



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Aan de fractie van LPM  
mevrouw C.J. Nuyts

BEZOEKADRES  
Mosae Forum 10  
6211 DW Maastricht

POSTADRES  
Postbus 1992  
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP  
Vragen ex art. 47 RvO inzake TVM

DATUM  
25 augustus 2020  
Verzonden: 26-08-2020

BIJLAGEN  
--

BEHANDELD DOOR  
H (Herman) van Asselt  
W (Wim) Ortjens  
E-MAILADRES  
Herman.van.asselt@maastricht.nl  
Wim.ortjens@maastricht.nl

TELEFOONNUMMER  
043 350 3128  
043 350 5770  
FAXNUMMER  
043 - 350 4310

ONZE REFERENTIE  
2020-20691

UW REFERENTIE  
---

Geachte mevrouw Nuyts,

Onderstaand treft u de beantwoording aan van de vragen die uw fractie gesteld heeft in het kader van artikel 47 van het Reglement van Orde.

### Vraag 1:

Als voor TVM alleen de Rijksbijdrage van €92.000 euro overblijft en de begroting van €570.000 euro naar €120.000 euro daalt; is dat een daling van de begroting van bijna 80%. Hoe denkt het college dat dit (verzorgen van een lokaal toereikend media aanbod) nog mogelijk is, als alle gemeentesubsidie verdwijnt?

### Antwoord 1:

*In het bezuinigingsscenario van het college is een korting voorzien op de bijdrage aan RTV Maastricht van €100.000 in 2021, oplopend tot € 300.000 vanaf 2023. Er resteert dan een bijdrage van ruim €100.000. Dit bedrag ligt nog altijd boven het door de landelijke overheid bepaalde richtsnoerbedrag voor de ondersteuning van lokale omroepen (ruim €93.000-). De extra bijdragen die de gemeente de afgelopen jaren aan RTVM heeft gedaan zijn gezien de forse bezuinigingsopgave niet meer overeind te houden.*

*Hoewel er bij positieve besluitvorming van uw raad over het voorstel sprake is van een substantiële afname van de gemeentelijke bijdrage is het college van mening dat, gelet op het voor lokale omroepen geldende richtsnoerbedrag, de lokale omroep daarmee haar wettelijke opdracht voor realisering van een lokaal toereikend media-aanbod in essentie kan vervullen. Volgens onderzoek van het commissariaat voor de media werkt 70% van de lokale omroepen in Nederland met het richtsnoerbedrag.*

### Vraag 2:

Maastricht positioneert zich graag als internationale stad; 25% van haar inwoners zijn internationale studenten, kenniswerkers, arbeidsmigranten, asielzoekers. Deze mensen zijn voor actueel nieuws en informatie over de stad voor een groot deel aangewezen op de Engelstalige kanalen van RTV Maastricht. Met meer dan 10.000 volgers een succesvol project. Deze kanalen verdwijnen bij het doorgaan van de bezuinigingen.

Vraag: het college vindt dit een belangrijke groep die u wilt blijven informeren; hoe denkt het college dit te gaan doen en waarom iets nieuws bedenken als dit project zo succesvol is?

Vragen ex art. 47 RvO



DATUM  
25 augustus 2020

**Antwoord 2:**

*Uit onafhankelijk onderzoek blijkt dat voor Maastrichtenaren met een niet-Nederlandse achtergrond (dus Engelssprekenden én Nederlandssprekenden met een migratieachtergrond) RTVM de op 4 na belangrijkste nieuwsbron is.<sup>1</sup> Het college is van mening dat de Engelstalige kanalen van RTV-Maastricht ook met minder subsidie in beperkte(re) vorm kunnen blijven bestaan. Deze afweging ligt echter uiteraard bij RTV Maastricht.*

**Vraag 3:**

Uit de bezuinigings-onderlegger suggereert u, op pagina 148, dat RTV Maastricht "geconfronteerd wordt met dalende kijk- en luistercijfers en hiermee samenhangende dalend bereik en reclame-inkomsten. Deze dalende trend is al vele jaren gaande en wordt versterkt door de komst van internet", aldus de tekst in de onderlegger.

Vraag: Hoe komt u aan deze constatering als RTV Maastricht in zijn verantwoording over 2019 aangeeft dat uit onafhankelijk onderzoeksbureau Flycatcher) blijkt dat:

- a) "Opmerkelijk is dat in tegenstelling tot de landelijke trend waarbij een daling is te zien van de kijkdichtheid van "traditioneel tv kijken en radio luisteren", bij RTV Maastricht juist een stijging waar te nemen is. Dit geldt ook voor het gemiddeld aantal minuten dat gekeken is."
- b) Uit het bereiksonderzoek van RTV Maastricht 2019 én het mediaonderzoek 2018 van de gemeente Maastricht blijkt, dat RTV Maastricht het grootste mediabereik heeft van alle lokale media in Maastricht. "RTV Maastricht bereikt op jaarbasis twee op de drie inwoners" aldus het gemeentelijk onderzoek.
- c) U voorbij gaat aan het bereik op de andere kanalen van RTV Maastricht, zoals de website, Facebook, Instagram, Twitter. Alleen al op social media heeft RTV Maastricht bijna 45.000 unieke volgers.
- d) Uit het bereiksonderzoek van RTV Maastricht 2020 (april 2020) blijkt dat op alle kanalen het bereik alleen maar groeiende is.

**Antwoord 3:**

*Het college heeft gewezen op de landelijke trend dat kijk- en luistercijfers van lokale omroepen dalen. Absolute cijfers zijn voor het college niet het uitgangspunt geweest, mede doordat cijfers van verschillende onderzoeken moeilijk vergelijkbaar zijn vanwege verschillende meetmethoden en frequenties. In dit kader past overigens wel het gegeven dat Maastrichtenaren RTV Maastricht als 6<sup>de</sup> belangrijkste nieuwsbron voor lokaal nieuw beschouwen (na L1 (+ website), De Limburger (+ website) en Via.<sup>1</sup>*

**Vraag 4:**

In de bezuinigingen wordt het gemeentelijk initiatief Thuis in Maastricht niet gekort op haar 2 ton inkomsten. Vraag: Bent u niet van mening dat door de focus te leggen op een door de gemeente aangestuurde website genaamd "Thuis in Maastricht" en het wegbezuinigen van RTV Maastricht, u zorgt voor een sterke vershraling van de journalistiek en het op termijn grotendeels ontbreken van een politieke waakhond binnen de gemeente?

**Antwoord 4:**

*Allereerst bedraagt de gemeentelijke bijdrage aan Thuis in Maastricht €87.000. Een vergelijking tussen TiM en RTV Maastricht is hier niet aan de orde omdat beiden een geheel andere functie vervullen: RTV Maastricht is een nieuwsmedium met een wettelijke taak; TiM is een participatieplatform. Het college is van mening dat, gelet op het voor lokale omroepen geldende richtsnoerbedrag, dat de lokale omroep na bezuiniging haar wettelijke opdracht voor realisering van een lokaal toereikend media-aanbod in essentie kan vervullen. (Zie ook het antwoord op vraag 1).*

**Vraag 5:**

<sup>1</sup> <https://www.gemeentemaastricht.nl/stad/wettelijke-publicaties/mediaonderzoek-2018>



DATUM  
25 augustus 2020

Stoppen met Thuis in Maastricht levert volgens de onderlegger een besparing op van bijna 90.000 euro. Vanwege een mogelijk spiegelen van bezuinigingen ligt het voor de hand om ervoor te zorgen dat het geen vergelijking wordt van appels en peren.

Vraag a: Wat zijn de werkelijke totale kosten van Thuis in Maastricht? Werkelijke kosten zoals die voor een bedrijf als RTV Maastricht ook gelden, bijvoorbeeld: de bruto personeelskosten (bruto jaarsalarissen, werkgeverslasten, opleidingskosten etc.), het aandeel huisvestingskosten, de bureaunkosten (inclusief de toerekening van diensten zoals o.a. bestuur, communicatie, automatisering/ICT, personeels- en salarisadministratie, accountancy, inrichting, onderhoud), alle kosten van uitbesteding zoals marketingkosten, tekstschrijvers, vloggers, inhuur zzp-ers, vervoerskosten?

Vraag b: huurt u voor Thuis in Maastricht ook externen in en voor welk bedrag?

**Antwoord 5:**

*Ook hier geldt allereerst de opmerking dat TiM en RTVM vergelijken, zoals u zelf aangeeft, appels met peren vergelijken is (zie antwoord 4). De kosten voor TiM (87.000 euro per jaar) betreffen materiële kosten, inclusief ontwikkeling en onderhoud van het digitale platform dat inderdaad door externen wordt gedaan.*

*TiM is een middel, geen doel op zichzelf. Het wordt dus ook door de afdeling communicatie gebruikt als een van de vele middelen om de Maastrichtenaren optimaal te bereiken, in een complete mediamix waarin ook de gemeentelijke website zit, de nieuwsbrief, de social media, de pagina in de VIA., de Kwiek, specifieke campagnes, folders, brochures, etc. Vaak worden specifieke berichten ook in verschillende media geplaatst om het bereik te vergroten (bijvoorbeeld een item in de nieuwsbrief komt ook op TiM en op FaceBook). We rekenen daarom geen uren toe aan specifieke communicatiemiddelen. Vandaar dat het antwoord op deze vraag niet zo specifiek te geven is voor wat betreft TiM.*

**Vraag 6:**

6. Thuis in Maastricht is, volgens de onderlegger pagina 15, "de plek waar bewoners elkaar ontmoeten en het geluid van de straat wordt gehoord".

Vraag a: Is RTV Maastricht gezien zijn opdracht vanuit de Mediawet niet een veel betere keuze om het bovenstaande (ontmoeting en gehoord worden) in beeld en geluid via haar kanalen te brengen. Denk bijvoorbeeld aan het nieuwe buurt- en wijk programma "Wie is 't in...", de programma's die zij opzetten i.s.m. het Elisabeth Strouven Fonds? De samenwerking met Trajekt?

Vraag b: Is het niet overdreven te stellen dat bewoners elkaar ontmoeten op een gemeentelijke site om zo de waarde van deze site op te hemelen?

**Antwoord 6:**

*Nogmaals: een vergelijking tussen Tim en RTV Maastricht is hier niet aan de orde omdat beiden een geheel andere functie vervullen: RTV Maastricht is een nieuwsmedium met een wettelijke taak; TiM is een participatieplatform. Het college is van mening dat, gelet op het voor lokale omroepen geldende richtsnoerbedrag, dat de lokale omroep na bezuiniging haar wettelijke opdracht voor realisering van een lokaal toereikend media-aanbod in essentie kan vervullen. (Zie ook het antwoord op vraag 1)*

**Vraag 7:**

Op Facebook heeft Thuis in Maastricht volgens eigen zeggen (pag. 15 onderlegger) "9.600 volgers die per maand 326.000 berichten lezen". Dat betekent dus dat ELKE volger gemiddeld meer dan 1 bericht per dag zou lezen. Thuis in Maastricht plaatst gemiddeld 1 tot 2 berichten per dag.

Vraag a: Gaat Thuis in Maastricht voorbij aan het feit dat niet alle volgers alle berichten lezen en daardoor het bereik aanzienlijk lager is dan hier geschetst?

Vraag b: Als je de rekenmethode zoals gebruikt door Thuis In Maastricht vergelijkt met de berekening die voor RTV Maastricht geldt: gemiddeld 5 berichten dagelijks plaatsen, 40.000 volgers



DATUM  
25 augustus 2020

die dan per maand 6 miljoen berichten lezen. Het twintigvoudige van Thuis In Maastricht, zou u dan niet tot een andere conclusie moeten komen?

**Antwoord 7:**

*Niet elke volger leest elk bericht, en veel volgers lezen er meer. Inmiddels heeft TiM 11.000 volgers en RTVM 21.000. Maar nogmaals: de koppeling tussen TiM en RTVM volgen wij niet en kijkcijfers zijn voor ons niet de belangrijkste afweging om RTVM te steunen, het gaat om de intrinsieke waarde en maatschappelijke betekenis. In lijn met de aanbevelingen van mevrouw Bakker "Mediamix Maastricht" waarbij Thuis in Maastricht de nieuwsfunctie loslaat en de participatiefunctie uitbouwt, gaan wij ervan uit dat zowel Thuis in Maastricht als RTV-Maastricht elkaar blijvend complementeren.*

**Vraag 8:**

8. In de onderlegger staat bij stoppen met Thuis in Maastricht dat er "mogelijk frictiekosten zijn". Thuis in Maastricht werkt toch veelal met zzp-ers?

Vraag a: wat zijn dan deze kosten?

Vraag b: hoeveel ambtenaren werken er voor het college o.g.v. communicatie/ bestuursadviseur en hoeveel salaris is dat bij elkaar? Zijn zij niet in staat om zo'n site van 2 gemeentelijke berichten per dag te voorzien?

**Antwoord 8:**

*a. Bij elke taakvermindering horen wij ons af te vragen of dat ook tot afbouw van de formatie moet leiden. En dus tot frictiekosten. Vandaar het woord 'mogelijk'. Frictiekosten zijn inderdaad alleen gekoppeld aan eigen personeel.*

*b. Er zijn 7 bestuurs- en communicatieadviseurs gekoppeld aan (tot voor kort) 7 bestuurders. Het is niet hun primaire taak om berichten op website(s) te plaatsen.*

Hoogachtend,

Namens het college van burgemeester en wethouders van Maastricht,  
de Burgemeester,

J.M. Penn-te Strake

Hoogachtend,

Namens het college van Burgemeester en Wethouders van Maastricht  
Wethouder Organisatie, Sociale Zaken, Ouderenbeleid en Cultuur,

Jim M. Janssen.

Vragen ex art. 47 RvO