55

Gemeente Amsterdam

Bezoekadres
Jodenbreestraat 25
1011 NH Amsterdam

Postbus 1840
1000 BV Amsterdam
Telefoon 020 251 8000
www.amsterdam.nl

Retouradres: Postbus 1840, 1000 BV Amsterdam

Datum	18 april 2019
Behandeld	Lotte van Zuijlen, l.van.zuijlen@amsterdam.nl
Onderwerp	Reactie brief – licentie zendgemachtigde

Geachte meneer Kaikuski, Groenberg, mevrouw Blijd en mevrouw Plowell,

Graag reageer ik op uw brief van 5 april 2019 waarin u mij informeert over Caribbean FM. Ik begrijp dat u zich zorgen maakt over het voortbestaan van de open access kanalen inclusief Caribbean FM. Zoals u weet vindt momenteel een verkenning plaats naar samenwerking tussen Publieke Omroep Amsterdam (inclusief Salto en AT5) en C-Amsterdam. In de opdracht aan de door het college van B en W aangestelde begeleiders van deze verkenning wordt aandacht gevraagd voor de open access kanalen van Salto.

De gemeente Amsterdam streeft ernaar dat iedereen zich thuis voelt in de stad. Om alle Amsterdammers te bereiken, vindt het college het van belang dat het media-aanbod van de lokale publieke omroep een afspiegeling is van de pluriformiteit van de stad en zich richt op een breed publiek met aandacht voor de vele groepen en culturen in de stad. Deze uitgangspunten zijn opgenomen in de beleidsbrief lokale media (13 februari 2018) en maken onderdeel uit van het kader voor bovengenoemde verkenning. Uiterlijk 1 juni a.s. worden de resultaten bekend van de verkenning en zal het college op basis van deze resultaten een voorstel voorleggen aan de gemeenteraad.

Gemeente Amsterdam

18 april 2019

De gemeenteraad van Amsterdam besluit uiteindelijk over het advies aan het Commissariaat voor de Media. Het Commissariaat beslist uiteindelijk over de licentie op basis van het advies van de gemeenteraad.

Ik hoop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met een vriendelijke groet,

Touria Meliani
Wethouder Kunst en Cultuur

Zuijlen, Lotte van

Van: Mark Minkman <
Verzonden: donderdag 18 april 2019 11:08
Aan: Zuijlen, Lotte van
CC: Ouke Arts; Brinkhuis, Martine
Onderwerp: Re: Opdracht lokale media gemeente amsterdam

Beste Lotte,
Mede namens Ouke laat ik je weten dat we de opdrachtomschrijving integraal (en dus gezamenlijk) aanvaarden.
Mark

Op 17 apr. 2019 om 11:16 heeft Zuijlen, Lotte van <L.Van.Zuijlen@amsterdam.nl> het volgende geschreven:

> Ha Mark en Ouke,
>
> Eerder hebben jullie van mij een opdrachtomschrijving ontvangen.
> Ik hoor graag of jullie je daarin kunnen vinden en of het volledig genoeg is.
>
> Ik neem daarbij nog een stuk op over vertrouwelijkheid/gedragscode.
>
> Kunnen jullie denk je voor morgen reageren?
> Dan is de opdracht officieel voor jullie pre-kick off- start!
>
> Met een vriendelijke groet,
>
> Lotte van Zuijlen
>
> Gemeente Amsterdam I Kunst en Cultuur & Lokale Media
> Postbus 1840, 1000BV Amsterdam
>
> Bezoekadres: Jodenbreestraat 25

De gemeente Amsterdam streeft naar optimale dienstverlening en zorgvuldige afhandeling van e-mailverkeer. Als een e-mail niet voor u is bestemd, verzoekt de gemeente u vriendelijk ons van de juiste adressering op de hoogte te stellen en de e-mail te verwijderen zonder de informatie te gebruiken en te delen met anderen. Voor verdere informatie over de rechten op informatie, zie https://www.amsterdam.nl/proclaimer.

(57)

Gemeente Amsterdam

Bezoekadres
Jodenbreestraat 25
1011 NH Amsterdam

Postbus 1840
1000 BV Amsterdam
Telefoon 020 251 8000
www.amsterdam.nl

Retouradres: Postbus 1840, 1000 BV Amsterdam

Thaesis B.V.
T.a.v. O. Arts

Datum	25 april 2019
Behandeld door	L. van Zuijlen, 0648076243, l.van.zuijlen@amsterdam.nl
Onderwerp	Opdrachtomschrijving aangaande de procesbegeleiding van de verkenning naar een concrete samenwerking tussen Publieke Omroep Amsterdam en C-Amsterdam
Bijlage	Opdrachtomschrijving procesbegeleider – onderzoeker

Geachte heer Arts,

Hierbij informeer ik u over de opdrachtomschrijving aangaande de procesbegeleiding van de verkenning naar een concrete samenwerking tussen Publieke Omroep Amsterdam en C-Amsterdam.

Zowel de huidige zendgemachtigde Publieke Omroep Amsterdam inclusief AT5 (hierna: POA) als C-Amsterdam (Stichting Toon Beeld Lokale Omroep Amsterdam) hebben een aanvraag ingediend bij het Commissariaat voor de Media om een aanwijzing (concessie) te krijgen voor de nieuwe periode van 5 jaar (2019-2024). Daarom heeft het Commissariaat voor de Media per brief van 17 augustus 2018 de gemeenteraad gevraagd om een aanvullend advies uit te brengen over de aanwijzingsaanvraag voor de lokale omroep voor de nieuwe concessieperiode. De gemeenteraad heeft het college verzocht hiertoe een voorstel te doen.

Op 26 februari 2019 heeft het college besloten om, op basis van het rapport van de adviescommissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024, te kiezen voor een tussenstap voordat een definitief advies aan de gemeenteraad wordt voorgelegd. Dit betekent dat nu een verkenning plaatsvindt naar samenwerking tussen C-Amsterdam en POA met als beoogd resultaat een door beide aanvragers gezamenlijk geformuleerd en gedragen plan voor structurele samenwerking of de intentie om gezamenlijk vóór 1 juni 2019 een plan voor structurele samenwerking te formuleren. Het college heeft u en Mark Minkman aangesteld als procesbegeleiders van deze verkenning.

Gemeente Amsterdam

25 april 2019

In de bijlage vindt u de opdrachtomschrijving. Graag verzoek ik u dit document te ondertekenen en te mailen naar Lotte van Zuijlen.

Met vriendelijke groet,

Olga Leijten
Directeur Kunst en Cultuur

Gemeente
Amsterdam

Bijlage: Opdrachtomschrijving procesbegeleider – onderzoeker

Doel van de verkenning
POA (inclusief AT5) en C-Amsterdam hebben beide aan aanvraag ingediend voor de uitzendconcessie voor de lokale publieke omroep. In het rapport 'Op weg naar een onafhankelijke, stabiele en levendige lokale omroep voor Amsterdam' heeft de adviescommissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024 op verzoek van het college de plannen van beide partijen beoordeeld. Met de adviescommissie vindt het college het verstandig om een tussenstap te zetten waarbij C-Amsterdam en POA opnieuw om de tafel gaan om een gezamenlijk plan te maken. Uitgangspunt voor deze samenwerking is de bundeling van krachten van beide partijen en de synergie van de plannen die de partijen hebben ingediend. De tussenstap wordt uitgevoerd in de vorm van een verkenning. De door het college beoogde uitkomst van de verkenning is een door beide aanvragers gezamenlijk geformuleerd en gedragen plan voor structurele samenwerking of de intentie om gezamenlijk vóór 1 juni 2019 een plan voor structurele samenwerking te formuleren. Het plan moet aansluiten op het centrale doel van het mediabeleid van de gemeente Amsterdam: alle Amsterdammers hebben toegang tot kwalitatief hoogwaardig en onafhankelijke berichtgeving over de stad, via verschillende platforms.

Opdracht procesbegeleider – onderzoeker
De procesbegeleider-onderzoeker is belast met de taak te onderzoeken op welke manieren een gezamenlijk plan tot stand kan worden gebracht en te definiëren wat de juridische en organisatorische randvoorwaarden zijn voor een sterke lokale omroep in Amsterdam. Het kader voor dit onderzoek bestaat uit de beleidsbrief lokale publieke media 2019-2023, de Mediawet, het Vernieuwingsconvenant lokale omroepen-gemeenten van VNG en OLON en het advies van de adviescommissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024.

Dit doet de procesbegeleider-onderzoeker in samenspraak met de procesbegeleider-operationeel.

Een aantal beweringen in het advies van de adviescommissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024 zijn aanleiding om enkele belangrijke juridische en financiële kwesties nader te onderzoeken tijdens de verkenning. Ook de vragen van de raadsleden zoals gesteld tijdens de technische sessie op 11 maart 2019 en op 1 april 2019 zijn aanleiding voor verdieping van het onderzoek en zijn verwerkt in de opdracht.

Tijdens de verkenning met beide partijen en als thema's voor nader onderzoek dienen te worden meegenomen:

- Financiële haalbaarheid van de plannen (o.a. uitwerken van realistische verwachtingen rondom (reclame-) inkomsten);
- Journalistieke waarde en borging van de onafhankelijke nieuwsvoorziening;
- Status van de samenwerkingen met partners in de stad;
- Mediagebruik en aansluiting op behoefte van alle Amsterdammers;
- Vergroten van het bereik onder Amsterdammers;
- Behoud van het merk AT5;

- Behoud van de open access kanalen;
- Kwaliteit van de bedrijfsvoering;
- Governance en organisatiestructuur;
- Status van de ingediende plannen; beoordeling of de ingediende plannen nog actueel zijn (op onder meer de thema's bedrijfsvoering, governance, samenwerkingspartners en financiën)

Kader voor de opdracht aan de beide procesbegeleiders

- De verkenning start zo spoedig mogelijk en eindigt uiterlijk 1 juni 2019.
- De procesbegeleiders leveren eind april 2019 een schriftelijke tussentijdse rapportage op waarin zij verslag doen van het proces tot dan toe en een inschatting maken van de haalbaarheid van een gezamenlijk plan van C-Amsterdam en POA.
- De procesbegeleiders informeren de directie Kunst en Cultuur tussentijds als daar aanleiding toe is.
- De procesbegeleiders leveren na afronding van de verkenning een eindrapportage op. Ook als de verkenning voortijdig wordt gestaakt, bijvoorbeeld omdat een van de partijen deelname aan de verkenning beëindigt, wordt een rapportage over het proces opgeleverd. De procesbegeleiders kunnen in deze rapportage ook aanbevelingen opnemen.
- Basis voor het gezamenlijke plan zijn de Mediawet, het Vernieuwingsconvenant lokale omroepen-gemeenten van VNG en OLON, het adviesrapport van de advies commissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024 en andere adviezen die de gemeente heeft ontvangen.
- Het nieuwe plan moet aansluiten op het door het college opgestelde beleid in de beleidsbrief lokale publieke media 2019-2023. De beleidsbrief bevat uitgangspunten en voorwaarden waartoe de zendgemachtigde zich dient te verhouden. Het college heeft deze brief opgesteld vanwege het veranderende medialandschap en de wens een media-aanbod te doen ontstaan dat past bij deze ontwikkelingen en bij de inhoudelijke thema's die belangrijk zijn voor de stad. Alle Amsterdammers moeten toegang hebben tot kwalitatief hoogwaardig en onafhankelijke berichtgeving over de stad, via verschillende platforms. Het college stelt dat een goede lokale nieuwsvoorziening de democratie bevraagt en versterkt en bijdraagt aan opinievorming.
- Het financiële kader voor het gezamenlijke plan is gelijk aan het huidige bekostigingsniveau.
- Het college hecht aan een zorgvuldig proces. Het Commissariaat voor de Media ziet hier bij haar finale beoordeling van de aanwijzing voor de lokale omroep 2019-2024 op toe.

Het is mogelijk dat de onderzoeker op bepaalde onderwerpen extern advies laat uitvoeren door een specialist. Dit gebeurt in overleg met de directie Kunst en Cultuur.

Onafhankelijkheid

- De procesbegeleider is onpartijdig, heeft geen belang bij de uitkomsten van de verkenning en de door hem te geven adviezen/aanbevelingen. Hij vervult zijn taak niet met vooringenomenheid.
- De procesbegeleider heeft geen belangen bij de indieners van de plannen.
- De procesbegeleiders heeft geen (betaalde) functies bij de indieners van de plannen.
- Als de procesbegeleider inschat of redelijkerwijs kan inschatten dat zijn belangen conflicteren, meldt hij dit direct bij de andere procesbegeleider en de directie Kunst en Cultuur.

Geheimhouding

- De procesbegeleider is verplicht tot geheimhouding van gegevens die hij bij de uitvoering van zijn taak krijgt en waarvan hij het vertrouwelijke karakter kent of redelijkerwijs kan vermoeden.

Gedragscode

- De procesbegeleider verklaart bij het aannemen van de opdracht kennis te hebben genomen van dit document en zich daaraan te committeren.
- De procesbegeleider verklaart bij het aannemen van de opdracht kennis te hebben genomen van onderstaande gemeentebrede integriteitsverklaring, waarmee hij het integriteitsbeleid van de gemeente Amsterdam onderschrijft:

"Werken voor of namens de gemeente Amsterdam betekent dat ik het publieke belang dien: personen of organisaties die voor en namens de gemeente werkzaamheden uitvoeren maken geen misbruik van de hen toevertrouwde overheidsmacht, ze zijn betrouwbaar en laten eigen belang niet prevaleren. Daarom geldt de regel dat mijn gedrag transparant en controleerbaar is. Als dit nodig is leg ik daarover verantwoording af.

Ik onderschrijf de volgende huisregels die zijn ontleend aan de gedragscode van de gemeente Amsterdam:

- Ik ben dienstbaar: ik werk voor en namens de gemeente Amsterdam en werk daarmee ten dienste van alle bewoners, bedrijven en bezoekers van de gemeente.
- Ik ben zorgvuldig en betrouwbaar: ik ben me ervan bewust dat ik werk namens de gemeente, met middelen van de gemeente en in het belang van de gemeente. Ik ga daarom zorgvuldig om met bevoegdheden, informatie, financiële en materiële middelen.
- Ik vermijd situaties waarin mijn persoonlijke belangen of de belangen van relaties en de belangen van de gemeente door elkaar heen kunnen gaan lopen. Ik vermijd iedere schijn van belangenverstrengeling. Als dit naar mijn inschatting het geval kan zijn, dan bespreek ik dit direct met mijn opdrachtgever.

Tenslotte verklaar ik dat ik voor de verwerving van deze opdracht geen geschenken op welke wijze en in welke vorm dan ook aan iemand heb gegeven of beloofd."

Voor akkoord

Opdrachtnemer
Ouke Arts
Procesbegeleider
Thaesis B.V.

Opdrachtgever
Olga Leijten
Directeur Kunst en Cultuur
Gemeente Amsterdam

Gemeente
Amsterdam

58

Bijlage: Opdrachtomschrijving procesbegeleider – operationeel

Doel van de verkenning
POA (inclusief AT5) en C-Amsterdam hebben beide aan aanvraag ingediend voor de uitzendconcessie voor de lokale publieke omroep. In het rapport 'Op weg naar een onafhankelijke, stabiele en levendige lokale omroep voor Amsterdam' heeft de adviescommissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024 op verzoek van het college de plannen van beide partijen beoordeeld. Met de adviescommissie vindt het college het verstandig om een tussenstap te zetten waarbij C-Amsterdam en POA opnieuw om de tafel gaan om een gezamenlijk plan te maken. Uitgangspunt voor deze samenwerking is de bundeling van krachten van beide partijen en de synergie van de plannen die de partijen hebben ingediend. De tussenstap wordt uitgevoerd in de vorm van een verkenning. De door het college beoogde uitkomst van de verkenning is een door beide aanvragers gezamenlijk geformuleerd en gedragen plan voor structurele samenwerking of de intentie om gezamenlijk vóór 1 juni 2019 een plan voor structurele samenwerking te formuleren. Het plan moet aansluiten op het centrale doel van het mediabeleid van de gemeente Amsterdam: alle Amsterdammers hebben toegang tot kwalitatief hoogwaardig en onafhankelijke berichtgeving over de stad, via verschillende platforms.

Opdracht procesbegeleider – operationeel
Deze procesbegeleider is belast met begeleiding op operationeel niveau van de verkenning en levert daarmee een bijdrage aan de totstandkoming van een gezamenlijk plan. De procesbegeleider zal als onafhankelijk voorzitter optreden bij vergaderingen, de discussie op constructieve wijze sturen en bewaken, ervoor zorgdragen dat alle relevante informatie wordt uitgewisseld en dat beide partijen gelijk behandeld worden. De procesbegeleider formuleert een plan van aanpak inclusief een planning, definieert samen met de procesbegeleider-onderzoeker de randvoorwaarden voor de verkenning, stelt de procesvoorwaarden op waar beide partijen zich aan dienen te houden gedurende de verkenning, en is verantwoordelijk voor een gedegen rapportage over het proces.

Dit doet de procesbegeleider –operationeel in samenspraak met de procesbegeleider-onderzoeker.

Kader voor de opdracht aan de beide procesbegeleiders

- De verkenning start zo spoedig mogelijk en eindigt uiterlijk 1 juni 2019.
- De procesbegeleiders leveren eind april 2019 een schriftelijke tussentijdse rapportage op waarin zij verslag doen van het proces tot dan toe en een inschatting maken van de haalbaarheid van een gezamenlijk plan van C-Amsterdam en POA.
- De procesbegeleiders informeren de directie Kunst en Cultuur tussentijds als daar aanleiding toe is.
- De procesbegeleiders leveren na afronding van de verkenning een eindrapportage op. Ook als de verkenning voortijdig wordt gestaakt, bijvoorbeeld omdat een van de partijen deelname aan de verkenning beëindigt, wordt een rapportage over het proces

opgeleverd. De procesbegeleiders kunnen in deze rapportage ook aanbevelingen opnemen.

- Basis voor het gezamenlijke plan zijn de Mediawet, het Vernieuwingsconvenant lokale omroepen-gemeenten van VNG en OLON, het adviesrapport van de advies commissie Aanwijzing lokale omroep 2019-2024 en andere adviezen die de gemeente heeft ontvangen.
- Het nieuwe plan moet aansluiten op het door het college opgestelde beleid in de beleidsbrief lokale publieke media 2019-2023. De beleidsbrief bevat uitgangspunten en voorwaarden waartoe de zendgemachtigde zich dient te verhouden. Het college heeft deze brief opgesteld vanwege het veranderende medialandschap en de wens een media-aanbod te doen ontstaan dat past bij deze ontwikkelingen en bij de inhoudelijke thema's die belangrijk zijn voor de stad. Alle Amsterdammers moeten toegang hebben tot kwalitatief hoogwaardig en onafhankelijke berichtgeving over de stad, via verschillende platforms. Het college stelt dat een goede lokale nieuwsvoorziening de democratie bevraagt en versterkt en bijdraagt aan opinievorming.
- Het financiële kader voor het gezamenlijke plan is gelijk aan het huidige bekostigingsniveau.
- Het college hecht aan een zorgvuldig proces. Het Commissariaat voor de Media ziet hier bij haar finale beoordeling van de aanwijzing voor de lokale omroep 2019-2024 op toe.

Het is mogelijk dat de onderzoeker op bepaalde onderwerpen extern advies laat uitvoeren door een specialist. Dit gebeurt in overleg met de directie Kunst en Cultuur.

Onafhankelijkheid

- De procesbegeleider is onpartijdig, heeft geen belang bij de uitkomsten van de verkenning en de door hem te geven adviezen/aanbevelingen. Hij vervult zijn taak niet met vooringenomenheid.
- De procesbegeleider heeft geen belangen bij de indieners van de plannen.
- De procesbegeleiders heeft geen (betaalde) functies bij de indieners van de plannen.
- Als de procesbegeleider inschat of redelijkerwijs kan inschatten dat zijn belangen conflicteren, meldt hij dit direct bij de andere procesbegeleider en de directie Kunst en Cultuur.

Geheimhouding

- De procesbegeleider is verplicht tot geheimhouding van gegevens die hij bij de uitvoering van zijn taak krijgt en waarvan hij het vertrouwelijke karakter kent of redelijkerwijs kan vermoeden.

Gedragscode

- De procesbegeleider verklaart bij het aannemen van de opdracht kennis te hebben genomen van dit document en zich daaraan te committeren.
- De procesbegeleider verklaart bij het aannemen van de opdracht kennis te hebben genomen van onderstaande gemeentebrede integriteitsverklaring, waarmee hij het integriteitsbeleid van de gemeente Amsterdam onderschrijft:

"Werken voor of namens de gemeente Amsterdam betekent dat ik het publieke belang dien: personen of organisaties die voor en namens de gemeente werkzaamheden uitvoeren maken geen misbruik van de hen toevertrouwde overheidsmacht, ze zijn betrouwbaar en laten eigen belang niet prevaleren. Daarom geldt de regel dat mijn gedrag transparant en controleerbaar is. Als dit nodig is leg ik daarover verantwoording af.

Ik onderschrijf de volgende huisregels die zijn ontleend aan de gedragscode van de gemeente Amsterdam:

- Ik ben dienstbaar: ik werk voor en namens de gemeente Amsterdam en werk daarmee ten dienste van alle bewoners, bedrijven en bezoekers van de gemeente.
- Ik ben zorgvuldig en betrouwbaar: ik ben me ervan bewust dat ik werk namens de gemeente, met middelen van de gemeente en in het belang van de gemeente. Ik ga daarom zorgvuldig om met bevoegdheden, informatie, financiële en materiële middelen.
- Ik vermijd situaties waarin mijn persoonlijke belangen of de belangen van relaties en de belangen van de gemeente door elkaar heen kunnen gaan lopen. Ik vermijd iedere schijn van belangenverstrengeling. Als dit naar mijn inschatting het geval kan zijn, dan bespreek ik dit direct met mijn opdrachtgever.

Tenslotte verklaar ik dat ik voor de verwerving van deze opdracht geen geschenken op welke wijze en in welke vorm dan ook aan iemand heb gegeven of beloofd."

Voor akkoord

26-4-19

Opdrachtnemer
Mark Minkman
Procesbegeleider

Opdrachtgever
Olga Leijten
Directeur Kunst en Cultuur
Gemeente Amsterdam

59

Zuijlen, Lotte van

Van: Ouke Arts >
Verzonden: maandag 29 april 2019 23:20
Aan: Zuijlen, Lotte van; Brinkhuis, Martine
CC: Mark Minkman
Onderwerp: Fwd: [Gemeente Amsterdam] Verslag validatie regieteam
Bijlagen: 20190429 - Gemeente Amsterdam - Verslag validatie.pdf

Beste Lotte en Martine,

Ter info hierbij het verslag van de validatie met het regieteam. Het verslag van stap 1 t/m 7 met het redactionele team volgt later deze week, evenals het verslag van de evaluatie met het regieteam.

Met vriendelijke groet, mede namens Mark,
Thaesis

Ouke Arts
Partner

Thaesis B.V.
71

www.thaesis.nl

Begin doorgestuurd bericht:

Van: Ouke Arts <
Onderwerp: [Gemeente Amsterdam] Verslag validatie regieteam
Datum: 29 april 2019 om 23:15:39 CEST
Aan: Anne-mieke Semmeling
Kopie: Mark Minkman <

Beste Anne-Mieke en David,

Hierbij mede namens Mark het verslag van de validatie van vanavond. De inhoudelijke terugkoppeling van jullie reacties verzorgen wij morgen aan de start met het redactionele team. Morgen vanaf 16 uur evalueren wij de uitkomsten van stap 5 t/m 7 en bespreken wij de vervolgstappen tussen 1 mei en 1 juni 2019.

Tot dan!

Met vriendelijke groet, mede namens Mark,
Thaesis

Ouke Arts
Partner

Thaesis B.V.



GEMEENTE AMSTERDAM

Verkenning naar een gezamenlijk plan voor een sterke lokale publieke omroep

Hilversum, 29 april 2019

WWW.THAESIS.NL

THAESIS

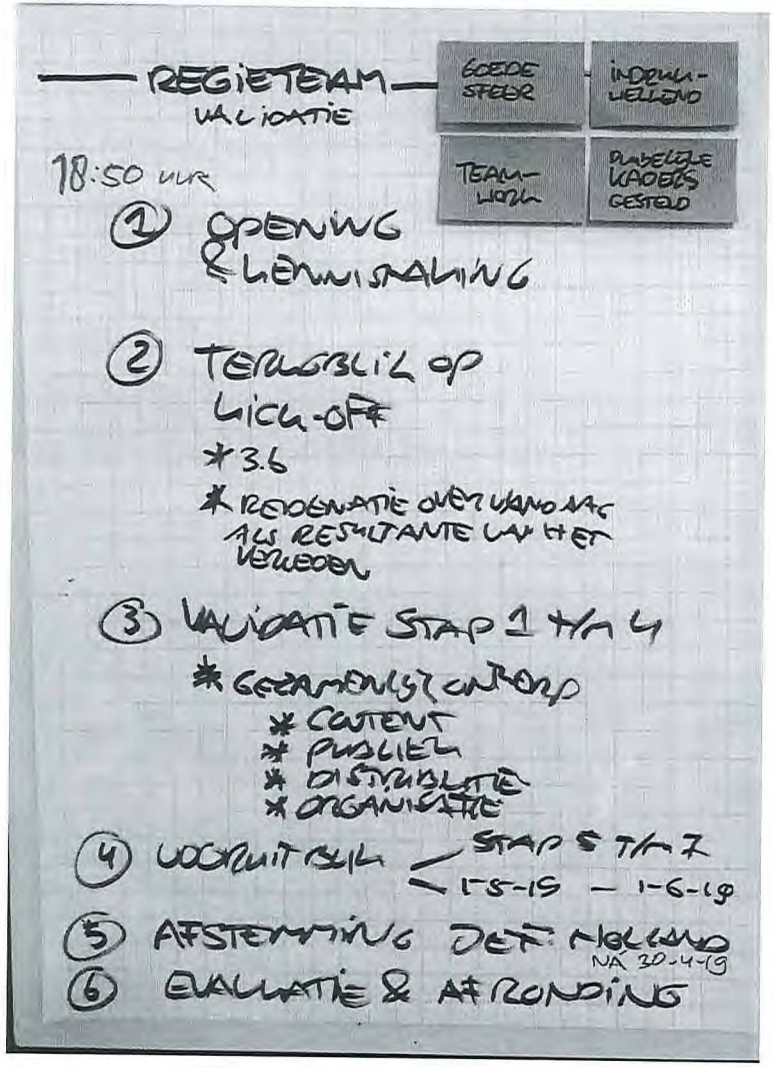
VERSLAG VALIDATIE

Ten behoeve van de verkenning naar een gezamenlijk plan voor een sterke lokale publieke omroep heeft het regieteam op 29 april 2019 tussen 18:00 en 20:30 uur de resultaten van stap 1 t/m 4 van het redactionele team gevalideerd. Dat deden zij door op locatie van Thaesis te Hilversum binnen de daarvoor beschikbare tijd kennis te nemen van de uitkomsten van de eerste bijeenkomst van en met het redactionele team, eveneens op 29 april 2019 op locatie van Thaesis. Het regieteam evalueerde de uitkomsten van stap 1 t/m 4 inhoudelijk als positief en vanuit duidelijke kaders tot stand gekomen, de sfeer eveneens als goed en de gezamenlijke inspanning als teamwork.

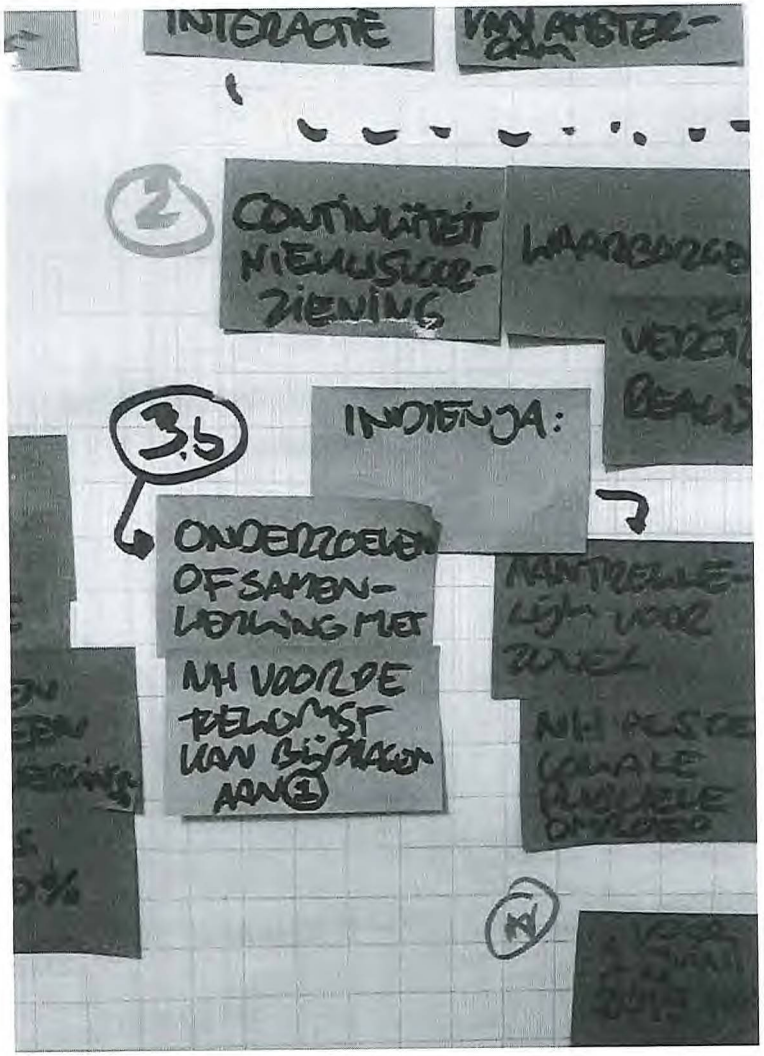
De agenda van de validatie was als volgt:

1. **Opening en nadere kennismaking**
2. **Terugblik kick-off en aanpassing strategisch kader**
3. **Validatie stap 1 t/m 4**
4. **Vooruitblik stap 5 t/m 7 en verder**
5. **Afstemming voorzitter raad van toezicht POA***
6. **Evaluatie en afronding**

** te bespreken tijdens evaluatie 30 april 2019*



STRATEGISCH KADER VERKENNING (AANGEPAST)



Ten behoeve van de verkenning zijn een aantal strategische kaders overeengekomen. Het regieteam heeft bij de start van de validatie punt 3.b van het strategisch kader aangepast. In volgorde van belang zijn dit de kaders voor (de verkenning naar) een gezamenlijk plan:

1. draagt bij aan een **sterke, innovatieve en inclusieve lokale publieke omroep voor alle inwoners van Amsterdam** die, gebruikmakend van **alle distributie-kanalen**, inzet op **engagement en interactie**;

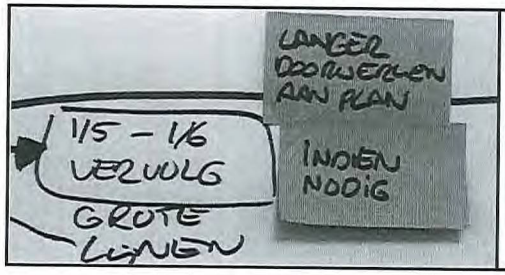
hoofdkader

2. waarborgt de **continuïteit van de nieuwsvoorziening** en realiseert **verdieping**;

3. a. houdt rekening met de **basissubsidie** van **€3,6 mln.** en streeft naar een **samen-werkingsbonus** van **20%** en b. **onderzoekt** of samenwerking met NH voor de toekomst kan bijdragen aan het hoofdkader en indien ja: is **aantrekkelijk** voor **zowel NH als de lokale publieke omroep**.

Daarnaast dient (de verkenning naar) een gezamenlijk plan **vóór 1 juni 2019** afgerond te zijn en verhoudt een gezamenlijk plan zich op adequate wijze tot de **Mediawet,** het **convenant** van **VNG-NLPO** en de **beleidsbrief van het College**.

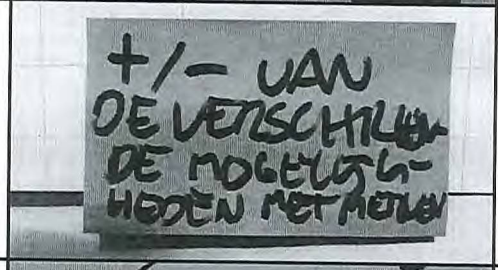
VALIDATIE UITKOMSTEN STAP 1 T/M 4



Het regieteam onderkent dat het nodig kan zijn om ook na vervolgstappen gedurende de periode 1-5-2019 – 1-6-2019 door te werken aan een gezamenlijk plan.



Het regieteam wijst er op dat bereik afhankelijk is van de te formuleren merkstrategie: met een bestaand merk is een groot bereik sneller gerealiseerd dan met een nieuw merk.

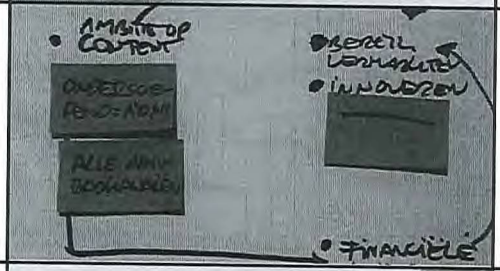


Het regieteam doet het redactionele team de suggestie om in relatie tot de merkstrategie de voor- en nadelen van de verschillende mogelijkheden met de bestaande en nieuwe merken uiteen te zetten.

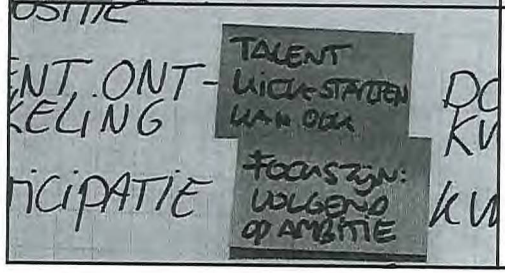
Gedeeld beeld huidige situatie: dilemma's



Het regieteam stelt dat branded content en additionele nieuwe proposities voor adverteerders interessanter zijn dan een smalle doelgroep en dat landelijk geen focus is voor een lokale omroep.



Het regieteam stelt dat de ambitie op content via alle aanbodkanalen gebaseerd dient te worden op het onderscheidend vermogen van de lokale publieke omroep: de lokaliteit. Innoveren is daarbij essentieel.



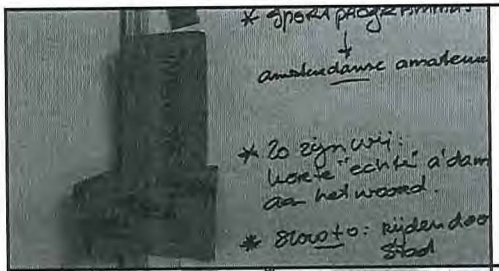
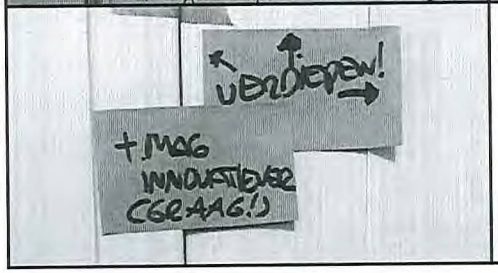
Het regieteam is van mening dat talent ontwikkelen en als springplank fungeren voor een volgende professionele stap ook een focus kan zijn voor een lokale publieke omroep, mits volgend op ambitie.



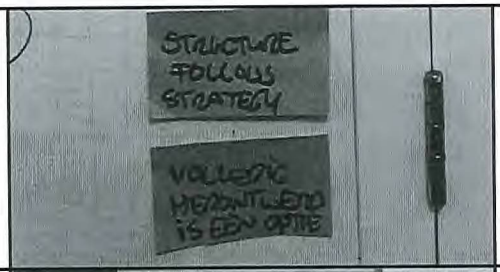
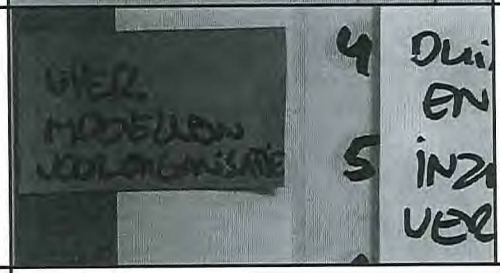
Het regieteam onderschrijft dat verbinding waarbinnen diversiteit vanzelfsprekend is en een streven naar inclusiviteit een dilemma vormen en daarom een voortdurend bewustzijn vereisten.

VALIDATIE UITKOMSTEN STAP 1 T/M 4

Gezamenlijk ontwerp: perspectieven content, publiek en distributie

	Het regieteam herkent de rol van nieuws bij het realiseren van bereik en ziet graag een nadere uitwerking van het realiseren van engagement en interactie in het verlengde van een te realiseren groot bereik.
	Het regieteam wijst er op dat nieuws niet automatisch aansluit op formats en dat de nieuwsbron vanuit de haarvaten in de wijken en in de buurten ontbreekt, evenals nieuwe open access proposities.
	Het regieteam nodigt het redactionele team nadrukkelijk uit om het gezamenlijk ontwerp vanuit de perspectieven content, publiek en distributie te verdiepen en te bedenken hoe het innovatiever kan.

Gezamenlijk ontwerp: perspectief organisatie

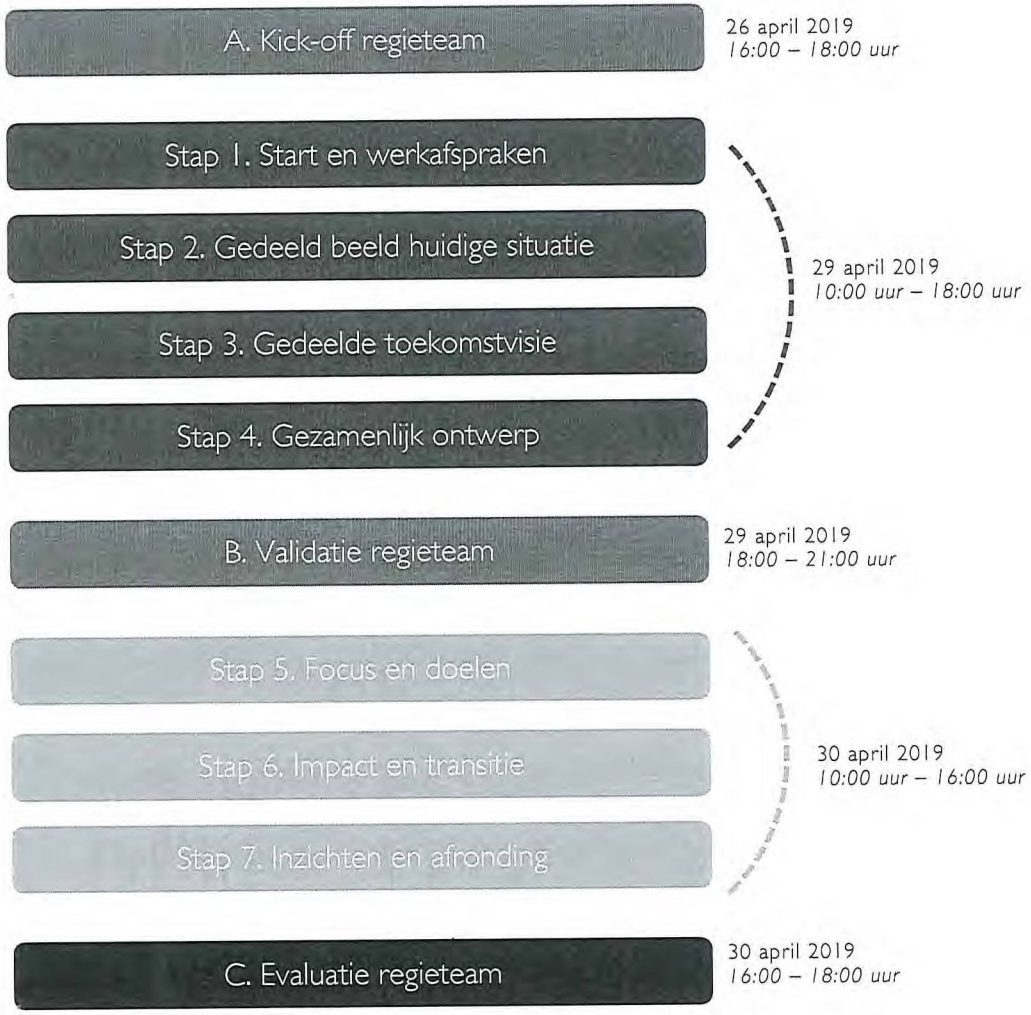
	Het regieteam stelt dat de organisatie volgt op de ambitie – *structure follows strategy* – en dat ook een volledig herontwerp van de organisatie een optie is om te overwegen in het gezamenlijke plan.
	Het regieteam doet het redactionele team de suggestie om als onderdeel van de impact en de transitie een viertal varianten voor de organisatie te ontwerpen en per variant de voor- en nadelen te beschrijven.

BIJLAGE: ONDERZOEKSAANPAK

Verkenning naar een gezamenlijk plan voor een sterke lokale publieke omroep

Hilversum, 11 april 2019

ONDERZOEKSAANPAK



Verkenning met en door regieteam en redactioneel team

In de voorgestelde werkwijze wordt een **regieteam** geformeerd dat bestaat uit twee keer één bestuurlijk verantwoordelijke van beide partijen, onafhankelijk voorgezeten door Mark Minkman. Dit regieteam is verantwoordelijk voor het vaststellen van de kaders voor een gezamenlijk plan, het valideren van inzichten en keuzes en het evalueren van de uitkomsten. Daartoe komen zij drie keer bijeen: aan de start (**A**), tussentijds (**B**) en aan het einde (**C**) van een tweedaagse op een externe locatie. Daarnaast wordt een redactioneel team geformeerd, dat bestaat uit twee keer vier redactioneel verantwoordelijken namens beide partijen, onafhankelijk begeleid door Ouke Arts tijdens de tweedaagse op een externe locatie. Zij maken gezamenlijk werkafspraken (stap 1), zetten de klokken gelijk (stap 2), ontwikkelen een gedeelde toekomstvisie (stap 3), maken een gezamenlijk ontwerp van een sterke lokale publieke omroep (stap 4), creëren focus en formuleren doelen voor in een gezamenlijk te schrijven plan (stap 5), schetsen een stapsgewijze transitie (stap 6) en delen inzichten in de samenwerking (stap 7).

60

Zuijlen, Lotte van

Van: Luc Sala <'
Verzonden: donderdag 2 mei 2019 13:23
Aan:
Onderwerp: concept for a broad Amsterdam public site (under construction)

nog in het Nederlands, commentaar welkom, er wordt aan gewerkt, dit is wat ik gemist heb in de concessie-discussie

www.lucsala.nl/lokalesite.pdf
--
Luc Sala -

Amsterdam Online

tijd voor een centrale portal en website met een autonome en democratische beheer- en zoekfunctie

3 mei 2019 concept

In de plannen voor lokale media, zoals die ook onlangs weer zijn ingediend mbt. de concessiekwestie, maar ook in allerlei rapporten en adviezen, komt steeds naar voren, dat naast de traditionele omroepfunctie ook online 'presence' voor de publieke lokale omroep een steeds belangrijker actieveld is. Dat beperkt houden tot een

Inhoud

Summary in English 2
Technisch kader 3
Welke taken en mogelijkheden passen er in zo'n concept 6
De situatie nu 8
Breder dan nu gedacht of gebudgetteerd 9
De functies van de lokale media 10
Lokale media en politiek nieuws 10
Sociale media vooral lokaal relevant 10
The city is the medium; democratie 11
Digitale Stad 2.0 11
Online en sociale media 12
De 'traditionele' pers 13
Leuk, maar ook lastig en veelal ongrijpbaar 13
Sociale media als distributiekanaal 14
Sociale media als openbare ruimte en commons 16
Steun van de bevolking 17
2 Wat weten we over het media-gebruik van de burger, toerist etc. 18
Sociale media als bron van politiek nieuws 20
CBS-onderzoeken 2018 21
Initiatieven elders 22
3 Technische overwegingen 23
De keuze voor Open Source software 23
Computing on Demand 24
De democratisering van zoekmachines 24
De functionaliteit in het kort 25
4 De Digitale Stad 1.0 historie 26
Interface ontwikkeling 27
Zeggenschap en interne democratie 28

soort online listing van nieuws-items en programma's zoals nu gebeurt laat echter kansen liggen, er is om een aantal redenen, niet het minst die betreffende autonomie, privacy en innovatiekansen, behoefte aan een breder platform, een digitale stad 2.0 met niet alleen nieuws maar toegang tot alle culturele en politieke activiteiten, toeristische informatie en meer.

Er is, in de herijking van de lokale publieke omroep en in combinatie met smart city en digitale stad initiatieven, nu de kans om een centrale portal voor Amsterdam in de steigers te zetten, die kan uitgroeien tot een 'eigen' toegang tot allerlei informatie die van belang is voor bewoners en bezoekers van Amsterdam. Zo'n centrale portal is, in het huidige te ver gecommercialiseerde, onveilige en 'onechte' cyberspace ecosysteem, te zien als een overheidstaak. Een eigen lokaal digitaal ecosysteem opzetten breekt met de globaliserende en vervlakkende trend, en biedt kansen voor een wezenlijk democratischer relatie met de burger.

Zo'n site, die het beste een eenduidige naam moet hebben, zoals Amsterdam.nl of Amsterdam.com is in die visie de echte internet 'poort', en niet afhankelijk van

Summary in English

Amsterdam could benefit from a new and autonomous portal to offer access to the services, events and practical information about the city. In 1994 with "De Digitale Stad" such an access facility was experimented with, but gave way to the global internet trends. Now, in 2019 there are many local initiatives and websites, both in private and public hands, but there is no universal access point for citizens, entrepreneurs, tourist and visitors. Such an access point, with customizable apps to help the user find relevant information, should be the responsibility of the local government, offer autonomy, privacy and democratic control of the data and apps. This would mean to create a new and open environment not in the hands of global players. Such a portal would also help to keep Amsterdam in the forefront of the smart city movement, with its own agenda setting and control of the digital city development.

diensten of invloed van globale of commerciële spelers. Dat zou kunnen betekenen, dat de huidige gemeentelijke website amsterdam.nl een deel wordt van zo'n bredere site.

Betrouwbaar en relevant lokaal nieuws, autonomie over gebruiksdata en apps, er groeit behoefte aan het weer in eigen hand krijgen van onze internet toegang, zeker nu nieuwe technologie zoals IofT, AI, robots en ook afgestemde mobiliteit (OV in alle vormen) en geïntegreerde domotica steeds dichter bij de burger en zijn lokale en fysieke umfeld komen. Privacy en zeggenschap zijn weggelekt naar globale spelers, het is tijd dat terug te

Technisch kader

Een centrale toegang voor alle of in ieder geval veel lokale Amsterdamse informatie is een ambiteius plan, dat ook een goede en toekomstzekere technische fundering behoeft. Het is geen kwestie van nog maar een lokale Amsterdamse website met wat doorverwijzingen, maar gaat uit van het opzetten van een datastructuur, toegangsvormen en personalisatie (customisatie) die moet concurreren met wat b.v. Google doet, maar dan in een 'open' en beheersbare vorm. Technisch gesproken eerder een 'graph'database structuur dan de gebruikelijke relationele database en SQL ontsluiting. Zo'n opzet zien we vanwege de complexiteit van queries al steeds meer opduiken, bijvoorbeeld bij de telecom providers en werkt dan veel sneller, maar zou bijvoorbeeld vereisen dat alle 'Amsterdamse' deelnemers (sites waarnaar verwezen wordt) op dezelfde (of compatibele) manier hun data ordenen en toegang regelen (API's).

In praktische termen. Waneer we vanuit één centrale identiteit (naam of BSN) niet meer gekoppelde relationele databases werken, maar met een **graph database** voor het individuele profiel, dan vernauwt de enorme datastroom zich tot behapbare brokken. Denk maar in simpele termen, zoals een selektie naar de buurt, de leeftijd van de bezoeker of de budgetgrenzen.

Het gaat dus om een 'nieuwe' aanpak, die dicht bij huis blijft qua beheer en zeggenschap. Willen we de zeggenschap over onze digitale identiteit weer terugkrijgen, en dat is uiteindelijk een overheidstaak (bescherming van onze integriteit) dan is een aanpak op stadsniveau en binnen de lokale media structuur de meest zinnige optie.

pakken en een eigen en 'open' vorm te ontwikkelen voor wat de burger kan, mag en moet in de digitale directe omgeving.

Internet en sociale media nemen steeds meer de rol over van de traditionele massamedia zoals print en omroep. Lineaire televisie wordt steeds minder, men gebruikt een reeks aan bronnen voor content en nieuws, maar wel allemaal via het internet. Zelfs de nationale omroepen, zowel publieke (NPO) als commercieel doen steeds meer online, met rehash kanalen, uitzending gemist en websites voor content-toegang.

Het aanbieden van een 'portal' voor toegang tot informatie, nieuws, content kunnen we (zoals feitelijk gebeurt) overlaten aan 'globale' spelers zoals de sociale media (Facebook, Google, Instagram, Twitter), en apps like GetYourGuide, Tripadvisor, Triposo, content aggregators zoals NetFlix of newssites zoals CNN, maar daarmee geven we ook de zeggenschap over zoekalgoritmes, zoekgedrag en gebruiksdata uit handen. We zijn dan in feite afhankelijk van de allesoverheersende **Google Search Engine marktwerking**. Die bepaalt wat we zien, kiest voor ons, selecteert het nieuws en vooral de commercials die we aangeboden krijgen. De algoritmes (methodes) van Google Search zijn gericht op "het recht van de sterkste qua SEO" (Search Engine Optimization), helemaal passend in de corporate 'winner takes all' neoliberale bedrijfscultuur van vele grote bedrijven als Amazon, Google, Facebook en Microsoft. Voor de kleine ondernemer geen plek! Zelfs de zogenaamd sociale media selecteren en filteren, een Facebook bericht bereikt echt niet alle volgers.

Wie dus niet enorm zijn best doet en zich perfect profileert valt uit de search engine boot en dat is natuurlijk niet echt democratisch. Feitelijk scherpen search systemen van Google maatschappelijke uitsluiting aan door zich uitsluitend te richten op de sterkste marketeers. Onze gegevens worden door die ondernemingen (en wie daar maar achter zitten) gemanipuleerd en commercieel geëxploiteerd, op manieren die we vaak niet eens kennen, zonder enige controle door de gebruiker of zelfs maar een overheid. In een tijdperk, waarin een overdaad aan zogenaamde vrije maar onbetrouwbare meningsuiting het recht op vrije en ongemanipuleerde meningsvorming aan het verdringen is, kunnen we daar de motivatie vinden om tenminste voor wat betreft lokale media de zaak weer in eigen hand te nemen. Het perspectief van een **gedemocratiseerde zoekmachine** lonkt!

Want ook voor meer lokale info, zoals qua events, boekingen en toeristische info zijn hier al internationale initiatieven zoals GetyourGuide die de markt corneren, en zich ontrekken aan 'democratische' controle of procedures die passen in ons rechtssysteem.

Als we niet oppassen, bepalen dus onze Google zoektermen en gebruiksgeschiedenis ook nog wat we te zien krijgen qua lokaal nieuws en politieke informatie.

Daarom is het niet alleen vanwege de toegang tot lokale informatie, maar ook vanwege de autonomie van de bronnen en de macht over gebruiksdata van belang, dat er een 'lokale' portal met zoekmachine gaat komen, maar ook dat de technologie daarachter 'open' is.

Nu is het niet zo, dat er helemaal geen lokale internet-initiatieven zijn, die op een goede manier werken. Lokale initiatieven zoals Amsterdam.info, de iAmsterdam.com site, de InAmsterdam expats site, Amsterdamsights.com, helloamsterdam, er is al een heleboel. Amsterdam heeft -als alle grote steden- een ongekend groot maar versnipperd online aanbod van instellingen en hun diensten. Horeca, zorg overheid, kunst en cultuur en entrepreneurs communiceren allemaal op hun eigen manier online. Een heel groot deel van dit aanbod is kleinschalig.

Zo is de kunst is in Amsterdam rijkelijk vertegenwoordigd, maar bestaat voor een belangrijk deel uit kleine zelfstandigen die geen marketeer of specialist in vindbaarheid zijn. Kunstenaars zijn in de eerste plaats creatief maar marketing is niet ieders sterkste punt.

Een brede culturele (en economisch relevante) portal met bijvoorbeeld customizing naar voorkeur per bezoeker ontbreekt vooralsnog. Overigens zijn de genoemde lokale sites en initiatieven op zich goed in te passen in de planen voor universele lokale portal zoals in dit stuk bepleit worden, alleen levert de customizing dan problemen op, iedereen heeft een verschillende database, query aanpak en API's. En juist customizing (personalisering), de informatiestroom kanaliseren en aanpassen aan een profiel van de bezoeker, heeft toekomst. Veel van de zogenaamde 'apps' gaan al in die richting, en met nieuwe sensor en IoT technologie wordt dat steeds relevanter. Het idee van een brede en toekomstzekere universele online toegang tot Amsterdam verdient dus aandacht. In dit stuk wordt gepleit voor een initiatief in die richting. Dat klinkt erg ambitieus, maar gebruik maken van wat er al beschikbaar is, combineren van de diverse initiatieven in een gecoördineerde aanpak kan stapsgewijs groeien. Koppeling van b.v. Amsterdam.nl aan de nieuwssites van de lokale omroep en de iAmsterdam.com toeristische info is op korte termijn haalbaar.

Als we cultuur heel breed nemen en er ook verkeer en bijvoorbeeld zorg en overheidsinteractie bij betrekken, dan zou een brede lokale portal via toegespitste profielen de gebruiker datgene kunnen aanreiken wat relevant is. Dat is al een brede trend bij dienstverleners, het fenomeen 'mijn' ziekenhuis, 'mijn' telecom provider, etc. etc. gaat in die richting.

Waar hier dus op gedoeld wordt is een brede portal, die niet zozeer content aanbiedt, maar links en doorverwijzingen naar bestaande sites. De details blijven bij al die onderliggende sites, met hun eigen verdienmodellen en focus. Alleen de 'customizing' en daarmee de gebruiksprofielen en gebruiksgedrag (dus zoekopdrachten b.v.) op de centrale portal blijven onder beheer van die 'centrale' portal en dus binnen de wettelijke en privacy kaders die we hier hanteren.

Die portal wordt in die visie beheerd door een organisatie, die praktisch (naar de gebruiker en naar de politiek) transparant en lokaal is, aanspreekbaar en passend in onze visie op vrijheid van meningsuiting, privacy etc.

Naast de al hiervoor genoemde initiatieven op toeristisch, boeking en dienstengebied is er qua publieke invulling maar relatief weinig te doen. Een aantal sites krijgen wat steun, zoals het Engelstalige iAmsterdam.com, maar dit is fragmentarisch en niet gebaseerd op een breed en duidelijk plan om de zeggenschap over de online activiteiten van en in Amsterdam bij de overheid, c.q. de publieke omroep of een eigensoortige organisatie onder te brengen.

Welke taken en mogelijkheden passen er in zo'n concept

Het gaat dus om een brede portal met eigen zoekfunctie en customisering, als de toegangspoort tot relevante informatie voor de stad Amsterdam, maar wat zou daar dan in passen? Wat zijn essentiële onderdelen, en welke nieuwe ontwikkelingen kunnen later worden toegevoegd?

Internet is in wezen het medium dat alle media overspant. We kunnen internetactiviteit en media, in dit perspectief dus als goeddeels lokaal geöriënteerd, opdelen of classificeren als:

- Nieuwsmedia, websites of diensten (apps) die nieuws acquireren of weergeven, en soms personaliseren, aanpassen aan de ontvanger;
- Concentratiemedia, die waarde (en nieuws) genereren door het bij elkaar brengen van bijvoorbeeld agenda's, listings, en plekken worden die vaker worden geraadpleegd;
- Content providers zonder veel actuele nieuwswaarde, zoals Netflix en Spotify;
- Promotiewebsites; manifestatie van persoon, ideaal, organisatie of bedrijf; de reclamefunctie, het uithangbord;
- Expressie-media waar men eigen blogs, vlogs of video laat zien, YouTube is een duidelijk voorbeeld;
- Een digitale commons of gemeenschapsplein, voor het delen van van alles;
- Experimenteerplek voor nieuwe diensten, technologie, kunst en wetenschap;
- Debat-platform, de plek waar het 'discourse' en de opinievorming plaatsvindt. breder, interactiever en democratischer dan via de massa-media zoals de pers en de tv, maar ook opportunistischer;
- Zoeksites zoals Google, Bing met reclame maar ook voor toegang tot literatuur, wetenschappelijke publicaties, media-archieven;
- Commerciële sociale media zoals Facebook, met eigen verdienmodellen, influencers en volgers;
- e-Commerce, marktplaatsen, dating services, verbindingen tot stand brengen tussen partijen tegen betaling, verkoop van van alles, ook van subject info, databases ;
- Walled garden communities, voor bepaalde groepen die nieuws en informatie beperken tot de eigen, selecte groep;
- Betaaldiensten en bankdiensten, en blockchain-activiteiten. Veel overheidsdiensten, denk aan het kadaster, maar ook medische files, en bevolkingsadministratie, tenderen naar het gebruik van blockchain en dat maakt 'overheids' toezicht zo niet overbodig dan toch 'anders'.
- Zorgdiensten, toegang tot zorg, medische voorzieningen, koppeling aan e-health, robots, energiebeheer. Ook de toegang tot fysieke mobiliteit, denk aan OV, deel-vervoer, laaddiensten, parkeren en handhaving zal tenderen naar eenvoudige apps en modellen, denk maar

aan Yellowbrick. De tijd dat ieder voertuig een chip krijgt is niet ver meer.
- Veiligheid en openbare orde; een onderwerp waar Big Brother oprukt, maar dat steeds meer verweven raakt met internet, ook al wil men de 'burger' daar niet altijd op opmerkzaam maken. Betrouwbaarheid van informatie, afweer en opsporing van hackers, malware terrorisme, etc.

We zien overlap en links tussen die categorieën, men verwijst en 'leent' veel, het geheel is via hypertextlinks met elkaar verbonden. De oorspronkelijke bron van nieuws of items gaat vaak verloren, het traditionele copyright en de renumeratie daarvan is niet meer afdwingbaar (al doet men daar qua muziek en beeldrechten wel pogingen toe) en de betrouwbaarheid gaat verloren.

Alle internetactiviteiten kunnen meer of minder interactief zijn, neigen naar gamificatie (competitie, winnen), gegevens van de gebruikers commercialiseren, kunnen reclamedragers zijn of via een aantal mechanismen betaling vragen of regelen voor aangeboden content of diensten. De verdienmodellen zijn gevarieerd, maar veel minder helder herkenbaar dan die we kennen in de wereld van printmedia of lineaire televisie. Vaak wordt gebruikgemaakt van reclamediensten, die min of meer automatisch gepersonaliseerde commercie (reclame of links) toevoegen en daarvoor betalen, soms ook conditioneel (de kliks kunnen omzet genereren).

De situatie nu

Er zijn websites van AT5 en SALTO, en ook wel twitter activiteit en een groeiende belangstelling voor de online presence, maar het is nog beperkt en er zijn ook geen goede gebruiksdata en analyses. Tot dusver is helaas de internet activiteit van zowel SALTO als AT5 nog beperkt gebleven tot het lijsten van de eigen activiteiten, van de uitgezonden items en is er nauwelijks sprake van interactie of een forumfunctie, terwijl de nieuwsfunctie niet dekkend is. De rol van de AT5 site als online nieuwsmedium is dan ook beperkt, er is eigenlijk geen content van buiten de eigen productie.

In de plannen van zowel AT5 and van C-Amsterdam lijkt het er ook op, dat de kleinschalige nieuwsfunctie, dat wil zeggen meer nieuws vanuit de burgers, de wijken en buurten, het hyperlokale, geen prioriteit krijgt. AT5 spreekt over het elimineren van flutnieuws, C-Amsterdam over kwaliteit, van echt verbreden van de portal functie zoals die ook door

de Kunstraad eerder werd genoemd, is geen sprake. C-Amsterdam spreekt wel over een nieuwsfunctie voor het radiokanaal dat ze over willen laten, na het opheffen van de huidige eigen Salto kanalen.

Breder dan nu gedacht of gebudgetteerd

Deze notitie, die bedoeld is om het belang van **online presence, autonomie en veiligheid** als deel van de publieke media taak te onderstrepen, pleit juist voor een veel bredere en meer lokaal en hyperlokaal gerichte opzet van een website binnen de taakstelling van de lokale omroep (en van de lokale overheid als geheel).

Het zou gaan om een activiteit, die inspeelt op de behoeftes en ontwikkelingen en ook toekomstgericht ruimte maakt voor een online dienst, die de haarvaten van de Amsterdamse samenleving bereikt zonder de beperkingen van de huidige globale sociale media qua privacy, databeheer en interactie.

Die activiteit kan en moet bredere impact hebben dan het rondbazuinen van wat AT5/SALTO doet, met moet echt een toegangsdeur (portal) vormen. In het begin misschien beperkt, maar uitgroeiend tot een 'Amsterdams' alternatief voor de wereldwijde databrei waar de integriteit bijna verloren is gegaan, met eigendom van de gegevens en gebruiksdata dicht bij en controleerbaar.

Dit is geen geringe uitdaging, en ook één die voor de huidige bezetting en taakstelling (en budget) van AT5 en SALTO niet meer past. Er kan een begin gemaakt worden, maar het is logisch de kennis, inzichten en budgetten van de **'smart city'**, **digitale stad agenda, 5G** en andere innovatieclubs zoals De Waag, Mediamatic, het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie, etc. hier bij te betrekken. De brede innovatie-activiteiten vallen onder dezelfde wethouder (Meliani), dus samenwerking is goed denkbaar.

De expertise is mogelijk binnen Amsterdam en de expat community te vinden, waar met name de 'open source' community een bijdrage kan leveren zoals via publiccode.net. Mogelijk zal hiervoor ook een beroep op derden gedaan moeten worden, samenwerking met andere steden en organisaties die een meer a**utonoom digitaal ecosysteem** nastreven, ligt voor de hand. VURB bijvoorbeeld is a "European framework for policy and design research concerning urban computational systems."

Een brede oriëntatie is gewenst. Juist in de beginfase moeten namelijk keuzes gemaakt worden, bijvoorbeeld over de database opzet (zie hiervoor) en de API structuren, die later geen belemmering mogen vormen. Zo is toegang voor allerlei devices, ook mobiel en IoT en allerlei syste-

men zoals augmented reality zeker geen illusie meer en vanaf het begin te specificeren en te faciliteren.

Hier moet ook gewezen worden op de juridische situatie en hoe bij bijvoorbeeld publieke-private samenwerking hier een rol kan en moet spelen. Wie levert wat en binnen welke grenzen en verantwoordelijkheden.

De functies van de lokale media

De vraag of het aan de overheid is om hier te acteren is natuurlijk relevant. Dat geldt voor een aantal van de eerder genoemde taken. Ooit was nieuwsvoorziening geen zaak van de overheid, maar de maatschappij is zo gecompliceerd geworden dat hier wel degelijk een taak ligt, ook vanuit het idee dat iedereen toegang en liefst gelijke mogelijkheden qua meningsvorming dient te hebben; omroep werd (deels) een publieke taak, waarbij in het digitale tijdperk en de opkomst van de sociale media zeker de veiligheid (malware, identity theft, crimineel gebruik), de privacy en de betrouwbaarheid van media belangrijker is geworden.

Het **ministerie van OCW** maakt onderscheid tussen de drie functies van media:

- de informatievoorziening aan het publiek,
- de 'waakhondfunctie' en
- het bieden van een platform voor opinie en debat.

en ziet daar dus ook een publieke taak. Er is duidelijk sprake van een publieke ruimte op het internet, alleen zijn we daar de zeggenschap al goeddeels over kwijtgeraakt. het is tijd die terug te claimen.

Lokale media en politiek nieuws

Een bijzondere rol en taak hebben lokale media als het gaat om politiek nieuws. Waar bijvoorbeeld de gemeente via sites als Amsterdam.nl wel feitelijke informatie verstrekt, is de vertaling van de ontwikkelingen en de politieke duiding nog steeds een afzonderlijke taak. Die moet ook niet worden ondergebracht bij een afdeling voorlichting van de gemeente, maar moet onafhankelijk blijven. Het is aan de 'pers' om in die termen te blijven spreken om dit in te vullen en aan de debathuizen zoals De Balie en De Zwijger om hier te faciliteren, maar ook de 'public access' functie van Salto is essentieel.

Sociale media vooral lokaal relevant

Het is in de mediawereld niet erg gebruikelijk om sociale media en in het algemeen internetplatforms en portals als lokale media te beschouwen, men legt graag de nadruk op het globale karakter. In de praktijk

echter vormt de lokale vriendenkring op bijvoorbeeld Facebook wel degelijk de meest actieve groep en zien we de duidelijke groepsvorming op Twitter, WhatsApp en dergelijke toch ook duidelijk fysieke nabijheid vragen, en dus vaak lokaal zijn.

The city is the medium; democratie

We moeten de stad en al de media die er in acteren, eigenlijk in een breed kader zien als een soort stadsplein, als de centrale markt voor informatie, contacten en handel, als een metafoor voor de plek waar alles tegelijk gebeurt. 'The city is the medium' is een kreet die dit misschien goed uitdrukt en het hele concept van de stad als portal en communicatieplatform en dus medium 'an sich' weergeeft.

Digitale Stad 2.0

Die gedachte is voor Amsterdam op zich niet nieuw, met de **Digitale Stad** (1994, Hack-tic en De Balie) liepen we voorop in het ontwikkelen en aanbieden van een digitaal model, dat als nieuwsforum, marktplein en ontmoetingsplaats toen echt vernieuwend was, maar dit initiatief zakte in de loop der jaren weg, men zag het belang van een 'eigen' forum blijkbaar niet genoeg in. De laatste jaren is er wel weer een nieuwe Digitale Stad insteek van de gemeente, met een eigen agenda.

Amsterdam was ooit een digitale pionier, en is nog steeds een belangrijke internet 'node' maar is qua lokale sociale media de laatste decennia wat ingeslapen. De publieke lokale omroep heeft kansen laten liggen, huppelde wat mee, maar nooit voorop. Er is, ook niet vanuit het bedrijfsleven, een echte Amsterdamse nieuwssite. De agenda's van het culturele leven, zijn verspreid over allerlei sites en sociale media, er zijn hele leuke initiatieven, maar niets op stadsbrede schaal. We verwierven in 1995 bij de verkoop van de kabel (aan A2000, nu UPC ene Ziggo) 10% ruimte voor publieke en sociale experimenten, maar daar is niets mee gedaan, de politiek heeft die gelegenheid min of meer genegeerd. Maar er zijn nog steeds kansen, in de zorg, e-health en cohesie-projecten, we kunnen hier nog steeds iets betekenen, innoveren, richting geven aan wat digitalisering voor de burger kan en mag betekenen.

Dat vraagt de wil (het hele, brede mediacomplex (dus ver voorbij de klassieke omroep) in te zetten voor bredere doelen en ook participatie, diversiteits-optimalisatie en lokale betrokkenheid als zodanig te erken-

nen, en daarmee problemen als radicalisering, eenzaamheid en isolatie van burgers en groepen aan te pakken.

Online en sociale media

Op lokaal niveau is de nieuwe mediasituatie met de sociale media als primaire communicatietool voor velen nog nauwelijks vertaald in heldere sociologische, economische, juridische, politieke en mediafilosofische modellen, regelingen, wetten, instanties, terwijl ondertussen de oudere media-modellen niet erg relevant meer zijn. Want massa-media, sociale media en direct fysiek of (beeld-)telefonisch contact, het loopt vooral op lokaal niveau door elkaar heen. Er is een nieuwe categorie '**groeps-media**' gegroeid zoals Twitter en Facebook, die een beperkte groep bedienen.

Met name de mobiele telefonie en de sociale media hebben het mediaveld ingrijpend veranderd, in de zin dat ze het persoonlijke face-to-face contact, de roddel en achterklap hebben overgenomen en overvleugeld. Ze worden steeds meer identiteits-bepalend, ben je nog wel jezelf, of degene die je voorgeeft te zijn, je avatar of dat wat anderen als je profiel hebben bepaald.

Tussen de individuele (punt-tot-punt) media en de massamedia zijn tegenwoordig de sociale media gekomen, die vooral op groepsniveau, zowel een-op-een, een-naar-veel, als van velen-naar-velen, uitwisseling mogelijk maken. Ze zijn interactief, maar in de praktijk ook erg consumptief, Facebook, Twitter en zelfs YouTube zijn voor velen een alternatief voor fysiek contact. Omdat veel contacten vooral lokaal zijn, spelen sociale media daar een belangrijke rol, ze spelen een rol in contactpatronen, afspraken, maar ook in onderlinge afstemming, beoordeling van een event of dienst, en hebben voor velen de telefoon als favoriet contactmiddel overgenomen. We leven steeds meer in een media-spinnenweb, in een netwerk van contacten en dat tast niet alleen onze privacy aan. Het geeft vrijheid, maar ook een gevoel van altijd gecontroleerd worden. Iedereen is altijd online, vanaf iedere device, en kan met iedereen contact leggen en bereikt worden. Maar juist dat laatste levert stress op, als je baas je zo aan het lijntje heeft, werk je eigenlijk altijd.

Ook de taakverdeling tussen makers en gebruikers is op de schop gegaan, iedereen is pers, maker, producent, feitelijk prosumer en kan meedoen en zelfs influencer worden. Media-kwaliteit en reputatie krijgen een andere invulling, mediamacht concentreert en tegelijk fragmenteert (polariseert). Vrijheid van meningsuiting is in zekere zin losgezongen van toegangsbeperkingen en bijna chaotisch geprolifereerd,

maar de vrijheid van meningsvorming (op basis van betrouwbare en brede informatie) wordt nog niet echt als **democratisch grondrecht** gezien.

De verantwoordelijkheid van de lokale overheid om in dit complexe en instabiele veld invloed uit te oefenen en goede keuzes qua veiligheid en vrijheid te maken is er wel, maar er zijn (nog) geen kapstokken, wettelijke richtlijnen of zelfs maar ethische principes geformuleerd om hier te opereren. Dat betekent onzekerheid en aarzeling, maar ook de gelegenheid om wel een eigen lokaal mediabeleid te ontwikkelen, daarmee te experimenteren en 'leidend' te zijn.

Psychische identiteits-conflicten (zoals PTSS) zijn zeer bepalend voor onze gezondheid en geluksgevoel, maken we onszelf op termijn niet ziek doordat we steeds een 'ander' zijn, het authentieke zelf opofferen of af laten pakken?

We besteden enorm veel tijd aan onze smartphone, e-mail en zijn volgers en soms ook actoren en bijdragers aan sociale media. Dat kost energie, en kan mensen isoleren in plaats van verbinden. De effecten op onze fysieke en mentale gezondheid zijn onduidelijk maar mogelijk niet alleen positief, zoveel kan wel gesteld worden te midden van al die doemdenkerige verhalen over hoe we worden bedreigd door sociale media, gaming, voorgekookt online nieuws, fake informatie en de peer pressure vanuit onze "groepen".

De 'traditionele' pers

Traditionele media-organisaties zouden zich minder moeten richten op het niet meer bestaande monopolie van informatie (het is pas nieuws als wij het hebben uitgezonden) maar ze zouden een actieve rol kunnen vervullen in de discussies die plaatsvinden. Bijvoorbeeld door een bijdrage te leveren aan de discussies door nieuwe informatie te ontsluiten of toe te voegen. Dat kan door WOB-verzoeken bijvoorbeeld, door registraties te verzorgen van gebeurtenissen die relevant zijn, of tijd te investeren in fact-checks en onderbouwing van standpunten. Daarnaast kunnen de traditionele organisaties een (agenderende) rol vervullen bij het versterken en aan de grote klok hangen van specifieke onderwerpen of thema's omdat ze wellicht een groter bereik hebben, meer vertrouwd worden, of de juiste ingangen hebben bij relevante organisaties.

Leuk, maar ook lastig en veelal ongrijpbaar

Zelfs als we beseffen dat die moderne sociale media principieel erg lijken op wat we in de oude media-indeling zagen als roddel en informele

communicatie, verdienen de "moderne" internet communicatievormen toch aandacht in de context van lokale media en mediabeleid.

Ze hebben soms een enorme invloed, reviews en recensies maken de klant niet alleen koning, maar ook scherprechter. Probeer maar eens van een slechte beoordeling op Airbnb, TripAdvisor, Zoover of TrustPilot af te komen. Juist omdat er veel feitelijke monopolies zijn, zoals van Uber of Booking.com, Bol.com (AH) of Thuisbezorgd.nl, ontstaan lastige situaties, waar ook de wet en de rechtspraak nog geen goed antwoord op hebben. We zijn nu vaak afhankelijk van de manier waarop een 'globale' portal met klachten over klachten omgaat, en kunnen niet naar de lokale politie of rechter stappen. Dit kan voor lokale ondernemers heel beperkend zijn, je klanten blijven weg en je kunt er niks aan doen.

We roddelen en klagen niet meer face-to-face, maar via Twitter, Whatsapp, Facebook etc. Het probleem is alleen dat er mogelijk meer mensen 'meeluisteren' en dat onze berichten vastliggen, bewaard worden en achteraf ge- of misbruikt kunnen worden. Sexting is zo'n moderne interactievorm, die echter nare consequenties kan hebben. Pesten, stalken, schelden, beledigend taalgebruik, sociale media snijden aan twee kanten!

De sociale media portals zijn overal en lijken oppermachtig, want wie heeft geen Whatsapp, Facebook, LinkedIn, Instagram of Twitter, maar we moeten beseffen dat:

- A: niet iedereen kan of wil meedoen,
- B: sociale media wel globalistisch doen, maar in de praktijk erg lokaal en vaak beperkt zijn tot een bepaalde vriendenkring of groep,
- C: ze spelen een rol in identificatie en groepsvorming (de identity politics trend),
- D: sociale media diensten zijn er niet voor jou, ze hebben hun eigen agenda, normen en business model. Je bent geen klant, maar mede-producent van profielen.
- De privacy van de gebruiker in feite wordt geëxploiteerd, gebruiksdata en het automatisch gegenereerde profiel (waarop men geen controle kan uitoefenen) wordt verkocht aan adverteerders (en wie er maar voor wil betalen, zoals politieke partijen).

Sociale media als distributiekanaal

Platforms zoals Facebook, Twitter, Instagram, YouTube en Google zijn enorm belangrijk, ook voor de (lokale) mediapartijen. Veel mensen ge-

bruiken deze portals als toegang tot het grote aanbod van infotainment, tot de specifieke aggregaat-sites (lokale portals met listings) en agenda's en doen dat interactief, geven dus commentaar en beoordelingen. Ze blijven zo op de hoogte van wat hun vrienden (en influencers) leuk vinden, lezen, liken en aan welke discussie ze deelnemen.

Deze brede platforms zijn dus voor de traditionele media een enorme traffic-driver: een toegangspunt waar het publiek de meer traditionele media-organisaties (nieuws, kranten, omroep) weten te vinden. Je tikt een onderwerp in op je zoekmachine om te zien wie daarover bericht (en kijkt niet verder dan de eerste paar, vaak betaalde, links.

Media-organisaties maken dankbaar gebruik van de mogelijkheden van deze platforms om een langdurige relatie met hun publiek aan te gaan, doordat je op via platforms met één klik een merk / medium kunt 'volgen'. Men creëert identificatie, binding met een merk, groep, beweging, idee. Je blijft je 'volgers en likers' bewerken, erbij houden, eventueel gebruik je een app of mijn-profiel toegangspunt, die al het zoekwerk voor je doet en de datastroom personaliseert. Hiermee bouw je als speler op het net aan een structureel bereik, aan fan-communities. Want als je eenmaal iemand zover hebt gekregen je te willen volgen, dan blijft diegene updates en berichten ontvangen.

Er wordt zo nu en dan nog weleens geroepen dat je voor lokale media misschien niet eens een eigen site of videoplatform meer nodig hebt; er is nu toch Facebook en video kan je kwijt op YouTube! Maar dat gaat voorbij aan het feit dat het Amerikaanse platforms zijn met een eigen businessmodel, 'ethische' normen, copyrightbeleid en garanties tot de deur en dat privacy voor hen een illusie is. Ze geven misschien wel toegang tot lokale informatie, maar niet altijd actueel en relevant, je weet gewoon niet hoe dekkend en correct een zoekactie je informeert over wat er bij je in de buurt aan de hand is.

Het is voor Amsterdamse lokale media-organisaties zoals AT5 en SALTO dus wel belangrijk de globale platforms te gebruiken, maar er niet all-in op te gaan. De grap is ze zo te gebruiken dat je mensen uiteindelijk aan je eigen, liefst lokale en onafhankelijke distributieplatforms en nieuwsdiensten probeert te binden. Eigen presence, websites en archief access zijn dan een marketinginstrument, maar men laat het in Amsterdam nu nog te veel over aan wat de grote sociale media sites

en zoekmachines aanbieden. De laatste tijd horen we steeds meer hoe vaag, manipulatief en ondemocratisch selectief deze bedrijven opereren, en de vraag moet ook gesteld worden of publieke media-organisaties daar zwaar op moeten willen leunen. Eigen site eerst, zou het devies kunnen zijn, omdat daar wel rechtmatigheid en authenticiteit bewaakt kan worden en instanties opgetuigd om de kwaliteit te bewaken.

Sociale media als openbare ruimte en commons

Platforms worden niet alleen gebruikt voor distributie en toegang tot specifieke diensten. Media-organisaties gebruiken de grote globalistische sociale mediaplatforms ook als plek waar over de onderwerpen 'gesproken' kan worden door het publiek, voor interactie en feedback.

Daarin loopt Amsterdam achter. Sterker nog, bij AT5.nl kan je zelfs niet eens op de eigen site reacties achterlaten, maar alleen via een Facebook-plugin. Lokale media-organisaties maken (nog) gebruik van de reactiemogelijkheden van de grote platforms omdat ze grote moeite hebben om de reacties op eigen platforms in de hand te houden. In de praktijk willen ze daar namelijk eigenlijk niet naar omkijken. Ze gooien het liefst een bericht of item over de schutting en dan is het klaar. Modereren en reacties, dat is maar lastig!

Dat zou natuurlijk ook helemaal anders kunnen. Je zou in plaats van vanuit een ivoren toren nieuwtjes te publiceren ook samen met je publiek journalistiek kunnen bedrijven. Een onderwerp agenderen, reacties en input verzamelen, halffabricaat publiceren, verfijnen, aanvullen, etc., in co-productie met de mensen die je vroeger je publiek zou noemen. Helaas zijn veel media-organisaties nu nog te veel gericht op (simplex) eenrichtingsverkeer om zo te kunnen werken.

Een heel goed initiatief is **Public Spaces,** dat met een groot aantal partijen (waaronder VPRO, Waag e.d.) een publieke ruimte probeert op te zetten die niet in handen is van een commerciële data-slurper, maar in handen van het publiek en als zgn. commons functioneert. Het zou een taak van publiek gefinancierde media-organisaties kunnen zijn om een actieve bijdrage te leveren aan het tot stand komen van zo'n publieke ruimte, zeker in de lokale sfeer. Decentraal opgezet, zodat niemand daar absolute macht over kan uitoefenen. Een nieuwe 'De Digitale

Stad', iets dat veel jongere mensen wellicht niets meer zegt, maar ooit was dat echt pionieren (zie bijlage).

Online en off-line commons

Ze lijken ver uit elkaar te liggen, maar de fysieke 'commons', die we vroeger als de brink (es, enk of eng) kenden, een gezamenlijke weide midden of aan de rand van het dorp, en de online commons hebben veel gemeen. Juridisch wordt het concept nu gebruikt in de rechtensfeer, copyright- en public domain kwesties.

Het is echter ook interessant om te zien hoe bijvoorbeeld toeristen, maar ook veel studenten, fysieke plekken zoeken om de online wereld in te gaan. Heel veel bars, theehuizen en ook nieuwe vormen van work-space verhuur bieden eigenlijk die functie aan. Wi-Fi, een kop koffie en broodje, rustige omgeving, misschien een printer, daar vinden de online en de fysieke commons elkaar.

Bij stadsplanning en het nadenken over publieke ruimtes en invulling van de omgeving speelt dat steeds meer een rol, naast parken en groen zijn fysieke plekken en faciliteiten nodig voor online access.

Steun van de bevolking

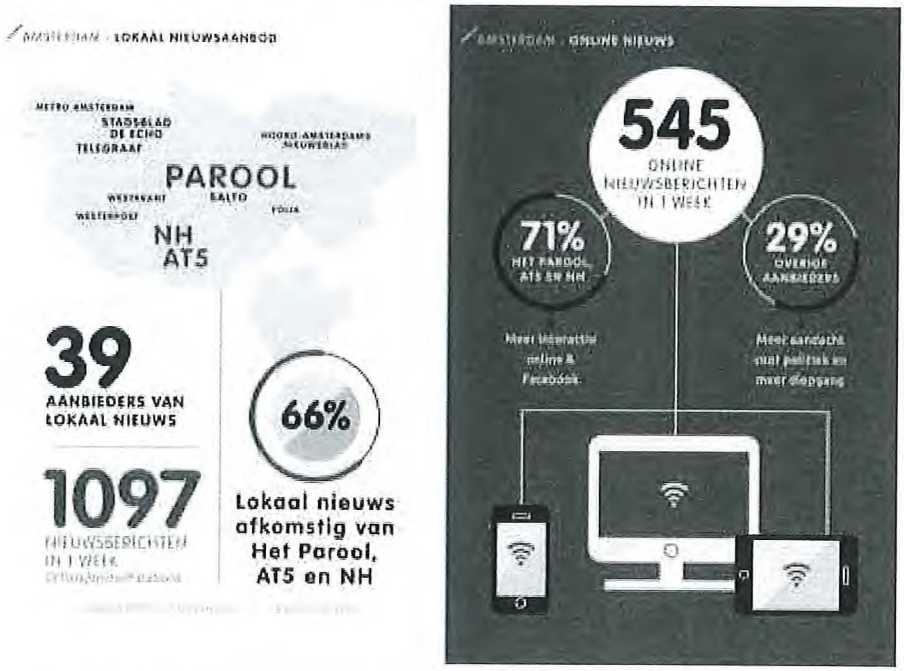
De hier voorgestelde centrale portal kan, mits goed 'verkocht' voor de burger een inspiratiebron zijn, Ongekende toepassingen kunnen ontstaan en groeien, als men enthousiast wordt over het idee, het als 'eigen' gaat zien. Door de dynamiek van de platforms goed te begrijpen kan je er namelijk nog veel meer mee. Ook in positieve zin, door bijvoorbeeld crowd sourcing, de massa er bij betrekken, hun observaties waarderen en inpassen.

Bijvoorbeeld de activiteiten van het netwerk Bellingcat, dat sociale media gebruikt als een enorme database om de waarheid over nieuws te reconstrueren. Bellingcat houdt dat kunstje niet voor zichzelf. Ze helpen iedereen die dat wil op weg om deze manier van onderzoeksjournalistiek te leren bedrijven. Ook dat zou een rol van de nieuwe media-organisatie kunnen zijn, het oude Montessori-motto: leer het mij zelf doen!

2 Wat weten we over het media-gebruik van de burger, toerist etc.

In de nota lokale media (www.share-shop.nl/medianota.pdf) is hier meer over te vinden.

Een van de gevolgen van de macht van de 'global' commerciële partijen over ons internetgedrag is dat de werkelijk relevante en actuele gegevens niet beschikbaar zijn, de Googles, Facebooks en Amazon van deze wereld hebben daar de zeggenschap over en delen die niet echt met de gebruiker, maar wel met commerciële partijen en zelfs schimmige politieke organisaties. In feite onttrekken dergelijke partijen zich aan iedere democratische controle, zijn juridisch moeilijk aan te pakken, en penetreren steeds verder in de maatschappij, het zijn 'geisoleerde' me-



Stimuleringsfond vd Journalistiek met recente gegevens over Amsterdam.

dia-ecosystemen aan het worden, die los zijn gezongen van iedere invloed van de gebruiker.

Er is wel wat onderzoek gedaan naar wat de diverse media betekenen, en hoe de media-ecosystemen in elkaar steken, bijvoorbeeld voor de politieke meningsvorming, maar dergelijke onderzoeken zijn ofwel vrij oud en achterhaald, ofwel niet zeer relevant voor de situatie van de grootste stad van Nederland. Op een aantal terreinen ontbreken over een langere periode verzamelde onderzoeksgegevens over aanbod, gebruik en inhoud van lokale en regionale media. Zo is relatief weinig bekend over nieuws- en huis-aan-huisbladen, lokale omroepen en hyperlokale nieuwssites, dit geldt zowel voor de ontwikkeling van de aanbieders als van de inhoud, het lokale nieuws. Hetzelfde geldt voor het gebruik van sociale media in de context van lokale nieuwsvoorziening.

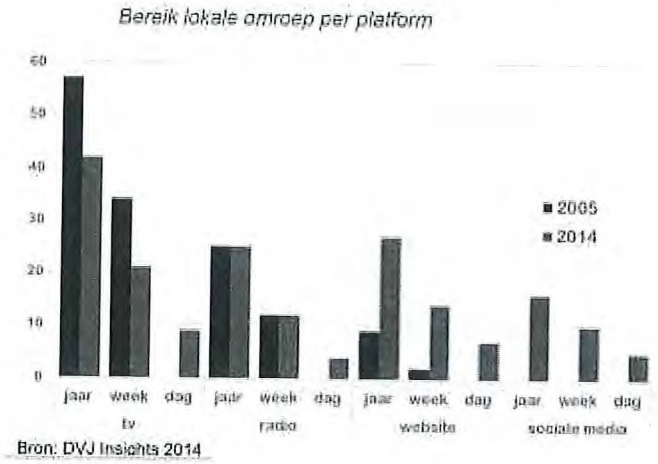
Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is wat dit betreft wel een goede bron, zoals op basis van hun recente mediaonderzoek in de grote steden (zie afbeelding). Ook "Op het tweede gezicht... Regionale en lokale media en journalistiek 2000-2017" door Piet Bakker en Quint Kik, juni 2018 is inzichtelijk.

Pluriformiteit en waakhondfunctie

Uit een exploratief onderzoek van het Stimuleringsfonds (voor de Jounalistiek svdj.nl) in 25 gemeenten uit 2015 bleek dat er grote verschillen bestaan tussen media. Vooral printmedia nemen een aanzienlijk deel van het lokale nieuws voor hun rekening. Op websites van lokale omroepen en huis-aan-huisbladen worden de minste berichten aangetroffen. Ongeveer de helft van het nieuws van alle regionale en lokale media die over gemeenten berichten, gaat over 'veiligheid' (112-berichten) en 'cultuur en vrije tijd' (de lokale uitgaansagenda). Vooral online berichten media over dit soort nieuws.

Een kwart van het lokale nieuws in het onderzoek betrof de lokale politiek. Lokale omroepen besteden relatief de meeste aandacht aan politiek nieuws. Regionale dagbladen zijn in absolute zin koploper. Online is er minder aandacht voor lokale politiek dan bij krant, tv of radio. Niet alle beleidsthema's worden even vaak belicht. Vooral 'onderwijs' en 'migratie' krijgen weinig aandacht in verhouding tot de andere onderwerpen. Het overgrote deel van het nieuws over lokale politiek in het onderzoek bestaat uit korte berichten en wat langere nieuwsverhalen. Bij radio- en televisiekanalen van regionale en lokale omroepen bestaat daarentegen bijna de helft van de nieuwsberichten over politiek uit reportages of interviews. Regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen en hyperlokale nieuwssites brengen de 'meeste' achtergronden bij de poli-

tiek, maar dit gebeurt in 1 op de 10 nieuwsberichten. Online is de aandacht voor context (reportages, interviews) en duiding (achtergronden,



analyse) beperkt, het gaat vaak om headlines en oneliners en de beschikbaarheid van video-materiaal.

Verder is een groter aantal nieuwsberichten over politiek in kleine gemeenten gebaseerd op hooguit één bron en laat het brongebruik de minste variatie zien. Achtergronden bij het politieke nieuws worden in kleine gemeenten sporadisch aangetroffen. In de vier grote steden zijn zowel meer nieuwskanalen als lokaal nieuws voorhanden, maar de kwantiteit gaat ten koste van de diversiteit. Nadere bestudering van het nieuwsecosysteem laat bovendien zien dat in de strikte rolverdeling tussen media de kwetsbaarheid voor de nieuwsvoorziening schuilt; als een dagblad niet over een zaak schrijft betekent dat minder politiek nieuws, als een omroep iets laat liggen betekent dat minder betrokken burgers als bron in het lokale nieuws.

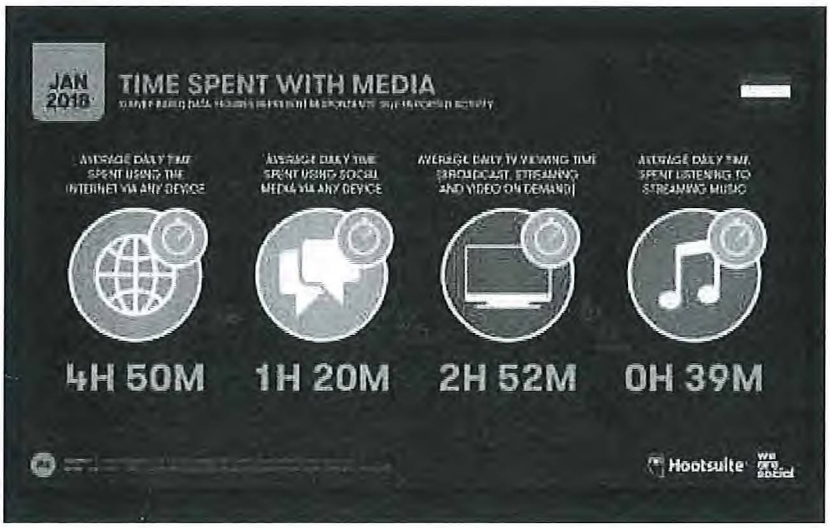
Sociale media als bron van politiek nieuws

Hoe informeren Amsterdammers zich over Amsterdamse zaken?

Hier is, afgezien van het SvdJ werk eigenlijk weinig over bekend, en dan nog van vrij lang geleden. In het onderzoek de Amsterdamse Burgermonitor uit 2004 is bijvorbeeld ook de eenvoudige vraag gesteld hoe men zich over Amsterdamse zaken informeert.

Uit de antwoorden was destijds de volgende rangorde te destilleren:

Op de eerste plaats kwam in 2004 - het zal u niet verbazen - AT5, gevolgd door het Amsterdams Stadsblad, De Echo en Het Parool. Op enige afstand volgt dan de gemeentelijke website Amsterdam.nl, internet en de wijk- of buurtkrant. De vele overige bronnen werden allemaal minder vaak genoemd.



CBS-onderzoeken 2018

Nederlanders gebruiken het internet steeds vaker om te bellen en om televisie te kijken. Belde in 2012 nog geen kwart (23 procent) van de bevolking van 12 jaar of ouder via internet, inmiddels doet meer dan de helft (55 procent) dat. Ook zijn in deze periode meer mensen op internet televisie gaan kijken. Dat blijkt uit de nieuwste cijfers van het onderzoek ICT-gebruik van huishoudens en personen 2018 van het CBS.

Van de bevolking van 12 jaar of ouder zijn het vooral de jongeren die bellen via internet. Van de 12 tot 25-jarigen belde meer dan driekwart (77 procent) in 2018 via internet, van de 75-plussers nog geen kwart (22 procent). Zes jaar eerder belde nog 34 procent en 4 procent van deze leeftijdsgroepen via internet. Hoogopgeleiden bellen vaker via internet dan laagopgeleiden. Mannen en vrouwen bellen even vaak.

Vrijwel alle Nederlanders van 12 jaar of ouder (96 procent) hebben in 2018 toegang tot internet. De online verbinding wordt het meest gebruikt om te e-mailen, 88 procent van de bevolking doet dit. In 2012 was dat nog 84 procent. (commentaar: er wordt wel gezegd dat 18 procent niet taalvaardig is, kloppen deze cijfers dan wel?)

Initiatieven elders

De oogst aan goede gebruiksdata, aan inzcht in mediagebruik is helaas vrij beperkt. Misschien moeten we verder kijken. In een aantal steden is men ook bezig om een meer autonome digitale infrastructuur op te zeteen. Mogelijk zijn daar relevante onderzoeken te vinden over hoe de mensen met digitale media anno 2019 omgaat.



3 Technische overwegingen

Een nieuwe aanpak voor de toegang tot lokale informatie mag niet gebaseerd zijn op de technieke van gisteren of vandaag. Initiële systemen moeten op geavanceerdere functies voorbereid worden en aspectenonderzoek op nieuwe technologie moet helderheid brengen over toekomstige mogelijkheden.

Personalisering van de toegang, het aanpassen van wat getoond wordt aan de wensen en behoeften van de gebruiker, is een duidelijke trend. Daarbij moet een balans gevonden worden tussen wat men wil zien en moet zien, zoals bepaalde overheidsinformatie (belastingen, boetes, aanschrijvingen, openbare orde) of medische informatie.

We moeten ook vooruit kijken, bijvoorbeeld naar de mogelijkheden om met AI te zoeken op beeld en niet meer alleen op basis van tekst. Denk aan beeld-gebaseerde uitbreidingen op een tekstueel - conversationele zoekmachine zoals waaraan Mario Giulianelli, momenteel promoverend aan de Universiteit van Amsterdam op Kunstmatige Intelligentie, aan werkt.

Op hetzelfde vlak ligt meertalige presentatie van zoekresultaten en gevonden content. Zelfs een simpel systeem als Wordpress is in luttele tijd uit te rusten met een vertaalsysteem gebaseerd op cloud vertalingen. Amsterdam is en wil internationaal, bouw daar dus direct mogelijkheden voor in.

De keuze voor Open Source software

Open Source software is essentieel om de allesoverheersende Google Search Engine marktwerking tegen te gaan. Met Open Source technologie, ook op op Enterprise niveau, kunnen ontwikkelkosten tot een absoluut minimum worden beperkt. Gelukkig telt Nederland een grote community van open source kampioenen op Enterprise niveau, die ook in een collectieve omgeving als GitHub samenwerken. Een goed voorbeeld is de moderne "Graph Database" technologie met Neo4j in een voortrekkersfunctie. Samen met andere open source componenten als Ubuntu (Linux), Rancher (Cloud management), Elastic Search (zoeksysteem) en Drupal (Content Management) en andere componenten is een eenvoudige maar nuttige zoekmachine, waar de oorspronkelijke informatieleverancier centraal staat, vrij snel te realiseren.

Waar Steve Ballmer, de vroegere baas van Microsoft, Open Source en alles en iedereen wat daar mee samenhing ooit beschreef in termen als "een vies virus", bestaan in de Microsoft Azure cloud nu bijna de helft van de Virtual Machines (3) uit het open source besturingssysteem Linux servers.

Ook heeft Microsoft Linux onderdeel gemaakt van haar mission critical systemen als Microsoft Sphere dat de signalen van triljarden IoT (Internet of Things) sensors gaat verwerken. Een verstandige keuze.

Computing on Demand

Computing capaciteit on demand kan miljoenen schelen aan hardware investeringen.Met open source cloud beheers technologie als "Kubernetes" zijn on demand computing systemen ook praktisch hanteerbaar geworden in de cloud. De bottom line is dat organisaties en bedrijven miljarden aan inactieve kapitaalsinvesteringen kunnen besparen. Kubernetes en vergelijkbare systemen kunnen de basis vormen van omgevingen waarbij computercapaciteit on-demand kan worden opgeroepen al dan niet gecombineerd met eigen servers (on-premise). De praktijk is nu dat bijvoorbeeld voor grote aantallen bezoekers op een website veel eigen hardware gereed moet staan. Dat kan oplopen tot 95 % van de kapitaals- en onderhouds-investering van zo'n omgeving die een groot deel van de tijd loopt te wachten op een piekbelasting. Computing on demand in de cloud lost dat en een aantal andere problemen op.

De democratisering van zoekmachines

Moderne zoek technologie kan de leveranciers (eigenaren) van informatie echter ook bijstaan in hun bestaan. Simpele algoritmes in combinatie met slimme "Spiders" die informatie opzoeken kunnen zo bijvoorbeeld geautomatiseerd tips afgeven om een internet presence te verbeteren. Tenslotte loopt een categorale zoekmachine vele sites af en wat een optimale constructie oplevert van een website is in SEO (Search Engine Optimization) goed gedocumenteerd. Zo is vindbaarheid geautomatiseerd te analyseren en neer te leggen in gratis adviezen. De chatbots en Decision Tree Logic Machine Learning systemen die hiervoor nodig zijn kunnen op verbazingwekkend snelle wijze gebouwd worden in cloud systemen als Azure van Microsoft.

Meer democratische systemen kunnen zich zo richten op het versterken, "enablen", het wapenen van de zwakker gepositioneerde in de markt, zodat deze zich beter kunnen handhaven. In de context van dit voorbeeld is dat dus gerelateerd aan betere positionering en vindbaarheid

van geboden zaken op lokaal niveau. Niet direct verwijzen naar Amazon of Alibaba, maar naar lokale leveranciers.

Social Media Marketing

Een nieuwe technologie die niet mag ontbreken in dit Amsterdam Lokaal perspectief is Social Media Marketing. Delen van gebodene moet drempelloos opgezet zijn. Dat wil zeggen een aanbod creëren van hanteerbare Social Media Marketing diensten bieden met de nadruk op ontwikkeling en onderwijs naast betaalbare en gratis diensten op dit gebied. Samenwerken staat dan ook ook aan de basis van de moderne IT, en de opkomst van sociale media is door communities van ontwikkelaars enthousiast opgepakt. .

De functionaliteit in het kort

Memberships

Aan de basis van betrokkenheid met een systeem zoals voor lokale access is vrijwillig lidmaatschap. Leveranciers van informatie krijgen daarvoor statisteken terug die in de marketing essentieel zijn. Tevens kan zo geleverde informatie worden geverifieerd.

Directory

Een doorzoekbare directory opbouwen van gevonden informatie en geregistreerden is met moderne technologie een geautomatiseerbaar geheel en is een belangrijk onderdeel.

Scraping

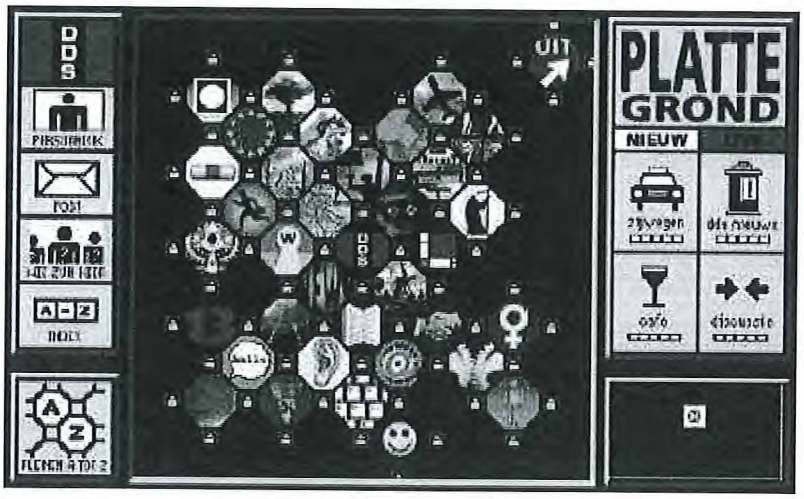
Los van de pure web scraping functies van informatie verzamelende spiders is dit een basisfunctie die in latere fases kan worden gebruikt om analyses los te laten op het geïndexeerde.

Privacy & GDPR

Een van de allerbelangrijkste onderdelen van Amsterdam lokaal is privacy. Wat dit aangaat is het een groot voordeel om een systeem van de grond af op te bouwen. Als uitgangspunt wordt GDPR by design gehanteerd. Dit impliceert dat iedere software constructie die wordt ontworpen getoetst moet worden aan basisprincipes van GDPR.

4 De Digitale Stad 1.0 historie

Hoewel er geregeld met enige trots gerefereerd wordt aan de Digitale Stad (DDS) en de historische betekenis ervan in het kader van de digitale bewustwording zeker genoemd mag worden, heeft dit initiatief niet echt de beloftes waargemaakt. Het basisidee leeft nog wel, er is nog een actieve DEDS.nl groep, maar in initiatieven als de Agenda Digitale Stad van de gemeente zien we weinig visie voorbij de implementatie van steeds meer 'smart' technologie, met voorbijgaan aan 'smart people'. Wel mooie woorden zoals 'grip te blijven houden op ons bestaan in een digitale stad en we zetten ons in voor een vrije, inclusieve digitale stad, maar dat blijven vooral 'smart city' opzetjes zoals 5G, sensorregistratie (DI1020),



een internetportal 'Mijn Amsterdam' en de betrokkenheid van de burger is hoogstens die van diensten-gebruiker. Het is een top-down benadering, terwijl het oorspronkelijke idee juist bottom-up was. Ook de gemeentelijke website 'Amsterdam.nl' is niet echt interactief, wel informatief, maar niet opgezet als participatie-portal, en datzelfde geldt voor de SALTO en AT5 websites.

De politiek heeft lange tijd het belang van burgerparticipatie in de digitale ontwikkeling gemist. Het onderwerp Lokale Media bleef beperkt tot omroep. Waar bij de verkoop van de kabel aan A2000 in 1995 wel degelijk ruimte was onderhandeld voor digitale experimenten (als ge-

volg van Luc Sala's referendum-initiatief dat door Eberhard van der Laan handig werd gebruikt om 10% kabelcapaciteit van A2000 (en opvolgers nu Ziggo) te claimen) is daar nooit iets mee gedaan. Opeenvolgende wethouders Lokale Media probeerden vooral het dossier uit beeld te houden, te besparen op AT5 maar dat wel als roeptoeter voor het beleid aan zich te blijven binden, met uiteindelijk een kromme coöperatie met RTVNH (NH media). Een heldere visie op het belang en de kansen van een 'eigen' digitale ruggengraat is er nooit geweest.

De Digitale Stad (DDS) was een Nederlands Freenet, een soort uitgebreid bulletin board system uit de pre-WWW jaren, dat op 15 januari 1994 van start ging in de gemeente Amsterdam, in aanwezigheid van wethouder Frank de Grave. DDS werd gevormd naar het voorbeeld van regionale digitale gemeenschappen als The Well (in N. Californië) alsmede naar Amerikaanse en Canadese Freenets.

Het idee ontstond op een hacker-festival (Hacking at the End of the Universe in de Flevopolder 1993) en was een initiatief van cultureel centrum de Balie in Amsterdam en het computerblad Hack-Tic (waaruit door een wat dubieuze omzetting van leden tot abonnee's op 1 mei de internetprovider XS4All is ontstaan, later in 1998 goed (120 miljoen gulden, 2000 per abonnee) verkocht door de zich ooit techno-anarchist noemende leiding). Ininitiatiefnemers van de DDS waren Rop Gonggrijp, Felipe Rodriguez, Marleen Stikker profileerde zich als de burgemeester van de DDS. Bij de oprichting waren er ongeveer driehonderd particulieren in Nederland die thuis toegang tot internet hadden. Internet was toen echt nog voorbehouden aan 'net-aristocraten' waarbij beheersing van net-etiquette een voorwaarde was om te kunnen participeren. Na de start groeide DDS snel uit, het was echt een rage, tienduizenden wilden mee doen, in een tijd dat de computer als hobby op z'n hoogtepunt was.

Interface ontwikkeling

Het was nog geen visuele interface zoals later door HTM code gemeengoed werd (in de DDS 3.0 versie van october 1994), maar tekstueel, met de c-prompt uit Unix; men gebruikte vooreerst inbellen via een model en terminalsoftware om berichten uit te wisselen. Inspiratie kwam van Howard Rheingold met het boek 'The Virtual Community', maar ook John Perry Barlow (mede-oprichter EFF en auteur van de Cyberspace independence declaration) was in geregeld contact met de Amsterdamse digeratie-scene. De Digitale Stad hanteerde de metafoor van een stad, met 'bewoners' en 'pleinen', om zo laagdrempelig mogelijk te zijn. Gebruikers konden chatten via irc, mailen met elkaar en dis-

cussiëren op fora, DDS deed ook dienst als informatieplatform, maar werd al snel een manier om laagdrempelig internet- toegang voor iedereen te bieden. In Amsterdam waren er ook publieke terminals waarmee iedereen het net op kon.

De Digitale Stad was aanvankelijk bedoeld als experiment voor tien weken. De gemeenteraadsverkiezingen van maart 1994 vormden de aanleiding en de politiek steunde het initiatief. Het experiment was onder meer gericht op het verkleinen van de kloof tussen burgers en politici, maar dit werd geen succes, daar de politici wegbleven, de structuur niet echt democratisch was en de steun opdroogde.

Marleen Stikker, de virtuele burgemeester van DDS beschreef de rol van een digitale stad in het Handboek Digitale Steden (1995):

"In een digitale stad is het 'publiek domein' het leidende beginsel'. Free-nets en digitale steden zijn systemen die de burgerij, maatschappelijke organisaties en het midden- en kleinbedrijf een stoel op de eerste rij verschaffen. Een digitale stad is laagdrempelig en geeft een mogelijkheid om te experimenteren en zonder veel investeringen ervaring op te doen met nieuwe technologie. Niet alleen kunnen burgers op deze wijze worden voorzien van een toegang tot de informatie-infrastructuur, ook kunnen er nieuwe markten worden verkend en ontwikkeld".

Het was alleen jammer dat de invloed van de burgers, ook binnen de DDS, maar gering was. Men experimenteerde leuk verder, zo was er De Digitale Metro; een virtuele wereld waarin je kunt o.a. kunt rondwandelen, bouwen en praten met andere mensen. De homepage van de metro was was verdeeld in zes secties: Naar de Metro, Voor beginners, Programmeren, Infrastructuur, Sociaal en Links. De Metro en later een virtuele onroerend goed locatie sloot aan bij het idee van een virtuele wereld waar men zich kon manifesteren en investeren in digitale 'presence', zoals in Second Life (2003) wereldwijd kortstondig een hit was.

De hele opzet stond, zoals zo vaak wanneer gehengeld wordt naar subsidies, bol van de mooie woorden en inspirerende kreten. Met enig succes, de Waag organiseerde van alles, maar een echte doorbraak kwam er niet meer.

Zeggenschap en interne democratie

De zeggenschap van de DDS was te duidelijk in handen van een paar mensen, de roep om een democratisch bestuur werd echter min of meer genegeerd. Daar kwam bij, dat de verkoop van XS4ALL in 1998 door

een beperkte groep aandeelhouders voor toen nog een geheim maar zeer aanzienlijk bedrag (120 miljoen bleek later) kwaad bloed zette.

In 1999 werd DDS via een management buy-out verzelfstandigd. De toenmalige directeur van de Stichting De Digitale Stad, Joost Flint kocht samen met medewerker Chris Göbel de DDS op, die daarna geleidelijk in stukken is verkocht.

Na de ondergang van de oude DDS is De echte Digitale Stad (DeDS) https://deds.nl/info opgericht met de bedoeling de taken en doelstellingen van de oude DDS voort te zetten. DeDS begon in augustus 2001,werkt volledig op basis van vrijwilligerswerk en verstrekt net als de oude DDS gratis e-mail en webruimte voor persoonlijk gebruik. Anno 2018 bestaat DeDS nog steeds met duizenden gebruikers.

ref: *ReindeR.Rustema, The Rise and Fall of DDS - evaluating the ambitions of Amsterdam's Digital City, 2001.* ; *Vereniging Open Domein*

61

Zuijlen, Lotte van

Van: Ouke Arts
Verzonden: donderdag 16 mei 2019 0:06
Aan: Zuijlen, Lotte van; Brinkhuis, Martine
CC: Mark Minkman
Onderwerp: Fwd: [Gemeente Amsterdam] Verslag volgende tussenstap
Bijlagen: 20190515 - Gemeente Amsterdam - Verslag volgende tussenstap.pdf

Hi Lotte en Martine,

Ter informatie stuur ik jullie het verslag van de volgende tussenstap met het regieteam zoals eerder vandaag plaatsvond.

Tot morgen.

Met vriendelijke groet, mede namens Mark,
Thaesis

Ouke Arts
Partner

Thaesis B.V.

Lees hier de laatste editie van TRNDR Monthly: (Car) sharing is caring. Maandelijks vijf nieuwsberichten en inzichten uit onze adviespraktijk ontvangen? Schrijf je hier in.

Begin doorgestuurd bericht:

Van: Ouke Arts <
Onderwerp: [Gemeente Amsterdam] Verslag volgende tussenstap
Datum: 16 mei 2019 om 00:03:02 CEST
Aan: Anne-mieke Semmeling <A
Kopie: Mark Minkman Astrid Ootes

Beste Anne-Mieke en David,

Hierbij mede namens Mark en Astrid het verslag van de volgende tussenstap zoals vanmiddag bij Mediamatic in Amsterdam gezet.

Succes met het tot één gezamenlijk plan combineren van de door de leden van het redactionele team aangeleverde plannen. Uiteraard blijven wij graag op de hoogte en zijn wij bereikbaar voor ondersteuning.

Indien behulpzaam, informeren wij jullie na morgen over de uitkomsten van de voortgangsbespreking met wethouder Meliani.

Met vriendelijke groet,
Thaesis

Ouke Arts
Partner

Thaesis B.V.

Lees hier de laatste editie van TRNDR Monthly: 🚗 (Car) sharing is caring. Maandelijks vijf nieuwsberichten en inzichten uit onze adviespraktijk ontvangen? 🚀 Schrijf je hier in.



GEMEENTE AMSTERDAM

Verkenning naar een gezamenlijk plan voor een sterke lokale publieke omroep

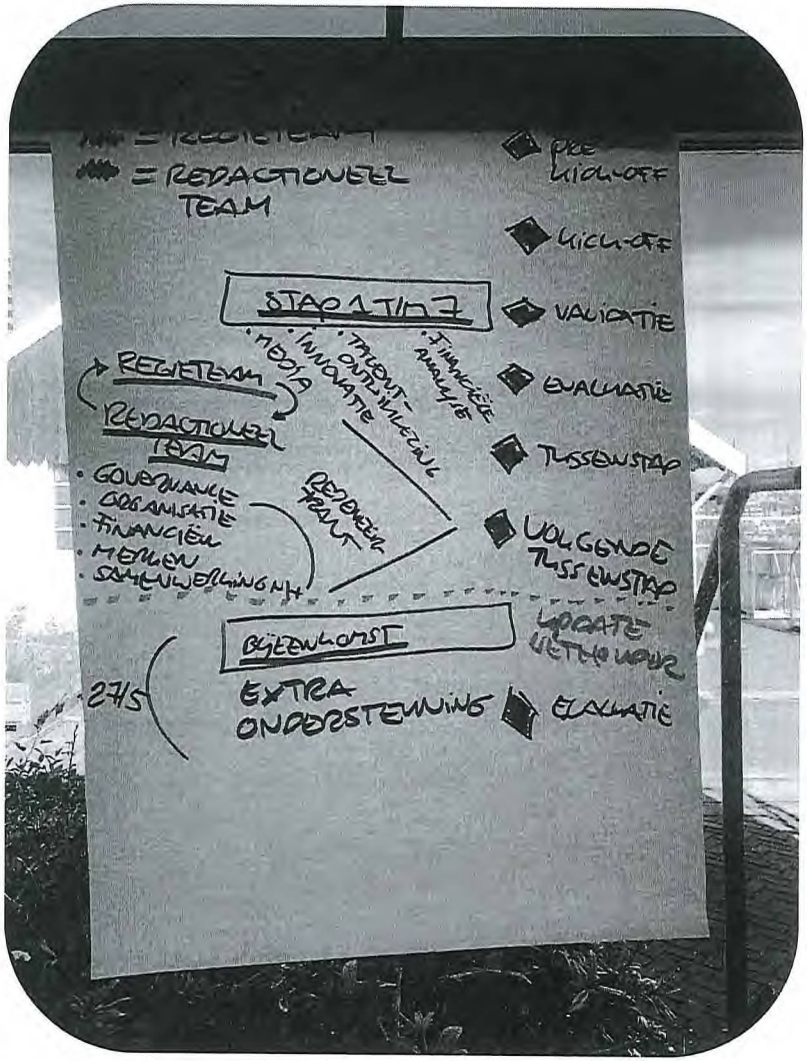
Amsterdam, 15 mei 2019

WWW.THAESIS.NL

THAESIS

VERSLAG VOLGENDE TUSSENSTAP

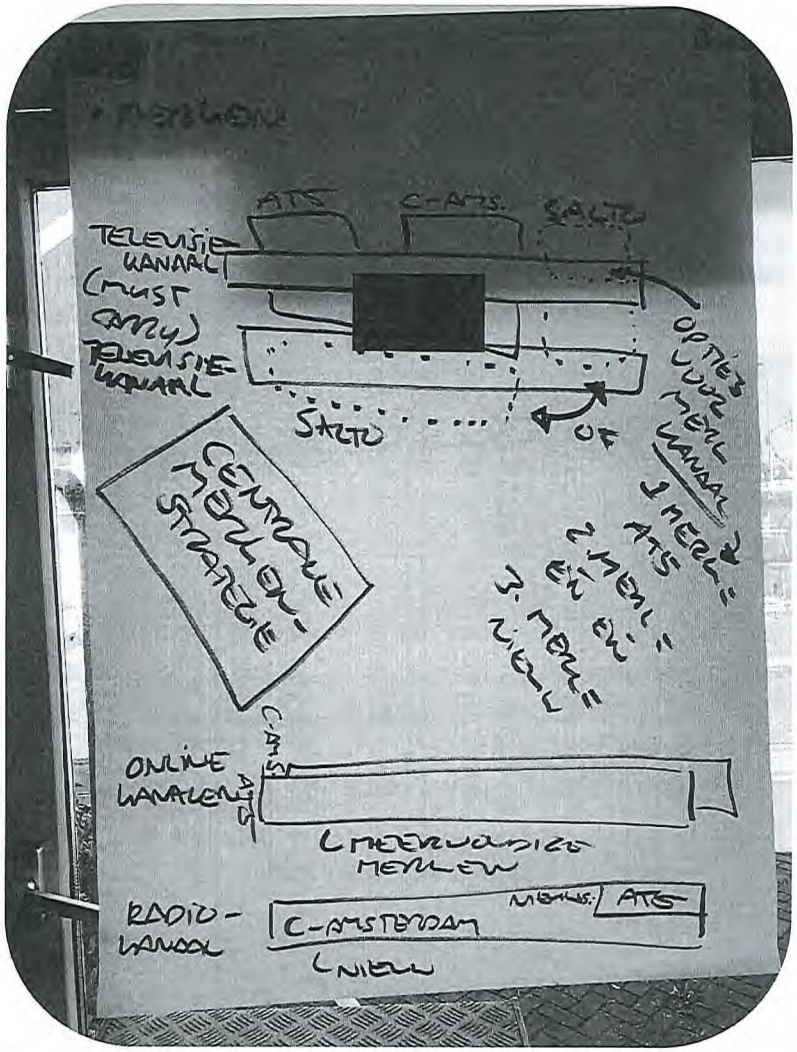
Ten behoeve van de verkenning naar een gezamenlijk plan voor een sterke lokale publieke omroep heeft het regieteam na de tussenstap op woensdag 8 mei jl. een volgende tussenstap ingelast op 15 mei 2019 tussen 14:00 en 17:00 uur. In de eerdere tussenstap hebben zij samen gezocht naar gemeenschappelijkheid in termen van (on)wenselijke uitkomsten op de perspectieven 'merken', 'governance en organisatie', 'samenwerking NH', en 'financiën'.



Bij de start van de bijeenkomst op 15 mei 2019 is stilgestaan bij de voorgaande en de komende bijeenkomsten van het regieteam en het redactionele team. Ook is gemeld dat dat de procesbegeleiders op 16 mei a.s. een voortgangsbespreking zullen hebben met wethouder Meliani.

Tijdens de bijeenkomst heeft het regieteam bij Mediamatic in Amsterdam op eigen verzoek en gezamenlijk de (on)wenselijke uitkomsten op de perspectieven 'merken', 'governance', 'organisatie' en 'financiën' verder uitgediept. Bij het bespreken van de financiën is ook gesproken over de mogelijke uitbreiding en herstructurering van de bestaande samenwerking tussen AT5 en NH.

MERKEN



Uitkomsten voorgaande tussenstap

Het regieteam focust op het formuleren van een merkenstrategie voor de merken AT5 en C-Amsterdam en stelt dat een effectieve centrale merkenregie randvoorwaardelijk is voor een sterke, innovatieve en inclusieve lokale publieke omroep van en voor alle inwoners van Amsterdam. Het merk AT5 staat voor nieuws en brengt snel nieuws, verdiept nieuws en geeft duiding aan nieuws. AT5 is de "NOS" van Amsterdam. Het merk C-Amsterdam staat verdieping en verstrooiing en brengt vertragende nieuwsverhalen. C-Amsterdam is de "NTR" van Amsterdam. AT5 en C-Amsterdam vullen elkaar aan en versterken elkaar. Het merk SALTO representeert de bottom-up uitbreiding op de merken AT5 en C-Amsterdam, waarmee AT5 en C-Amsterdam op nieuwe slimme wijzen via open access interacteren met het waardevolle netwerk van SALTO.

Voortgang

Met betrekking tot de merken maakt het regieteam onderscheid tussen de omroepen (twee merken: AT5 en C-Amsterdam) en de kanalen. Consensus is er over de merken voor online kanalen (AT5 voor nieuws, verdieping op het nieuws en duiding van het nieuws, en C-Amsterdam voor verdieping en verstrooiing). Eveneens consensus is er over de mogelijkheid om op een lineair radiokanaal met het merk C-Amsterdam nieuws van AT5 onder die merknaam uit te zenden. Voor de merkvoering op het lineaire televisiekanaal (*must carry*) is nog geen consensus.

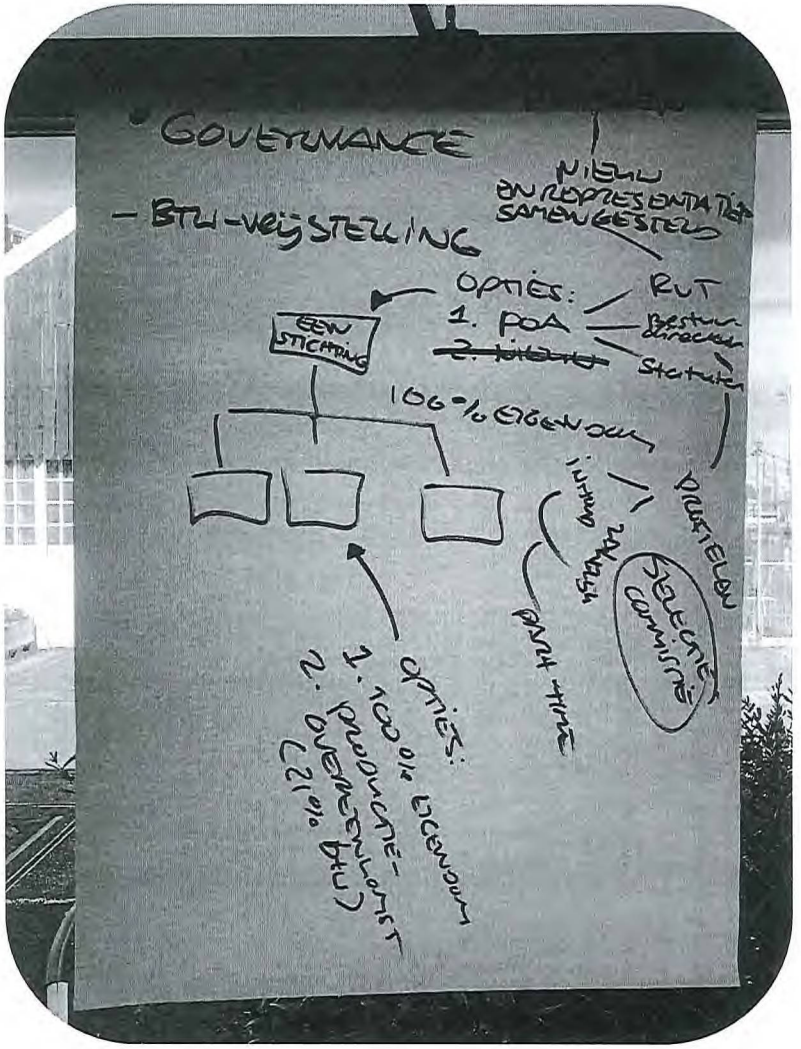
GOVERNANCE

Uitkomsten voorgaande tussenstap

Het regieteam gaat uit van een stichting met een nieuw samen te stellen onafhankelijke, sterke en diverse raad van toezicht en één of twee directeur-bestuurder(s). De stichting heeft drie besloten vennootschappen volledig in eigendom: AT5 B.V., SALTO B.V. en C-Amsterdam B.V. Op die wijze kan door de stichting aanspraak worden gemaakt op een btw-vrijstelling.

Voortgang

Er is binnen het regieteam consensus over het herontwerpen van de bestaande stichting Publieke Omroep Amsterdam ten behoeve van het gezamenlijke plan. Herontwerpen betekent een nieuwe en representatief samen te stellen raad van toezicht (op basis van profielen en met een selectiecommissie te werven en selecteren), twee directeur-bestuurders (eveneens op basis van profielen te werven en selecteren) en aangepaste statuten. Vanuit de gedachte dat aanspraak kan worden gemaakt op een btw-vrijstelling, is eerder gesproken over een stichting die drie besloten vennootschappen volledig in eigendom heeft : AT5 B.V., SALTO B.V. en C-Amsterdam B.V. Afgesproken is dat door de procesbegeleiders wordt nagedaan in hoeverre het Commissariaat voor de Media uitsluitsel kan geven over de genoemde btw-vrijstelling.



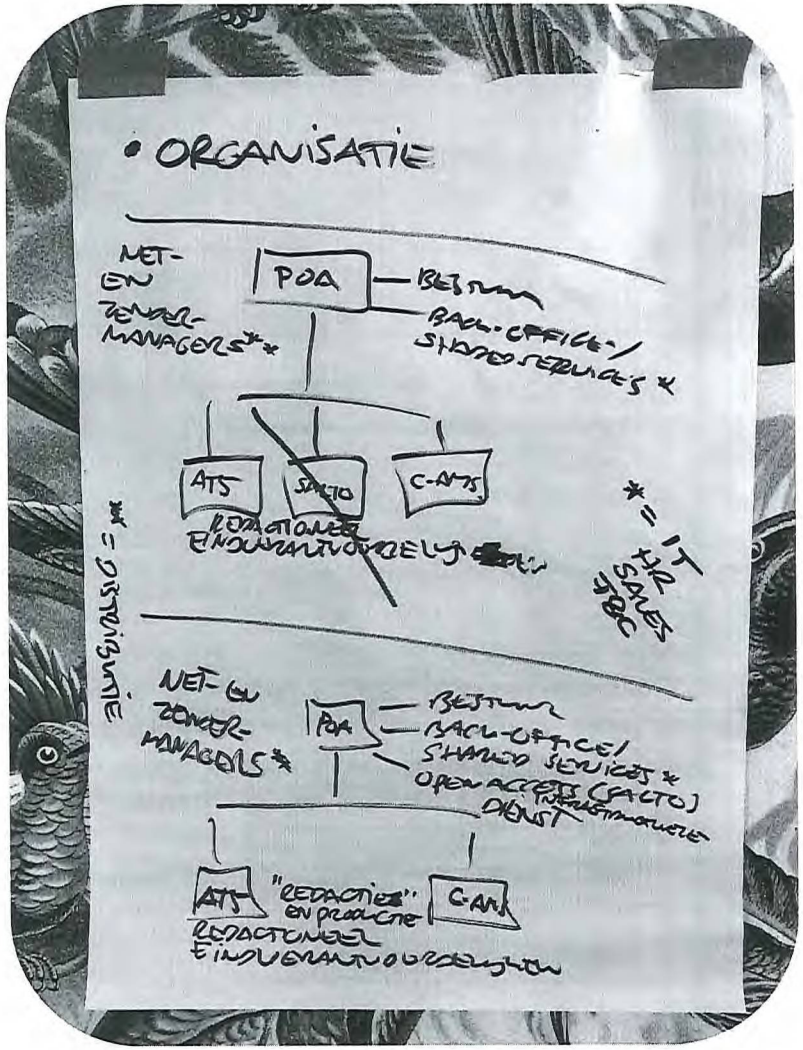
ORGANISATIE

Uitkomsten voorgaande tussenstap

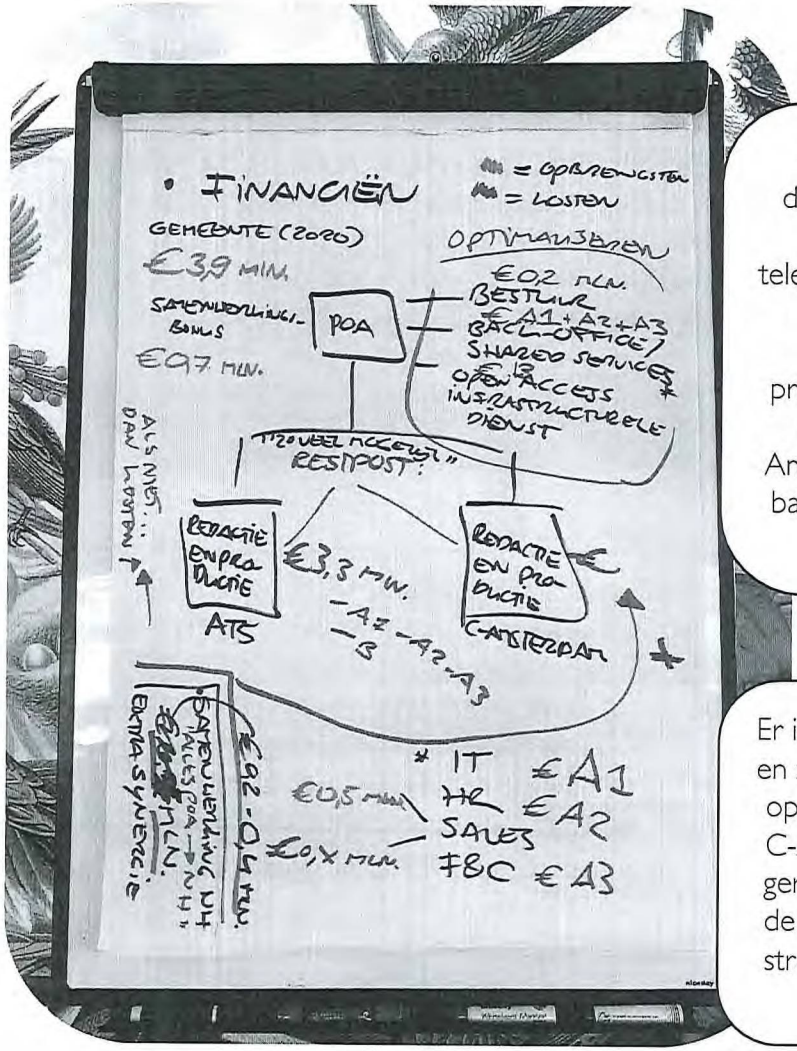
Het regieteam geeft de directeur-bestuurder(s) van de stichting de opdracht om de regiefunctie op AT5, SALTO en C-Amsterdam invulling te geven. Een regiefunctie betekent inhoudelijke en budgettaire sturing en coördinatie vanuit de stichting aan redactioneel eindverantwoordelijken bij AT5, SALTO en C-Amsterdam. De directeur-bestuurder(s) fungeren als "NPO net- en zendermanagers".

Voortgang

Er is consensus over de opdracht aan de directeur-bestuurders van de stichting om de regiefunctie op AT5, SALTO en C-Amsterdam invulling te geven. Er is consensus over het beleggen van een infrastructurele dienst op open access op het niveau van POA, waarmee de redactionele en productionele organisatorische eenheden worden beperkt tot AT5 en C-Amsterdam. Door het regieteam is afgesproken dat de opdracht aan de directeur-bestuurders op papier verder zal worden uitgewerkt, om te waarborgen dat deze directeur-bestuurders alles doen vanuit het gezamenlijke doel van een sterke, inclusieve en innovatieve publieke omroep voor de stad. Voor wat betreft distributie enerzijds en back-office/shared services (IT, HR, Sales, Finance & Control) anderzijds is besproken dat deze op het niveau van POA worden belegd.



FINANCIËN



Uitkomsten voorgaande tussenstap

Het regieteam wenst voor nieuws een online first media-aanbod te realiseren, een on-demand platform voor het media-aanbod van SALTO en C-Amsterdam te organiseren en voor zowel nieuws als cultuur en verbinding distributie via één of twee lineaire televisiekanalen - waarvan één *must carry* - en één lineair radiokanaal te verzorgen. Hiervoor is in de basis €3,8 - €3,9 mln. benodigd. Voor de regiefunctie is in de basis €0,1-€0,2 mln. benodigd. De aannames die hierbij zijn gedaan, betreffen het wegvallen van de printprijsregeling (€0,3 mln.) en het ontvangen van een structurele samenwerkingsbonus van €0,7 mln. Het regieteam onderstreept dat een succesvolle samenwerking de gemeente Amsterdam een-malig frictiekosten bespaart tussen €1,5 - €3,0 mln. Het regieteam wenst op basis van een prestatieovereenkomst een groeimodel overeen te komen, waarin het budget significant meegroeit met bewezen succes.

Voortgang

Er is consensus over de redeneertrant dat het optimaliseren van de kosten voor bestuur (net- en zendermanagement, €0,2 mln.), back-office/shared services en de infrastructurele dienst op open access leidt tot een restpost voor de redactionele en productionele eenheden AT5 en C-Amsterdam. Indien de eigen inkomsten toenemen komen die na aftrek van de additionele gerelateerde kosten eveneens de redactionele en productionele eenheden ten goede. Indien de samenwerking met NH kan worden uitgebreid met C-Amsterdam en kan worden geher-structureerd naar het niveau van POA, leidt dat tot kostenbesparingen (€0,2 - €0,4 mln.) die eveneens ten goede komen aan de redactionele en productionele eenheden.

VERVOLGAFSPRAKEN

Het regieteam heeft geconstateerd dat zij in deze volgende tussenstap opnieuw voortgang heeft geboekt. Omdat de voortgang op het niveau van het redactionele team achterblijft, hebben zij de vervolgafspraak gemaakt dat het regieteam op de onderwerpen 'media', 'innovatie' en 'talentontwikkeling' zelf het initiatief neemt om de door leden van het redactionele team aangeleverde plannen te combineren tot één gezamenlijk plan. Indien het regieteam hierin slaagt, zullen zij de uitkomsten aan de start van de bijeenkomst op 27 mei 2019 presenteren aan het redactionele team.



(2)

PUBLIEKE OMROEP AMSTERDAM

Raad van Toezicht Publieke Omroep Amsterdam

College van burgemeester en wethouders
t.a.v. Mw. T. Meliani
Amstel 1
1011 PN Amsterdam

Gemeente Amsterdam
IV-Bedrijfsvoering
Datum: 14-6-2019
Zaak: ID-19-9224
Stuk: In-19-8796
Beh. Ambt.: R&E.

Amsterdam, 11 juni 2019

Onderwerp: proces aanwijzing zendgemachtigde publieke omroep Amsterdam

Geachte mevrouw Meliani,

Via deze brief willen wij als Raad van Toezicht van de Publieke Omroep Amsterdam even kort onze reflectie geven over het proces van de zogenaamde "tussenstap" in de aanwijzing van de zendmachtiging van de publieke omroep voor Amsterdam.

Ten eerste dank voor de mogelijkheid van de "tussenstap" in het aanwijzingsproces. We hebben tijdens de tussenstap op gepaste afstand kennisgenomen van het proces onder leiding van Mark Minkman en Ouke Arts. Op diverse momenten is er contact geweest tussen mij- als voorzitter van de RvT POA en Mark om ons te updaten over het proces. Mede omdat er door de tijdelijke afwezigheid van de bestuurder in het proces geen directe bestuurlijke vertegenwoordiging was vanuit POA. Mede op verzoek van Mark- om dit proces pragmatisch te laten verlopen- hebben we David Vink (mededirecteur Amstel Televisie Vijf) als gemandateerd vertegenwoordiger in het proces naar voren geschoven.

Vanaf de zijlijn hebben we het idee dat het proces op een constructieve maner is gelopen en betrokkenen zich ingezet hebben voor een maximaal resultaat. Waarbij Mark en Ouke het proces goed bewaakt hebben en beide partijen een fair playing field hebben geboden. Hierbij is zo veel mogelijk rekening gehouden met de aard van de organisaties en de fase waarin beider organisatie zich bevinden.

We hebben vorige week kennisgenomen van het "Concept" rapport van de heren en de daarin getrokken conclusie en de aanbevelingen.

Op het rapport is inhoudelijk gereageerd door het bestuurders van POA, Amstel televisie Vijf en de voorzitter van de Raad van Toezicht van POA. We onderschrijven de feedback, commentaren en suggesties ten aanzien van de inhoud van deze brief en de aanbevelingen van Mark en Ouke aan u in het bijzonder. We begrijpen dat deze brief in het finale rapport is opgenomen als bijlage.

Vanuit de Raad van Toezicht willen we benadrukken dat we mogelijkheden zien om tot samenwerking te komen met als basis de 17 uitgangspunten. Wel zien we dat dit alleen zou kunnen indien er voldoende extra budget beschikbaar gesteld wordt om recht te doen aan een deel van de plannen van C-Amsterdam en dit niet ten koste gaat van een groot gedeelte van de huidige nieuwsvoorziening AT5, die nu al- geholpen door de synergievoordelen met NH Media- voor het beschikbare budget een bijzonder prestatie laten zien op de thema's burgerparticipatie, nieuws verdieping- en duiding van het nieuws en randprogrammering.

Wij willen als Raad van Toezicht graag de opdracht geven te onderzoeken of en hoe POA, C-Amsterdam als aspirant omroep zou kunnen faciliteren. Echter wij zien meer mogelijkheden de opdracht tot vernieuwende

programmering met -het daarbij noodzakelijke- extra budget en gedegen prestatieafspraken neer te leggen bij de POA directie. Voor deze innovatie opdracht zal POA dan op korte termijn een redactioneel plan presenteren.

In de afgelopen jaren zijn via diverse kanalen kritiek en zorgen geuit over de inhoud van de nieuwsvoorziening, de samenwerking/verwevenheid met NH media, de governance, de diversiteit van de organisatie, etc. Deze kritiek klonk onder ander door in het rapport van de Kunstraad, de Onafhankelijke Advies Commissie Aanwijzing Lokale Omroep 2109-2026, en een deel van de Amsterdamse politiek.

We begrijpen deze zorgen en kritiek ondanks dat een deel van deze thema's door de keuzes van de Gemeente en vorige bestuurders in 2012 en de huidige beschikbare gestelde middelen daar mede de oorzaak van zijn.

Het bestuur van POA en de directie van Amstel Televisie Vijf hebben samen met de medewerkers, de makers, sponsors en verbonden partners uit de stad, ondanks het uitblijven van duidelijkheid over de concessie eerste stappen gezet in zaken een deel van de thema's.

De twee belangrijkste zijn de wijziggingen in de journalistiek richting van AT5. Minder 112 nieuws en meer duiding en verdieping. Voorbeelden hiervan zijn het dossier van de Trammoord, het dossier Uber, dossier Airbnb, de ontruiming ADM terrein, de Keti Koti herdenking etc.

Daarnaast noemen we de succesvolle transitie van SALTO waar met de makers en de keuze voor thematisering van beide kanalen gemaakt is voor een breder en minder religieus programma aanbod. Dit heeft ervoor gezorgd dat er een voor vrije en pluriforme zender bestaat waarin iedere Amsterdammer een maker kan zijn.

Daarnaast heeft Salto gewerkt een moderne digitale uitzendstraat waarin on demand, streaming en lineair uitzenden moeiteloos naast en met elkaar samengaan. De infrastructuur is gebouwd in open source.

Twee voorbeelden dat er wel degelijk sprake is van een lerende en innoverende organisatie weliswaar met relatief beperkte middelen, maar met de sterke merken AT5 en Salto en enorm gemotiveerde en ervaren medewerkers. Ieder binnen hun eigen opdracht een ongelofelijk bereik hebben binnen de doelgroep van de stad. Zowel bij bewoners als bij werkenden die elke dag naar de stad komen.

Wij zien volop mogelijkheden de organisaties van Salto en AT5 verder te laten samenwerken, onder andere door het netwerk van makers in te zetten als extra oren en ogen in de stad, waardoor meer journalistiek "vanuit de haarvaten van Amsterdam" in de programmering kan worden opgenomen.

Veel kritiek en zorgen zijn geuit over de governance van POA en samenwerking/verwevenheid met NH media en hoe dit is vastgelegd. We hebben hierover in het jaarverslag van POA over het boekjaar 2017 reeds uitgebreid stil gestaan. Toch willen de aanpassingen om tot een transparantere en meer diverse governance te komen aan u meegegeven.

De Raad van Toezicht heeft, ondanks de onzekerheden over de concessie (toekomst), doen besluiten de veranderingen op de governance van POA versneld te laten doorvoeren.

Dit betekent dat we een nieuwe ad interim bestuurder John Olivieira hebben aangesteld op het niveau van POA. Hiermee komt het aantal directieleden binnen POA weer op 2. Deze nieuwe bestuurder zal als bestuurder van POA ook zitting nemen in de directie van Amstel Televisie Vijf.

Doelstelling is om op mid-lange termijn de dubbele directie posities op het niveau van Amstel Televisie Vijf op te heffen. Hierbij zal er geen dubbelfunctie meer zijn met NH. Tevens zal er een eigen hoofdredacteur worden aangesteld voor AT5.

De nieuwe ad-interim bestuurder krijgt als taak mee om POA met al haar merken klaar te maken voor de toekomst. Maar ook om de samenwerking met NH Media te optimaliseren en transparanter te maken.

Het opstellen van een nieuwe samenwerkingsovereenkomst tussen POA/AT5 en NH Media ingaande 2020 is op dit moment de opdracht aan de directies van beide bedrijven.

Verder worden de statuten van POA gewijzigd waarbij de voorkeursleden van zowel AVRO TROS en NH Media zullen komen te vervallen. Voor de afstemming met NH Media zal dan vaker gezamenlijk met de Raad van Toezicht van NH Media worden vergaderd.

Tevens wordt een procedure gestart om de eerder ontstane vacante posities binnen de Raad van Toezicht in te vullen. Uitgangspunt bij de aanstelling is om aan de wens van de gemeente Amsterdam gehoor te geven de leden van de raad een afspiegeling te laten zijn van de veelzijdigheid van bewoners van de stad.

Onderdeel van de taak van John Olivieira is om de continuïteit van de bedrijfsvoering mede gezien de diverse financiële uitdagingen ten aanzien van de concessie verlening (mededinger), wegvallen van de OLON-regeling, publiek gewenste aanpassingen in de governance structuur, aanstaande verhuizing te borgen.

We begrijpen dat POA er nog niet is en dat er nog diverse stappen genomen moeten worden om POA en de nieuwsvoorziening door en voor Amsterdammers te optimaliseren en beter en dieper te laten aansluiten bij de wensen van alle stakeholders. We zijn er wel van overtuigd dat proces van de concessie aanvraag bij POA/AT5 voor een ommekeer in ons denken en doen heeft gezorgd. Bovenstaande wapenfeiten zijn daar het concrete bewijs van, maar nog belangrijker is feit dat er bij redactie, directie en ook bij de Raad van Toezicht een attitudeverandering is opgetreden. Het is eenieder volledig duidelijk geworden dat wij in constante dialoog met de stad Amsterdam moeten werken aan de sterke lokale omroep van morgen. Dat is een uitdaging, zeker ook financieel. Maar we zijn ervan overtuigd dat we met doordachte plannen, slimme samenwerkingen en technologische vernieuwingen POA/AT5 zullen revitaliseren tot een unieke omroep waar-ook na 25 jaar- de Amsterdammer nog steeds trots op is.

We hopen u met deze brief inzicht te hebben geven in de positieve stappen die er sinds het indienen van onze concessie aanvraag in de zomer van 2012 zijn gezet.

Wij wensen u en het college veel wijsheid in de keuzes die voorliggen in dit dossier. Wij zijn als Raad van Toezicht te allen tijde bereid in gesprek te gaan om meer duiding en diepgang te geven over de in deze brief genoemde thema's. Ook zijn wij gaarne bereid met u het gesprek aan te gaan over de toekomst van het publieke media-aanbod van Amsterdam.

Mocht u nog vragen hebben dan horen wij het graag.

Met vriendelijke groet,
Raad van Toezicht Publieke Omroep Amsterdam

J. Holland

Hr. J. Holland (voorzitter)

Mede namens
Mw. S. van Waegeningh
Mw. E. Kwaks
Hr. E. van Stade

63

Zuijlen, Lotte van

Van: Luc Sala
Verzonden: donderdag 13 juni 2019 14:24
Aan:

CC:

Onderwerp: Re: Telegraaf artikel

ref: Telegraaf artikel 13 juni: Leuk ingrijpen in het proces door de Telegraaf (op basis van gelekte stukken, o wie o wie) en zo hebben ze het voor wethouder T. Meliani min of meer onmogelijk gemaakt om stilletjes in de buidel te tasten, in feite haar hoofd op het hakblok gelegd. En Mildred van C=Amsterdam blijkt een harde, maar zet zichzelf buitenspel en kan het ook niet aan, te stijfkoppig voor een managementfunctie met zo'n honderd man personeel en aanhang. De wethouder kiest blijkbaar de foute adviseurs, en moet dan vooral aan reputatie-bescherming doen (De Gaay Fortman afbranden, wie durft toe te geven dat dat een prut advies was, en de totaal vastgelopen RvT van AT5/Salto die al jaren alles verprutst, dekt ook alleen zichzelf af) wie weet hoeveel dat allemaal kost? Dat moet toch in de tonnen lopen met die commissies en bemiddeling?
Welk raadslid of fraktie vraagt eens om die cijfers, of kost dat een wethouder?

Dit is weer een voorbeeld van de **betutteling** door het Links College, die maar wat proberen, maar procedures, rechtsgronden en zo niet begrijpen. De Europese **proportionaliteit**, **subsidiariteit** en **doeltreffendheid** beginselen worden steeds weer met voeten getreden? Dat zie je in de snorfietsen, het grachtennachtverbod, nu weer de 5% B&B acties, de 50% hogere parkeertarieven (die letterlijk honderden miljoenen waarde gunden aan investeerders in faciliteiten) , de privacy dilemma's (Amsterdam is verreweg de slechtste daarin, alles wordt doorgesluisd), kortom een totaal gebrek aan inzicht in rechtsgronden en regels, zoals die volgens de Europese dienstenrichtlijn (die geldt voor vergunningen en is half vertaald in de nl dienstenwet) gelden voor schaarse vergunningen. Een omroepvergunning (net als B&B vergunningen in de nieuwe plannen en de rondvaartheisa) is schaars, dus moet er een duidelijk protocol zijn (waar ook het CvdM) op moet letten, niet dit gepruts met geheime stukken en feitelijke interventie door de pers (zoals eerder in Parool en nu de Telegraag, dit is niet toevallig).
Je vraagt je af welke juristen de gemeente adviseren, en of er wel wethouders zijn die dit begrijpen, ik kan niet anders constateren dat vrijwel ieder dossier dat ik zie juridisch en praktisch gezien niet meer is dan probeersels zonder ethische of financieel degelijke onderbouwing, de leuterkoek over democratisering incluis.
Lokale media zijn de spil in de communicatie met de burger, niet de smart city bedenksels of 5G, dat schijnt men niet te beseffen. Ollongron kroop figuurlijk met Huawei in bed, zijn we dat vergeten?!

Luc Sala

--

Luc Sala -