



**BELEIDPLAN RTV LOVE
2017 – 2020**

Volendam, maart 2017

Samenvatting Beleidplan RTV LOVE 2017- 2020

Nadat RTV LOVE zijn nieuwe onderkomen had gerealiseerd en zelf alle technische voorzieningen had aangebracht, heeft najaar 2016 een grotendeels vernieuwd bestuur het stokje overgenomen. De middelen die een lokale omroep nodig heeft, zijn in uitstekende staat beschikbaar en financieel zijn er weinig problemen, althans binnen de huidige status van de omroep. Het nieuwe bestuur is gestart met het evalueren van de organisatie met het voorliggende Beleidplan RTV LOVE 2017-2020 als eerste resultaat.

Landelijk spelen ontwikkelingen waardoor hogere eisen worden gesteld aan lokale omroepen dan tot enkele jaren geleden. De InformatieCultuurEducatie eisen van de Mediawet zullen in de nabije toekomst worden uitgebreid tot de eisen van het Lokaal Toereikend Media Aanbod. Achterliggende doelstelling van het LTMA is dat lokale omroepen zich dienen te ontwikkelen tot medium dat de maatschappelijke cohesie bevordert en de betrokkenheid van de burgers bij de samenleving vergroot. Om aan deze eisen te kunnen voldoen, is meestal logistieke versterking nodig in de vorm van samenwerking met collega-omroepen. Deze vorm kan een samenwerkingsverband zijn, maar vaak ontwikkelt dat zich tot een fusie-omroep. Bij een gefuseerde omroep worden de lokale omroeporganisaties opgeheven en worden hun taken door de streekomroep overgenomen. Wel blijven altijd lokale redacties bestaan die het lokale nieuws dienen aan te leveren.

Binnen RTV LOVE bestaat anno 2017 geen enkele animo om zich op te heffen en op te gaan in een fusie-Streekomroep Waterland; de noodzaak ervan wordt momenteel niet ervaren. Er is wel bereidheid om waar mogelijk de samenwerking aan te gaan met PIM Monnickendam, LOL Landsmeer en RTV Purmerend en op basis van samenwerking een streekomroep te realiseren; het model van RMC Twente heeft hierbij een voorbeeldfunctie. Om aan de eisen van het LTMA te kunnen voldoen, is aanvullende financiering nodig.

Binnen de organisatie RTV LOVE bestaat grote behoefte aan versteviging van de organisatie en versterking van de groep medewerkers. Ook wordt de noodzaak onderkend van een gedegen P.R. & Marketingbeleid. Het opzetten van een aparte jongerenafdeling wordt gezien als een investering in de toekomst. In dit beleidplan worden deze aspecten alle besproken volgens een model waarbij RTV LOVE wordt gezien als een winkel die zijn producten moet verkopen. Er wordt een aantal voorstellen gedaan met bijbehorend tijdspad om de respectieve doelstellingen te realiseren. Zie hiertoe het Plan van Aanpak RTV LOVE 2017-2020 dat is voortgekomen uit dit beleidplan.

Tot nog toe levert de landelijke overheid samen met OLON, NLPO en VNG een keur van plannen en aanmoedigingsvoorstellen, maar nog geen financiële onderbouwing voor die wensen. De financiering van alle lokale omroepactiviteiten wordt overgelaten aan de omroepen zelf en aan de lokale overheden. De noodzaak om als lokale omroep hand in hand te gaan met de gemeente is evident, en niet alleen om financiële redenen.

Volendam, maart 2017

Beleidsplan RTV LOVE 2017- 2020

§ 1. Inleiding

RTV LOVE is, na de verhuizing naar het nieuwe gebouw en het afronden van de inrichting en na de installatie van de tientallen technische voorzieningen in 2013 in rustiger vaarwater gekomen. Met het instellen van de Omroep Commissie is het managementorgaan van RTV LOVE in positie gebracht; het bestuur bestuurt en stelt het beleid vast en de OC heeft de leiding over de uitvoering van het beleid. Als een organisatie wordt gedefinieerd als een 'samenwerkingsverband van mensen en middelen om een bepaald doel te bereiken', dan kan worden vastgesteld dat de organisatie RTV LOVE over uitstekende middelen beschikt – huisvesting, apparatuur en financiering – maar dat de elementen 'mensen' en 'doel' in deze definitie nadere afstemming behoeven. Hier wordt verderop in deze nota nader op in gegaan.

De middelen voor een bloeiende lokale omroeporganisatie zijn beschikbaar gekomen; het bestuur dat deze klus heeft geklaard, verdient hiervoor alle lof. Het vernieuwde bestuur ziet het als zijn taak om de huidige organisatie verder uit te bouwen en tegelijk de slag te maken naar de gedigitaliseerde samenleving die in Nederland ontstaat.

§ 1a. Situatie intern

- RTV LOVE is anno 2017 een hobbyistenclub met prima huisvesting, uitstekende apparatuur en veel technische kennis. De financiële situatie is gezond en blijft daarom buiten beschouwing in dit beleidsplan.
- Er is een radio- en tv-afdeling, een kabelkrant, een website en een Facebook pagina.
- Uitzendingen kunnen worden gevolgd via de ether (radio), CAI en internet.
- Een beleidsmatig kader voor content en sturing op doelgroepen per interessegebied dient nog verder te worden doorontwikkeld opdat de programmamakers meer onderbouwing hebben bij de keuze van hun onderwerpen.
- Informatie over kijk- en luisterdichtheid ontbreekt.
- Inzicht in de wensen en behoeften van de doelgroepen van RTV LOVE ontbreekt. Deze doelgroepen worden per interessegebied ingedeeld.

Najaar 2016 is het grotendeels vernieuwde bestuur in functie getreden. Het is begonnen met het inventariseren van wensen en behoeften bij een aantal sleutelfiguren van RTV LOVE. Er blijkt behoefte te bestaan aan afspraken over en beleid gericht op de doelstellingen van RTV LOVE, de doelgroepen die bereikt dienen te worden, informatie over het gerealiseerde bereik van deze doelgroepen, de content-eisen die gesteld zouden moeten worden aan de uitzendingen, de promotie en de public relations activiteiten die de organisatie zou kunnen en moeten uitvoeren. Om aan deze behoeften tegemoet te kunnen komen, is een Beleidsplan RTV LOVE onmisbaar. Uit dat Beleidsplan RTV LOVE dient een Plan van Aanpak te volgen, waaruit tevens een Actieplan P.R & Marketing moet worden afgeleid.

§ 1b. Situatie extern

Naast het onderkennen van een aantal behoeften binnen de eigen gelederen, signaleert het bestuur ook bepaalde ontwikkelingen vanuit de samenleving die van groot belang zijn voor RTV LOVE. Het omroepveld in Nederland is de laatste jaren flink in beweging. Heilige huisjes worden niet meer ontzien en verworven rechten bestaan niet meer. Organisaties die werkzaam zijn in het mediawerkveld in Nederland, dienen zich continu te bewijzen. Internet wordt steeds belangrijker als kanaal om uitzendingen te bekijken of te beluisteren, vooral voor jongeren. De lokale omroepen, waarvan vele nog - soms ten dele - de piratencultuur van voorheen koesteren, worden langzaam maar zeker ingepakt in nieuwe regelgeving waarvan dienstbaarheid aan de samenleving het uiteindelijke doel is. Enkele belangrijke ontwikkelingen in overzicht:

- Landelijk wordt gewerkt aan een ombouw van lokale omroepen naar streekomroepen. Om hierin mee te kunnen spelen, is een gedegen onderbouwing noodzakelijk van het huidige eigen beleid en van dat voor de nabije toekomst.
- Regelgever Commissariaat voor de Media hanteert momenteel de Informatie Cultuur en Educatie (ICE) norm met een specificatie van aantallen minuten die hieraan moeten voldoen. Deze norm wordt op termijn vervangen door eisen die voortkomen uit het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LMTA) dat gaat gelden voor zowel de lokale als de streekomroepen.
- Het recht op subsidie wordt in 2017 ter discussie gesteld. Gemeenten dienen in overleg met hun lokale omroeporganisatie financiering te regelen voor het kunnen voldoen aan de eisen van het LMTA; zie § 4 van dit plan. Het is ook mogelijk dat gemeenten in streekverband samen gaan werken en alzo gezamenlijk de financiering van hun streekomroep regelen. In ieder geval geldt dat om aan de eisen van het LMTA te kunnen voldoen, extra financiering noodzakelijk is.
- De kwaliteit van lokale en streekomroepprogramma's dient van een behoorlijk niveau te zijn; de landelijk uitgezonden programma's zijn voor de consument het referentiekader.
- Noodzaak tot samenwerken met streekbladen en lokale advertentiebladen; niet elkaar beconcurreren op informatie, maar elkaar aanvullen opdat de consument zo goed mogelijk wordt geïnformeerd over het reilen en zeilen in zijn woonplaats en in zijn habitat (= leefgebied).
- Regionale internet-nieuwssites concurreren met de lokale omroepen. Lokale omroepen dienen hier een eigen werkwijze tegenover te stellen waardoor de consument kiest voor zijn omroep als hij informatie zoekt over de samenleving. Het borgen van journalistieke objectiviteit kan een internet-nieuwssite niet bieden; een lokale omroep wel.
- In alle woonkernen van gemeenten dienen wijkredacties te worden opgezet die nieuws uit deze locaties leveren aan de centrale redactie van de lokale omroep.
- Cross-channel distributie is een absolute vereiste om programma's voor alle burgers toegankelijk te maken. Een mediahub is nodig om programma's te 'vertalen' naar de systemen van de verschillende kanalen.

Om adequaat te kunnen reageren op deze interne en externe ontwikkelingen is een beleidplan noodzakelijk met een visie op de toekomst waarin RTV LOVE, ten volle gebruik makend van al zijn mogelijkheden, niet slechts volgend is maar juist trendsettend, niet reactief maar pro-actief, niet afwachtend maar initiërend. Om zo'n toekomstgericht beleid te kunnen realiseren, dienen de plannen voor de

toekomst breed te worden gedragen, niet alleen door de LOVE-medewerkers maar ook door de habitat waarvoor RTV LOVE werkzaam is: burgers, organisaties, bedrijven en overheid.

§ 1c. Tenslotte

RTV LOVE is van oorsprong een piratenomroep met een organisatiecultuur waarbinnen eigenzinnigheid en weerbarstigheid nog steeds een rol spelen; kenmerken die in bestuurlijk opzicht wel eens lastig kunnen zijn, maar die er ook toe hebben bijgedragen dat RTV LOVE reeds menige crisis heeft doorstaan en nog steeds 'Alive and Kicking' is. Om te voorkomen dat, ondanks de geboden mogelijkheden tot meedenken en meebeslissen, bepaalde medewerkers zich door het inzetten van nieuw beleid toch ontheemd gaan voelen en wellicht nieuwe ontwikkelingen zullen weigeren te steunen, zullen bestuur en management er naar streven desgewenst bestaande werkwijzen te handhaven en nieuwe ontwikkelingen daarnaast in te zetten. Er zal dus op korte termijn geen radicale wijziging komen in werkwijzen als daardoor interne strijd zou ontstaan, maar wel zullen nieuwe activiteiten worden opgezet waardoor RTV LOVE in de toekomst zijn missie voor de samenleving kan handhaven en deze verder kan uitbouwen.

Dit beleidplan is ontstaan tijdens meerdere gesprekken met sleutelfiguren, bestuursleden en de nieuw opgerichte P.R.& Marketing werkgroep (of PRM-groep). De voorstellen en plannen die het plan presenteert, worden dus niet door het bestuur van bovenaf gedropt maar zijn juist grotendeels afkomstig van de werkvloer en hebben een route van onderaf naar de bestuurstafel gevolgd. Het bestuur neemt aan dat door deze werkwijze eventuele weerstand tegen veranderingen binnen de organisatie kleiner zal zijn dan bij een top-down benadering het geval zou zijn geweest.

§ 2. Missie

Om als organisatie zo effectief mogelijk te kunnen opereren, dient het grote doel, de missie, duidelijk te zijn geformuleerd en breed te worden gedragen door alle medewerkers. Voor RTV LOVE luidt deze missie voor de periode 2017 tot en met 2020 als volgt:

RTV LOVE stelt zich ten doel een onmisbare partij te zijn voor het onafhankelijk en deskundig informeren van de burgers van Edam-Volendam over maatschappelijke, culturele, sportieve, economische en politieke ontwikkelingen in de gemeente en in de regio. Hiertoe gebruikt RTV LOVE meerdere cross-mediale mogelijkheden en werkt hij samen met andere informatiebiedende partijen. Het versterken van de lokale democratie en het stimuleren van de betrokkenheid van de burgers bij hun lokale samenleving zijn primaire doelstellingen.

§ 3. Mediakanalen

Kijken en luisteren naar programma's van omroepen vindt sinds decennia plaats via radio en televisie. Social media zijn hier de afgelopen jaren aan toegevoegd. Door de vele mogelijkheden die smartphones bieden, gebruiken jongeren social media vrijwel

dagelijks als kanaal om zich van informatie te voorzien. Media die jongeren als doelgroep hebben, dienen hun informatie daarom zodanig aan te bieden dat smartphones hem kunnen binnenhalen. Op Facebook en YouTube kunnen non-lineair programma's worden bekeken, waardoor voor klanten die dit medium kunnen gebruiken, tijdstippen van uitzending niet langer relevant zijn.

De landelijke overheid signaleert deze ontwikkelingen en stimuleert via de Organisatie voor Lokale Omroepen Nederland (OLON) om nieuws en relevante maatschappelijke informatie cross-mediaal aan te bieden. OLON biedt een zogeheten 'mediahub' waarmee programma's kunnen worden omgezet naar de taal die de verschillende media gebruiken zodat een programma kan worden binnengehaald via alle apparaten die in gebruik zijn bij het publiek. Tegelijk kunnen via deze mediahub de programma's worden doorgelegd naar de belangrijkste providers en distributeurs in Nederland die ze weer kunnen aanbieden aan hun klanten. Het Convenant 2015-2018 tussen VNG en OLON stelt dat een omroep de volgende kanalen en media dient te bedienen:

- **radio:** analoog + digitaal via ether, kabel en IP-based tbv computer, tablet en smartphone
- **tv:** analoog + digitaal via ether, kabel en IP-based tbv computer, tablet en smartphone
- **internet lineair:** audio/video/tekst/foto op interactieve internetsite en sociale media via computer, tablet en smartphone
- **internet non-lineair:** programma's bekijken via YouTube, via servers van omroepen of van andere organisaties.

RTV LOVE maakt aanvang 2017 nog niet gebruik van een mediahub, onder meer vanwege de kosten. Social media uitzendingen worden door RTV LOVE in eigen beheer aangeboden. RTV LOVE is voornemens een mediahub te gaan gebruiken als platform voor de distributie van radio en tv naar de landelijke providers en naar de social media. Hiertoe dienen financiële middelen beschikbaar te komen.

RTV LOVE stelt zich ten doel eind 2017 zijn programma's cross-mediaal aan te bieden, volgens de eisen van het Convenant VNG-OLON.

§ 4. Content en eisen Lokaal Toereikend Media Aanbod

In het genoemde Convenant 2015-2018 tussen VNG en OLON wordt gesteld:

- De content van programma's van lokale omroepen dient gericht te zijn op de natuurlijke 'habitat' van de burger, het gebied waarin hij woont en werkt en leeft. Dit is een groter gebied dan zijn woonkern, het omvat ook de streek waarin hij woont.
- Zowel de burgers als de woonkern als de gemeente als ook de steden in zijn habitat dienen op evenwichtige wijze aandacht te krijgen.
- Dagelijks dient op alle kanalen van de omroep multimediaal nieuws en informatie te worden geboden, van voldoende journalistieke kwaliteit. Hiertoe dient de redactie professioneel te worden aangestuurd.

- Tenminste 50% van de programma's dient Informatief, Cultureel of Educatief van aard te zijn (de ICE-norm).
- Als dan ook nog interactie en participatie van burgers en groeperingen wordt ingericht, is er sprake van Lokaal Toereikend Media Aanbod

D.d. 23 november 2016 heeft staatssecretaris Dekker van OCW een brief gezonden aan de voorzitter van de Eerste Kamer der Staten-Generaal over 'Het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst'. Uit deze brief wordt – cursief - onderstaande paragraaf geciteerd.

4.3. Lokaal toereikend media-aanbod

Volgens het bekostigingsartikel 2.170 van de Mediawet 2008 moet de bekostiging door de gemeente op zodanige wijze geschieden dat op lokaal niveau in een toereikend media-aanbod wordt voorzien. Het begrip «lokaal toereikend media-aanbod» wordt door de wet verder niet ingevuld. Het Commissariaat constateert dat terughoudendheid is geboden, omdat overheidsbemoediging met media-inhoud zich niet goed verdraagt met het recht van media-instellingen om zelf in redactionele vrijheid de vorm en inhoud van het media-aanbod te bepalen. Dit onderschrijf ik.

Het Commissariaat merkt op dat in het Vernieuwingsconvenant gemeenten en lokale publieke omroepen wordt geadviseerd samen invulling te geven aan het lokaal toereikend media-aanbod en de financiering daarvan. Het Commissariaat constateert verder dat in overeenstemming met dat advies ook daadwerkelijk de dialoog wordt gezocht. Dat blijkt volgens het Commissariaat ook uit het geringe aantal juridische procedures hierover. Dat vind ik een positieve ontwikkeling.

Einde citaat.

Het is uitgesloten dat RTV LOVE aan de LTMA-eisen kan voldoen als de organisatie moet blijven draaien op uitsluitend vrijwilligers. Een professioneel kader om de gewenste continuïteit van de programmering en de vereiste journalistieke kwaliteit te realiseren, is voorwaarde voor een gedegen Lokaal Toereikend Media Aanbod. Een mooie oplossing zou zijn als de gemeente Edam-Volendam de kosten hiervan zou subsidiëren. Een andere benadering biedt het convenant VNG-OLON-NLPO 2015-2018; het bepleit samenwerking tussen lokale omroepen waarbij dan de betrokken gemeenten gezamenlijk en met het samenwerkingsverband de financiering ervan dienen te waarborgen. Binnen een dergelijke opzet is het in meerdere regio's reeds gelukt om professionele ondersteuning te realiseren voor bepaalde onderdelen van het totaalprogramma, ongeacht of daarbij sprake is van een samenwerkingsverband dan wel van een gefuseerde streekomroep.

RTV LOVE is desgewenst bereid om deel te nemen aan een samenwerkingsverband binnen een Streekomroep Waterland, waarbij dan de samenwerkende Waterlandgemeenten de financiële basis ervan dienen te verzorgen.

RTV LOVE stelt zich ten doel eind 2020 te voldoen aan de eisen van het LTMA. Hiertoe wordt in de maanden januari-juni 2017 een stappenplan opgesteld door een nog in te stellen Werkgroep Stappenplan Streekomroep. Over de inhoud van het plan vindt overleg plaats met de collega-Lokale Omroepen in het Regio-overleg Streekomroep Waterland en met het gemeentebestuur van Edam-Volendam.

§ 5. Streekomroep

OLON stelt zich ten doel in Nederland de 275 bestaande lokale omroepen die in 2015 actief waren, in 2018 te hebben georganiseerd in een 100-tal streekomroepen. Volgens VNG en OLON zijn begin 2016 reeds 187 lokale omroepen betrokken bij 75 streekomroepen; de overige 88 lokalen zijn zich nog aan het oriënteren of willen niet. (bron: *Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen 2015-2018 VNG/OLON/NLPO*). RTV LOVE wordt in dat plan onderdeel van Streekomroep Waterland, bestaande uit de lokale omroepen RTV LOVE, LOL Landsmeer, PIM Monnickendam en RTV Purmerend. De vier gemeentebesturen hebben onlangs verklaard akkoord te zijn met deze indeling, die in januari 2017 definitief is vastgesteld door de OLON. Reeds geruime tijd bestaat een Regio-overleg waarin de genoemde lokale Waterlandomroepen overleggen over een model waarbinnen zij gezamenlijk vorm zouden kunnen geven aan een Streekomroep Waterland. In Bijlage I is een vijftal varianten opgenomen met evenveel mogelijke modellen van samenwerking.

De RTV LOVE-afgevaardigden in het Regio-overleg Streekomroep Waterland bespeuren bij hun collega's evenveel vragen over het beleid rond de Streekomroepen als zij zelf hebben. De twee belangrijkste vragen zijn of beoogd wordt dat de lokale omroepen zichzelf opheffen en dienen op te gaan in een nieuwe Streekomroep en aansluitend, hoe de financiering is ingericht voor een nieuwe regionale omroeporganisatie. De OLON/NLPO nieuwsbrief van december 2016 geeft enkele voorbeelden van samenwerkingsverbanden tot streekomroepen. Daarnaast heeft het Regio-overleg Waterland op 15/12/16 een gesprek van enkele uren gevoerd met de oprichter en directeur van de Streekomroep in Twente – RMC Twente – de heer Michel van der Voort. Vooral dit gesprek was zeer verhelderend. Een overzicht van de belangrijkste inzichten die zijn opgedaan bij het inrichten van het Regionaal Media Centrum Twente is opgenomen in de bijlagen van dit Beleidplan,

Zowel uit het verhaal van de OLON-nieuwsbrief van december 2016 als uit het verhaal van de directeur van RMC Twente blijkt:

- de Lokale Omroepen dienen zichzelf om te bouwen van traditioneel naar dynamisch, waarbij de organisatiestructuren dienen mee te veranderen.
- samenwerking is het sleutelwoord, zowel binnen het kader van een Streekomroep als met regionale kranten en andere nieuwsgaarders.
- geen wielen uitvinden die er al zijn, geen apparatuur aanschaffen die kan worden geleend bij een collega, samenwerken bij P.R. & Marketing.
- alle beschikbare media dienen op alle beschikbare kanalen tegelijk te worden ingezet.
- Lokale Omroepen blijven rapporteren over hun eigen woongebied en de Streekomroep biedt een selectie uit alle lokale reportages.

Uit communicatie met het Commissariaat voor de Media is in februari 2017 gebleken dat:

- het CvdM geeft zendvergunningen af voor hetzij een lokale omroep hetzij een gefuseerde streekomroep, waarbij het Programmabeleid Bepalende Orgaan telkens hetzij lokaal hetzij streekgericht moet zijn samengesteld. Een omroep kan of lokaal of streekgericht zijn, maar niet allebei tegelijk.
- het is toegestaan dat lokale omroepen met elk een eigen zendvergunning samenwerken in streekverband en zo een streekomroep vormen. Dit samenwerkingsverband streekomroep kan een aantal taken van de lokale omroepen centraal uitvoeren, zoals: nieuwsgaring en nieuwsuitzendingen, opleiden van medewerkers, p.r. & marketing, techniek etc. Deze vorm van streekomroep heeft geen eigen zendvergunning; de lokale omroepen zijn de zendgemachtigden.
- het is een gefuseerde streekomroep – met de enige zendvergunning voor die streek - toegestaan het streekprogramma in een bepaalde woonkern te onderbreken en te vervangen door een programma van de lokale redactie van die woonkern. Dit is bijvoorbeeld van belang bij de intocht van Sinterklaas – opdat kinderen niet verschillende Sinterklazen ingehaald zien worden – en voor het uitzenden van raadsvergaderingen die meestal slechts voor de eigen woonkern interessant zijn. Voorwaarde is dat de vervangende programma's door de overige woonkernen ook bekeken kunnen worden, op een ander tijdstip en mogelijk middels een ander medium.

De beschreven visies en ervaringen inzake het ontwikkelen van streekorganisaties sluiten naadloos aan bij de eisen die worden gesteld aan het Lokaal Toereikend Media Aanbod waar elke Lokale Omroep in de nabije toekomst aan moet gaan voldoen. Het ligt voor de hand om de Werkgroep Stappenplan ook een actieplan te laten opstellen om samenwerking van RTV LOVE binnen de Streekomroep Waterland vorm te geven. Het overzicht met de vijf Varianten Relatie Streekomroep - Lokale Omroep (zie bijlage I) kan hierbij dienen als leidraad.

De Werkgroep Stappenplan krijgt als eerste opdracht om eind juni 2017 een stappenplan af te ronden dat in 2020 dient te resulteren in het voldoen aan de eisen van het Lokaal Toereikend Media Aanbod. Daarnaast krijgt de Werkgroep Stappenplan als tweede opdracht om in december 2017 een voorstel gereed te hebben voor een structuur voor de toekomstige Streekomroep Waterland, zodanig dat RTV LOVE daar volledig achter kan staan.

§ 6. Naar een nieuw organisatiemodel: RTV LOVE als winkel

Tijdens gesprekken die het vernieuwde bestuur eind 2016 heeft gevoerd met een aantal sleutelfiguren binnen RTV LOVE zijn meerdere wensen en behoeften van deze medewerkers op tafel gekomen. Als rode draad wordt bij het weergeven hiervan het model gehanteerd van een winkel die zijn producten aan de man moet brengen.

Als je producten in je winkel hebt, moet je ze nog wel verkopen.

- Op welke interessegebieden richt zich het winkelbeleid. Het assortiment wordt bepaald door de behoeften van de doelgroepen binnen deze interessegebieden.
- Assortiment (programma) bekend maken via zoveel mogelijk media
- Naambekendheid regelen via zichtbaarheid en reclame, gericht op de doelgroepen binnen de interessegebieden.
- Elke winkel heeft een bedrijfsleider die er onder meer op toeziet dat de producten aansluiten op de wensen van de klanten, dat de openingstijden aansluiten op de wensen van de klanten en dat de reclames bij de doelgroepen binnen de interessegebieden terechtkomen.

Als je winkel niet loopt terwijl de reclame in orde is, moet je je producten en je presentatie aanpassen

- Onderzoek wat het koperspubliek wel aanspreekt via de instrumenten die de commercie daartoe heeft ontwikkeld of die zelf worden bedacht.
- Verbeter de kwaliteit van de producten waarbij wellicht de medewerkers een aanvullende training zouden moeten volgen

Winkelformules moeten meegaan met de tijdgeest.

- Vernieuw continu het assortiment opdat de klanten nieuwsgierig blijven naar het aanbod. Onveranderlijkheid leidt uiteindelijk slechts tot museumwaarde.
- Veranderingen in de tijdgeest worden meestal ingezet door jongeren. Laat jongeren een deel van je assortiment bepalen; dat geeft vanzelf uitstraling naar de rest van het aanbod.
- Als een winkel zijn formule wijzigt, dient dat te gebeuren met een Big Bang zodat het publiek hierover in één grote p.r.-klapper wordt geïnformeerd

Een succesvolle winkel trekt enthousiaste medewerkers

- Mensen willen graag werken in een organisatie die succesvol is, die appelleert aan de wensen en behoeften van zijn koperspubliek, waar de ontwikkelingen meelopen met de tijdgeest, en waar de medewerkers worden uitgedaagd om vernieuwende bijdragen te leveren. Dit geldt ook voor medewerkers op vrijwillige basis.

§ 7. Basisprincipes toegepast op RTV LOVE anno 2017

Als je producten in je winkel hebt, moet je ze nog wel verkopen.

- Van de programmering van RTV LOVE wordt reeds wekelijks een overzicht gemaakt, maar kennelijk is dit moeilijk te vinden. Een reguliere productie is vereist voor een interessante programmering. Die is er reeds voor LOVE-radio, dus daar kan mee worden gestart. Belangrijk is horizontale programmering, opdat het publiek kan rekenen op vaste tijdstippen voor een bepaald programma. Voor het organiseren, actueel houden en publiceren van de programmering bestaat bij RTV LOVE momenteel geen formele instantie. Een Omroepmanager zou deze taak kunnen uitvoeren.
- Zoals een winkel een bedrijfsleider nodig heeft, heeft RTV LOVE een Omroepmanager nodig die samen met de OC het programmabeleid ontwikkelt en uitvoert dat gericht is op de verschillende doelgroepen in de verschillende woonkernen. Onder meer komt dat neer op:

1. Vrijwilligers betrekken bij de activiteiten door samen met hen te programmeren en hun zoveel mogelijk eigen verantwoordelijkheid te geven
2. content en uitzendtijden van de programma's laten aansluiten op de behoeften van de doelgroepen binnen de verschillende interessegebieden
3. actieve samenwerking inrichten met het PBO voor Edam-Volendam
4. Toegevoegde Waarde realiseren middels dagelijkse nieuwsitems 'Berichten uit de Samenleving' die voldoen aan de geldende journalistieke eisen
5. zorgen dat voor de diverse woonkernen een evenredige hoeveelheid programma's beschikbaar komt voor uitzending

De Omroepmanager organiseert – met ondersteuning van de OC - wekelijks overleg met zijn redacties en technici over de items waarover gerapporteerd dient te worden. Tegelijk worden dan de uitzendtijden van de rapportages bepaald ten behoeve van de programmeringen. De functie Omroepmanager zal hoogstwaarschijnlijk niet door een vrijwilliger kunnen worden vervuld omdat de eisen van continuïteit en professionaliteit een dergelijke opzet te boven gaan. Financiering vinden voor deze functionaris is van het grootste belang voor de toekomst van de lokale omroep in Edam-Volendam.

De Omroepmanager zoals hier omschreven, kan ook de functie van hoofdredacteur voor RTV LOVE vervullen. In het geval dat RTV LOVE over enige tijd deel gaat uitmaken van een samenwerkingsverband Streekomroep Waterland, is het mogelijk dat de functie van hoofdredacteur centraal wordt ingericht voor alle deelnemende lokale omroepen. In dat geval zal de Omroepmanager de functie van hoofdredacteur niet hoeven te vervullen, maar blijven de andere coördinerende werkzaamheden wel tot zijn of haar taakveld behoren.

- RTV LOVE had anno 2016 twee doelgroepen waarop zijn programma's zich richtten: de groep 30-60 jaar en de groep 65+. Dit is een zeer globale indeling: iemands leeftijd zegt weinig over diens interesses en behoeften. Zoals een winkel verschillende klantensegmenten kan bedienen in hetzelfde pand – babykleding/ kinderkleding/ tienerkleding/ enzovoort, zo kan RTV LOVE vanaf 2017 programma's aanbieden die aan verschillende interesses appelleren. Uit de *Missie; maatschappelijke, culturele, sportieve, economische en politieke ontwikkelingen in de gemeente en in de regio. Door de doelgroepen in te richten volgens interessegebieden, kan het publiek veel gerichter kijken of luisteren en wordt de programmering aantrekkelijker.*
- RTV LOVE wil programma's laten maken door en voor jongeren. Bij het opzetten van een structuur hiertoe is samenwerking met DBC en Triade (en wellicht ook Werenfridus in Hoorn) van groot belang. Voorwaarde is dat deze jongeren alle vrijheid krijgen, mits de producten voldoen aan de eisen die RTV LOVE en het CvdM stellen. Deze jongerenprogramma's worden door RTV LOVE slechts ingekaderd en gecheckt op toelaatbaarheid voor uitzending. Jongeren bepalen zelf de onderwerpen voor hun uitzendingen; zij weten het beste wat hun leeftijdsgroep interesseert. Voor wat in feite een ingebouwde jongerenomroep kan worden, is een ervaren coördinator nodig die ervaring heeft met jongeren.
- Voor het uitzenden van jongerenprogramma's is een eindredacteur vereist die als opdracht heeft te checken of de content voldoet aan de eisen van het CvdM en aan de eisen die RTV LOVE zelf stelt aan zijn uitzendingen. Elk

jongerenprogramma wordt in depot geplaatst en na akkoord van de eindredacteur vrijgegeven voor uitzending.

- Naambekendheid en reclame voor RTV LOVE zijn anno 2017 nog vrijwel braakliggend terrein. De P.R. & Marketing werkgroep gaat hier plannen voor maken.
- Het programma-overzicht van RTV LOVE dient via zoveel mogelijk media te worden gepubliceerd. En als het programma-overzicht via zoveel mogelijk media het publiek bereikt, dan kunnen veelal ook de uitzendingen zelf via diezelfde media worden bekeken of beluisterd. Een toegesneden site en app zijn voor RTV LOVE in het huidige tijdvak onmisbare middelen die op zo kort mogelijke termijn dienen te worden gerealiseerd.
- RTV LOVE programma's worden voor tv binnengehaald via CAI of internet en voor radio ook via de ether. Om te bewerkstelligen dat alle woningen via de verschillende providers het signaal kunnen ontvangen, dient RTV LOVE via een mediahub te worden aangeboden. Via deze mediahub kunnen ook tablets en smartphones de programma's binnenhalen. Facebook, YouTube en andere internetsites zijn voor de moderne kijker en luisteraar vaak van groter belang dan de uitsluitend lineaire mogelijkheden van een kabelnet.

Als je winkel niet loopt terwijl de reclame in orde is, moet je je producten en je presentatie aanpassen

- De PRM-groep bereidt onderzoek voor waarbij het publiek zal worden gevraagd naar zijn oordeel over de RTV LOVE-programma's en over wensen en behoeften die bestaan. Uit deze onderzoeken blijkt ook de mate van kijk- en luisterdichtheid van de uitzendingen; via sociale media wordt reeds automatisch het aantal inloggers geregistreerd. Deze onderzoek kunnen plaatsvinden op velerlei wijze en hoeven niet altijd te voldoen aan professionele onderzoekmaatstaven. Het inrichten van structureel marktonderzoek en informatieverwerving over programma's is een uitdaging voor de PRM-groep
- LOVE-programma's moeten Toegevoegde Waarde bieden, waardoor publiek het belangrijk vindt om ze te beluisteren en/of te bekijken. Dit is mogelijk door informatie te bieden uit de samenleving Edam-Volendam, zoals genoemd in de Missie. Belangrijk daarbij is het creëren van steunpunten in de diverse woonkernen binnen de gemeente, die de opdracht hebben om informatie uit hun leefomgeving te verzamelen en door te leggen naar de LOVE. Samenwerking met PBO, verenigingen, dorpsraden en belangenorganisaties is hierbij essentieel. De Omroepmanager heeft deze opdracht in zijn takenpakket.
- Bestuur en OC moeten een pakket eisen opstellen waaraan programma's moeten voldoen. De eisen gelden zowel voor de content als voor de medewerkers.
- De teams die de LOVE-programma's verzorgen en presenteren, moeten werken vanuit de instelling dat ze dienstbaar zijn aan de samenleving, dat ze belangrijk zijn om de inwoners van Edam-Volendam te voorzien van goede informatie uit de samenleving. Het aspect van dienstbaarheid aan de samenleving moet bij alle activiteiten altijd meespelen.

- Vrijwilliger zijn kan niet op vrijblijvende basis. Hobbyisme is een belangrijk element in de motivatie van de medewerkers, maar is op zich onvoldoende om de doelen van de Missie te behalen. Een Vrijwilligerscontract dient door elke nieuwe medewerker te worden ondertekend en op termijn ook door alle huidige medewerkers. In dit contract zullen ook de Huisregels worden opgenomen.
- Om aan de gestelde eisen te kunnen voldoen, is het soms nodig om bestaande medewerkers een aanvullende training te bieden. Ze moeten het als vrijwilligers leuk vinden, maar ze moeten ook over de technische vaardigheden beschikken om hun uitzendingen te realiseren. Onderdeel van deze aanvullende training moet de attitude zijn waarmee de vrijwilligers meedraaien binnen RTV LOVE.
- Om voldoende ingevoerde medewerkers te verwerven, dient RTV LOVE een basisopleidingsprogramma te ontwikkelen voor nieuwe vrijwilligers. Vervolgens dient een traject te worden ingericht waarbij nieuwe vrijwilligers die de basisopleiding hebben gevolgd, worden begeleid bij hun volgende stappen om zelfstandig opererend RTV LOVE medewerker te worden. Hierbij lijkt samenwerking met de collega-Lokalen zeer gewenst omdat het opleiden van medewerkers voor elke lokale omroep een basisvoorwaarde vormt.
- In een vrijwilligersorganisatie nog meer dan in een professioneel bedrijf is het van levensbelang om de motivatie en de betrokkenheid van de medewerkers optimaal in te richten. Een wekelijks planningsoverleg van Omroepmanager en OC met de vrijwilligers is hiertoe onmisbaar.

Winkelformules moeten meegaan met de tijdgeest.

- Het format van een programma mag niet stationair zijn. Het publiek moet nieuwsgierig blijven, moet af en toe verrast worden. Als een programma voorspelbaar is, wordt het moeilijker om publiek te blijven binden. De resultaten van de marktonderzoeken zijn een hulpmiddel bij het streven naar vernieuwing. Bestuur en OC dienen jaarlijks te evalueren of format, kwaliteit en content van de programma's nog passen op de uitkomsten van de marktonderzoeken en op andere signalen die binnenkomen vanuit de samenleving. Dit alles binnen de kaders die de Missie stelt aan de activiteiten van RTV LOVE.
- Niet alleen de programma's dienen aan te sluiten bij ontwikkelingen in de samenleving, ook RTV LOVE als organisatie moet daar in meegaan. Aan de voorbereidingen om te komen tot de Streekomroep Waterland, een proces dat in heel Nederland speelt, dient RTV LOVE actief mee te doen. Streekomroepen zijn een aanvulling op de Lokalen en bieden ondersteuning qua middelen en medewerkers. Sommige reeds bestaande Streekomroepen in Nederland zijn niet slechts een samenwerkingsverband maar zijn resultaat van een fusie waarbij de deelnemende lokale omroepen zichzelf hebben opgeheven en er meestal nog slechts lokale redacties zijn blijven bestaan. Dat is een toekomstperspectief dat binnen RTV LOVE momenteel nog weinig draagvlak heeft.
- De PRM werkgroep bereidt een Big Bang voor waarbij in 1 klap het nieuwe RTV LOVE beleid de publiciteit in gaat. Dit nieuwe beleid dient inderdaad vernieuwd en vernieuwend te zijn. De wijziging van doelgroepbepaling volgens leeftijdsklassen naar doelgroepen volgens interessegebieden wordt kenbaar

gemaakt. Ook dient te worden ingebracht het beleid om alle dorpskernen mee te nemen waarbij buurtredacties en organisaties die vanuit het PBO worden gemotiveerd, delen verzorgen van het programmabeleid. Tegelijk kunnen jongeren zichzelf presenteren als 'onafhankelijk' organisatieonderdeel van RTV LOVE. De PR&M werkgroep kan gebruik maken van de LOVE-krant die najaar 2017 driemaal zal verschijnen; een werkwijze die desgewenst jaarlijks kan worden herhaald.

Een succesvolle winkel trekt enthousiaste medewerkers

- Een dynamische organisatie met een stabiele structuur waarin medewerkers worden gewaardeerd en worden uitgedaagd op hun kwaliteiten, waar een gezellige en collegiale sfeer hangt en waar duidelijk is welke doelen de organisatie nastreeft, zo'n organisatie heeft geen probleem om medewerkers aan zich te binden en om nieuwe deelnemers te vinden.

Opsteller Jaap Schilder Dibbes

Bronnen:

- *Meerdere gesprekken met een tiental sleutelfiguren van RTV LOVE najaar 2016*
- *Vieruren-sessie d.d. 151216 met Michel van der Voort, oprichter en directeur van RMC Twente*
- *Businessplan Stichting Omroep Enschedé 2008-2012. Auteurs Flip van Willigen en Gerard Nijhof*
- *'L.O.V.E. Visiedocument 2008-2013': Voor jezelf of voor je publiek? Auteur Leendert Klein*
- *Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen 2015-2018 VNG/OLON/NLPO*
- *Nieuwsbrief OLON/NLPO 151216*
- *Brief d.d. 231116 van staatssecretaris Dekker van OCW aan de voorzitter van de Eerste Kamer der Staten-Generaal over 'Het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst'.*

Bijlage I bij Beleidplan RTV LOVE 2017-2020

Varianten relatie Streekomroep Waterland – Lokale omroepen

Groen = Lokale Omroep // rood = Streekomroep

PIM

LOL

RTV P'END

RTV LOVE

STREEKOMROEP WATERLAND

Variant A: Bestaande situatie per 010117

Elke Lokale Omroep is uitzendgemachtigd en opereert zelfstandig

1. Bestuur bepaalt beleid en ziet toe op uitvoering. Is eindverantwoordelijk.
 2. Relatie met lokale PBO wordt actief gehouden
 3. Financieel: o.a. acquisitie, sponsoring en administratie
 4. P.R. & Marketing gericht op lokale situatie
 5. Beheer gebouw
 6. Aanschaffen en onderhouden apparatuur
 7. Vrijwilligersbeleid: o.a. werven, opleiden en verbinden
 8. Redactie voeren voor lokale programma's
 9. Technisch management uitzendingen
 10. **Streekomroep is onderwerp van overleg**
-

Variant B: Lokalen blijven zelfstandig met zendvergunning maar zenden wel een gezamenlijk streekprogramma uit op elke lokale zender (model Waterland Fase I)

1. Bestuur bepaalt beleid en ziet toe op uitvoering. Is eindverantwoordelijk.
 - 1.a. **Bestuur Streekomroep bestaat uit afgevaardigden van lokale besturen**
 2. Relatie met lokale PBO wordt actief gehouden // **geen Streek-PBO ingericht**
 3. Financieel: o.a. acquisitie, sponsoring en administratie
 4. P.R. & Marketing gericht op lokale situatie
 5. Beheer gebouw
 6. Aanschaffen en onderhouden apparatuur // **deels via apparatuurpool**
 7. Vrijwilligersbeleid: o.a. werven, opleiden en verbinden
 8. Redactie voeren voor lokale programma's // **redactie Streekomroep stelt programmapakket samen dat Lokalen uitzenden**
 9. Technisch management uitzendingen // **synchronisatie technische specificaties**
-

Variant C: Lokalen blijven zelfstandig met zendvergunning en exploiteren gezamenlijk een Streekomroep (model RMC Twente of Waterland fase II)

1. Bestuur bepaalt beleid en ziet toe op uitvoering. Is eindverantwoordelijk.
 - 1.a. Bestuur Streekomroep bestaat uit afgevaardigden van lokale besturen
 2. Relatie met lokale PBO wordt actief gehouden // geen Streek-PBO ingericht
 3. Financieel: o.a. acquisitie, sponsoring en administratie
 - 3.a. Lokaal financieel beleid wordt ondersteund vanuit Streekmanagement
 4. P.R. & Marketing gericht op lokale situatie en op de Streek
 5. Beheer gebouw // mogelijk huisvesten collega-Lokale Omroep(en)
 6. Aanschaffen en onderhouden apparatuur // deels via apparatuurpool
 7. Vrijwilligersbeleid: o.a. werven, opleiden en verbinden zoveel mogelijk in samenwerking met Lokale collega's
 8. Redactie Streekomroep bepaalt programmering Streekomroep // Streekomroep heeft professionele redactie die werkt volgens eisen LTMA // professionals ondersteunen lokale redacties die het lokale nieuws dienen te rapporteren en aan te leveren // lokale redacties kunnen programma's Streekomroep naar eigen inzicht doorgeven en inpassen in de eigen programmering // Lokale Omroep wordt zo aangevuld en versterkt door de Streekomroep
 9. Technisch management uitzendingen // synchronisatie technische specificaties
-

Variant D: Streekomroep is leidend met zelfstandige lokale redacties zonder zendvergunning die lokaal uitzendingen Streekomroep kunnen uitschakelen t.b.v. eigen programma's in eigen gebied (model PIM of Waterland fase III)

1. Overkoepelend bestuur bepaalt beleid Streekomroep en ziet toe op uitvoering. Is eindverantwoordelijk. Bestuur Streekomroep bestaat uit afgevaardigden van lokale besturen die de lokale redacties borgen.
 2. Streek-PBO is ingericht en actief. Samenwerkingsverband gemeenten verzorgt zendvergunning bij CvdM. Lokalen hebben geen zendvergunning meer.
 3. Financieel: o.a. acquisitie, sponsoring en administratie vanuit Streekmanagement
 4. P.R. & Marketing vanuit Streekmanagement
 5. Beheer gebouwen vanuit Streekmanagement
 6. Aanschaffen en onderhouden apparatuur aangestuurd vanuit Streekmanagement
 7. Vrijwilligersbeleid: o.a. werven, opleiden en verbinden aangestuurd vanuit Streekmanagement in overleg met lokale redacties
 8. Redactie Streekomroep bepaalt programmering Streekomroep // Streekomroep heeft professionele redactie die werkt volgens eisen LTMA // professionals ondersteunen lokale redacties die het lokale nieuws dienen te rapporteren en aan te leveren // lokale redacties kunnen uitzendingen Streekomroep op eigen gebied onderbreken en vervangen door lokale programma's
 9. Technisch management uitzendingen centraal vanuit Streekomroep
-

Variant E: Streekomroep met voeding vanuit lokale redacties (model RTV Purmerend of Waterland fase IV)

Idem als Variant D, maar zonder de mogelijkheid de Streekuitzendingen lokaal te onderbreken en te vervangen door lokale programma's

Bijlage II bij Beleidsplan RTV LOVE 2017-2020

Uit een gesprek met de heer Michel van der Voort, oprichter van RMC Twente, d.d. 15 december 2016

De belangrijkste inzichten die bij het inrichten van Streekomroep Twente zijn opgedaan:

- Niet het sterk maken van de Streekomroep, maar het sterk maken van de Lokale Omroepen moet het doel zijn van samenwerkingpartners in een streekaanpak.
- Binnen het kader van een Streekomroep dient zoveel mogelijk gezamenlijk te worden gedaan, behalve het maken van lokale programma's. Huisvesting, organisatie, techniek en opleiding medewerkers zijn activiteiten die uitstekend in streekverband kunnen worden uitgevoerd; de nieuwsgaring dient per woonkern bij de Lokale Omroepen te blijven.
- Eenheid van techniek binnen de deelnemende Lokale Omroepen – dus dezelfde technische standaarden toepassen - is een voorwaarde voor effectieve samenwerking.
- Het opleiden van nieuwe medewerkers is uiterst belangrijk. Samenwerking met onderwijsinstellingen is hierbij onmisbaar. Daarnaast zijn er altijd docenten te vinden die buiten het schoolkader om les willen geven aan enthousiaste vrijwilligers.
- Iedereen kan reportages maken met de mogelijkheden die de huidige techniek biedt. Vrijwilligers leveren zo nieuwsitems uit hun woonbuurt aan.
- Regionale kranten doen hetzelfde als Streekomroepen; ze verzamelen lokaal nieuws. Samenwerken met regionale en lokale kranten versterkt alle partijen.
- Sociale media zijn belangrijker dan de media die via de traditionele kanalen programma's aanbieden. De Lokale Omroepen van RMC Twente zetten onmiddellijk - bijna live – hun reportages op Facebook. Hierdoor zijn de Lokale Omroepen in Twente de belangrijkste spelers geworden als het gaat om informatie uit de eigen habitat. Facebook geeft ook Kijk- en luistercijfers.
- In Twente zenden Streekomroep en Lokale Omroepen hun programma's uit op alle beschikbare media en via alle kanalen, maar aangepast aan het karakter van het medium. Op Facebook zijn de items kort, op YouTube kort maar soms ook iets langer, en op de eigen site duren ze het langst en bieden ze ook de meeste informatie.
- Niet de technici hebben de leiding bij het maken van programma's, maar de redacties van deze programma's. De technici dienen zich te voegen naar de inzichten van de redacties.
- Elke Lokale Omroep dient per dag een video-nieuwsitem van minimaal 2 minuten te produceren dat wordt doorgegeven aan de redactie van de Streekomroep. Elke Lokale Omroep heeft op radio elk uur een nieuwsuitzending die wordt doorgeschakeld vanuit de Streekomroep. Door deze mix van lokaal en streeknieuws op elk uur worden Lokalen en Streek de belangrijkste nieuwsleveranciers voor de burgers in de regio.
- De eigen video-nieuwsitems worden per Lokale Omroep naar eigen inzicht uitgezonden, in ieder geval onmiddellijk via Facebook. Elke Lokale Omroep stelt uit de eigen video-items een compilatie samen die de week erna op vaste uren voor elke woonkern door de Streekomroep wordt uitgezonden. Dus 'Haaksbergen in beeld' wordt elk 5^e uur (er zijn 5 Lokale Omroepen verbonden aan RMC

Twente) 24 uur per etmaal uitgezonden via de CAI maar ook via de eigen site. Dit is het format van de Streekomroep-tv.

- RMC Twente en de Lokale Omroepen beschikken nauwelijks over financiële middelen. Dat blijkt geen belemmering te zijn om de gestelde doelen te verwezenlijken. “Armoe maakt creatief”

Zowel uit het verhaal van de OLON-nieuwsbrief van december 2016 als uit het verhaal van de directeur van RMC Twente blijkt dat:

- de Lokale Omroepen dienen zichzelf om te bouwen van traditioneel naar dynamisch, waarbij de organisatiestructuren dienen mee te veranderen.
- Samenwerking is het sleutelwoord, zowel binnen het kader van een Streekomroep als met regionale kranten en andere nieuwsgaarders.
- Geen wielen uitvinden die er al zijn, geen apparatuur aanschaffen die kan worden geleend bij een collega, samenwerken bij P.R. & Marketing.
- Alle beschikbare media dienen op alle beschikbare kanalen tegelijk te worden ingezet.
- Lokale Omroepen blijven rapporteren over hun eigen woongebied en de Streekomroep biedt een selectie uit alle lokale reportages.