



## Inleiding

De fusieorganisatie van de stichtingen Lokale Omroep&televisie (Omroep Helmond) en Ditsionzewish.nl-Helmond (Ditsionzewish) presenteert u hierbij het bedrijfsplan voor de periode 2019-2024. Het plan is een vervolg op het fusiedocument, dat we het gemeentebestuur op 29 september 2018 hebben toegestuurd.

We trokken na de eerste fase de conclusie, dat een fusie van Omroep Helmond en Ditsionzewish kansen biedt om de ambities van de stad mede te realiseren. Onze vrijwilligers vertellen immers het verhaal van Helmond en versterken daarmee de communicatie over en in de stad én bevorderen daarmee mede de sociale binding tussen bewoners, organisaties en bedrijven.

We schreven toen, dat een gefuseerde organisatie bij een structurele financiële jaarlijkse basissubsidie van de gemeente Helmond, kansen ziet de vrijwilligers professioneel te ondersteunen waardoor we in staat zijn voor inwoners, bedrijven en organisaties in Helmond vanaf 2020 de missie waar te maken:

(NAAM) is hét onafhankelijke multimedialplatform van Helmond, dat iedereen die interesse heeft in Helmond op betrouwbare wijze informeert en verbindt door inzet van radio, TV, website en social media en bevordert actieve deelname aan het platform door inwoners, organisaties, bedrijven en gemeente Helmond.

In bijgaand bedrijfsplan werken we deze missie verder uit. De nadere uitwerking, die mede tot stand is gekomen door gesprekken met experts, heeft ons gesterkt in de conclusie dat we voor Helmond en inwoners van nog grotere betekenis kunnen zijn als we de huidige organisaties met uitsluitend vrijwilligers gaan uitbreiden met een beperkt aantal betaalde professionals.

In het plan zijn twee scenario's beschreven, ieder met een helder overzicht van het aanbod en de financiële consequenties. Het biedt de gemeenteraad van Helmond de mogelijkheid het debat te voeren over de betekenis en de verwachtingen van een omroep voor alle inwoners van Helmond en andere belangstellenden. De licentieperiode voor de omroep van 2020 t/m 2024 hebben we als basis genomen voor de looptijd van het plan. We hebben ons daarbij gericht op de eisen van een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) zoals door de landelijke lokale publieke omroepen in 2013 in een convenant met de Vereniging van Gemeenten (VNG) zijn vastgesteld.

De samenvatting van het bedrijfsplan is zodanig geschreven dat het eigenstandig gelezen kan worden. Door de verwijzing naar de hoofdstukken in het Bedrijfsplan kan de nadere uitwerking, de verdieping, indien gewenst gemakkelijk gevonden worden.

Tijdens ons proces zijn er uiteraard vele vragen aan bod gekomen en zijn meerdere scenario's besproken. Scenario's die waarschijnlijk ook tijdens een debat in de gemeenteraad aan bod komen. Om die reden hebben we voorafgaande aan de samenvatting en het bedrijfsplan een paragraaf gewijd aan ons denk- en werkproces, de afwegingen die we daarbij hebben gemaakt en de uitgangspunten die we tot vertrekpunt hebben genomen voor het plan.



---

## Vooraf

### **Ons denk- en werkproces. Wat ging er vooraf aan het bedrijfsplan? Onze afwegingen, keuzes en uitgangspunten.**

We zijn gestart op verzoek van de voormalige wethouder van cultuur en vanuit de huidige positie van twee organisaties waarvan de een als omroep op alle mediakanalen uitzendt en de ander gespecialiseerd is op social media. Aanleiding voor het verzoek van de wethouder was de vraag naar subsidie van Ditisonzewijk en de vraag van Omroep Helmond om met extra subsidie de organisatie te kunnen professionaliseren. Het gemeentebestuur heeft vervolgens een budget beschikbaar gesteld om de samenwerking te onderzoeken en tot een gemeenschappelijk plan voor een omroep te komen.

We zijn in zomer 2018 aan de slag gegaan en stelden ons vooraf vragen zowel over doel en inhoud als over de uitgangspunten voor de bedrijfsvoering en financiën.

### **Doel en inhoud.**

Hoe ontwikkelt de omgeving zich en wat betekent dat voor onze manier van werken en gebruik van media? Welke media hebben we nodig om alle doelgroepen te bereiken? Hoe verhoudt zich dat tot de Mediawet en de afspraken van de lokale omroepen met de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG)? Is de televisie nog wel nodig bijvoorbeeld? Bieden we toegevoegde waarde aan hetgeen aanwezig is in de stad? Maken we voldoende gebruik van alle nieuwe technieken? Zijn we innovatief genoeg? Leveren we kwaliteit en kunnen we onze afspraken nakomen c.q. continuïteit waarborgen? Zijn we onderscheidend genoeg in vergelijking met anderen in de stad? Etc.

Al dit soort vragen brachten ons tot de **keuze** voor een omroep voor de stad Helmond: internet, radio, televisie.

Een Helmondse omroep is:

- onafhankelijk in berichtgeving en journalistieke duiding. Een breed samengestelde, voor Helmond representatieve Programmaraad (een wettelijke vereist Programma Beleidsbepalend Orgaan PBO) ziet er op toe.
- zonder winstoogmerk.
- onderscheidend. Een gemeenteraad kan slechts één organisatie steunen om een omroeplicentie aan te vragen bij het Commissariaat voor de Media. Deze lokale omroeporganisatie onderscheidt zich dan van andere partijen in de stad, omdat zij zich moeten houden aan de mediawet waaronder de reclamecodes en het bieden van nieuws op alle media. Alleen dan is het onderscheidend en ontstaat er geen oneerlijke concurrentie met andere aanbieders.
- dienstverlenend en biedt alle organisaties, ook commerciële organisaties, een platform waar ze betaald en/of onbetaald Helmonders, of specifieke groepen daarbinnen, kunnen bereiken.
- bereikbaar voor iedereen, omdat alle media worden ingezet. Vanuit sociaal oogpunt een gewenste situatie, omdat dan iedereen toegang heeft en kan mee doen.

### **De keuze voor een omroep.**

De keuze voor een omroep in de stad is een keuze van de gemeenteraad en heeft de verplichting alle media (internet, radio en televisie) in te zetten.

Iedere vijf jaar dient een licentie aangevraagd te worden bij het Commissariaat voor de Media, waarbij de gemeente een adviserende bevoegdheid heeft.

Voor Omroep Helmond gaat in 2020 een nieuwe concessieperiode in.



## Belangrijk artikel in Mediawet. Artikel 2.170b

- **1** Het college van burgemeester en wethouders zorgt voor de bekostiging van het functioneren van de lokale publieke media-instelling als de gemeenteraad een advies als bedoeld in artikel 2.61, derde lid heeft uitgebracht en daarbij positief heeft geadviseerd over de vraag of de instelling voldoet aan de eis, bedoeld in artikel 2.61, tweede lid, onderdeel c.
- **2** De bekostiging betreft vergoeding van de kosten die rechtstreeks verband houden met het verzorgen van de lokale publieke mediadienst, voor zover die kosten niet op andere wijze zijn gedekt, op zodanige wijze dat op lokaal niveau in een toereikend media-aanbod kan worden voorzien en continuïteit van bekostiging is gewaarborgd.

In de Mediawet is dus bepaald, dat de lokale omroepen een Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) dienen te verzorgen. Niet duidelijk omschreven is wat dit precies inhoudt. De vereniging Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) heeft daarom met de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) nadere afspraken gemaakt over de algemene uitgangspunten van LTMA en tevens kwaliteitscriteria vastgesteld. De afspraken zijn vastgelegd en uitgewerkt in een convenant in 2013. Centraal in het Lokaal Toereikend Media-Aanbod staat een professioneel aangestuurde en goed zichtbare lokale omroep, functionerend in de directe woon- en leefomgeving van burgers. Van de lokale omroep wordt een continu aanbod verwacht van informatieve en opiniërende kwaliteitsprogramma's op radio en tv (informatief, educatief en cultureel), een actuele website met nieuws en levendige aanwezigheid op sociale media. De kwaliteitscriteria hebben onder andere betrekking op het soort content, de technische kwaliteit van de producties en uitzendingen, de distributie en het bereik. De criteria voor LTMA zijn vastgesteld en vertaald in een keurmerk. Om een Lokaal Toereikend Media-Aanbod aan te kunnen bieden is er een minimaal normbudget vastgesteld dat een lokale omroep nodig heeft om te kunnen voldoen aan de bijbehorende kwaliteitseisen. Dit normbudget ligt hoger dan de huidige norm per huishouden. Landelijk voert men politiek discussie over verhoging van de verplichte norm voor zowel landelijke als gemeentelijke overheid.

### **Bedrijfsvoering en financiën.**

Omroep Helmond kent momenteel een jaarlijkse subsidie van € 70.000,--. Dit is onzeker, want er is geen subsidie van de gemeente Helmond. Eigen inkomsten zijn bij beide organisaties ca € 60.000,-- per jaar.

Wij vroegen ons o.a. af: kunnen we voldoen aan de eisen van LTMA? Kunnen we bij samen voegen betere kwaliteit leveren? Waar liggen nu de problemen om te zorgen voor een goede kwaliteit en continuïteit? Kunnen we efficiënter en goedkoper werken samen? Zijn nieuwe technieken bruikbaar en financieel betaalbaar en haalbaar? Is het schrappen van media zoals televisie goedkoper?

Deze discussie bracht ons tot een aantal **uitgangspunten** voor het bedrijfsplan.

- We willen een omroep zijn en dus zullen we aan alle criteria daarvoor moeten voldoen. Dat betekent uitzenden op alle media: internet radio én televisie. We hebben daarin wet- en regelgeving te volgen.
- We willen een gezonde bedrijfsvoering. Dat betekent volgens ons o.a.:
  - o voldoende middelen om met de tijd, de nieuwe technieken, mee te gaan. Zo vinden we, dat we in 2019 een Helmond- app zouden moeten toevoegen aan het aanbod met directe ontsluiting naar al het andere aanbod;



- voldoende middelen om scholing van vrijwilligers, vervanging van inventaris etc. uit de eigen exploitatie te halen;
  - adequate huisvesting vanuit één goed bereikbare werklocatie (elke dag, ook 's avonds en op feestdagen) in de stad.
  - met de gemeente een langjarige afspraak die gelijk loopt aan de licentieperiode. Met uiteraard wel jaarlijks een tussenevaluatie en beoordeling van resultaten die moeten voldoen aan de vooraf gemaakte (jaar)afspraken .
- Ons minimale scenario zoals we dat in het bijgaand bedrijfsplan beschrijven is bepaald op basis van twee uitgangspunten:
- Het verwerven van voldoende eigen inkomsten. Tot op welk minimumniveau qua aanbod zijn we nog interessant voor partijen die ons willen betalen om onze luisteraars, kijkers, gebruikers te bereiken? Zend je iedere dag uit op radio en tv of bijvoorbeeld alleen in het weekend? Om voldoende eigen inkomsten te verwerven is het nodig regelmatig, frequent met content op een professioneel niveau uit te zenden. De mensen moeten je immers kennen en er op kunnen vertrouwen dat je de afspraken nakomt. Er is ook een ondergrens v.w.b. het aantal uren dat dagelijks beschikbaar is voor het brengen van informatie en achtergrondnieuws. Als je onvoldoende professionele kwaliteit levert en/of niet actueel en snel bent zullen gebruikers afhaken en zal de toegevoegde waarde van de omroep dalen en het aandeel eigen inkomsten daarmee nog sneller.
  - De kwaliteit die we willen leveren en de continuïteit die we willen waarborgen als bestuurders. Zowel Omroep Helmond als Ditisonzewijk zijn momenteel zeer kwetsbaar. Er is nauwelijks professionele ondersteuning. Om kwaliteit te kunnen leveren is algemene coördinatie en redactie nodig door betaalde medewerkers.

De minimale opzet is daarmee geworden: het huidige aanbod aan producten, diensten en frequentie van beide te fuseren stichtingen, maar met een hogere kwaliteit en borging van continuïteit door de inzet van betaalde formatie (2 x 0,8 fte). Een lagere formatieomvang is niet mogelijk, omdat we 7 dagen per week willen kunnen reageren op ontwikkelingen in Helmond en er voldoende inzet moet zijn voor het dragen van de journalistieke en coördinerende verantwoordelijkheden en de verwerving van eigen inkomsten.

- Het gewenste scenario is veel uitgebreider qua producten, diensten en vooral frequentie . In dit scenario kunnen we ook de eisen die gesteld worden aan het LTMA beter nastreven en kunnen met grotere zekerheid dan in het minimale scenario eigen inkomsten verworven worden. We hebben in dit scenario gebruik gemaakt van de kennis en ervaringen van omroepen in vergelijkbare steden.



---

**Bedrijfsplan omroep (NAAM)**  
Ontstaan uit de fusie van Ditsionzewish-Helmond en Omroep Helmond  
2019-2024

**Samen het verhaal van Helmond vertellen**



7 februari 2019



---

## Inhoudsopgave

### Samenvatting

### Bedrijfsplan

1. Medialandschap
  - 1.1 Landelijk
  - 1.2 Regionaal
  - 1.3 Lokaal
  - 1.4 De situatie van Helmond in het lokale medialandschap
  
2. Analyse van de omgeving
  - 2.1 Externe analyse
  - 2.2 Interne analyse
  - 2.3 SWOT analyse
  
3. Visie en Missie
  
4. Het strategisch bedrijfsplan
  - 4.1 Besturingsfilosofie
  - 4.2 Activiteiten en programma-model
  
5. Tjddpad 2019
6. Marketing, klantwaarden en waardepropositie
7. De samenwerking met derden
8. Opzet en werkwijze van de organisatie
9. Financiën. Begrotingen scenario's.

### Bijlagen:

1. Overzicht producten, diensten en frequente in minimaal en gewenst scenario
2. Berekening eenmalige subsidie 2019
3. Benchmark vergelijkbare steden
4. Kamerbrief minster aan Tweede Kamer over Lokale Publieke Omroepen d.d. 26-06-18
5. Lijst met afkortingen
6. Lijst met geconsulteerde personen en organisaties.





---

## **Samenvatting: “Samen het verhaal van Helmond vertellen”.**

### **0.1. Waarom voor Helmonders een omroep?**

Missie:

(naam) is hét onafhankelijke multimediatplatform van Helmond, dat iedereen die interesse heeft in Helmond op betrouwbare wijze informeert en verbindt door inzet van radio, TV, website en social media en bevordert actieve deelname aan het platform door inwoners, organisaties, bedrijven en gemeente Helmond.

Hoofdtaken van onze lokale omroep zijn:

- brengen van lokaal nieuws en daarmee het bevorderen van de communicatie en sociale cohesie tussen inwoners, bedrijven en organisatie (“Helmonders kennen elkaar”).
- bieden van een laagdrempelig, gemakkelijk toegankelijk platform aan inwoners, bedrijven, instellingen en verenigingen om elkaar te informeren (“Helmonders vinden elkaar”);
- het geven van journalistieke duiding aan het nieuws in en uit Helmond o.a. door achtergrond nieuwsuitzendingen, live uitzendingen en documentaires. Versterken van de lokale democratie door de betrokkenheid van de burger te vergroten bij de stad en de lokale politiek (“Helmonders zijn betrokken en discussiëren met elkaar”).
- Het toevoegen van economische waarde. Sterke lokale journalistiek kan een positieve bijdrage leveren aan de beleving van inwoners (“Helmonders zijn trots op hun stad”) en de profilering en marketing van de stad Helmond

Onderscheidende kenmerken van de lokale omroep:

- Onafhankelijk lokaal multimediatplatform . We houden ons aan de mediawet en de reclamecodes.
- Volledig platform door inzet van alle media, alle kanalen. Alle Helmonders worden hiermee op maat bediend en kunnen eigen keuzes maken.
- Vrijwilligersorganisatie. Met, voor en door Helmonders. Het samen uitvoeren van alle activiteiten met zoveel mogelijk vrijwilligers, verenigingen, organisaties en bedrijven. Helmonders (“ Helmonders werken samen en zetten talenten in”) ondersteund door een beperkt aantal betaalde professionals.
- Organisatie zonder winstoogmerk. Opbrengsten komen ten goede aan kwalitatief beter en frequenter produceren.

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstukken 1, 2 en 3.

### **0.2. “Heel Helmond binnen handbereik”. Wat betekent de keuze voor een omroep in Helmond?**

- De omroep is via alle mediakanalen overal en altijd voor Helmonders en anderen die interesse hebben voor Helmond, te bereiken. Dit realiseren we door op een actieve, continu actuele en eenvoudig hanteerbare manier nieuwsfeiten te melden en een verbinding te leggen naar allerlei achterliggende content op diverse mediakanalen. In deze digitale tijd in onze Digitale Stad zou momenteel een Helmond-app op de smartphone de meest actuele manier van werken zijn.



- De omroep werkt via alle mediakanalen
  - o Telefoon (smartphone)
  - o Internet
  - o Radio
  - o Televisie
  
- De omroep wil zoveel als mogelijk alle Helmonders betrekken, door :
  - o vrijwilligers in te zetten die content verzamelen, posten, nieuws journalistiek duiden, evenementen verslaan e.d.
  - o een platform op stad- en wijkniveau te bieden waar commerciële en niet commerciële partijen (verenigingen stichtingen, bedrijven, instellingen, gemeente, politieke partijen etc.) Helmonders kunnen bereiken door eigen content te kunnen plaatsen.
  - o de jongeren betrekken bij hetgeen in Helmond gebeurt o.a. door in het onderwijs met hen, content te verzamelen en producties te maken.

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstukken 1, 2 en 4.

### **0.3. “Samen krachtiger”. Wat biedt een fusie van Omroep Helmond en Ditisonzewijk meer dan de huidige situatie?**

- Meer professionaliteit = meer kwaliteit van werken.
  - o Bij de tijd en snel. Altijd, overal op alle mediakanalen.
  - o Vrijwilligers kunnen en willen enorm veel en zijn de basis van onze organisatie. In de nieuwe omroep krijgen ze professionele coördinatie en redactie om samen de kwaliteit te leveren die je van een omroep in een stad als Helmond zou mogen verwachten.
  - o Stagiaires en mensen op een leerwerkplek kunnen van grote betekenis zijn, maar om wederzijds succesvol te kunnen zijn krijgen ze bij de nieuwe organisatie professionele leiding .
  - o Voor goede kwaliteit zijn adequate materialen nodig. De omroep vraagt een eenmalige investering voor materialen , die vervolgens door een gezonde bedrijfsvoering op orde gehouden worden door o.a. in een systematiek van afschrijvingen tijdig geld beschikbaar te hebben voor vervangingen.
- Meer journalistieke duiding van het nieuws. Een lokale omroep vervult een belangrijke taak in het betrekken van burgers bij samenleving en politiek. Met een professionele redactie kan de nieuwe omroep aan hogere journalistieke normen voldoen.
- Waarborging van continuïteit.

De nieuwe organisatie is niet meer uitsluitend afhankelijk van vrijwilligers, waardoor continuïteit van uitvoering geborgd kan worden.
- Meer en betere productie = meer kwaliteit op inhoud.

Om voor de Helmonders dé plek te zijn waar je alles over Helmond kunt vinden is de nieuwe omroep continu actief en actueel, is het platform waarmee Helmonders bereikbaar zijn dagelijks beschikbaar voor derden (commerciële en niet-commerciële partijen) en zijn er regelmatige uitzendingen met live-verslagen van evenementen, achtergrondnieuws en documentaires op internet, radio en televisie.

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstuk 4, 6 en 7.





#### **0.4. “Wat is er nodig om samen het verhaal van Helmond te vertellen?”: Wat betekent het voor de bedrijfsvoering en financiën?**

Een vrijwilligersorganisatie heeft professionele ondersteuning van betaalde krachten voor algemene zaken (accent op coördinatie inzet vrijwilligers en acquisitie) en voor journalistieke redactie (accent op inhoudelijke aansturing vrijwilligers). Daarvoor is een jaarlijkse structurele subsidie nodig van de gemeente Helmond.

- Een huisvestingslocatie met de volgende eisen:
  - o Ruimte waar de vrijwilligers met elkaar een “thuishonk” hebben.
  - o Werkruimte voor 2 -4 professionele krachten.
  - o Ruimte met faciliteiten voor montage en productie o.a. interviews
  - o Het gebouw (we gaan uit van onderdeel van een verzamelgebouw) is representatief om gasten te kunnen ontvangen. In het gebouw bestaat de mogelijkheid om ‘grote’ bijeenkomsten te organiseren en te filmen.
  - o Eenvoudig toegankelijk met openbaar vervoer.

Passende opties zijn bijvoorbeeld het aanhaken bij de bibliotheek, plan De Braak of in combinatie met partijen zoals Helmond Marketing, LEV groep of in de stad aanwezige bedrijfsverzamelgebouwen of wijkcentra.

- Er wordt naast een basis van een structurele subsidie een eenmalig startsubsidie gevraagd voor het inrichten van een montageruimte en equipment voor, de vrijwilligers, de nieuwe medewerkers (PC's en software, mobiele camera's, statieven, etc.). (bijlage 2)

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstukken 8 en 9.

#### **0.5. “Hoe gaan we het realiseren in Helmond”?**

##### **0.5.1. Het bedrijfsplan.**

Het bedrijfsplan is een stappenplan voor ruim vier jaar met een startperiode van een half jaar in 2019 en eind 2023 de gewenste streefsituatie. We sluiten met deze aanpak aan bij de nieuwe licentieperiode van de huidige omroep, zijnde 2020 t/m 2024.

We schetsen in ons bedrijfsplan een gewenst scenario, dat wat ons betreft de stad Helmond verdient en past bij de stedelijke ambities. Daarnaast is ook een minimaal scenario opgenomen waarbij het beperkte aanbod van de huidige situatie het vertrekpunt is.

In de gewenste situatie is goed gekeken naar vergelijkbare steden en hebben we ingeschat wat nodig is om een eigentijdse omroep te zijn binnen de mogelijkheden van onze eigen stad. We leggen hiermee een realistische voorstel neer. Sprekend met de woorden uit de bijeenkomst van Kunstlokaal 42 in november jl: “per jaar nog geen pilsje per inwoner”.

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstuk 9.

##### **0.5.2. Gewenst scenario.**

In dit scenario is een jaarlijkse structurele gemeentelijke subsidie van € 225.000,-- gewenst en een eigen omzet van diensten en activiteiten van minimaal € 225.000,-- . Met in 2023 een professionele bezettingsomvang van 3 fte en voldoende financiële middelen om apparatuur bij de tijd te houden staat de omroep borg voor continuïteit, kwaliteit en een gegarandeerde productie van nieuwsberichten op alle media op alle werkdagen. Door op alle werkdagen en op



alle kanalen eigen nieuws te brengen is (NAAM) een omroep, die voldoet aan de vraag van veel Helmonders en hun organisaties, verenigingen, bedrijven en instellingen. Het gewenste scenario is daarmee veel uitgebreider qua aanbod, meer journalistiek en met een betere kwaliteit dan de huidige situatie van Ditisonzewijk en Omroep Helmond tezamen.

Als de eigen inkomsten toenemen boven de € 225.000,-- zal dat ingezet worden voor een hogere frequentie van activiteiten en/of kwaliteitsverbetering. De organisatie heeft geen winstoogmerk en zet de alle middelen in t.b.v. deze productie en diensten.

### **0.5.3. Minimale scenario**

Dit scenario is de ondergrens waarmee we nog garant kunnen staan voor kwaliteit en continuïteit van een omroep in Helmond voor alle Helmonders en op alle media: internet, radio en televisie. In deze variant is er een jaarlijkse structurele gemeentelijke subsidie van € 150.000,-- een eigen omzet van diensten en activiteiten van € 170.000,-- met een professionele bezettingsomvang van 1,6 fte. In deze opzet is er een basale lokale omroep. Qua producten en diensten blijft het aanbod vergelijkbaar met de activiteiten van de huidige Omroep Helmond en Ditisonzewijk tezamen, maar door de betaalde professionele ondersteuning en de betere apparatuur wel met meer kwaliteit en garantie voor continuïteit.

Als de eigen inkomsten toenemen boven de € 170.000,-- zijn, zal dat ingezet worden voor een hogere frequentie van activiteiten en/of kwaliteitsverbetering. De organisatie heeft geen winstoogmerk en zet de alle middelen in t.b.v. de productie en diensten. Het kunnen verwerven van een extra hoge omzet aan activiteiten en diensten is echter in dit scenario een risico, omdat verwerven in hoge mate afhankelijk is van frequentie van productie op diverse mediakanalen. En juist dat is in dit scenario beperkt.

Voor uitgebreide informatie over dit onderwerp zie hoofdstuk 9.

### **0.5.4. Eenmalige subsidie 2019.**

Om een succesvolle start van de nieuwe omroep per 1 januari 2020 mogelijk te maken is in tweede helft 2019 eenmalige subsidie nodig vervanging van het sterk verouderd materiaal (bijlage 2 overzicht).

### **0.5.5. “Wat levert de omroep aan Helmond”?**

Wat krijgen we voor deze jaarlijkse subsidie? Welke prestaties levert de omroep?

In bijlage 1 is een helder, concreet overzicht van producten en diensten opgenomen en zijn de verschillen zichtbaar tussen het minimale en het gewenste scenario.



## 1. Het medialandschap in Nederland

### 1.1. Het veranderende medialandschap op landelijk, provinciaal en lokaal niveau.

#### 1.1.1. Landelijk

Er zijn veel maatschappelijke en sociale ontwikkelingen die van grote invloed zijn op het medialandschap. De nieuws- en informatievoorziening wordt al jaar en dag vorm gegeven via radio, tv en de krant. Voor het vinden van nieuws en andere informatie verschuift het kijk en luistergedrag van de burger steeds meer van radio, tv en krant naar de mogelijkheden die computer, tablet en mobiele telefoon in zich hebben. Het succes van Ditsonzewijk is daar een goed voorbeeld van. Het digitale gebruik door de burger neemt nog steeds enorm toe. Deze verschuiving wordt mede veroorzaakt door de enorme populariteit van het maken van en het kijken naar korte filmpjes/video's en deze uploaden naar online platforms (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, enz.). Het kijken naar filmpjes/video's op andere apparaten dan de tv vertoont een exponentiële groei. De videoconsumptie op mobiele apparatuur stijgt ook fors. Ruim meer dan de helft, bij Ditsonzewijk en Omroep Helmond samen (NAAM) zelfs meer dan 80%, van alle online video's wordt op een mobiel device bekeken. Met name smartphones zijn populair, video's worden vier keer meer op mobiele telefoons bekeken dan op tablets. Ook de informatie en communicatie via social media stijgt nog steeds.

#### 1.1.2. Regionaal

Praktijk en onderzoek hebben uitgewezen, dat commerciële partijen zoals regionale dagbladen zich steeds verder terugtrekken uit de dorpen en wijken en meer grote gebieden, vaak een hele provincie, bestrijken. Regionale omroepen zoals Omroep Brabant richten zich meer op de grotere steden in hun gebied en staan vaak ver weg van de lokale praktijk in een wijk of dorp. Nieuwe commerciële en particuliere media kunnen noch online noch offline op eenzelfde kwalitatief niveau deze leemte opvullen. Politici geven steeds vaker aan, dat het gebrek aan lokale journalisten een groot risico is voor de betrokkenheid van inwoners bij hun directe omgeving. Het leidt tot minder interesse in de plaatselijke politiek en is daarmee een risico voor ons democratische bestel.

*Minister van basis- en voortgezet onderwijs en media, de heer A.Slob, in zijn brief aan de tweede Kamer dd 25 juni 2018:*

"Lokale publieke omroepen informeren u en mij over het beleid van onze gemeenten. Zij doen echter meer. De omroepen bieden ook een podium voor lokale cultuur en sport. Creatieve makers en journalisten uit onze directe omgeving vertellen de verhalen uit ons dagelijks leven, vanuit de plaatsen waar wij elke dag wonen, werken en leven. Daarmee dragen omroepen bij aan gemeenschapszin en sociale betrokkenheid.

Ook acht ik de controlerende functie van lokale omroepen van belang. Het is belangrijk dat er journalisten zijn die lokaal beleid controleren, tegels lichten en problemen aan de kaak stellen. Kwesties die wellicht over het hoofd worden gezien door regionale of landelijke media, maar er wel degelijk toe doen voor inwoners. Dit belang neemt toe nu gemeenten door de decentralisaties meer verantwoordelijkheden hebben gekregen"



### **1.1.3. Lokaal**

Door de schaalvergroting van de persgroepen staat de lokale journalistiek onder grote druk. In sommige gemeenten is deze nagenoeg of geheel verdwenen. Zeker nu de landelijke overheid veel taken aan de gemeente geeft is het van belang dat gecontroleerd wordt "of het allemaal wel klopt". De welbekende waakhond van de democratie is er op lokaal niveau bijna niet meer.

Uit een studie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek over de "Nieuwsvoorziening in de regio" (2014) blijkt dat veel lokale omroepen louter met vrijwilligers werken, omdat door gebrek aan financiële middelen de noodzakelijke professionele sturing en begeleiding ontbreekt. Gemeenten investeren vaak meer in eigen communicatiekanalen dan in de lokale omroepen. Er is een vicieuze cirkel ontstaan met over en weer slecht afgestemde verwachtingspatronen. Immers door gebrek aan geld is er bij de omroep gebrek aan continuïteit en professionaliteit en is de gemeente minder tevreden en vervolgens nog minder geneigd te investeren. De omroep kan daardoor weer niet groeien in kwaliteit en de gemeente maakt de cirkel rond door, vanwege gebrek aan kwaliteit bij de omroep, te kiezen voor meer inzet op de eigen communicatiekanalen.

Vanuit democratisch oogpunt is dit geen gewenste situatie, omdat onafhankelijke journalistieke duiding van de gemeentelijke politiek op lokaal niveau daarmee volledig verdwijnt.

De lokale omroepen zijn vanwege bovenstaande veranderingen in de mediawereld de laatste jaren sterk in beweging gekomen. De Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON) ijvert samen met de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) voor een kwaliteitsslag van het publieke omroepbestel.

Op basis van die gewenste kwaliteitsverbetering zoals omschreven in het Lokaal Toereikend Media Aanbod1(LTMA) hebben de leden van de OLON in mei 2015 gekozen om de Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) op te richten om daarmee naast de OLON- verenigingsstructuur de technische, facilitaire en administratieve ontwikkelingen te versnellen.

Naast allerlei collectieve zaken houdt de NLPO zich bezig met het opstellen van een keurmerk waarbij uitgegaan wordt van de eisen die beschreven zijn bij dat LTMA.

Er is vooralsnog becijferd dat jaarlijks €64 miljoen nodig is, waarvan de helft, €32 miljoen, afkomstig zou moeten zijn van de verschillende overheden en dus niet alleen van de gemeenten in Nederland. OLON pleit voor streekomroepen, omdat de ambitie van de lokale publieke omroep in de huidige kleinschaligheid niet te verwezenlijken is.

Voor de omroep in Helmond betekent dit, dat naast de samenwerking in de stad deze ook gezocht zal worden met de omliggende omroepen in de Peel (Siris en Deurne Media Groep) om samen zo doelmatig mogelijk te kunnen blijven opereren.

### **1.2. De situatie van Helmond in het lokale medialandschap**

Het is de wens van de fusieorganisatie Ditisonzewijk/Omroep Helmond om in Helmond uit te groeien naar een omroep die zo georganiseerd is, dat ze haar mediataak aan kan. Zij hebben samen hiervoor voldoende kennis, maar nog niet de juiste kwaliteit, continuïteit en techniek in huis. Om die reden is het noodzakelijk vanaf 2019 extra financiële middelen in te zetten.

De belangrijkste vraag in deze is in welke mate de gemeenteraad van Helmond een sterke publieke zender wenst. Lokale omroepen vormen steeds vaker de enig overgebleven journalistieke, en dus onafhankelijke, waakhond van de lokale democratie. Lokale omroepen kunnen een betrouwbaar en professioneel netwerk voor burgerjournalistiek bieden. De nieuwe op te richten omroep kan dit voor Helmond zijn. Alle medewerkers zullen iedere dag weer aan een onafhankelijke en kritische nieuwsvoorziening over bestuurlijke en maatschappelijke onderwerpen werken, ook wanneer deze niet langer in het middelpunt van de belangstelling staan. Ze volgen de politieke agenda en attenderen burgers op vraagstukken die van lokaal belang zijn.



Na de fusie beschikt de organisatie (NAAM) over een automatiseringssysteem waardoor nieuws en actualiteiten crossmediaal via al haar kanalen (tv, radio, website en nieuwe media) aangeboden kan worden op alle niveaus in de gemeente.

Door dit alles ontstaat (NAAM) voor vele organisaties, verenigingen, stichtingen, bedrijven een uitstekend communicatieplatform. Voor de verschillende gemeentelijke afdelingen en natuurlijk ook voor alle eerder genoemde organisaties kan het platform ook gebruikt worden voor (een deel van) de eigen bestaande communicatiebehoefte.

Het media-aanbod van (NAAM) zal voldoen aan de wettelijke eisen die door het Commissariaat voor de Media gesteld worden en daarmee ook aan de ICE-norm en de productienorm zoals gesteld in de Mediawet.<sup>2</sup>

Conform de wettelijke bepalingen is (NAAM) een onafhankelijke en vrij van overheidsinvloeden opererende publieke mediadienst. Het media-aanbod wordt conform wetgeving gecontroleerd. Door de Programmaraad Helmond, die in Helmond de wettelijke taak invult van het Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO) en door het Commissariaat voor de Media zelf.

(NAAM) produceert programma's in eigen beheer en in samenwerking met partners, dan wel besteedt zij het maken hiervan uit aan derde partijen. (NAAM) blijft verantwoordelijk voor de redactionele voorbereiding, de samenstelling en heeft beslissingsbevoegdheid om wel of niet tot uitzending over te gaan.

Het maken van producties voor organisaties aangevuld met reclame en sponsoring, is een belangrijke bron van inkomsten. Het leidende principe bij het maken van producties, het uitzenden van reclame en aanvaarden van sponsoring, is de scheiding van programma-inhoud en de commercie conform wetgeving en vertaald in een redactiestatuut.

(NAAM) is een publieke omroep met een publieke verantwoordelijkheid en met een ondernemend karakter.

Relevante mediawetgeving op hoofdlijnen:

- Gebonden aan de regels in Mediawet en het Mediabesluit, bijvoorbeeld t.a.v. hoeveelheid en duur van reclame op radio en tv.
- Programmabeleid en reclame/sponsoring dienen strikt gescheiden te zijn.
- Voor alle media: reclame- of telewinkelboodschap moet als zodanig herkenbaar zijn.
- Voor alle media: tonen van producten en diensten is toegestaan mits het past binnen het programma, niet overdadig is en niet oproept tot koop of gebruik.
- Voor alle media: bij sponsoring dienen aan het begin of einde van het programma, sponsors op neutrale wijze vermeld te worden
- Nevenactiviteiten moeten verband houden met de publieke mediaopdracht, en kostendekkend en marktconform worden verricht; geen dienstbaarheid aan winst door derden
- Inkomsten nevenactiviteiten moeten gebruikt worden voor de uitvoering en/of verbetering van eigen activiteiten

---

<sup>2</sup> De ICE norm houdt in dat De Streekomroep minimaal 50% van haar zendtijd tussen 07:00 en 23:00 uur besteedt aan informatieve, cultuur, en educatieve programma's. Het gaat om lokaal nieuws welke gericht is op de inwoners van de streek. Het Commissariaat voor de Media controleert in hoeverre De Streekomroep vorm en inhoud geeft aan deze wettelijke norm.



## 2. De analyse van de omgeving

In onderstaande SWOT-analyse wordt aangegeven welke kansen en bedreigingen in de externe en in de interne omgeving zich voordoen voor de nieuwe fusieorganisatie. In de analyse wordt aangegeven in hoeverre de confrontatie ertoe leidt dat het goed (++), voldoende (+), onvoldoende (-) of slecht (--) uitpakt voor het mogelijk maken van de toekomstplannen van (NAAM) .

### 2.1. Externe analyse (omgevingsanalyse)

Omgevingsanalyse:

- Omroep Helmond is voor TV en radio in Helmond uniek;
- Ditsonzewijk is in Helmond de grootste op social media;
- Geprinte media heeft niet meer alleenrecht op informatievoorziening;
- Steeds meer behoefte aan maatwerk: kijken, luisteren en lezen op ieder gewenst tijdstip;
- Ontsluiting gemeentelijke informatie verloopt in Helmond momenteel voor een belangrijk deel via commerciële partijen;
- VNG en ministerie richten zich op streekomroepen; VNG, brancheorganisatie OLON, Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO), OC&W en Commissariaat voor de Media adviseren gemeenten om structureel in te zetten op omroepfaciliteiten; (NAAM) is voorstander van samenwerking met de omroepen in de Peel.
- Huidige structurele subsidie voor omroep Helmond blijft achter bij vergelijkbare steden, zoals Oss en Venlo.

### 2.2. Interne analyse

- Bij Omroep Helmond en Ditsonzewijk momenteel resp. 58 en 29 vrijwilligers waarvan resp. 45 en 22 actief (wekelijks) en 13 en 7 incidenteel.
- Groot potentieel van vrijwilligers, stagiaires en leer-werkplekken is aanwezig, maar kan door gebrek aan voldoende professionele coördinatie en begeleiding onvoldoende worden ingezet.
- Apparatuur, huisvesting, infrastructuur zijn sterk verouderd en kwetsbaar.
- Er zijn onvoldoende financiële middelen om te investeren en vervolgens op peil te houden.
- Gemis aan noodzakelijk aanwezige professionele aansturing voor continuïteit organisatie.

### 2.3. SWOT analyse

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veel enthousiaste en bevroegen vrijwilligers</li> <li>• Sterke zichtbaarheid in de stad</li> <li>• Digitaal sterk, inzet internet &amp; sociale media</li> <li>• Veel kijkers, luisteraars en volgers</li> <li>• Vernieuwend op social media. (Bij radio en tv beperkt)</li> <li>• Sociale gezicht (vrijwilligersorganisatie en ruimte voor participatie).</li> <li>• Waardering uit Helmondse samenleving</li> <li>• Wijkgericht</li> <li>• Positieve insteek bij informatievoorziening en nieuws</li> <li>• Onafhankelijke informatievoorziening</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beperkte financiële middelen</li> <li>• Gebrek aan stabiele basis voor betaalde krachten</li> <li>• Kwetsbaarheid en onbenut potentieel van vrijwilligers en stagiaires door gebrek aan continue professionele aansturing</li> <li>• Gebruik van verouderde apparatuur of privé apparatuur van vrijwilligers</li> <li>• Verspreid liggende huisvesting, ontbreken vaste "uitvalsbasis".</li> </ul>



<b>Kansen</b>	<b>Bedreigingen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• (NAAM) kan door het complete media-aanbod ambities van de stad mede mogelijk maken en heeft daardoor meer kans op structurele subsidie en dat leidt tot meer kans op:<ul style="list-style-type: none"><li>-Professionalisering organisatie en kwaliteit (journalistiek, diepgang)</li><li>-Andere geldstromen, betere financiën</li><li>-Betere apparatuur, huisvesting</li><li>-Meer nieuwe vrijwilligers</li><li>-Meer partnerschappen met Helmondse samenleving en bedrijfsleven</li><li>-Meer werkzaamheden voor derden cq meer kans op toename eigen inkomsten</li><li>-Meer draagvlak in de samenleving</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Meerdere partijen (commercieel en niet -commercieel) hebben digitale ambities</li><li>• Onvoldoende politiek draagvlak om (NAAM) structureel financieel te steunen (meerjaren subsidie).</li><li>• Verlies van huidige vrijwilligers in het fusieproces</li></ul>





### 3. Visie en missie van (NAAM)

#### 3.1. De bouwstenen van de visie

(NAAM) levert een betekenisvolle bijdrage aan de Helmondse samenleving en haar omgeving. We vertellen het “verhaal van Helmond” via internet en op radio en televisie. Wij bieden een onafhankelijk multimediatplatform en zijn door de onderlinge verbindingen die we leggen een dynamische communicatiepartner voor de inwoners en andere belanghebbenden in de stad Helmond. Wij brengen sociale, culturele, educatieve en regionale informatie op stad-en wijkniveau samen inclusief de journalistieke duiding van (achtergrond)nieuws over hetgeen in Helmond gebeurt. De programma’s worden gemaakt met inzet van vrijwilligers die professioneel worden ondersteund, waardoor de programma’s een professionele uitstraling hebben, met aandacht voor journalistieke kwaliteit en met kennis van de stad. De informatie verzamelen en verwerken onze vrijwilligers samen met de Helmonders waardoor we een belangrijke schakel zijn in de sociale binding in de stad. De betrokkenheid van inwoners en belanghebbenden bij de stad vergroten wij door verenigingen, organisaties, bedrijven, instellingen en de gemeente Helmond een multimediatplatform te bieden voor hun berichten, presentaties, nieuwe ontwikkelingen en activiteiten.

(NAAM) is zichtbaar en herkenbaar, met nieuws (en duiding daarvan) en informatie, afkomstig uit de wijken in de stad.

(NAAM) wil voorop lopen om de kijker, luisteraar en lezer goed op de hoogte te houden, in een tijd waarin terugkijken en online luisteren steeds belangrijker worden en ‘traditionele televisie en radio’ terrein verliezen. (NAAM) wil ondernemend zijn, continu op zoek naar verdienmodellen, die verder gaan dan de verkoop van advertenties, zonder zich te laten verleiden de noodzakelijk onafhankelijkheid uit het oog te verliezen.

Op termijn zal (NAAM) de gesprekken aangaan met Siris en Deurne Media Groep (DMG) om gezamenlijk te voldoen aan alle eisen voor een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LMTA) waardoor het in de toekomst mogelijk extra gelden van de landelijke overheid kan verwachten wanneer deze, zoals in het coalitieakkoord is meegenomen, daarover positief besluit. Gesprekken hierover tussen de ministeries van Binnenlandse zaken, Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG), OLON en NLPO zijn reeds gaande.

De visie van (NAAM) leidt tot vijf samenhangende bouwstenen die nodig zijn om de strategische doelen te realiseren.

#### 3.1.1. Crossmediaal onafhankelijk communicatieplatform zijn voor alle betrokkenen.

#### 3.1.2. Aanbod

(NAAM) biedt voor en in samenwerking met alle partners nieuws, achtergrondinformatie en aanvullende programma's over onderwerpen die spelen in de gemeente Helmond en daarbinnen de verschillende wijken. En dat via alle kanalen waarbij zo veel mogelijk de Helmonders zelf, bedrijven, stichtingen, instellingen, enz worden ingeschakeld. Door deze werkwijze wordt de lokale identiteit geborgd. Het totale aanbod bestaat uit zowel een live als een on-demand aanbod op alle mediakanalen (telefoon, tv, radio, internet, apps). Andere mogelijkheden, zoals narrowcasting<sup>3</sup> (zichtbaar op schermen in bijvoorbeeld bibliotheken, gemeentehuizen en andere openbare gelegenheden), delen van content op andere platforms/websites, dienen nog ontwikkeld te worden

---

<sup>3</sup> Narrowcasting: is een vorm van communicatie waarbij publiek op een bepaalde locatie wordt bereikt door middel van een beperkt netwerk van audiovisuele displays (televisieschermen).



en zijn vooral afhankelijk van de vraag in Helmond en het kunnen verwerven van voldoende financiële middelen.

(NAAM) signaleert, registreert en informeert over zaken welke onderwerp van beleving, meningsvorming of besluitvorming zijn binnen de gemeente of geeft anderen door middel van het communicatieplatform de mogelijkheden daartoe. Voor de gemeente kan de omroep een aanvulling zijn op haar informatie- en communicatiemix richting inwoners, bedrijven en organisaties. Alle partijen binnen de stad, verenigingen, bedrijven, wijkcentra, instellingen etc wordt, al dan niet tegen betaling, de mogelijkheid geboden het professionele communicatieplatform van (NAAM) te gebruiken als een communicatieplatform richting de verschillende doelgroepen.

### **3.1.3. Bijdrage leveren aan de sociaal maatschappelijke cohesie binnen de gemeenten**

(NAAM) staat op een (pro)actieve wijze midden in de samenleving. Die samenleving bestaat uit haar cultuurhistorische ontwikkeling, de tradities die hieruit zijn ontstaan, de voor de gemeente authentieke aspecten die zich laten zien in haar verschijningsvorm op alle zeven leefgebieden: wonen, werken, cultuur, sport, zorg, onderwijs en levensovertuiging. (NAAM) heeft zich de afgelopen jaren een goede positie verworven in relatie tot maatschappelijke organisaties en wil dat in de komende jaren verder uitbreiden.

### **3.1.4. Continue ontwikkeling van de medewerker/vrijwilliger en de organisatie**

Naast vrijwilligers en stagiairs is een professionele kern een noodzakelijk onderdeel van (NAAM). Het trainen, opleiden, coachen, etc. van de vrijwilliger is een essentieel onderdeel van de organisatie en staat in het teken van kunnen leveren van journalistieke, technische en/of ondersteunende vaardigheden. (NAAM) is daardoor hét beginstation voor medewerkers/vrijwilligers/stagiairs/mensen met afstand tot de arbeidsmarkt/mensen met een beperking, waar het gaat om een loopbaan in de media. Tevens kunnen mensen die hun carrière achter de rug hebben hun kennis, ervaring en vaardigheden ten dienste stellen van de gemeenschap.

Ook de NLPO kan hierbij ondersteunen. Zij bieden een training E-learning aan waarin omroepmedewerkers de basis principes van de journalistiek leren zoals het belang van een goede lokale nieuwsvoorziening, de nieuwsladder, hoor- en wederhoor, invalshoeken kiezen en een kritische houding.

(NAAM) werkt samen met het VO scholen in Helmond, ROC Ter AA en de scholen voor journalistiek in Utrecht en Tilburg. Naast het opzetten van gezamenlijke projecten geeft (NAAM) ook plaats aan stagiairs van deze onderwijsinstellingen. Voor alle instellingen is (NAAM) een erkende stageplaats. Met opleidingen voor voortgezet onderwijs, met name het Mediahuis (OMO scholengroep) en Jan van Brabant TV (Jan van Brabant College), wordt actief gezocht naar samenwerking waar het gaat over het samen maken van programma's met jongeren..

### **3.1.5. Creëren van een herkenbare cultuur**

De omroep wil de stem van de complete gemeente zijn.

Deze relevantie uit zich door een zelfstandige en vrije manier van werken, een wijze van onafhankelijke berichtgeving en een wijze van omgaan met alle doelgroepen en aansturing van de organisatie.

Ten behoeve van de gemeente wil (NAAM) op een onafhankelijke manier de verbinding faciliteren (cohesie verbeteren) tussen burgers onderling, burgers en overheid en de faciliteiten bieden om zowel lokale als streekgebonden identiteit vorm en inhoud geven.

Op termijn ontstaat hierdoor een herkenbaar "wij-gevoel", het dient "van ons" te zijn.



---

### 3.2. De missie van (NAAM)

De missie van de (NAAM) luidt:

**(NAAM) is hét onafhankelijke multimedialplatform van Helmond, dat iedereen die interesse heeft in Helmond op betrouwbare wijze informeert en verbindt door inzet van radio, TV, website en social media en bevordert actieve deelname aan het platform door inwoners, organisaties, bedrijven en gemeente Helmond.**



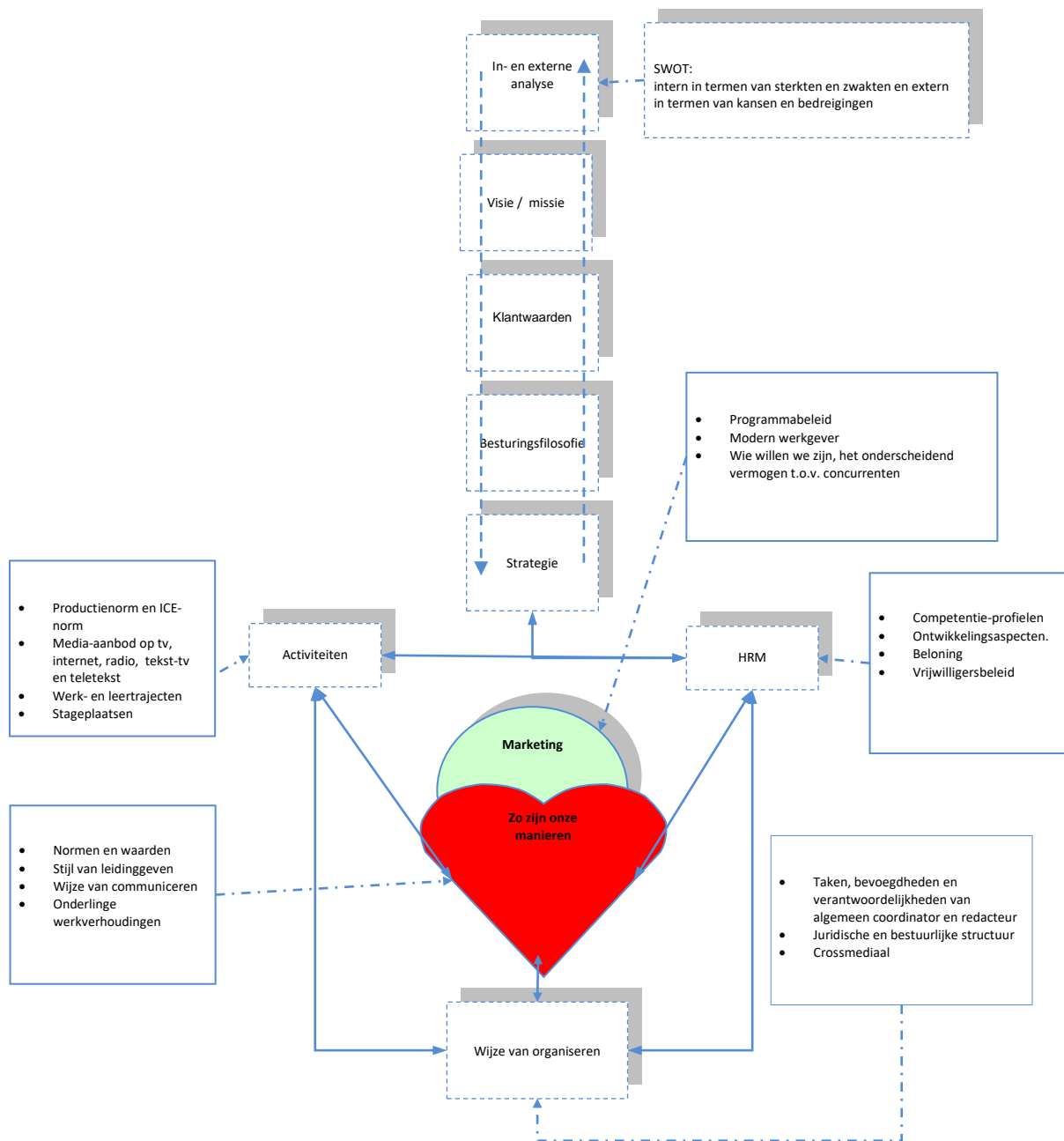
---

## 4. Het strategisch bedrijfsplan van (NAAM)

### 4.1. Besturingsfilosofie.

- (NAAM) blijft in de kern een vrijwilligersorganisatie, maar heeft een basis van enkele betaalde professionals waarmee continuïteit, kwaliteit en continue levering gegarandeerd kunnen worden.
- Bestuur (onbetaald) is gescheiden van operationele werkzaamheden (bestuur op afstand).
- Betaalde medewerkers leggen verantwoording af aan de algemeen coördinator. De algemeen coördinator aan het bestuur.
- Bestuur stelt de kaders vast.
- Onafhankelijke Programmaraad (Programma Beleidsbepalend Orgaan PBO) ziet toe op programma-inhoud en eisen mediawetgeving.

In onderstaande figuur wordt op strategisch niveau het totale bedrijfsplan weergegeven. De in het model weergegeven onderdelen zijn in dit bedrijfsplan in onderlinge samenhang beschreven.



## 4.2. Activiteiten en programmamodel

(NAAM) produceert voor de gehele gemeente een Lokaal Toereikend Media Aanbod LTMA met televisie, radio, tekst-tv, social media en haar app en website. Dit programma-aanbod zal tevens op uitzending gemist en YouTube worden aangeboden.

### 4.2.1 Het programmamodel

Het programma-aanbod van (NAAM) voldoet aan alle wettelijke eisen zoals beschreven in de Mediawet 2008 en wordt beleidsmatig gecontroleerd door de Programmaraad. Het programma-aanbod wordt geproduceerd door (NAAM) en derden, waaronder collega omroepen en andere samenwerkingspartners, waarmee een samenwerkingsovereenkomst is gesloten. Naast de programma's die voor de gehele gemeente van belang zijn krijgen items uit de verschillende wijken



een plaats binnen het programma-aanbod. In bijlage 1 wordt per onderscheiden medium het programma-format weergegeven. In het gewenste scenario is (NAAM) iedere werkdag op alle mediakanalen present. In het minimale scenario is dat veel beperkter. De distributie zal zo maximaal mogelijk geautomatiseerd worden, zodat iedere inwoner ons via radio en/of tv kan ontvangen. Alle samenwerkingspartners kunnen, indien hun techniek daarvoor geschikt is, via (NAAM) hierop aangesloten worden.

#### **4.2.2. Lokaal Toereikend Mediaaanbod LTMA**

Basis van de toekomstplannen is dat (NAAM) zo goed mogelijk wil voldoen aan de eisen van het LTMA om zich daarmee tot een toekomstbestendige omroep te kunnen ontwikkelen. Het LTMA stelt strakke eisen.

Lokale omroepen voorzien burgers van informatie over zaken die hun dagelijkse leefomgeving spelen. In de mediawet is vastgelegd dat het aanbod van lokale omroepen voor ten minste vijftig procent van de uitzendduur moet bestaan uit aanbod van informatieve, culturele en educatieve aard dat in het bijzonder betrekking heeft op de gemeente waarvoor het aanbod bestemd is (artikel 2.70). Om zijn publieke functie echt goed uit te kunnen voeren moet dit aanbod echter ook op alle platforms beschikbaar zijn en van goede kwaliteit zijn. Zeker in het licht van de veranderingen in mediagebruik van consumenten en de toegenomen concurrentie moeten lokale omroepen hun toegevoegde waarde kunnen bewijzen. Daarom hebben de NLPO en VNG in een convenant in 2013 vastgelegd wat minimaal verstaan moet worden onder een LTMA: aanbod dat gericht is op de omgeving waarin de mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen;

- aanbod dat voor iedereen in de gemeente bereikbaar en vindbaar is;
- aanbod dat beschikbaar is op alle relevante platforms;
- aanbod (audio, video, tekst en foto's) dat wordt gepubliceerd op ten minste de (lineaire, digitale) radiozenders en (lineaire, digitale) televisiekanalen bij alle must-carry pakketaanbieders, en via eigen internetkanalen, waaronder sociale media, mobiele apparaten;
- op alle kanalen en in alle mediatypen minimaal vijf dagen per week nieuws brengt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten.

Naast de inhoudelijke criteria voor het aanbod zijn er ook criteria voor de bedrijfsvoering en de organisatie, te weten:

- het aanbod komt tot stand door een professionele bedrijfsvoering;
- er is sprake van een optimale kruisbestuiving tussen professionals en vrijwilligers, c.q. betaalde en onbetaalde krachten.

#### **4.2.3. Technologische ontwikkelingen**

Het verder uitwerken van technologische mogelijkheden is van eminent belang voor de verdere ontwikkeling van mediaproducten en diensten voor de gehele gemeente. Dat vraagt eenmalig in 2019 of 2020 een kwaliteitsimpuls om de basis van materialen op orde te maken. Door een structurele meerjarige financiering kan vervolgens door gezonde bedrijfsvoering gezorgd worden dat tijdig aangesloten wordt bij nieuwe applicaties en technieken zoals HDTV en DAB+.

#### **4.2.4. Opzetten van nieuwe samenwerkingsvormen**

Er zal vorm gegeven worden aan uitbreiding van en nieuwe samenwerkingsvormen met zowel onderwijs, bedrijfsleven als (lokale) overheid en tevens met organisaties op het gebied van sport, welzijn, cultuur en levensovertuiging. Hierbij wordt in eerste instantie gedacht aan de volgende organisaties:



- 
- Kunstkwartier.
  - Bieb.
  - Speelhuis.
  - Senzer.
  - Zorginstellingen (zoals uitbreiding van de huidige faciliteiten voor live-streams in Ameide flat en Elkerliek ziekenhuis).
  - Onderwijs : ROC Ter AA VO-onderwijs, PO-onderwijs.
  - (Sport)verenigingen.





## 5. Het tijdpad 2019.

Bij een positieve besluitvorming in de gemeenteraad Helmond in voorjaar 2019 zal in 2019 worden voorzien in:

- Aanvragen nieuwe zendlicentie per 1 januari 2020
- Werven van twee professionals per 1-1-2020.
- Notariële oprichting van de nieuwe fusieorganisatie en opheffen beide bestaande stichtingen.
- Samenstellen nieuwe bestuur: 2 leden gekozen door huidige stichting Omroep Helmond, 2 leden gekozen door huidige stichting Ditisonzewijk en een nieuw te werven voorzitter uit Helmond.
- Diverse statuten en beleidsdocumenten:
  - o Statuten stichting
  - o Bestuursreglement, directiestatuut; redactiestatuut
  - o Programmabeleid (door Programmaraad)
  - o Vrijwilligersbeleid;
  - o P & O instrumenten: functiebeschrijvingen; werving en selectie; functioneren en beoordelen;



---

## 6. Marketing, klantwaarden en waarde proposities

### 6.1. Marketing

De gemeente Helmond met daarbinnen alle wijken vormen het primaire werkveld. Daarbinnen bevinden zich uiteenlopende doelgroepen.

(NAAM) wil in eerste instantie met extra financiële ondersteuning van de gemeente een app ontwikkelen waardoor het voor iedereen bereikbaar is en in 2023 zoveel als mogelijk voldoen aan de eisen van een lokaal toereikend media-aanbod LTMA voor de gemeente als geheel .

### 6.2. De klantwaarden

De klantwaarden vormen één van de bouwstenen van de visie. De klantwaarden zijn: respect, professionaliteit, kwaliteit, optimisme, midden in de samenleving en onafhankelijke toegankelijkheid. Essentieel bij de invulling van de klantwaarden is dat inwoners, bedrijven, verenigingen, instellingen en overheden (NAAM) ervaren als een publieke lokale media-instelling waar het media-aanbod over de verschillende leefgebieden wordt gemaakt en uitgezonden vanuit een onafhankelijke, journalistieke attitude.

### 6.3. Waarde proposities

#### *Product innovatie.*

De omroep onderscheidt zich door een programma-aanbod uit te zenden dat inhoudelijk sterk is en aansluit op de belevingswereld van de gemeente, de verschillende doelgroepen daarbinnen en de thema's die zich afspelen binnen de gemeentelijke overheid, bedrijven, verenigingen, instellingen, wijken en buurten.

Het media-aanbod onderscheidt zich doordat de inhoud van de programma's voortkomt uit de belevingswereld van de inwoners en de zeven leefgebieden (wonen, werken, zorg, onderwijs, levensovertuiging, sport en cultuur)<sup>4</sup>. De focus bij het (laten) produceren en uitzenden van nieuwsprogramma's ligt op het zoeken van aansluiting bij de belevingswereld van de verschillende doelgroepen. (NAAM) wil door goed en slim georganiseerd te zijn, een crossmediaal product leveren dat past bij de gemeente Helmond. Het wil vooropgaan lopen, initiatief tonen, een voldoende LTMA nastreven voor alle burgers van de gemeente, dus ook op wijk niveau.

#### *Efficiënte organisatie*

De interne processen en de administratieve organisatie ondersteunen het productieproces. De content van de programma's wordt gecontroleerd door het orgaan dat het beleid bepaalt van het media-aanbod, de Programmaraad . De focus bij het produceren van programma's ligt op efficiency, gestroomlijnde processen en actualiteit.

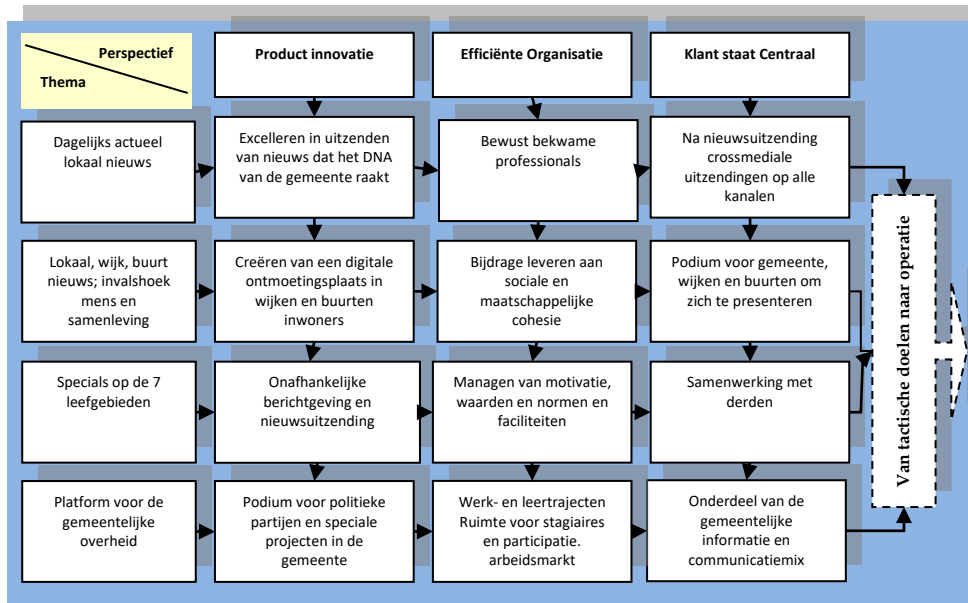
#### *De klant staat centraal*

Het media-aanbod van (NAAM) voldoet aan de eisen van de Mediawet, het beleid van de programmaraad, het LTMA, de met derden gesloten co-productieovereenkomsten en past in de cultuur van Helmond . Iedere "soort" klant (individu, organisatie, vereniging, bedrijf, gemeentebestuur etc.) kan daardoor zelf bepalen via welk kanaal hij/zij geïnformeerd wil worden en in welke mate hij/zij mede wil bepalen welke producten geleverd worden en gebruik wil maken van het platform.

---

4 Het media-aanbod voldoet hiermee aan de in de Mediawet gestelde eisen.

Schematisch ziet dat er als volgt uit:





## 7. De samenwerking met derden

### 7.1. De samenwerkingspartners.

(NAAM) werkt nauw samen met anderen bij het produceren van programma's en commercials en verder op het gebied van techniek, commercie, stages en opleidingen. Een en ander moet uitmonden in een actief en dynamisch multimedia- en communicatieplatform met als doel:

- overzicht houden op alle activiteiten in de stad en omgeving die van belang (kunnen) zijn;
- bevorderen van samenwerking op alle terreinen waar dit nuttig is, met name op het gebied van opleidingen, faciliteiten, redactionele samenwerking en uitwisseling;
- gezamenlijk organiseren van opleidingen voor de medewerkers;
- elkaar te ondersteunen bij het realiseren van een gezonde bedrijfsvoering; elkaar begeleiden en adviseren; elkaar faciliteren;
- redactionele samenwerking: bevordering van systemen die content-uitwisseling makkelijker maken, waarbij de autonomie van iedere deelnemer gewaarborgd blijft;
- gezamenlijk aanboren van alternatieve commerciële en niet-commerciële inkomstenbronnen;
- laten ontwikkelen en uitvoeren van gezamenlijk onderzoek naar publieksbereik, -waardering en behoeften.

De redactionele onafhankelijkheid is, met wie ook wordt samengewerkt, gewaarborgd door het programma- en redactiestatuut en het toezicht daarop van de Programmaraad. De programma's van de samenwerkingspartners worden, indien opportuun, over en weer crossmediaal uitgezonden.

(NAAM) sluit een meerjarige subsidie overeenkomst met de gemeente af. Worden daarnaast nog andere producten afgenomen, zullen daarvoor nieuwe contracten opgesteld moeten worden.

(NAAM) sluit als erkend leerbedrijf stage- en samenwerkingsovereenkomsten af met verschillende onderwijsinstututen over inhoudelijke samenwerking zoals het maken van producties of delen van faciliteiten én mogelijkheden voor stages.

### 7.2. De leidende principes in de samenwerking met derden:

- op basis van een overeenkomst;
- met behoud van de redactionele onafhankelijkheid;
- met aandacht voor eigen identiteit;
- een middel cq één van de mogelijkheden om programma's te produceren;
- levert een bijdrage aan en bevordert een duurzame maatschappelijke en sociale cohesie;
- bevordert de vrije meningsuiting en vrije nieuwsgaring.

### 7.3. De doelgroepen van (NAAM).

Alle inwoners en groepen van inwoners in Helmond behoren tot de primaire doelgroep van (NAAM). Secundair betreft het ieder individu en iedere organisatie, instelling of bedrijf dat interesse heeft in en/of zich betrokken voelt bij Helmond.



## **8. Opzet en werkwijze van de organisatie**

### **8.1. De juridisch / bestuurlijke structuur**

(NAAM) is de opvolger van Omroep Helmond en Dit is Onze Wijk. Er wordt in gefuseerde situatie voldaan aan alle randvoorwaarden waaraan zij krachtens de Mediawet moet voldoen. De statuten en reglementen voldoen aan de formuleringen die de Mediawet vereist.

We richten een nieuwe stichting ((NAAM) ) op. Bij de oprichting worden afspraken gemaakt over het ontmantelen van de huidige twee organisaties, de periode die daar voor staat, het overdragen van de zendmachtiging. Ook wordt daarin geregeld dat iedere organisatie geheel "schoon" overstapt.

Het bestuur van de nieuwe omroep zal zich na afronding van het vaststellen van de lange termijn visie (2019-2022) als "bestuur op afstand" vooral bezig gaan houden met het toezicht houden op deze visie en het onderhouden van de noodzakelijke contacten met externe partijen en stakeholders zoals de OLON, NLPO, gemeentebestuur, andere spelers in het omroeplandschap etc. Ook het bedrijfsleven en andere sociaal-culturele instellingen behoren tot de groep stakeholders. Tevens zal het bestuur erop toezien dat er een goed functionerend Programmaraad aanwezig is. De bestuursleden ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden en hebben geen persoonlijke belangen bij de activiteiten van de omroep.

Bestuursleden worden benoemd voor een periode van 4 jaar met mogelijkheid tot verlenging met een tweede termijn. Bij aanvang betreft het, met uitzondering van de nieuw te verwerven voorzitter, bestuursleden die al enige jaren in functie zijn bij een van de voorgangers. Er zal daarom een aftreedrooster worden opgesteld met einde eerste termijn tussen 1,5 en 3 jaar en een optie van verlenging voor een termijn van 4 jaar indien de totale tijd van voorganger én nieuwe instelling tezamen de 10 jaar niet overschrijdt.

### **8.2. Betaalde professionele functies.**

De algemeen coördinator zal verantwoordelijk zijn voor de algehele bedrijfsvoering van de omroep. De coördinator legt verantwoording af aan het bestuur. De redacteur is verantwoordelijk voor de aansturing van de redactieleden, selecteert relevant materiaal uit het aanbod van persberichten en berichten op sociale media voor toepassing op de verschillende kanalen. Ook is de redacteur verantwoordelijk voor de kwaliteit van de artikelen en de planning van de redactie. Hij/zij begeleidt de vrijwillige redactiemedewerkers als ze aan een bepaald project werken.

Het bestuur is verantwoordelijk voor de aanstelling, de aansturing en controle op het functioneren van de algemeen coördinator. Met deze functionaris zullen heldere afspraken worden gemaakt over taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden aangaande het leiding geven aan de omroepinstelling. De redacteur legt verantwoording af aan de algemeen coördinator.

### **8.3. De Programmaraad, het wettelijke Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO)**

De programmaraad, het orgaan dat het beleid bepaalt voor het media-aanbod, is wettelijk vereist, heeft een eigen reglement en is een onafhankelijk en aan het bestuur adviserend orgaan van (NAAM). Het orgaan wordt gevormd door personen die tezamen representatief zijn voor de in de gemeente belangrijkste voorkomende maatschappelijke, culturele en geestelijke stromingen (vertegenwoordigers van de directe leefomgeving). Het programmabeleid wordt opgesteld door de algemeen coördinator en vastgesteld door het bestuur. Vervolgens wordt het ter goedkeuring voorgelegd aan de Programmaraad. Het bestuur van (NAAM) wenst hier op een actieve wijze mee te communiceren.



(NAAM) draagt ervoor zorg dat voldaan wordt aan het vereiste van de representativiteit. De gemeenteraden zijn de bevoegde organen die het Commissariaat voor de Media adviseren over de vraag of de Programmaraad PBO van de lokale omroep voldoet aan de eisen van representativiteit van een PBO.

#### 8.4. Kernrollen.

De kernrollen van de omroep zijn: professional, dienstverlener en ondernemer. Deze drie kernrollen omvatten tevens de onafhankelijkheid waarop de medewerker zich beroept. In onderstaande matrix worden de kernrollen weergegeven.

Kernrol	Kerncompetentie organisatie	Operationele doelstelling
<ul style="list-style-type: none"> <li>Professional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Omgevingssensitiviteit</li> <li>Resultaatgerichtheid</li> <li>Strategisch perspectief</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geïnformeerd over de omgeving en zicht op de normen en waarden, belangen en posities van partijen en deze vertalen in programma's.</li> <li>Boeken van resultaten door gedisciplineerd te werken aan onafhankelijke en waarde vrije nieuwsgaring en programma's.</li> <li>Afstand nemen van problemen en leggen van dwarsverbanden binnen een brede context.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dienstverlener</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerkingsbereid</li> <li>Netwerken</li> <li>Servicegerichtheid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samen met anderen doelen bereiken.</li> <li>Ontwikkelen en bestendigen van relaties, allianties en deze benutten voor het krijgen van informatie, meningen en medewerking.</li> <li>Betrokken zijn en blijven bij het DNA van de streek en de zeven leefgebieden in de streek. Dit geheel gebruiken ter verbetering van de programma's waardoor er een pluriform media-aanbod ontstaat.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Maatschappelijke ondernemer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Omgevingssensitiviteit</li> <li>Ondernemerschap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geïnformeerd over de omgeving en zicht op de normen en waarden, belangen en posities van partijen en deze vertalen in programma's.</li> <li>Ontwikkelingen in het DNA van de streek in de zeven leefgebieden vertalen naar het media-aanbod.</li> </ul>

Naast de bovengenoemde kernrollen spelen de volgende vaardigheden een rol, die sterk bepalend zijn voor de kwaliteit van de programma's:

- Journalistiek: de opbouw van programma's of items, de juiste nieuwskeuzes maken, de juiste



- vragen stellen, boeiende nieuwsberichten schrijven;
- Televisiejournalistiek: voice-overs inspreken, standups voor de camera opnemen, gebruik van muziek;
- Televisietechniek: beeldgebruik, cameratechnieken, meer-camera registraties, gebruik van graphics;
- Radio: presentatie, interviewen, nieuwsberichten schrijven;
- Online: digital first, online en gebruik van sociale media in combinatie met second screen en apps.

### 8.5. Kerncompetenties van de medewerkers

Gezien de sterkten die de organisatie wil ontwikkelen wordt gezocht naar medewerkers die beschikken over de volgende competenties:

Competentie medewerker	Operationele doelstelling voor medewerker
1. Samenwerken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samen met anderen (crossmediale) programma's produceren.</li> <li>• Leveren van een bijdrage aan een resultaat, ook wanneer er niet direct een eigen belang aanwezig is.</li> </ul>
2. Communiceren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Met respect, helder en duidelijk feiten, ideeën en meningen verwoorden en presenteren.</li> </ul>
3. Luisteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tonen van aandacht en alertheid bij het luisteren, doorvragen naar informatie die gegevens en feiten en meningen en ideeën toevoegen aan een programma en deze in een bredere context plaatsen.</li> </ul>
4. Uitluisteren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In de huid van een ander / thema kruipen en invoelen / aanvoelen wat de intenties zijn van het verbale en non-verbale gedrag.</li> </ul>
5. Omgevingssensitiviteit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geïnformeerd zijn over het DNA van de streek met zijn natuurlijke habitat, zicht hebben op normen en waarden, belangen en posities van anderen en deze kunnen vertalen en benutten voor het ontwikkelen van media-aanbod.</li> </ul>

### 8.6. Personeel, rechtspositie

(NAAM) past bij voorkeur voor de professionele krachten de Omroep CAO toe. Dit is gezien de financiële consequenties vooralsnog niet mogelijk, derhalve zal gebruik worden gemaakt van arbeidsovereenkomsten naar burgerlijk recht.

### 8.7. Inzet van vrijwilligers

Binnen de organisatie zijn vele vrijwilligers werkzaam. Zij kunnen de posities vervullen, zoals: (radio)programmamaker, technicus, (sport)verslaggever, cameraman, editor, presentator, dj, producer. Voor veel vrijwilligers zijn de professionele opzet van de omroep, de daaruit volgende ondersteuning en het werken met professionele apparatuur redenen om zich te blijven inzetten. In alle takken van de organisatie wordt gewerkt met vrijwilligers. Professionals dienen de vrijwilligers te faciliteren en de omroep betreft de vrijwilligers steeds actief bij de organisatie. Om vrijwilliger te kunnen worden dient men wel enige bagage te hebben en heel gemotiveerd te zijn voor het uitoefenen van een specifieke functie. Een persoonlijk intakegesprek met professional behoren tot een vaste selectieprocedure. Na evaluatie en mogelijk onderzoek van de proefperiode kan men aan de slag als vrijwilliger. Het (op termijn) kunnen voldoen aan de voor een functie opgestelde functieomschrijving en functieprofiel is een eerste vereiste. (NAAM) wil zich dan ook profileren als een vrijwilligersmediaorganisatie met professionele ondersteuning en stagiairs.





## 9. Financiën

### 9.1. Inleiding

Om de noodzakelijke groei door te maken en om als sterke omroep verder door te groeien heeft (NAAM) na de fusie DIOW van OH een hogere structurele subsidie nodig van de gemeenten Helmond dan in de huidige situatie aan Omroep Helmond wordt verstrekt.

In het regeerakkoord wordt aangegeven dat het kabinet zich beraadt op de wijze van organisatie en financiering van de lokale omroepen. In de Kamerbrief informeert Minister Slob hoe hij dit wil gaan aanpakken<sup>5</sup>. De uitkomst is nog zeer ongewis en is om die reden niet meegenomen in onze overzichten.

### 9.2. Uitgangspunten

#### a. Gemeentelijke structurele subsidie

In de opzet van dit plan is een structurele subsidie van de gemeente Helmond van essentieel belang. In het minimale scenario jaarlijks € 150.000,--. In de gewenste situatie € 225.000,--.

#### b. Investerings en reserveringen

Om de professionaliseringsslag uit te kunnen voeren wordt het investeringsbeleid volledig afgestemd op de strategische koers en wordt rekening gehouden met nieuwe mediaontwikkelingen.

De investeringen zijn en worden afgestemd op:

- de keuze om de medewerkers, en daarmee ook de vrijwilligers, met verantwoorde professionele apparatuur te laten werken;
- de overtuiging dat deze investeringen in een later stadium extra inkomsten kunnen genereren;
- voldoen aan professionele eisen zodat toekomstige samenwerking met andere lokale omroepen, Omroep Brabant, Eindhovens Dagblad en andere professionele organisaties mogelijk is ;
- goede technische infrastructuur die noodzakelijk is voor het borgen van kwaliteit en continuïteit.

#### c. het op termijn vinden van één locatie huisvesting.

d. (NAAM) heeft zich bij het opstellen van het bedrijfsplan op een gewenst ambitieniveau gericht om op termijn te kunnen gaan voldoen aan de eisen van het Lokaal Toereikend Media Aanbod. Ter vergelijking zijn de cijfers van de lokale omroepen van vergelijkbare steden gebruikt waardoor het realistische cijfers zijn (benchmark bijlage 3 ). Dit gewenste niveau is volgens (NAAM) passend voor een stad als Helmond, een van de top 5 steden in Noord Brabant.

### 9.3. Algemene opmerkingen

De inkomsten in de voorliggende begroting bestaan uit de gevraagde extra subsidie van de gemeente en de omzet uit eigen reclame en mediaopdrachten.

Door verder te ontwikkelen zullen de commerciële opbrengsten stijgen. Door techniek en faciliteiten met anderen te delen, zullen kosten bespaard worden. Soms kan het noodzakelijk zijn dat er eerst

---

<sup>5</sup> Zie bijlage 4: Kamerbrief over lokale publieke omroepen (26-06-2018)



geïnvesteed dient te worden. Ons plan heeft tot gevolg dat binnen drie jaar (NAAM) uitgegroeid is tot een, ook op financieel gebied, stabiele organisatie. Niet uitgesloten kan worden dat op termijn als (NAAM) daadwerkelijk een streekomroep vormt met de andere genoemde omroepen, er voldaan wordt aan het brengen van een Lokaal Toereikend Media Aanbod hetgeen landelijke overheidssubsidie zou kunnen bekekenen. Vanwege het feit dat de landelijke discussie nog lang niet uitgekristalliseerd is hebben we deze optie niet verwerkt in ons financieel plan voor de komende vier jaren.

In november 2018 heeft de provincie Noord Brabant eenmalig € 150.000 euro ter beschikking gesteld om de streekomroepen als ook lokale journalistiek in Brabant te versterken via een Stimuleringsfonds Lokale Journalistiek ten behoeve van een structurele versterking van de journalistieke kracht bij streekomroepen/lokale omroepen. Hoe ze deze middelen wenst in te zetten is vooralsnog niet duidelijk en dus niet meegenomen in ons financiële plan.

#### **9.4. Baten**

Aan de batenkant is rekening gehouden met inkomsten die bestaat uit de volgende posten:

- Structurele jaarlijkse subsidie gemeente Helmond.
- Aanloopsubsidie (voor de eerste 5 jaar)
- Opbrengsten uit projecten
- Opbrengsten uit opdrachten van derden
- Omzet reclame

#### **9.5. Lasten**

Hieronder volgt een opsomming van uitgangspunten per kostensoort zodat de cijfers ook een betekenis krijgen.

##### **9.5.1. Personeelslasten**

In de uitwerking van de begroting is rekening gehouden met de ambitie die (NAAM) heeft aangegeven. We gaan uit van een journalistiek geborgde organisatie met een professioneel aangestuurde redactie, waarbij gebruik gemaakt wordt van de juiste werkmethoden. Een organisatie die goed geworteld is in de samenleving en tot samenwerking in staat is met derden. Alleen dan kan sprake zijn van borging van kwaliteit, onafhankelijkheid en continuïteit.

Dit houdt in dat er professionele krachten in dienst zullen moeten zijn die de gevraagde kwaliteit kunnen leveren en tegelijkertijd in staat zijn de vrijwilligers te ondersteunen en de stagiaires van de verschillende opleidingen (HBO en MBO) te begeleiden. Minimaal noodzakelijk en in begroting verwerkt zijn de betaalde functies van:

- Algemeen coördinator
- Redacteur/journalist

Er wordt daarnaast rekening gehouden, dat voor het maken van producties naast de vrijwilligers ook beroepskrachten tijdelijk ingezet moeten worden (freelancers). Deze post is hoger naarmate er meer eigen productie is. Verder maakt de omroep gebruik van stagiaires van verschillende beroepsopleidingen die soms een vergoeding ontvangen.

De lasten voor het personeel zijn opgebouwd vanuit een aanvangssalaris, waarbij de werkgeverslasten op basis van een hoogte van 33% zijn meegerekend. Werkgeverslasten zijn de optelsom van de premies voor de werknemersverzekeringen en de vergoeding voor de



inkomensafhankelijke bijdrage voor de zorgverzekeringswet. Werknemersverzekeringen zijn de verzekeringen op grond van de Ziektewet (ZW), de Werkloosheidswet (WW), de Wet op de arbeidsongeschiktheid (WAO) en de Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen (WIA). De vakantietoelage is gesteld op 8%. Totaal dus 33%.

Voor de twee functies die minimaal nodig zijn, betekent dit:

<b>salariskosten</b>	<b>functieniveau</b>	<b>bruto</b>	<b>bruto jaarlast</b>	<b>WGL 33%</b>	<b>Jaarsom</b>
<b>algemeen coördinator</b>	4 jaar ervaring	3.500,00	42.000,00	13.860,00	55.860,00
<b>redacteur</b>	2 jaar ervaring	2.950,00	35.400,00	11.682,00	47.082,00
<b>Totaal</b>		<b>6.450,00</b>	<b>77.400,00</b>	<b>25.542,00</b>	<b>102.942,00</b>

In de begroting is het aandeel professionele krachten in de gewenste situatie in 2023 begroot op 3 fte en in het minimale scenario 1,6 fte.

De lasten voor de 75 vrijwilligers zullen vooral bestaan uit reiskostenvergoedingen, kosten voor tablets/laptop/telefoon, opleidingslasten, kantoorlasten en kantinekosten. Deze lasten komen terug in de andere lastensoorten en zijn niet specifiek benoemd. De lasten voor de stagiaires bestaat uit maandvergoedingen. Deze worden in deze begroting gesteld op € 250 per maand. In het gekozen model wordt tevens met inkoop van freelancersuren rekening gehouden a € 35,-- per uur. Verder zijn er naast kantinekosten ,reiskosten ook arbokosten, kledingkosten, opleidingskosten, kosten op het gebied van ziekteverzuim en vrijwilligerskosten meegenomen.

### 9.5.2. Afschrijvingslasten

De afschrijvingslasten worden berekend op basis van nieuwe, in 2019 aan te schaffen materialen en bestaande materialen, die nodig zijn om een Lokaal Toereikend Media Aanbod te kunnen verzorgen. Hierbij gaat het bij een totale aankoopwaarde waarde van € 150.000 om een afschrijvingslast vanaf 2019 van € 25.000 per jaar.

Bij de afschrijvingen wordt rekening gehouden met de volgende afschrijvingstermijnen : technische onderdelen (10 jaar) , inventaris (10), gebouwen (30), computers (3), transportmiddelen(5).

### 9.5.3. Huisvestingslasten

In deze begrotingspost zijn de volgende onderdelen meegenomen: huur- en energielasten, verzekeringen, schoonmaakkosten, huishoudelijke artikelen, reparaties, OZB, afvallasten, aanschaf klein materiaal en inventaris. De totale huisvestingslasten komen hiermee op € 51.000.



#### **9.5.4. Lasten uitzendingen**

Om de content op alle kanalen (radio, TV en internet) bereikbaar te maken worden er maandelijkse lasten gemaakt op gebied van verbindingen, huur installaties, huur software enz.

De huurlasten met betrekking tot software/Cloud diensten worden gemaakt voor een geïntegreerd softwarepakket. Dit pakket is een compleet pakket met non-lineaire als ook de lineaire elementen. Ook wordt de post Buma/Stemra en SENA hier meegenomen. Deze omvat alle kosten voor afdracht van rechten, waarvan de afdracht aan Buma/Stemra en SENA het grootste deel uitmaken. Kosten lasten uitzendingen worden begroot op € 45.000.

#### **9.5.5. Kantoorlasten**

Deze bestaan uit telefoon en porti lasten, onderhoud en reparaties, kantoorbenodigdheden, drukwerk en papier, kopieerlasten, kleine (IT) aanschaffingen, en post overige. De totale kosten worden op basis van huidig gebruik en onderzoek begroot op € 20.500

#### **9.5.6. Vervoerslasten**

In het volgende overzicht is rekening gehouden met 3 leaseauto's (met logo voor gebruik "on tour"), 3 fietsen en een scooter. Inclusief brandstof-, parkeer - en onderhoudskosten wordt deze post begroot op € 12.500.

#### **9.5.7. Verkooplasten**

De marketinglasten bestaan uit lasten die te maken hebben met marketing, acquisitie, relatiegeschenken, representatie, reis en verblijfskosten, incasso, een dotatievoorziening dubieuze debiteuren en overige verkoopkosten..

Totaal wordt deze post begroot op € 24.750

#### **9.5.8. Algemene Lasten**

Deze lasten bestaan uit de volgende posten: verzekeringen, niet aftrekbare BTW, accountants en notariskosten, reservering kijk- en luisteronderzoek, overige algemene lasten. Deze post wordt ingeschat op € 28.000.



## 9.5.10 Totaaloverzichten begroting twee scenario's

Samenvatting begroting ten behoeve van DNC bij **minimaal** scenario

50%

	2e helft 2019	2020	2021	2022	2023
<b>Opbrengsten</b>					
subsidie gemeente Helmond	35.000	150.000	150.000	150.000	150.000
eenmalige subsidie gemeente Helmond	150.000				
projecten		10.000	10.000	12.500	12.500
opdrachten van derden	1.250	2.500	5.000	7.500	10.000
omzet reclame	35.000	105.000	125.000	140.000	150.000
<b>Totaal der opbrengsten</b>	<b>221.250</b>	<b>267.500</b>	<b>290.000</b>	<b>310.000</b>	<b>322.500</b>
<b>Lasten</b>					
Personeelslasten		52.500	77.080	92.500	92.500
Afschrijvingslasten op materiele vaste activa	12.500	25.000	25.375	25.756	26.142
Huisvestingslasten	32.600	49.000	49.735	50.481	51.238
Lasten uitzendingen	55.000	102.750	104.000	107.200	110.500
directe lasten uitzendingen		45.000	45.750	47.100	48.500
Kantoorlasten		20.500	20.800	21.500	22.200
Vervoerslasten		12.500	12.250	12.600	13.000
Verkooplasten		24.750	25.200	26.000	26.800
Algemene lasten	14.000	28.000	28.500	29.000	29.500
Financieringslasten	2.300	4.500	0 4.568	4.636	4.706
<b>Totaal van de lasten</b>	<b>116.400</b>	<b>261.750</b>	<b>289.258</b>	<b>309.573</b>	<b>314.586</b>
Opbrengsten minus lasten	104850	5.750	743	427	7.914

0,8 fte                      1 FTE                      1,2 FTE                      1,2 FTE

Samenvatting begroting ten behoeve van DNC bij **gewenst** scenario

50%

	2e helft 2019	2020	2021	2022	2023
<b>Opbrengsten</b>					
subsidie gemeente Helmond	35.000	225.000	225.000	225.000	225.000
eenmalige subsidie Helmond	150.000				
projecten		10.000	12.500	15.000	20.000
opdrachten van derden	1.250	2.750	7.500	10.000	15.000
omzet reclame	35.000	100.000	140.000	165.000	190.000
<b>Totaal der opbrengsten</b>	<b>221.250</b>	<b>337.750</b>	<b>385.000</b>	<b>415.000</b>	<b>450.000</b>
<b>Lasten</b>					
Personeelslasten		123.100	160.000	175.000	186.000
Afschrijvingslasten op materiele vaste activa	12.500	25.000	25.750	26.523	27.318
Huisvestingslasten	32.600	51.000	51.765	52.541	53.330
Lasten uitzendingen	55.000	102.750	112.250	123.800	136.000
directe lasten uitzendingen		45.000	52.500	55.500	60.000
Kantoorlasten		20.500	21.000	21.600	23.000
Vervoerslasten		12.500	13.500	20.600	24.000
Verkooplasten		24.750	25.250	26.100	29.000
Algemene lasten	14.000	28.000	29.500	32.500	35.000
Financieringslasten	2.300	4.500	0 4.568	4.636	4.706
<b>Totaal van de lasten</b>	<b>116.400</b>	<b>334.350</b>	<b>383.833</b>	<b>415.000</b>	<b>442.353</b>
Opbrengsten minus lasten	104.850	3.400	1.168	0	7.647

1,8 FTE                      2,5 FTE                      2,8 FTE                      3 FTE



## Bijlage 1: Overzicht aanbod (producten, diensten en frequentie ) bij de twee verschillende scenario's

Communicatie kanaal	ambitie	
	minimaal scenario (subsidie €150.000)	gewenst scenario (subsidie € 225.000)
App	<p>Alle content is via app zicht- en leesbaar</p> <p>Radio gemist</p> <p>TV gemist</p> <p>Blogs/vlogs</p> <p>Nieuws uit Helmond</p>	<p>Alle content is via app zicht- en leesbaar</p> <p>Radio gemist</p> <p>TV gemist</p> <p>Blogs/vlogs</p> <p>Nieuws uit Helmond</p>
Televisie	<p>1 uitzending per weekend, nieuwsoverzicht met agenda en aandacht voor evenementen</p> <p>Eens per <u>maand</u> politieke minuten met aandacht voor raadsvergaderingen.</p>	<p>Vanaf 2022 1 uitzending per werkdag met nieuws en achtergronden, dus nadruk op nieuws</p> <p>1 uitzending per weekend, nieuwsoverzicht met agenda en aandacht voor evenementen</p> <p><u>Wekelijks</u> politieke minuten met aandacht voor raadsvergaderingen met achtergronden en meningen, afhankelijk van frequentie raadsvergaderingen; uitbreiden naar commissievergaderingen.</p> <p>Live uitzendingen; Live streams (facebook) ook uitzenden via Helmond TV zodat het bv ook zichtbaar is voor iedereen op locaties zoals Ameideflat, Elkerliek ziekenhuis.</p>
Radio	<p>Maandagmiddagmatinee lokaal weekoverzicht</p> <p>In avond- en weekenduren: doelgroep programma's, waarin aandacht voor cultuur, sport, evenementen en specifieke muziekprogramma's; ook mogelijkheid tot live programma's (optredens van artiesten op locatie en/of evenementen).</p>	<p>Op halve uur overdag (werkdagen) nieuws uit Helmond ( ochtend en middagversie) en op hele uur landelijk ANP.</p> <p>Verder overdag muziek en mogelijkheid tot inbreken ivm actueel urgent nieuws en doelgroepprogramma's.</p> <p>In avond- en weekenduren: doelgroep programma's, waarin aandacht voor cultuur, sport, evenementen en specifieke muziekprogramma's; ook mogelijkheid tot live programma's (optredens van artiesten op locatie en/of evenementen).</p> <p>Visual Radio :het mee kunnen kijken in de radio studio</p>
Website	<p>Dagelijks berichten over actualiteiten in wijken/buurtten</p> <p>Dagelijks filmpjes over actualiteiten in de wijken/buurtten</p>	<p>Dagelijks berichten en journalistieke duiding (artikelen, blogs, vlogs etc) over actualiteiten in wijken/buurtten</p> <p>Dagelijks filmpjes over actualiteiten in de wijken/buurtten</p>



	<p>Agenda over wat er te doen is in Helmond op het gebied van sport, cultuur, etc.</p> <p>Dagelijks uploads van verenigingen, bedrijven, instellingen</p> <p>Verslaglegging van evenementen: uitsluitend uitzending.</p> <p>112 berichten Helmond Gemeentelijke informatie Informatie van verenigingen en organisaties</p>	<p>Agenda over wat er te doen is in Helmond op het gebied van sport, cultuur, etc.</p> <p>Dagelijks uploads van verenigingen, bedrijven, instellingen</p> <p>Verslaglegging van evenementen : uitzending met aanvullend commentaar, interviews, achtergrondinformatie etc.</p> <p>112 berichten Helmond Gemeentelijke informatie Informatie van verenigingen en organisaties</p>
	<p>Losse foto's en videofragmenten</p> <p>Mogelijkheid om live radio/tv via website te beluisteren</p>	<p>Foto's en videofragmenten, los en met journalistieke duiding (artikel, historische context etc.)</p> <p>Mogelijkheid om live radio/tv via website te beluisteren</p> <p>Mogelijkheid om nieuws en andere items die gebruikt zijn op TV terug te kijken en te delen.</p>
Facebook	<p>Dagelijks posts van filmpjes en artikelen</p> <p>Teaser tbv website</p> <p>Live uitzendingen; live streams.</p>	<p>Dagelijks posts van filmpjes en artikelen</p> <p>Delen van nieuwscontent, zoals tekst, foto, video en audiocontent.</p> <p>Teaser tbv website</p> <p>Live uitzendingen; Live streams ook uitzenden via Helmond TV zodat het bv ook zichtbaar is voor iedereen op locaties zoals Ameideflat, Elkerliek ziekenhuis.</p>
Twitter	<p>Dagelijks posts van filmpjes en berichten</p> <p>onderscheid in nieuwswitters en/of aankondigingen van programma's en/of evenementen.</p>	<p>Dagelijks posts van filmpjes en berichten</p> <p>onderscheid maken in nieuwswitters en/of aankondigingen van programma's en/of evenementen.</p>
Youtube	<p>Terugzien van uitzendingen</p>	<p>Terugzien van uitzendingen</p> <p>Terugzien alle videoproducties en filmpjes</p> <p>Live uitzendingen.</p>
Instagram	<p>berichten per dag</p>	<p>berichten per dag.</p>
Visual radio		<p>meekijken in de radiostudio</p>



## Bijlage 2 Berekening eenmalige subsidie = vervanging verouderde apparatuur in 2019

Overzicht van in begroting opgenomen afschrijvings bedragen	koop
Radio	39.609
Televisie	63.255
Investerings algemeen	40.420
keuken en kantoorinventaris (zie tabblad kantoor en keukeninventaris)	7.570
	<b>150.854</b>

- 10 jaar op technische onderdelen
- 10 jaar op inventaris
- 30 jaar op gebouwen
- 3 jaar op computers
- 5 jaar op transportmiddelen

### RADIO

zenderpark radio analoog en ip	aantal	stuksprijs	totaal
antenneopstelpunt met antennemast aantal 3 gehuurd			
IP zender voor aansturing	1	2.500	2.500
straalzender + diversity ontvanger en antennes + bekabeling	1	5.000	5.000
<b>totaal investering zenderpark analoog en IP</b>			<b>7.500</b>

### AFSCHRIJVINGEN

Termijn	bedrag
10	250,00
10	500,00
10	500,00
10	200,00
5	-
	<b>1.450,00</b>

KAR-ruimte en radio automatisering	aantal	stuksprijs	totaal
Optimod 8500 HD sound processing live	1	5.000	5.000
Optimod 8200 sound processing kabel, glasvezel en online	1	2.000	2.000
KAR ruimte radio plus brandmanchet PLC kasten	1		-
<b>totaal investering KAR-ruimte en radio automatisering en processing</b>			<b>7.000</b>

On AIR studio radio	aantal	stuksprijs	totaal
eenvoudige hoofdtelefoon	4	45	180
werkstations	1	560	560
live editing module	1	2.500	2.500
digitale mengtafel D&R	1	7.500	7.500
pc werkstations	1	450	450
Smart TV	1	545	545
extra microfoon ivm interviews (Shure SM7B)	2	300	600
OC white OCW 51900B Angle poise mic arm 14194	2	210	420
TFT 24" 1 204 € 204 €	2	204	408
monitor studiospeakers vzw versterker	1	1.250	1.250
irig set (met mike, en telefoons)	2	650	1.300
audiomeubel	1	3.000	3.000
<b>totale investering On AIR studio radio</b>			<b>18.713</b>

Termijn	bedrag
10	18,00
3	186,67
10	250,00
10	750,00
3	150,00
10	54,50
10	60,00
10	42,00
3	136,00
10	125,00
10	130,00
10	300,00
	<b>2.202,17</b>

productiestudio's	aantal	stuksprijs	totaal
studiomeubels	1	1.000	1.000
d&r airence	1	1.800	1.800

Termijn	bedrag
10	100,00
10	180,00





pc en werkplek	2	678	1.356	10	135,60
extra microfoon ivm interviews (Shure)	2	345	690	10	69,00
akoestische aanpassingen	1	750	750	10	75,00
editingplek plus applicaties	1	800	800	10	80,00
<b>productiestudio's</b>			<b>6.396</b>		<b>639,60</b>
<b>totale investering Radio</b>			<b>€ 39.609</b>		<b>€ 4.292</b>

#### TELEVISIE

Visuele producties	aantal	stuksprijs	totaal	AFSCHRIJVINGEN	
				Termijn	bedrag
alternatieve camera met statief etc	2	5.000	10.000	10	1.000,00
camera voor studio opstelling	2	5.000	10.000	10	1.000,00
Sennheiser EW 122P wireless kitt 2	2	1.078	2.156	10	215,60
SDHC kaart: SDHC 32GB Class 10	2	630	1.260	10	126,00
videomixer: Datavideo HE-2000 set (tbv live tv/registratie)	1	4.000	4.000	10	400,00
Tricaster of blackmagic atem mixer met randapparatuur/schermen	1	-	-	10	-
dasspeld mikes en andere audio accessoires	1	3.000	3.000	10	300,00
microfoon: Sennheiser e845	2	699	1.398	10	139,80
computer tbv videomontage vzw Quad 400, firewire etc. (Avid Mediacomp 4)	2	1.500	3.000	3	1.000,00
TFT 24" Ilyama E2409HDS-B1	2	650	1.300	3	433,33
basis lichtset	1	2.000	2.000	10	200,00
tannoy	1	750	750	10	75,00
tv tbv afkijken tv (LG42PT353 42")	1	1.750	1.750	3	583,33
lokatie lampen: PIXEL LED	2	3.000	6.000	10	600,00
regenhoes camera: Cata 5	2	500	1.000	10	100,00
stageblok tbv microfoons (Procab)	1	1.000	1.000	10	100,00
bekabeling etc.	1	1.500	1.500	10	150,00
smart radio/visual radio set	1	1.750	1.750	10	175,00
tafelmicrofoons: Sennheiser Me-62	2	556	1.112	10	111,20
HD Sdi streamer (tbv live uitzendingen, enc/dec set) Teradek	1		-	10	-
audiomengpaneel: Soundcraft (spirit live)/ Behringer	1	400	400	10	40,00
audiomixer met vertraging	1	1.500	1.500	10	150,00
intercom studio en livecommunicatie (Datavideo ITC-100)	1	879	879	10	87,90
Greenkywand	1	2.000	2.000	10	200,00
decor en ontwerp	1	3.000	3.000	10	300,00
vormgeving layout	1	2.500	2.500	10	250,00
kosten operators	1	410		5	-
<b>Totaal TV</b>			<b>€ 63.255</b>		<b>€ 7.737</b>

#### INVESTERINGEN ALGEMEEN

investeringen algemeen	aantal	stuksprijs	totaal	AFSCHRIJVINGEN	
				Termijn	bedrag
dataserver	1	2.123	2.123	3	707,67



airco	1	5.000	5.000	10	500,00
aanpassen electrotechniek pm	1	3.500	3.500	10	350,00
managable Switch 10/100/1000	1	1.200	1.200	3	400,00
netwerk printer (bv Xerox Phaser)	3	309	927	3	309,00
netwerkkabels / incl bekabeling trekken	1	800	800	10	80,00
redactie/flex werkplek computers	6	495	2.970	3	990,00
kantoorinrichting werkplekken	6	650	3.900	10	390,00
<b>totaal investeringen algemeen</b>			<b>€ 20.420</b>		

aanpassing monarchieruimte voor tv-studio en regionaal mediacentra	aantal	stuksprijs	totaal	Termijn	bedrag
aanpassing monarchieruimte voor tv-studio en regionaal mediacentra	1	5.000	10.000	10	1.000,00

Nieuwsproductie	aantal	stuksprijs	totaal	Termijn	bedrag
Mxfserver collaborative editing platform & storage	1	10.000	10.000	3	3.333,33
<b>totaal nieuwsproductie</b>			<b>€ 10.000</b>		

Kosten redactiesysteem	aantal	stuksprijs	totaal	Termijn	bedrag
website OTT plus pakket	0		-		
redactiesysteem software	0		-		
<b>Totaal kosten redactie</b>			<b>€ -</b>		

Totaal investeringen algemeen, aanpassing, nieuwsproductie en redactiesysteem					
			<b>€ 40.420</b>		<b>€ 8.060</b>

#### ALGEMEEN OVERZICHT

	aantal	stuksprijs	totaal	Termijn	bedrag
<b>Totaal investeringen radio, TV, nieuwsproductie</b>			<b>€ 143.284,00</b>		
<b>Totale afschrijvingskosten</b>					<b>20.089</b>
<b>Totale huurkosten per maand</b>					
<b>Op jaarbasis (exclusief kosten verbinding studio --&gt; Hilversum)</b>					

#### AFSCHRIJVINGEN

Kantoorinventaris			investering	Termijn	bedrag
vergadertafel	2	1.000	2.000	10	400
stoelen vergadertafel	16	125	2.000	10	400
klein materiaal	1.000		1.000		
subtotaal			<b>5.000</b>		<b>800</b>
Keukeninventaris			investering	Termijn	bedrag
magnetron	1		400	10	40
bestek	20		120	10	12
borden	20		100	10	10



---

afwasmachine	1	500	10	50
koelkast	1	300	10	30
kopjes	30	150	10	15
huur koffiemachine				<b>157</b>
klein materiaal	1.000	1.000		
subtotaal		<b>2.570</b>		
<b>Totalen kantoor en keukeninventaris</b>		<b>7.570</b>		<b>957</b>

### Bijlage 3 Benchmark omroepen steden met vergelijkbare omvangt qua inwoners

#### Subsidie per inwoner over de afgelopen vijf jaar, subsidie per jaar

Omroep organisatie	Gemeente(n)	inwoners	periode 2012-2016	
			bekostiging	per inwoner
DTV	Oss, Bernheze	127.048	287.128	€ 2,26
TV Enschede FM	Enschede	158.351	208.563	€ 1,32
Omroep Venlo	Venlo	100.371	275.835	€ 2,75
RTV Amstelveen	Amstelveen (2017)	89.918	107.000	€ 1,19
Streekomroep Start	Sittard/Geleen (2017)	92.758	108.647	€ 1,17

#### Subsidie t.o.v. inkomsten uit subsidie + reclame

Omroep organisatie	Gemeente(n)	periode 2012-2016	
		subsidie + reclame inkomsten	% subsidie
DTV	Oss, Bernheze	594.131	48,33%
TV Enschede FM	Enschede	509.039	40,97%
Omroep Venlo	Venlo	605.879	45,53%
RTV Amstelveen	Amstelveen (2017)	136.670	78,29%
Streekomroep Start	Sittard/Geleen (2017)	211.762	51,31%

#### Subsidie t.o.v. totale bedrijfskosten

Omroep organisatie	Gemeente(n)	periode 2012-2016	
		Bedrijfskosten	% subsidie
DTV	Oss, Bernheze	635.416	45,19%
TV Enschede FM	Enschede	555.548	37,54%
Omroep Venlo	Venlo	934.187	29,53%
RTV Amstelveen	Amstelveen (2017)	142.480	75,10%
Streekomroep Start	Sittard/Geleen (2017)	113.229	95,95%



## Bijlage 4 Kamerbrief over Lokale Publieke Omroepen 26-06-2018

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

De voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal  
Postbus 20018  
2500 EA DEN HAAG

Media en Creatieve Industrie  
Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

Onze referentie  
1376008

Datum 25 juni 2018  
Betreft Stand van zaken lokale publieke omroepen

De afgelopen maanden bezocht ik regionale en lokale publieke media op allerlei plaatsen in het land en sprak ik met veel plezier met makers, bestuurders en journalisten.

Buiten kijf staat dat lokale publieke omroepen belangrijke functies vervullen. Zij zijn van groot belang voor het functioneren van onze lokale democratie, omdat zij mensen informeren over wat er in hun straten, wijken en steden gebeurt. Dat is vooral urgent in het licht van de kabinetsinzet om de betrokkenheid van inwoners bij lokale en regionale vraagstukken te vergroten, zoals bijvoorbeeld de Energietransitie of de implementatie van de Omgevingswet.

Bij wet is geregeld dat het Commissariaat voor de Media (Commissariaat) maximaal één lokale publieke omroep per gemeente kan aanwijzen (Mediawet 2008, artikel 2.63). Deze aanwijzing gebeurt mede op basis van advisering door de betreffende gemeenteraad over de aanvraag van een lokale media-instelling en of deze aan de wettelijke eisen voldoet. Gemeenten zijn hierdoor verantwoordelijk voor de bekostiging van de eigen lokale publieke omroep. Dit in tegenstelling tot de landelijke en regionale publieke omroepen, die vanuit de Mediabegroting worden bekostigd. Dit artikel regelt tevens dat bekostiging van een lokale omroep zodanig geschiedt dat op lokaal niveau in een 'toereikend media-aanbod' kan worden voorzien.

De hoogte van het bedrag waarmee een gemeente de lokale publieke omroep bekostigt ligt niet vast. Sinds 2015 geldt er een richtsnoerbedrag per huishouden dat is vastgesteld door het ministerie van BZK en is opgenomen in een convenant met de VNG, Organisatie Lokale Omroepen Nederland (OLON)<sup>1</sup> en de onafhankelijke Stichting Nederlandse Publieke Omroepen (NLPO)<sup>2,3</sup>. Onderzoek uit 2015 heeft uitgewezen dat slechts 79% van de gemeenten voldoet aan het

<sup>1</sup> De OLON behartigt de belangen van de lokale publieke omroepen.

<sup>2</sup> De NLPO is het samenwerkings- en coördinatieorgaan van de lokale omroepen en werkt nauw samen met de OLON. De NLPO ondersteunt lokale omroepen om de sector verder te professionaliseren.

<sup>3</sup> Ministerie van BZK (2017), Gemeentefonds decembercirculaire gemeentefonds 2014. Geraadpleegd op 22 mei 2018, op <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/circulaires/2014/12/11/decembercirculaire-gemeentefonds-2014>



richtsnoerbedrag. Ik ben voornemens op dit punt actie te ondernemen. Ik kom aan het eind van mijn brief hierop terug.

Onze referentie  
1376008

### Belang lokale publieke omroepen

Lokale publieke omroepen informeren u en mij over het beleid van onze gemeenten. Zij doen echter meer. De omroepen bieden ook een podium voor lokale cultuur en sport. Creatieve makers en journalisten uit onze directe omgeving vertellen de verhalen uit ons dagelijks leven, vanuit de plaatsen waar wij elke dag wonen, werken en leven. Daarmee dragen omroepen bij aan gemeenschapszin en sociale betrokkenheid. In de afgelopen maanden heb ik daarnaast met eigen ogen mogen zien dat veel lokale omroepen ook kraamkamers zijn voor talent. Het zijn plekken midden in de samenleving waar talent ruim baan krijgt om ervaring op te doen, innovatieve ideeën uit te werken en hun eerste programma's te maken.

Ook acht ik de controlerende functie van lokale omroepen van belang. Het is belangrijk dat er journalisten zijn die lokaal beleid controleren, tegels lichten en problemen aan de kaak stellen. Kwesties die wellicht over het hoofd worden gezien door regionale of landelijke media, maar er wel degelijk toe doen voor inwoners. Dit belang neemt toe nu gemeenten door de decentralisaties meer verantwoordelijkheden hebben gekregen. Een mooi praktijkvoorbeeld is het project 'Gelderland Stemt', waar regionale en lokale journalisten in een tot studio omgebouwde bus door de hele provincie reden om inwoners tijdens de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen te informeren over partijen, politici en voorstellen in hun eigen gemeente. Het voorbeeld toont enerzijds de meerwaarde en het bereik aan van lokale media voor inwoners. Anderzijds maakt het de toegevoegde waarde van professionalisering door regionale of lokale samenwerking inzichtelijk. Een ander aansprekend voorbeeld vind ik de samenwerking tussen de (private) Twentsche Courant Tubantia en 1Twente, waarbij inwoners van Enschede via de 'Newsroom Enschede' worden geïnformeerd over wat er in hun stad gebeurt. Met deze samenwerking wil men inwoners daarnaast activeren meer betrokken te raken bij het wel en wee van de stad.

### Vervolg

Mede dankzij een kabinetsbijdrage van circa € 1.8 miljoen hebben de VNG, OLON, NLPO en lokale omroepen de afgelopen jaren betekenisvolle stappen gezet richting verdere professionalisering van de sector. Zo heeft de zogenoemde 'MediaHub' van OLON en de NLPO in 2014 ervoor gezorgd dat lokale omroepen in één keer de distributie van hun radio- en televisiekanalen naar alle pakketaanbieders in Nederland kunnen regelen.<sup>4</sup> Ook is door de VNG en de NLPO een nauwkeurige beschrijving ontwikkeld van wat het wettelijke begrip 'lokaal toereikend media-aanbod' voor lokale omroepen betekent. Het begrip wordt door de NLPO gefaciliteerd, onder andere door het ontwikkelen van een keurmerk dat kan worden uitgereikt aan streekomroepen die aan strenge professionaliteitseisen voldoen. Voor deze en de andere belangrijke activiteiten stel ik jaarlijks geld beschikbaar uit de Mediabegroting. In 2018 was dit ruim € 1.5 miljoen.<sup>5</sup> De praktijk laat ook zien dat publieke omroepen elkaar steeds vaker opzoeken in samenwerkingsverbanden. Het Commissariaat ondersteunt hen hierbij. Zo is er de

<sup>4</sup> Kamerstukken II, 2014/15, 34 000 VIII, nr. 61

<sup>5</sup> Kamerstukken II, 2017/18, 34 775 VIII, nr. 31



uitgave 'Samenwerking van publieke omroepen met andere partijen' en hielden OLON, de NLPO en het Commissariaat afgelopen jaar informatiebijeenkomsten over de voorschriften van de wet. De besturen van de lokale publieke omroepen waren voor deze bijeenkomsten uitgenodigd. Het is belangrijk dat medewerkers van deze omroepen op de hoogte zijn van de voorschriften uit de Mediawet.

Onze referentie  
1376008

Tegelijkertijd concludeer ik dat er vanuit de rijksoverheid actie noodzakelijk is om te zorgen dat ontwikkelingen door kunnen blijven gaan en waar mogelijk worden geïntensiveerd. In het kader van onderzoeksjournalistiek maakt het kabinet structureel middelen vrij.<sup>6</sup> Met die middelen wil ik ook onderzoeksjournalistiek op lokaal niveau een impuls geven. Over mijn plannen voor de besteding van die middelen stuur ik uw Kamer separaat een brief.

Daarnaast ben ik voornemens na de zomer – na de vorming van de nieuwe VNG-commissie – (samen met mijn collega van BZK) in gesprek te gaan met de VNG en NLPO. Doel van deze gesprekken is om gezamenlijk het belang en de meerwaarde van lokale media en journalistiek te ondersteunen en waar mogelijk bestuurlijke afspraken te maken. Ik streef daarbij naar een manier die voor alle gemeenten werkbaar is. Dit vraagt om nauwe samenwerking en partnerschap, in het bijzonder met de VNG en de NLPO. Daarbij ben ik voornemens te verkennen op welke wijze gemeenten kunnen voldoen aan het richtsnoerbedrag en hoe er invulling kan worden gegeven aan het lokaal toereikend media-aanbod. Over het gesprek en de uitkomsten ervan zal ik u voor het mediabegrotingsdebat in dit najaar schriftelijk informeren.

de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media,

Arie Slob



---

### **Bijlage 5 Afkortingenlijst**

LTMA	Lokaal Toereikend Media Aanbod
NLPO	Nederlandse Lokale Publieke Omroepen
OLON	Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland
PBO	Programma Beleidsbepalend Orgaan (Mediawet). In Helmond Programmaraad genoemd.
VNG	Vereniging Nederlandse Gemeenten

### **Bijlage 6 Geconsulteerde personen en organisaties**

Commissariaat voor de Media

Media Adviseurs Nederland	B. van Valburg
Mediahuis Helmond	P. Vermeulen
NLPO	Nederlandse Lokale Publieke Omroepen
OLON	Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland
Omroep Venlo	E. Cuijpers, directeur
Programmaraad Omroep Helmond	
Siris	J. van de Rijdt voorzitter

|