegekregen zelf heb is dit voorbeeld. De freelancers zelf zijn al wel meestal. Ik weet niet of dat bij de Zenderstreek ook zo geldt, Maar we zijn meestal dat Mensen op op leeftijd meeste Mensen die ook op een redactie werken bij lokale kranten zijn. Omdat zijn al wat ouder. Hoe is het voor jou? Ik krijg jij kan jij nieuwe inzichten meebrengen of is is het een hele jongere redactie? Hoe moet ik dat voor me zien?**

Ja, je hebt wel gelijk inderdaad, Maar het is ja, Het is wel een beetje een mix eigenlijk tussen Jong en oud. Terwijl inderdaad wel blij dat ik bij kwam, Omdat ik nou ja de gemiddelde leeftijd oplage houd. Ik heb gewoon. Wel een beetje. De bedoeling dat nou ja, Dat is wat jongere Mensen onder en dankzij komen. Maar ik denk juist dat ja nu toch beetje. Nou ja, Ik ben wel zo. 23 er werkt nog iemand van 22 iemand van rond die leeftijd. Ik denk dat het nu wel echt een beetje. Een een mix is. En Dat is. Juist goed, denk ik dat je dus. Nou de oude Garde heeft ook zeg maar zo te zeggen dat je inderdaad ook wel ja wat jongere Mensen hebt, ook bijvoorbeeld voor op Instagram dat die dat wij dat wat meer. Ja. Ben je toe dat hoe dat bijvoorbeeld met die nieuwe huizen wel wat duur wat een beetje aanslaat qua. Ja simpel eten zoals een mogelijke is of tekst, of dat soort dingen, maar inderdaad ook met met onderwerpen. Dus jullie schrikt toch weer. Ja met een wat andere insteek of zo zou je toch nou ook naar moeten kijken, denk ik om om jongeren. Zeg Maar dat is ook Natuurlijk het probleem dat jongeren niet echt interesse hebben in lokaal nieuws, dus zullen toch te kijken hoe je die dan? Ja kunt binden of of Misschien meer te kijken wat zij wat wat de jongere generatie aanspreekt. willen kijken naar meer jongeren bereiken. Ja, Je moet ook wel, denk ik ja, zeker op of social media.

Ja wat toch te kijken. Wat? Ja, Ik heb dan zelf ook nou voor mij afstudeeronderzoek heb ik begin richt op op TikTok. Lokaal nieuws hoe je jongeren kunt binden en dan kan er toch ook wel. Een beetje uit dat je? Ja dat toch een beetje die jongeren tegemoet moet komen, dus. En, dat zal hetzelfde zijn op ons Instagram, dat je toch kijkt van wat spreekt. Wat spreekt hen aan en dat je niet. Ja, We kunnen ook wel de berichten. Van de website op Instagram plaatsen. Maar ja, lezen ze het dan wel? Of of ja, ze zijn wat selectiever. Ik kwam daar uit mijn onderzoek doen naar uit dus dat je toch kunt kijken van oh, Misschien kunnen we wat inspelen op onderwerpen die zij. Interessant vinden, die zijn er Natuurlijk zeker dus.

**I: In denk jij ook dat bijvoorbeeld een samenwerking of zo een overname te van Van meerdere kanten daarbij helpt bijvoorbeeld bij het digitaliseren.**

Ja, Je kunt ook andere dan wel weer versterken, denk ik. Dus dat je? Toch Misschien? Ja ook berichten inderdaad kunt doorplaatsen weer. Denk het wel ja

**I: Denk het wel? Ja, ja, Dat is Natuurlijk ook, denk ik als losse kranten eigen platform enzo maken.**

Ja dat ja. Wat bedoel doe je dan?

**I: Als bijvoorbeeld als bijvoorbeeld een denderstreek eerst had. Natuurlijk moest hun eigen website regelen en hun eigen, bijvoorbeeld een plaats waar ze hun eigen artikelen moesten kunnen plaatsen en zoals dat geregeld wordt vanuit een samenwerkende ding, denk ik dat ze minder dat je minder middelen daarvoor nodig hebt als krant.**

Ja. Ja. Nu ook sneller en makkelijker denk ik inderdaad.

**I: Ja, en wat zie jij Als de grootste uitdaging nog voor de voor de zender streek en het contract Misschien niet groter?**

Ja Misschien toch meer dat nog meer dat op dat actuele nieuws gericht op de website. Dus hoe gaat dat? Samen dan met toch ook een krant die die elke week ja waarvoor je elke week moet zorgen? Een beetje dat die twee dingen Samen Misschien en dan. Ja wel de jongeren ook denk ik uiteindelijk dus dat je meer zichtbaar bent op social media en daar weer. Ik denk dat we. Daar nog wel meer op kunnen doen, zeg maar.

**I: Nou mooi en ik zal. Ik hoorde ook van rik ben beste dat hij aan het kijken. Is naar andere verdienmodellen. We want nu is het Natuurlijk een huis aan huis blad die gratis uitgegeven wordt. Hoe kijk jij daarnaar is daar, denk je een zit daar? Een toekomst in.**

Ja. Vind de klas rond te zeggen, maar ja, daar moet je Misschien wel uiteindelijk naartoe. Ja dan is het inderdaad. Ja, dan gaat het inderdaad om waarschijnlijk om een artikel achter de betaalmuur op de wedstrijd. Dus ja Ik denk. Dat je daar dat je dat zoiets zoiets. Gaat krijgen inderdaad, maar ja. Om vervolgens die jongeren te trekken, zal dat niet iets. Gaat dat nou in stuurhulp? Maar ja, Je moet uiteindelijk toch. Meer naar online. Denk ik, dus dan zou je toch? Iets. Moeten bedenken en ja, op zich als Als je gewoon lezers hebt die. 10 lokaal nieuws willen lezen ja, Waarom niet? Het is. Het is niet andere media doen het ook, dus Waarom wil je dan niet? We zijn niet, nou ja, minder interessant genoeg daarvoor of zo dus ja.

**6.3.5 Transcript Interview, Linda de Kort (redacteur Het Zenderstreeknieuws)  
29-05-2024, 14:00 CEST, IJsselstein, Interviewer: Jort Siemes**

Opmerking: In dit document is geen tekst aangepast of weggelaten, wel zijn er de nodige reparaties en verwijderen van herhalingen toegepast. Ook staan de interviewvragen aangegeven door de "I:" met in dikgedrukt de vraag.

## **Start Interview:**

---

**I: Nou had ik eigenlijk als eerste meteen. Een best wel brede vraag. Ja, Waarom vind je lokale journalistiek zo belangrijk?**

Even nadenken hoor ik vind het belangrijk, omdat het heel dicht bij de mensen staat. Dus dat maakt het meteen een uitstapje ook ontzettend leuk om te doen. Maar dat is, vind ik ook belangrijk, Omdat je een bijna voorlichtende informatie gevende functie naar de mensen In de nabije omgeving hebt.

**I: Dat is heel interessant, want Wij hebben in ons onderzoek ook gekeken naar naar de functies van de lokale journalistiek. Misschien is het goed Als ik daar nog wat. Even over doorvraag. Is ja hoe draagt bijvoorbeeld hoe draag jij aan de zender streek bij aan de aan de binding van de IJsselsteinse gemeenschap of iets breder dan IJsselstein? Natuurlijk.**

Ja, en dan bedoel je de binding van de lezers naar de krant, of welke binding heb jij dan?

**I: Vooral de binding daar naar elkaar als een gemeenschap meer betrokken raken.**

Ja, dat het heel laagdrempelig over en weer is en dat je daar middenin staat, dus heel praktisch. Ik kom. Overal, mensen weten mij heel snel te vinden en dan gaat het heel snel over en weer. Dus ik kom de wethouder spontaan tegen met de sporten van die jongens spreken mensen mij aan, dus het gaat heel laagdrempelig, ze weten mij te vinden en daarmee is de informatie over en weer heel toegankelijk en snel op te pakken.

**I: Oké en. Op welke manier informeert de Zenderstreek zijn lezers?**

Dat doe je met de middelen of meer In de stijl of In de.

**I: Ja alle allebei Ik denk wat wat voor dingen doen jullie om een voorbeeld nieuws We kunnen bijvoorbeeld even. Ik had het gisteren met met Rick den besten die u had aangeraden had ik het over Natuurlijk. Het grote nieuws van het Antonius, de parkeergarage hoe. Hoe gaan jullie daarmee om? Hoe informeren jullie IJsselstein?**

Even kijken, maar het gaat echt op alle manieren die je maar kunt verzinnen. Wij krijgen mailtjes en telefoontjes. Wij krijgen persberichten. We hebben informele contacten, dus echt alles wat je maar kunt verzinnen. Dat is een manier om het altijd naar de regionale slag te vertalen. En ik weet dat Rick ooit iets heeft gezegd over Nieuwegein. Sowieso was dat heel fijn. Wij hebben ook een krant in Nieuwegein. Die redacteur heeft dit nieuws als eerste gebracht. Het is natuurlijk het ziekenhuis, want het raakt ook Vianen en IJsselstein. Daarmee hebben wij contact gehad met onze collega's in Nieuwegein. En de binding, vooral van de mensen zelf. Hoe hebben mensen het beleefd? Wat hebben ze gehoord en gezien? Het gaat om de mensen en die binding.

**I: Ja de lokale verhalen dan echt?**

Ja. Ja Alleen maar.

**I: Oké en Natuurlijk, als journalist is het soms. Ook dat je. Moet zijn, hè? Een bepaalde waakhond in een gemeenschap vervult de zender streek dat wel eens die functie.**

Ja. Hoe noem je?

**I: Op ja, wij noemen hetzelfde waakhondfunctie, maar gewoon bijvoorbeeld iets kritisch schrijven over de gemeente of over een bedrijf.**

Ja hoe is dat zeker? Ik denk wel dat zeker bij zo'n regionale krant dat misschien heel gevoelig ligt, want je hebt contact met wethouders en dergelijke ook over het leuke, gezellige en je komt continu tegen. Maar er zit daar natuurlijk ook een kritische noot in. Doen, we pakken we op en als ik voor mezelf mag spreken, vind ik dat ook niet zo spannend, want zolang je hoor en wederhoor toepast, kun je daar op een fatsoenlijke manier mee omgaan.

**I: Ja, want dat Dat was, dat kwam ook naar voren. Wij hadden met iemand uit Leiden ook gesproken met mijn voor mijn ja studie en die vertelde ook een leuk verhaal dat hij ook aan lokale journalistiek deed en dan een wethouder een beetje had uitgekafferd en vervolgens de volgende dag bij hem bij de supermarkt In de rij stond. Dat is Natuurlijk wel iets wat met de lokale journalistiek veel meer speelt.**

Ja. Klopt, klopt. Je moet wel voorzichtig met sommige dingen omgaan. Maar hier was een verhaal. Ik weet niet of je wil dat ik er diep op in ga, want dat was op een gegeven moment.

**I: Ja geweldig? Ja, Natuurlijk.**

De financiële vergoeding vanuit de wet dat ze daarmee dat staat voor WMO, wet maatschappelijke ondersteuning. Dat voert de gemeente op een bepaalde manier uit ook vanuit volgens mij landelijke richtlijnen, weet ik veel. Dat is niet handig, vinden sommige gemeenten. En sommigen zijn al voordat best wetswijziging heeft plaatsgevonden. De uitvoering, anders gaan aanpakken en dat zit vooral in het financiële. En ook wij IJsselstein zijn daar al mee bezig, dus de wethouder heeft voor dat het eigenlijk wettelijk mag al veranderingen door gepast. Hij kan het verklaren door te zeggen, is functioneler, efficiënter dus we zijn goedkoper uit. Mensen die gebruik maken van die regeling schrokken heel erg, dachten dat ze minder geld zouden krijgen. Wettelijk gezien mag het eigenlijk niet. Daar kun je een heel groot zwaar stuk van maken. Dat kan je op verschillende manieren aanvliegen, Maar ik heb het benoemd. Ik heb de wethouders een stukje Laten vertellen. Ik heb een bewoner Laten vertellen die vond dat het geen goede zaak was. En daarmee heb ik toch alles gedaan. Ben ik kritisch genoeg geweest om het te benoemen en mee te nemen, maar val ik ook de wethouder, Als ik het zo mag zeggen niet af of vlieg ik die niet heel erg aan. Zodat de verstandhouding ook voor in de toekomst verstoord is. Ja zou willen durven, hoor maar. In deze was dit afdoende en ook voor de lange termijn ook prima om het zo te doen. Maar ja, dan zie je inderdaad de wethouder wapens bij de supermarkt. En dan ook, dan moet je. Ja, Het is voor de andere kant bijzaak, want het gaat vooral om de lange termijn. Kijk, Ik wil die wethouder ook te spreken als hij iets anders te melden heeft, dan heb ik niks aan. Als de verstandhouding verzuurd is of dat we elkaar niet meer bellen of spreken, dus dat is de manier waarop ik het aanpak en dan u toch genoeg kritisch zijn en dingen voor de verschillende kanten te laten zien.

**I: Ja ja oke wauw nee dan denk ik. Dat is Waarom beetje mijn vraag rondom die functies krijgen jullie ook wel eens commentaar op geschreven stukken? Vroeg ik mij af.**

Ja. Maar dat zit toch niet eens zo vaak, denk ik zelf in de inhoud of onderwerp zelf. Maar net zoals de rest van de wereld voelen mensen zich steeds meer vrij om overal commentaar op te hebben. Maar het is nog een beetje raar, nog niet eens inhoudelijk op wat wij schrijven of hoe wij het schrijven. Maar het onderwerp. Ander voorbeeld, er worden veel bomen gekapt in onze gemeente. De gemeente zegt klopt en kunnen wij verklaren. Inwoners zeggen, nou, we kijken ons raam uit en opeens

zijn er geen bomen meer. Dus dan wordt het gelijk verhaal geschreven. Zoals ik net vertelde. Van die andere wethouder aanvliegen van een kant, de andere kant totaal verhaal en dan plaats je het ook online. En dan komen we meestal de commentaar, want dan niet eens commentaar op hoe het artikel in elkaar zit, maar dat de gemeente inderdaad te veel bomen kapt.

**I: Ja en dan het goed vanuit meerdere kanten Laten zien en sowieso het hele beeld een beetje kunnen schetsen.**

Ja.

**I: Oke en tijdens mijn vraag over de over de waakhondfunctie, gaf u al een beetje inzicht in hoe het werkt als een soort van zenders streek dat nu valt onder het contact hè? Je moet kunnen met elkaar middelen delen Als iets in Nieuwegein gebeurt, dan kan jij daar weer in op haken. Hoe werkt dat? Denken jullie dan bepaalde middelen?**

Nou weinig hoor, Omdat het echt zware regionaal is en dan echt. Ik heb 3 gemeentes in mijn krant zitten, dus ik moet altijd die 3 gemeentes raken voordat ik er iets mee wil doen. Dus het is van een kant behoorlijk afgebakend. Alleen nou net parkeergarage van het ziekenhuis gaat over onze regionale grenzen heen, Omdat nogmaals uiterst tijdens maken gebruik van dat ziekenhuis. En dat doen andere gemeentes ook maar. Het is redelijk. Afgeschermd Het is wel zo dat als het kan, dan houden we elkaar wel op de hoogte. Even kijken, heb daar een goed voorbeeld. Van ja daar heb. Ik een voorbeeld van? Voorbeelden altijd heel fijn praten bij mij. Wij hebben komende zondag een fantastisch spektakel in het ijsselsteinse 'fiets ze maar in'.

Één of andere mannenclub heeft dat georganiseerd gedaan. Al die gekke eisen staan in zijn pakjes en gekke fietsen over een balk naar een bel fietsen. Over het water een al feest? De Mensen die dat organiseren hebben daar een goed, dus Dat is IJsselstein pur sang komt in mijn krant komt zijn geen andere krant de organisatoren hebben er een goed doel. Eraan gekoppeld en Dat is een jochie van 9 die kanker heeft en dat jochie woont in Nieuwegein. Dus dan heb je opeens wel de kruisbestuiving dat ik een evenement in IJsselstein heb en daarmee behoorlijk afgebakend. Maar hij komt dat jochie komt uit Nieuwegein, dus het wordt dan kan het en en maar Misschien het op ieder geval, dan hou ik mijn collega's op de hoogte te houden, mij op de hoogte dat we zo ver kijken wat we daar zelf in onze eigen krant mee kunnen doen.

**I: En, Dat is al sinds Natuurlijk 2021. Ik heb begrepen van Rick den besten dat jullie daaronder zijn overgenomen. Hoe heeft u dat meegemaakt? Hoe is dat? Gegaan.**

Ja, Dat is heel makkelijk. Ik kan pas nu een dienstdoende overname. Al was Oke oke dat.

**I: Is heel goed voor mij om te weten.**

Ja ja. En ik lijk dus gewenst over te zeggen dat het wel zover het pittig is geweest, want ze gingen. Van een paar kranten naar heel veel, dus Het is wel. Aanzienlijk geweest Het was echt wel, Ik weet durf geen aantal te noemen, maar ze gingen van echt, Maar het paar kranten naar driedubbele of zo. Dus het heeft wel veel gevraagd van de organisatie en eenieder en Ik denk dat we nu, want jij zegt al in 2021 dat we nu nog. Steeds dingen oppakken. En leren en proeven en merken van elkaar.

**I: Ja, daar is het nog. Best jong de de samenwerking en de.**

En ja gewoon heel simpel als iemand 20 jaar heeft gewerkt op een bepaalde manier en die moeten nu om, dan is er nog maar een paar jaar. Zeg maar dat het anders is, dus dat is maar er is in ieder geval wel gedoe onderling contact onder iets met van met elkaar van te doen, zo maar zeggen.

**I: Ja en wat voor wat voor voordelen ervaart u als met het samenwerken We zijn er. Nog andere dingen die u? Fijn vindt daaraan.**

We hadden een foto van een ongeluk? Ja, daar stond het slachtoffer enigszins herkenbaar op. Hoe gaan mijn collega's me ook plaatsen die foto of niet, of wat dan ook en op andere gewoon overleggen, hoe doe jij dat met bepaalde onderwerpen? Heel praktisch opvang van vakanties en vrije dagen? In principe zouden we dat. Allemaal van elkaar. Waarom en inderdaad Als het regionaal overstijgend is dat je daar ook kunt doen, want het zijn toch allemaal relatief kleine gemeentes, dus Wij hebben hier een open een. Hoe is het nou? Voortgezet onder nee, jawel, voortgezet onderwijs. Nee, er eentje in IJsselstein. Ondermijnen hoe bevalt die zullen eerder naar de school in Woerden gaan? Ja, en Dat is weer een andere kant. Dat is ergens strikt genomen. Valt het niet onder mij, maar je voelt al aan dat je dan dat hoort van mijn broers collega joh hebben een leuke actie of wat dan ook, dan bestaat er wel de mogelijkheid om er wel of niks mee te doen Omdat er zoveel kinderen uit Montfoort. Daarna die school gaan en dan is de aanvulling van onderwerpen elkaar droog te houden. Gewoon heel prettig, ja.

**I: Ja en u zei dat over die over die vrije dagen hè, of dat wisselen, hoe werkt dat dan? Je zet dan een freelancer, krijg jij dan uit uit bijvoorbeeld de Woerden, krijg jij die opgestuurd hoe? Hoe zit dat in elkaar?**

Wat we proberen is, want we maken Natuurlijk ook heel veel gebruik van freelancers. Maar wij ons even als vaste redacteur van de verschillende kranten. We hebben Natuurlijk het beste overzicht over hoe we werken, wat we werken en ook dat we werk. Dus dan met vrije dagen, probeer ik te. krant van nieuwigheid over te nemen of de vaste redacteurs proberen onderling dan de taken van de krant te verdelen, zou moeten we Misschien zeggen.

**Ja, Dat is oké, Dat is duidelijk en dan is er dan ook denk dat dat dan ook bijvoorbeeld financieel denk ik fijner is en je hoeft je niet extra dingen erbij te. Het is een beetje een ja delen van midde-len dan.**

Klopt. Ja ja. En niet hoever het redelijk bij niet zo goed In de uit een kanten business. Dus wij vinden dat ik Rick [den Besten] iets over heeft gezegd. Maar dit is een periode dat we echt even moeten op-letten wat we doen en hoe dat we toe. En dan ja, dan zijn de snelste klappen het zelf onderling op te lossen minder freelancers inzetten, zet al wat zoden aan. De dijk, zeg maar.

**Ja door die samenwerking zijn? Jullie wat meer bestendig lijkt me tegen die tegen die klappen dan Als je in je in je eentje daartegen als een krantje tegen ja en zo een Ik had met Rick [den Besten] maar wel overgesproken. Ja, vooral ook over de afname van adverteerders in deze periode, dat het wat minder goed gaat met de bedrijven, wordt dat dan vooral vanuit het Kontakt geregeld. Lijkt me voor jullie de adverteerders of moeten jullie die zelf re?**

Nee, gewoon uit het Kontakt. Maar zoals wij keurig doen, zoals ik noemt jaar geleden heb geleerd, Dat is een andere afdeling, zijn andere collega's, want Ik heb niks met het de advertenties natuurlijk te maken, want het mag mij net ook snel werk niet beïnvloed. Zeg ik wel heel keurig, Maar dat is wel intern inderdaad, Ik heb een. Een contract collega die dat op zich bedenkt en regelt en afspreekt. En noem maar.

**Op ja diegene is dan van het contact, en die zit daar. Nu bij de zenderstreek ja.**

Nee nee. Oké, zal ik een hele goede vraag. Nee, Ik denk dat wij een afdeling commercie hebben en die hebben zoveel Mensen die in al die Mensen hebben hun eigen krant toebedeeld gekregen. Nou.

**Ja dus ook voor mijn beeld voor mijn bij het Kontakt zitten er dan een zit er een een groep en die hebben allemaal de kranten op verdeeld tussen de tussen tussen de personen.**

Maar daarvoor geldt bijna hetzelfde Als ik net met mijn uitstapjes stoel van de scholen of wat dan ook. We hebben daar bijvoorbeeld ieder geval. Er zijn natuurlijk bedrijven die waarvoor de regio interessant genoeg is. En in mijn krant hebben ze dan 3 gemeentes te pakken, hè? Terwijl ze eigenlijk ook willen dat Vianen of Nieuwegein van hem staan of weten? Dus het komt ook vanuit advertenties voor dat dat advertenties in verschillende kranten wordt geplaatst.

**Wat is precies? Wat zijn jouw taken bij de zender streek? Wat houdt dat in?**

Dat is een hele goede. Vraag, want er is net een collega weggegaan en we zitten. Net als een soort overgang? Ja. Ik moet gewoon. Oh ja, wat ben ik ook? Wel weer vooral. Zelf als redacteur wel buiten verhaal schrijven een foto bij maken dus ook het praktische van bij journalistieke hoort. Maar ik heb in ieder geval nu een stuk eindredactie ook bij me. En dat betekent het overzicht van de hele krant. Dus alle artikelen plaatsen eindredigeren. Noem maar. En daar wordt nog een stukje administratie bij declareert touw declaraties van freelancers. Moeten we een beetje inkomen deze dus vers maar een stukje ondersteuning zeg maar, zit er dan ook voortaan bij en de meeste krant regionale krant hoorde van de kant van het contact werd beschouwen Omdat er een of twee Mensen op zitten. Dus Het is altijd zo breed als wat al het werk met zich meebrengt.

**Ja, want dat Dat is ook even wat. Wat had ik nog? Een vraag. Ik zie nu twee eigenlijk Mensen hè? Twee redacteurs zitten nu op de zender zender streep wat hoe groot weet je dat? Hoe groot die voor voordat ja de voordat de overname eigenlijk was, hoe groot was die toen weet je dat?**

Durf ik niks over te zeggen

**Dan ga ik wel door met de volgende even kijken. Ja, even wat eens even goed om te weten. Ja, ik denk dat is er een bepaald. Is er een bepaalde. Nee de advertenties, hè, die zijn Natuurlijk niet gaan. Niet zo heel goed is er een bepaalde visie op een ander verdienmodel bijvoorbeeld bij jullie ze wordt daarover, wordt daarnaar gekeken.**

Ja. Dat is echt op Rick [den Besten] zijn beetje, want er wordt wel naar gekeken. Daar worden wij meer over bij gepraat en. Dan iets anders. Nee, dat dat willen en durven niet te willen over zeggen. Kijk, het online gebeuren is Natuurlijk ontzettend interessant. Apps via naar achteren betaalde huur is interessant, Maar dat is echt rixen feestje, dus dat. Maar ja, Natuurlijk wordt daar. Naar gekeken? Ja.

**Nog. Nog freelancers die nu die jullie nu in in dienst hebben, die voor de overname gelijk werken of ze eigenlijk Iedereen sinds de overname de er of met pensioen of ervandoor.**

Ja inmiddels denk ik wel.

**Ja, Dat is eigenlijk 1 grote doorstroom geweest. Nieuwe Mensen erin?**

Ja, maar eigenlijk is ook inderdaad Natuurlijk verloop geweest precies wat jij zegt, Mensen met pensioen. Wat voor reden dan ook, maar inmiddels inderdaad denk ik dat er heel weinig meer van voor de overname nog aanwezig zijn, ja.

**En in heeft. Heeft het Kontakt dan ook eigenlijk die die. Die heeft ook nieuwe Mensen denk ik op die functie gezet. Dat lijkt mij ja precies.**

Ja ja ja ja ja ja.

**Even kijken de ja, de de grootste uitdaging is. Zou ik het eigenlijk wel even over willen willen willen hebben? U had het al over de digitalisering over de onlinekrant, dan wordt Natuurlijk ook steeds meer moeite ingestoken. Een lokale krant in zijn eentje moet Natuurlijk een hele eigen dingen doen. Nu doet jullie de krachten hebben gebundeld zo maar even te zeggen Als het contact gaat, dat wat makkelijker. Hoe ervaart u dat het online plaatsen van artikelen en zo hoe is dat bij jullie geregeld?**

We doen het dan per krant, zeg maar alleen. Dat iedere krant is verantwoordelijk voor ook zijn eigen stukje op social media. En dan maken we nou een. heel dom maakt. Vanuit ons systeem kan systeem kunnen we zo door naar Facebook en Twitter, dus Dat is niet zo spannend, maar Instagram staat er nog niet bij. Dat zit er nu wel bij, dus iedere krant heeft zijn eigen account en noem maar. Maar Je moet soms gewoon een beetje wennen. Je moet je ook voorstellen. Er zitten bij lokale kranten ook mensen van 50 plus ben ik zelf ook hè? Die gewoon daar nog niet zo handig in zijn, dus dan komt er een uitleg noem maar op en dan is dat een ding wat gewoon heel erg in ontwikkeling is, want Instagram dat werkt en noem maar op, Maar we hebben nu canva zegt jou dat iets?

**Ik wil het zeg maar wat? Ja, ja.**

50 Plus, het zijn mij niks. Dat zijn dus dingen, zeg maar die we dan ja aan de weg oppakken van. Oh, Dat is wel een mooie aanvulling, hoor, dat ziet er wel. Chique uit noem. Maar op, dus dat zeg maar onze invulling of mijn invulling en van de redacteurs dat naar andere dingen wordt gekeken dat het wordt opgepakt, maar of we doen en of. We. Het niet doen, Dat is van Rick en de grote jongens daar bovenin en de uitvoering komt dan bij ons aan. Ik eigenlijk aan de weg. Aanpassingen uitleg of wat dan ook? Ja, en tot nu toe bestaat het naast elkaar de krant en de socials en. Ik denk dat dat ook voorlopig zo. Blijft. Ik denk. Dat dat ik het elkaar aanvult en dat het een én én verhaal zou moeten blijven, Maar dat moet die advertenties Natuurlijk ook mee gaan, Maar dat is het idee, ja.

**Ja nee precies en ook de ik ik wat ik dan ook nog wel interessant vind is bijvoorbeeld het het financiële gedeelte. Ik denk dat jij daar dan niet zo heel erg. Bovenop zit maar. Het is Natuurlijk zo dat sinds dat jullie samenwerken is, er denk ik ook meer gezamenlijke is dat ook Natuurlijk naar boven toe geschoven. Lijkt mij dat het nu wat minder dat de krant zelf wat minder zorgen hoeft te maken over of er genoeg advertenties inkomen, is dat dan ook niet. Wat als als redacteur eigenlijk ook niet meer echt jouw taak is?**

Nee, nee toch niks over te zeggen. Nee, nee. Maar ik denk dat je wel goed zit met je gevoel, Maar dat nee, ik dan moet ik ernaar gok.

**Nee, Maar dat hoeft dat hoeft. Ook niet hoor, Dat is. Goed, ja, kijk wij. Wij doen Natuurlijk onderzoek naar dit, Omdat. Het Natuurlijk wel. Dat bent u Natuurlijk ook wel bekend mee. Het gaat niet zo heel goed met lokale journalistiek, de oplages dalen en zeker ook huis aan huiskranten hebben steeds meer moeite met overleven. En ikzelf vond eigenlijk de samenwerking van zo een of een overname in zo een in zo een lokale journalistiek vond ik eigenlijk een hele interessante oplossing om daar te kijken.**

**Denkt u dat dat een oplossing is voor meer kranten, dat dat de krant is waar ze waar meerdere kranten? Op zullen moeten gaan.**

Ja ja denk ja Samen sta je sterk en ja hoor dat denk ik wel dat je? Dat je daar de meerwaarde uit kunt halen om dat te doen. Want Als ik nu al zien dat. We. Met minder middelen en We kunnen al samenwerken, dingen van elkaar leren en overnemen. Noem maar. Op. En, we staan dan tegenover een AD. Dat we nog steeds. Twee nul achterstaan, dan kun je in je eentje daar niks tegen beginnen.



**Nee. Maar zijn er dan bijvoorbeeld ook Misschien nadelen die u heeft ervaren voor het werken van een onder een grotere entiteit?**

Nee, tot nu toe. Alles zou kunnen veranderen Natuurlijk Als je als als management andere keuzes maakt. Maar eigenlijk heb je nu het beste. Van twee werelden. Je hebt je eigen krant in je eigen dienst met je eigen dingen, maar indien nodig sta je Samen sterk of kun je op collegas terugvallen. Hoe lang ook. Dus Dat is eigenlijk een hele fijne combi, vind ik.

Dat dat eraf gaat hoor dat ze meer bij elkaar gooien en dat je dat een beetje kwijtraakt. Maar voor nu is het eigenlijk de beste van twee werelden.

**Ja nou ja sowieso klinkt het ook in mijn onderzoek wel als een interessante oplossing voor meerdere kranten. Een andere oplossing die wordt naar voren gebracht. Dan had ik ook kort met Rick even over gepraat is bijvoorbeeld het veranderen van een gratis klanten naar een krant met abonnees op een per artikel. Wat is hoe hoe wat vindt u daarvan gewoon niet aan naar de financiën gekeken, maar meer gewone. Hoe ziet u dat als iemand die natuurlijk een gratis krant uitbrengt?**

Vind ik lastig vind ik lastig, want toegankelijkheid vindt ook dat wij gratis zijn en noem maar op. Ik hoop op dit, vind je deze? Vraag en Rick hebt gesteld hoor, want dus Ik vind het lastig. Ik zou dan ergens denken, wat kunnen we in het midden doen of wat is er wel mogelijk? Er is dus In de voetbal app heeft Rick het daar over gehad.

**Nee, die heeft hij niet Laten vallen.**

OK, want die is achter een betaalmuur. Heet dat zo gegaan dus voor onze apps en alles toegankelijk. Dit en dat. Maar Regio Voetbal en Ik weet gewoon net niet het fijne van hoor maar, want Ik heb een stukje voetbal uit mijn reet. Yo. Maar dat heeft eenieder en. Volgens mij zit onder het kopje Regio Voetbal alle voetbal uit de regio's tezamen en die zit achter een betaalmuur, dus we hebben genoeg. Apps online kranten en een stukje is er en dat werkt volgens mij aardig. Ja, Dat is Misschien niet alles meteen achter betaalmuur niets te zetten, maar nou, Dat is. Volgens mij loopt dat dus en op kleiner niveau als mijn collega's advertenties verkopen, maar die meneer of mevrouw zit toch ook graag een artikeltje, dan wordt daar wel in gemiddeld naar gekeken. En zeker Als het moeilijker gaat, dan ben ik eerder genegen om ook redactioneel daar aandacht aan te geven. Als er ook een advertentie tegenover staat. Dus voor een deel houden we dat gescheiden van ander deel. Ja, dan moet ook inkomsten zijn, dus daar bewegen we in mee.

**En Er is Natuurlijk ook wel problemen met met de doelgroepen hè? De de de krant begint toch wel te verouderen. Mag Ik denk ik wel zeggen. Jongeren bereiken is nu de de grote groot vraagstuk, zijn jullie daarmee bezig? Is daar een bepaald plan?**

Niet specifiek, behalve wel natuurlijk dat het online gebeuren daarin ook mogelijkheden biedt. Maar nee, Maar daar durf ik net niet iets meer over te zeggen. Dat moet daar leeftijd technisch mee omgaan.

**Nee. Oke top en dan had ik eigenlijk ook nog ben. Ik wil ik graag wel weten, is er bijvoorbeeld? De de redacties tussen de kranten die dus de redactie van een voorbeeld in zijn Zenderstreek en een een jullie hebben. Contact dan. Hoe vaak moet ik dat dan op voor me zien? Eigenlijk is dat dan welijks contact met elkaar of om de maand een gesprek met andere redactoren.**

We hebben hem vast overleg één keer In de maand. Maar zoals het gelukkig hoort bij de journalistiek, is het maar net hoe het loopt. Ik heb ook met die garage [Nieuwegein ingestorte parkeergarage] heb ik mijn collega's 3 keer gebeld en dan spreekt ze Misschien weer weken niet. Dus Het is maar net

hoe dat loopt. Daar zit niet zozeer in een vast ritme in bepaalde wat wel een keer In de maand een redactie overleg hebben. En dan komen we allemaal tussen amen, ja.

**Ja en ik sprak met in je voor sprak ik ook even met uw collega. Loes. Die komt zelf ook niet uit de uit de regio. Hoe zit dat met bepaalde freelancers? Komen die verantwoord namelijk wel uit de regio of worden die ook een beetje gepoold tussen verschillende gemeentes?**

Nee nee nee nou nee ja oh ja nee, wat wil je nou zeggen, hè? Nee, die komen uit de regio, Maar ik heb een geweldige freelancer in mondvoort zitten en mijn collega uit woorden. Die kreeg daar lucht van en die. Zit op nee. Grapje, die gebruikt haar ook, want dan heb je weer de kleine stap tussen Woerden en mondvoort, dus Woerden andere kant Montfoort hoort bij mij. Freelancer zit in ons volgens mij inderdaad kent Woerden of het raakt elkaar soms dus, maar die freelancers die komen wel uit de regio en Loes is eigenlijk onze eerste exotische uitstap buiten de regio. Maar die had genoeg dingen met zich mee en noem maar op dat daarvoor is gekozen. Rick is daar altijd best wel strikt in geweest. Je moet uit de regio komen en daar komt hij nou ook vanaf en eerlijk geheel de wereld is. Doen we zo groot dat het allemaal zo onoverzienbare. Is maar goed Loes echt de concrete eersten die buiten buiten het gebied woont?

**Oké, oké, dan vroeg ik me eigenlijk nog wel even af, want Ik had gesproken met een paar Mensen. Ook uit uit de regio was. Ik ook wel. Benieuwd naar u las natuurlijk. Misschien schreef u zelf niet de krant, Maar ik denk dat u ook de zender streek wel al een tijdje leeg. Als ik dat mag, heeft u dingen gemerkt aan bijvoorbeeld de inhoud die veranderd is. Is het wat meer serieus geworden wat meer op het nieuws gaan richten sinds dat het overgenomen is.**

Ja een beetje, maar nog niet helemaal, want Het was meer de invulling van de personeel en noem maar op. Maar het wordt wel wat. Ja zwaarder en serieuzer ingezet, noem maar op en Ik vind regionaal nieuws leuk, geweldig en Je kunt er heel veel mee. Maar wat ik toch meer zou willen en waar we een slag in het maken zijn, is dat het grote landelijke nieuws wordt vertaald naar het regionale. Dat vind ik mooie inhoudelijke artikelen met zich mee en daar zijn we nog mee bezig, maar daar daar zie je al wel een verschil in, zeg maar.

**Ja en wat moet ik Daarom bij bedenken bijvoorbeeld? 1 1 1 Nederlandse voetbalvrouwen wint een kampioenschap. Één van die vrouwen komt uit IJsselstein, luidt het maar wat zeggen Dat is raden we daar een verhaal over of hoe? Hoe doen we dat? Nee.**

Nee dat bedoelen we niet Jort? Maar het zijn tekort de apothekers. Dat staat, krijg je een landelijk nee en er wordt landelijk aangevlogen, maar erkennen ze dat hier in mond voortuin apotheker of wat dan ook, dus die vertaalslag. En, Dat is niet altijd mogelijk, hoor, want. Ik ben bijvoorbeeld bezig geweest met. En, Dat is ook meteen heel groot. Israel Gaza hoeveel spanningen dat met zich meeneemt, Omdat dat ook in Nederland landelijk verschillende partijen terug te zien is noem. Maar. Op, dat krijg ik hier niet voor mekaar. Dat is te klein en te gevoelig en noem maar op en Wij hebben In de universiteit waarin student laat horen, maar echt grote landelijke verhalen. Hoe zou je? Die kunnen vertalen naar het regionen halen dat.

**Is een beetje tastbaar voor sommige Mensen kunnen maken in een in.**

Ja ja. Inderdaad.

**En zijn er ook bijvoorbeeld dingen die dan wat minder gedaan wordt. Je zei net al wat minder. Volgens mij was het wat serieuzer, hè? Zo zou je dat kunnen zou. Je dat kunnen stellen?**

Nu wel denk ik ja nu wel.

**En, Dat is Dat is geleidelijk gegaan, denk ik, hè? Dat is niet van de ene op de andere dag precies.**

Klopt.

**En Erik vertelde mij nog dat Het was vroeger via sommige van de kranten onder bijvoorbeeld de PG en die wilden dat. Er bijvoorbeeld geen. Nieuws in lokale kranten kwam hè dat dat gereserveerd werd voor de voor de grotere grotere jongen geeft dat jou ook wat meer vrijheid nu dat je nog wat meer toegang hebt tot verschillende verhalen als journalist. Als.**

Ja, Ik kan het niet zeggen, Ik heb de vertaalslak dus net niet meegemaakt. Ik kwam meteen in het verspreide beetje dat de overname al daar was. Dus nee, Ik kan dat zo niet zeggen dat ik het niet kan vergelijken, maar afgaande op verhalen en de werkwijze van collega's die dat wel gewend waren. Ja, ontzettend hoog dat je als journalist journalistiek bezig kan zijn, is voor mij een nobrainer. En Dat was bij sommige collega's gewoon niet, Omdat ze dat niet gewend waren. Dat dat anders moest kon, weet ik veel wat.

**Ja, en Als ik zelf ook kijk naar de inhoud van de denderstreek, merk ik vooral ook Dat is bij andere lokale kranten ook zo dat het vooral best wel korte korte artikeltjes zijn hè, het zijn ze zijn. Ze worden eigenlijk nooit langer dan 3 3 koppen. Over het algemeen is dat een bepaalde stijl die jullie meegekregen hebben. Of is dat gewoon wat jullie zelf ook fijn vinden voor?**

Dat is nu de praktijk. Dat We willen maken, nou letterlijk, zegt de grotere inhoudelijke verhalen, maar daar zijn we gewoon nog net niet met de personele bezetting blablabla en die kleine stukjes zijn prima hoor om ons die oproep voor die bridgeclub hoort, ook bij ons In de krant, Maar dat is niet zo-zeer een gegeven dat het zo moet of zou zijn sterken. Ook de modes in verhouding wat onder artikelen naast en bij staan.

**Oké en nu in je vorige antwoord gaf u een beetje, vertelde u nog dat u andere Mensen Misschien zou kennen die dat nog? Wel, die overname hebben meegemaakt. Heeft u daar Misschien wat namen van of dat ik daar nog even mee kan vragen aan kan, zou ik het me vertellen.**

Oh, Dit is wat geeft de namen echt fijn is vernist heeft het goudswaard? Nee, Ik heb er een, maar die gaat niet meewerken, dat gaat hij nooit worden ook. Ik twijfel eraan of dat een collega van mij, Rob. Die werkt nu ook nog bij het Kontakt en volgens mij van het eentje die de overname. Een lijst van Dijk heeft meegemaakt.

**Ja, ik dacht, Misschien is dat nog een goed inzicht om er nog even bij bij het onderzoek te.**

Ja. Doen ja. Bij. Weet ik niet. Zeker volgens mij is Rob Zantinge Zantingh? Ga of zo. Ik ben niet eens bij welke kant dat.

**Ik ga me, Ik ga hem vinden.**

Lang zou je, ja wel, moet je even je rik doen, weet ik ook niet. Maar volgens mij is dat echt een collega die en nu nog bij één van onze klanten werkt en de omslag heeft meegemaakt, dus dat zou helemaal top zijn.

**Heel erg top eigenlijk. Ik ben heel erg, heel erg veel heb ik aan deze inzichten van Van u al vandaag? Ja, Ik denk dat dit vooral mijn eigenlijk mijn vraag waren. Ik heb eigenlijk alweer heel veel inzichten gekregen die ik hier kan verwerken.**