

14-5124

59

REWLE

Van: Ruud Stikkelbroeck [<mailto:ruud.stikkelbroeck@omroepvenlo.nl>]

Verzonden: donderdag 24 april 2014 10:48

Aan: DL_Raadsgriffie

Onderwerp: Fwd: Brief Omroep Venlo voor gemeenteraad

Geachte raadsleden,

We willen graag uw aandacht vragen voor een brief van Omroep Venlo als gevolg van het coalitie-akkoord dat vorige week is gepresenteerd. In de bijlage zit verder een toelichting op een van de onderdelen uit de brief: het Lokaal Toereikend Media-aanbod. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met ondergetekende. We zijn heel graag bereid om u persoonlijk meer uitleg te geven.

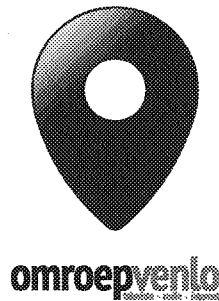
Met vriendelijke groeten,

Ruud Stikkelbroeck | Directeur / Hoofdredacteur
Omroep Venlo, Lokale Omroep van het Jaar 1998, 2005, 2010 en 2013
Ook digitaal via Ziggo kanaal 40 en 45

Studio en bezoekadres
Nedinscopein 9, 5912 AP Venlo | Postbus 900, 5900 AX Venlo
T (077) 351 11 44 | F (077) 354 56 68 | M (06) 27 88 50 20
E ruud.stikkelbroeck@omroepvenlo.nl | www.omroepvenlo.nl

Bent u al Vriend van Omroep Venlo?

Zie www.omroepvenlo.nl/vriendvan



Venlo, 24 april 2014

Deze brief is een reactie van het bestuur en de directie van Omroep Venlo op de bezuinigingsparagraaf in het onlangs gepresenteerde coalitie-akkoord. Enerzijds vanwege de aan de beoogde bezuiniging gekoppelde argumentatie en anderzijds vanwege met de gemeente in aanloop naar onze verhuizing naar de Nedinsco Fabriek gemaakte afspraken.

De argumenten die worden gebruikt om een 'beperkte' korting op te leggen aan Omroep Venlo zijn in onze ogen geen gevolg van gedegen onderzoek naar de situatie van lokale omroepen in het land en die van Omroep Venlo in het bijzonder. Omroep Venlo haalt in vergelijking met alle regionale en lokale omroepen in Nederland met afstand het meeste geld uit de markt. Iets meer dan 70% van onze inkomsten zijn door de Omroep zelf gegenereerde inkomsten. Iets meer dan 25% bestaat uit subsidie. Ter vergelijking: L1 ontvangt ruim 14.000.000,- euro subsidie, waarbij zij minder dan 30% aan eigen inkomsten genereert. Voor iedere euro subsidie maakt Omroep Venlo dus voor 4 euro programma's. Dat doen we met liefde, met bescheiden salarissen, met behulp van tachtig goede en gedreven vrijwilligers en met een opzienbarend laag ziekteverzuim.

Het eerste argument dat wordt gebruikt is dat we landelijk gemiddeld boven de norm zitten qua hoogte van de subsidie. Dat is juist maar indien Omroep Venlo vergeleken wordt met kwalitatief vergelijkbare omroepen, zoals Studio 040 in Eindhoven, Omroep Maastricht, Oog in Groningen en TV Enschede FM, dan ontstaat een ander beeld. Genoemde omroepen krijgen (per hoofd van de bevolking) evenveel of meer subsidie dan Omroep Venlo. In vergelijking met genoemde omroepen valt Omroep Venlo in positieve zin op door heel erg veel eigen middelen te genereren. Dat komt vooral door het uitzenden van goede programma's, we kunnen dat niet genoeg benadrukken.

Verder willen wij benadrukken dat een vergelijking trekken met het landelijk gemiddelde om meer dan één reden niet juist is. Er zou wat de omvang van de subsidie betreft een vergelijking gemaakt moeten worden met omroepen die net als Omroep Venlo een 'lokaal toereikend media-aanbod brengen'. Bijgevoegd vindt u informatie over deze actuele term in lokale omroep land. De OLON (onze belangenvereniging) en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten, waarvan ook de Gemeente Venlo lid is, hebben hierover afspraken gemaakt. Iedere omroep moet gaan voldoen aan dat toereikend media-aanbod. In het akkoord dat is gesloten is daarom ook de norm van 1 euro 30 per huishouden losgelaten, omdat alle betrokkenen zich goed realiseren dat het maken van goede radio, televisie en internet met dagelijks actueel nieuws onmogelijk is met dat bedrag. Omroep Venlo is blij dat de gemeenten dat hebben uitgesproken. We liggen nu dus weliswaar nog boven het landelijk gemiddelde maar het nieuwe convenant verplicht alle gemeenten om bekostiging aan lokale omroepen nu serieus te nemen. Het landelijke gemiddelde zal dus omhoog gaan.

studio & bezuiniging
Nedinsco Fabriek
Nedinscoplein 9
5912 AP Venlo

postadres
Postbus 900
5900 AX Venlo

internet/e-mail
www.omroepvenlo.nl
nieuws@omroepvenlo.nl



Op het moment dat je ons zou vergelijken met omroepen in de directe omgeving zoals Reindonk, Venray en P&M dan vergelijk je appels met peren. Je vergelijkt een aantal vaste krachten met grotendeels vrijwilligers. Neem zelf op een doordeweekse dag de proef op de som om half zes. Bij onze collega's zie je vooral beeldkranten, bij Omroep Venlo zie je dagelijks tv-nieuws, gemaakt door journalistiek geschoolde collega's. De situatie dat omroep Venlo alleen een beeldkrant had is gelukkig al lang verleden tijd en daar moeten we ook niet terug willen. Het publiek heeft, terecht, hogere verwachtingen van een modern mediabedrijf anno 2014 en wil betrouwbaar lokaal nieuws. Dat is de functie van een goede lokale omroep. Nieuws en duiding, zoals in Nedinscoplein, kosten geld. Extra programma's, mits goed gemaakt en interessant, leveren geld op. De beeldkrant heeft geen belangrijk verdienmodel meer in de toekomst, dat zie je aan de inkomsten van de laatste jaren, daarom moeten kleinere omroepen snel professionaliseren, anders bestaan ze niet meer over een paar jaar. Ze moeten de stap maken naar TV en gedegen journalistiek. Die stap kost wel geld overigens.

Het tweede argument dat wordt gebruikt voor de voorgenomen bezuiniging is de inkoop van programma's door de gemeente Venlo. Die inkoop zou geld opleveren om te kunnen blijven bestaan op het huidige niveau. Dat is in onze optiek echter een verkeerde aanname. De programma's leveren weliswaar inkomsten op maar het zijn niet de programma's die door onze reclame-afdeling te vermarkten zijn. Ter illustratie: 'Met het oog op Venlo' is een prettig informatief programma voor de burger, maar we verkopen er nauwelijks extra reclame omheen zoals dat wel het geval is bij bijvoorbeeld de Venloop, het Zomerparkfeest, Leedjesavond en Optochten met Vastelaovend.. Daarbij komt dat we de gemeentelijke programma's in eigen huis, met eigen mensen, moeten maken omdat ze niets opleveren als we het maken ervan moeten uitbesteden. Meer programma's voor de Gemeente Venlo in plaats van subsidie betekent het maken van programmatische keuzes, en die keuzes zouden dan weleens in het nadeel van de genoemde programma's kunnen uitvallen. Overigens zouden wij als publieke omroep ook nog tegen wettelijke regels aan kunnen lopen als een groter deel van de programmering uit door de Gemeente Venlo gesponsorde programma's gaat bestaan.

In het geval van bezuinigingen vragen wij ons sterk af of bijvoorbeeld een programma als Uit!, waarin naast culturele instellingen ook tal van amateurverenigingen een podium hebben, nog gemaakt kan worden. Ook grote producties zoals Viva Classic Live, De Venloop, ZPF en Vastelaovend zullen we kritisch tegen het licht moeten houden. Met minder middelen kunnen we niet meer aan het huidige verwachtingsniveau voldoen. Met een bezuiniging worden we in feite twee keer getroffen. We krijgen minder subsidie en we hebben minder mogelijkheden om commercieel aantrekkelijke programma's te maken terwijl juist dat steeds belangrijker wordt en wordt geacht. Haal voor 1 euro (25%) subsidie weg en je mist ook de 3 euro (75%) aan extra eigen inkomsten die naar programma's vloeien. Naast alle praktische problemen die een bezuiniging met zich meebrengt roept deze bezuiniging ook weerstand op gezien de met de Gemeente Venlo in het recente verleden gemaakte afspraken, alsmede gezien de situatie waar Omroep Venlo zich op dit moment in bevindt. In het kader van de besluitvorming rondom de verhuizing is uitgebreid gesproken met de Gemeente Venlo over de mogelijkheden en onmogelijkheden van deze verhuizing. Door Omroep Venlo zijn meerjarenbegrotingen gemaakt, welke zijn gedeeld met de Gemeente Venlo. De verhuizing zou een forse toename van de kosten met zich meebrengen maar ook veel kansen en daarmee een toename van de inkomsten. De middelen om de verhuizing te bekostigen had Omroep Venlo niet. Naast de eigen investering van 250.000,- hebben de Gemeente en Woonwenz respectievelijk 900.000 en ruim 400.000,- euro geïnvesteerd.



Door de omvang van de investeringen in de verhuizing en alle perikelen rondom deze verhuizing is de liquiditeitspositie van Omroep Venlo op het laagste niveau van de laatste tien jaar. Omroep Venlo doet er alles aan om deze positie te veranderen en is daarover voortdurend in gesprek met verantwoordelijk Wethouder Jos Teeuwen. In de begroting voor 2014 is (wederom) geen salarisverhoging voor het personeel opgenomen (terwijl de salarissen bij Omroep Venlo al relatief laag zijn) en laten we in de loop van 2014 in beginsel alle jaarcontracten aflopen. Dat betekent ruim 3 FTE minder op in totaal 15 FTE. In die 3FTE zit een medewerker van de afdeling commercie die eigenlijk hard nodig is om de extra inkomsten waar in het coalitieprogramma over gesproken wordt, te genereren. Verder valt er een cameraman en een redacteur weg. Die personen zijn nodig om programma's te maken. Een zeer onwenselijke situatie.

Tot slot kan ik u meedelen dat we qua bedrijfsvoering heel erg veel vertrouwen hebben in de toekomst van Omroep Venlo als professioneel bedrijf met volop kansen. De werksfeer is uitstekend, onze programma's zijn in professionaliteit sterk vooruit gegaan en er is veel belangstelling van burgers, sponsors en collega's voor wat we doen.

Kortom, op dat gebied ziet het er positief uit. En van daaruit is het ook aannemelijk dat we een goede toekomst in het verschiet hebben. Maar daarvoor hebben we wel tijd nodig. De verf is hier immers nog nauwelijks opgedroogd. Vooral de onzekerheid die nu ontstaan is baart ons zorgen.

Afsluitend hopen wij dat de gemeenteraad een wijs besluit zal nemen en deze bezuiniging niet zal steunen. Daarmee toont u begrip voor de situatie waarin we zitten. In het verleden hebben we al vaker gezegd dat ook wij onze portie bezuiniging willen nemen. Voor dit jaar was dat 40.000 euro ten opzichte van een coalitieperiode eerder. Als het voorstel in het coalitie-akkoord gaat dat bedrag dus naar een bezuiniging van 80.000 euro ten opzichte van 2010. Binnen acht jaar tijd is er dan bijna 30% bezuinigd op Omroep Venlo. Geen enkele publieke omroep in Nederland heeft het dan zo zwaar voor de kiezen gekregen. En Omroep Venlo wordt ten opzichte van alle andere culturele instellingen in Venlo ook nog eens onevenredig zwaar getroffen.

Met vriendelijke groeten,

Bestuur, directie en medewerkers van Omroep Venlo



facebook.com/omroepvenlo



twitter.com/omroepvenlo



Vereniging van
Nederlandse Gemeenten

0 | 0 N

UITWERKING

CONVENANT

2013

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	3
2.	CONTEXT	3
2.1.	MISSIE	3
2.2.	DIMENSIES VAN "LOKAAL TOEREIKEND MEDIA-AANBOD"	4
2.2.1.	EISEN VERSUS AUTONOMIE	4
2.2.2.	MEDIAPRODUCT	4
2.2.3.	RELEVANTIE	4
2.2.4.	BEDRIJFSVOERING	4
3.	CRITERIA MEDIAPRODUCT	5
3.1.	KANALEN	5
3.1.1.	CONSUMENTENGEDRAG	5
3.1.2.	CROSS CHANNEL	5
3.1.3.	SAMENVATTING	5
3.2.	DISTRIBUTIE	5
3.2.1.	MEDIAHUB VOOR CONTRIBUTIE EN DISTRIBUTIE	5
3.2.2.	DATA	6
3.2.3.	SAMENVATTING	6
3.3.	FOCUS	6
3.3.1.	NATUURLIJKE HABITAT	6
3.3.2.	KOPELORGANISATIE OF FUSIEORGANISATIE	7
3.3.3.	SAMENVATTING:	7
4.	CRITERIA RELEVANTIE	8
4.1.	REDACTIE	8
4.1.1.	BETROUWBAARHEID EN ONAFHANKELIJKHEID	8
4.1.2.	REDACTIONELE KWALITEIT	8
4.2.	KWALITEITSMANAGEMENT	8
4.2.1.	PLANNING EN CONTROL	8
4.2.2.	INSTRUMENTELE BORGING	8
4.3.	SAMENVATTING:	9
5.	BEDRIJFSVOERING	9
5.1.	DUURZAME FINANCIËLE BEDRIJFSVOERING	9
5.1.1.	ZONDER WINSTOOGMERK	9
5.1.2.	BIJZONDERE KARAKTER VAN VERPLICHTE BEKOSTIGING	9
5.2.	BASISBEGROTING	10
5.2.1.	INDICATIEF	10
5.2.2.	BASISBEGROTING VANAF EUR 500.000,00	10
5.3.	PRODUCTIE	10
5.4.	SAMENVATTING:	10

1. Inleiding

Op 5 juni 2012 sloten de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) en de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON) een uniek convenant: samen werd gedefinieerd hoe de toekomst van publieke lokale media-instellingen vormgegeven zou moeten worden in het algemeen, en wat daarbij de invulling zou moeten zijn van het wettelijke begrip “lokaal toereikend media-aanbod”.

Met deze collectieve ambitie is vervolgens aan de slag gegaan door de omroepen en haar vereniging. Met voorliggend document doet de OLON een voorzet voor een verdere verdieping en intensivering van de afspraken tussen lokale overheden en lokale omroepen, op basis waarvan nieuwe beleidsmaatregelen genomen kunnen worden, ook door derde stakeholders zoals het Ministerie van OCW en het Commissariaat van de Media, gericht op een verdere optimalisatie van effectiviteit en efficiency binnen de kaders van het Vernieuwingsconvenant uit 2012.

De voorliggende verdieping stelt zeer hoge en ambitieuze eisen aan lokale publieke omroepen. Wij denken dat we deze kunnen waarmaken. Daarvoor geldt dan wel één allesbepalende randvoorwaarde: de beleidsmatige veranderingen moeten onverkort worden doorgevoerd, zoals het opereren op een schaalgrootte van de “natuurlijke habitat”, het uniform uitleggen van het begrip “het meest lokale initiatief” en het realiseren van een centrale bestuurlijke infrastructuur voor de onafhankelijke lokale omroepen op het gebied van stimuleren, faciliteren en conditioneren.

Met trots leggen we dan ook deze eisen voor die wij van onszelf als prestaties verlangen.

2. Context

2.1. Missie

In meerdere overleggen en beleidsnota's is reeds vastgesteld dat de positie van publieke lokale omroepen onder zeer grote druk staat. Verwezen wordt naar de bijlage “De lokale omroep is dood, leve de lokale omroep”, waarin deze omstandigheden en het resulterende Veranderprogramma uitgebreid worden toegelicht.

De kapstok voor alle maatregelen en veranderingen is gelegen in de Mediawet, namelijk in de missionaire opdracht van het realiseren van een “lokaal toereikend media-aanbod”. In de definitie en interpretatie daarvan zit de sleutel naar een waardevolle toekomst. Door concreet, kwalitatief en kwantitatief invulling te geven aan dit begrip met draagvlak van alle betrokken maatschappelijke partners, de lokale overheden voorop, kunnen de lokale omroepen werken aan een (collectief en individueel) bestuur en organisatie, die zijn toegerust op het leveren van deze prestaties.

De missie voor publieke lokale media-instellingen is, en blijft:

- het zorg dragen voor een onafhankelijke nieuws- en informatievoorziening aan de lokale samenleving;
- het aanbieden aan de lokale samenleving (mensen, groepen, organisaties) van een crossmediaal platform voor de productie, uitwisseling en uitzending van programma's van ideeën en opinies;
- het stimuleren en faciliteren van de lokale samenleving (mensen, groepen, organisaties) om zelf direct publieke lokale content te produceren en verspreiden.

Het "hogere doel" hierbij is het versterken van de maatschappelijke cohesie, democratie, informatisering, emancipatie en participatie van burgers in hun eigen leefomgeving.

2.2. Dimensies van "lokaal toereikend media-aanbod"

2.2.1. Eisen versus autonomie

Bij de vaststelling van wat een lokale publieke omroep moet leveren - het lokaal toereikende media-aanbod - kunnen we 3 soorten criteria onderscheiden. Buiten deze dimensies blijven omroepen volledig autonoom en zelfstandig: op geen enkele wijze wordt de inhoudelijke, redactionele of journalistieke vrijheid van een omroep ingeperkt door het vastleggen van deze criteria en kenmerken waaraan voldaan moet worden. Sterker nog, juist om te kunnen komen tot een sterke, autonome mediaorganisatie die in staat is om in het maatschappelijke en politieke krachtenveld een krachtig eigen geluid te laten horen, is invulling van juist de in het convenant genoemde criteria een noodzakelijke randvoorwaarde.

2.2.2. Mediaproduct

De eerste dimensie betreft de eisen waaraan het mediaproduct dient te voldoen: welke mediakanalen worden benut en welke technieken moeten daarbij minimaal worden ingezet om in het moderne medialandschap een rol van betekenis te kunnen spelen.

2.2.3. Relevantie

De tweede dimensie betreffen eisen die de relevantie bepalen van wat een publieke lokale omroep levert: daarbij spelen kwaliteit (onafhankelijkheid, juistheid) en bereik (distributie, impact) een belangrijke rol. Zonder enige afbreuk te doen aan de redactionele en journalistieke autonomie, worden eisen gesteld, juist om die redactionele en journalistieke autonomie structureel en systematisch te waarborgen.

2.2.4. Bedrijfsvoering

Een derde dimensie betreft de wijze waarop de organisatie van een lokale omroep functioneert, en dan met name waarin zij ondersteund wordt met collectieve voorzieningen. Samenwerking is cruciaal voor een duurzame en volwaardige toekomst, zowel in de regio als op landelijk niveau.

3. Criteria Mediaproduct

3.1. Kanalen

3.1.1. Consumentengedrag

Het huidige medialandschap wordt gekenmerkt door consumenten die nieuws en informatie overal en op ieder hun conveniërend moment tot zich nemen. Een mix van kanalen en schermen is cruciaal om als moderne media-instelling de consument te blijven verleiden (boeien) en bedienen (binden). Hoewel er grote verschuivingen optreden in het consumentengedrag, blijft lineaire TV een van de belangrijkste informatiebronnen; ook de traditionele radio is nog steeds een zeer gewaardeerde en gebruikte bron. Steeds meer doet echter het internet haar intrede, zeker niet alleen op de pc en laptop, maar vooral op allerlei nieuwe consumentenapparaten, van mobiele telefoon tot tablet, van spelcomputer tot iPod.

3.1.2. Cross channel

Voor een lokale omroep staat vast dat deze alleen als media-instelling kan opereren, als zij zowel TV als radio als internet als kanaal gebruikt, en dan ook nog in allerlei verschillende vormen. Uitzending gemist is een extreem belangrijke functie, zeker voor "niche"-content; ook is het cruciaal dat de kracht van de publieke omroep als geheel, zoals het massale bereik van de NPO, gebruik wordt in deze kruisbestuiving. Als sprekend voorbeeld daarbij geldt altijd het NOS Journaal, dat ook een lokale editie zou moeten bevatten, geïntegreerd in de landelijke uitzending. Om al dit soort redenen zijn minimale eisen gesteld aan de lokale omroepen, om daarin mee te kunnen gaan en om aan dat collectief een bijdrage te kunnen leveren.

3.1.3. Samenvatting

De door een publieke lokale omroep te exploiteren kanalen zijn dan ook tenminste:

- radio (audio):
 - via alle pakketaanbieders conform Distributiewet
 - streaming audio
 - FM
 - DAB+
- tv (video):
 - via alle pakketaanbieders conform Distributiewet
 - streaming video
 - DVB-T (optioneel)
- internet (tekst/foto/a/v):
 - streams
 - interactieve (participatiegerichte) internetsite
 - mobiele app (tenminste iOS, Android)
 - social media (tenminste Twitter, Facebook)

3.2. Distributie

3.2.1. Mediahub voor contributie en distributie

In de nieuwe Distributiewet die eerdaags aangenomen zal worden, wordt de zgn. "must carry"-status van de lokale omroepen uitgebreid naar alle pakketaanbieders. Dat betekent dat het aantal distributeurs van de content van de lokale omroep zeer sterk zal toenemen: waar nu nog vaak slechts één kabelaar de dienst uit maakt, staan straks 5 of meer

pakketaanbieders op de stoep die het signaal willen, c.q. moeten doorgeven. Wanneer de lokale omroepen geen maatregelen nemen, lopen de kosten de spuigaten uit. Uit rechtelijke uitspraken is immers al bekend dat de omroep zelf verantwoordelijk is voor de kosten van het aanbieden c.q. aanleveren van het signaal aan de distributeur.

Op dit punt moeten de omroepen samenwerken en op één wijze aan alle pakketaanbieders tegelijk hun signalen aanleveren, via de zgn. Mediahub. Bovendien neemt het aantal platforms en devices waarop (publieke) content gevonden wordt, hand over hand toe. Zo is Uitzending Gemist hét platform voor het terugkijken van uitzendingen van de publieke omroep. Maar ook het ontsluiten van nieuws en informatie op mobiele telefoons en andere “smart” (lees: met internet verbonden) apparaten, is noodzaak. Live en on demand dus. Dat vraagt om een innovatieve aanlevering (contributie) en verspreiding (distributie). Daarvoor is een collectieve faciliteit onontbeerlijk: de OLON Mediahub.

3.2.2. Data

Daarbij geldt dat door de enorme explosie van (via het internet) beschikbare content, de vindbaarheid en herkenbaarheid van de content cruciaal is. We verwijzen naar de (helaas verkeerd getimed en veelal verkeerd begrepen) discussie rondom de merknaam NPO: ondanks alles is duidelijk dat de publieke omroep onderscheidend vermogen en vindbaarheid nodig heeft, om zijn rol nog te kunnen spelen in de toekomst. Data-gegevens die de mediaproducties begeleiden, zoals meta-gegevens, EPG-gegevens (elektronische programmagids) en het HBB-sigitaal dat de massa van TV combineert met een 1-op-1 relatie van de omroep met de kijker. Tot slot geldt dat steeds beter meetbaar wordt welke IE-rechten door een omroep worden gebruikt - en door de consument worden afgenomen: via playlists (volautomatisch bij te houden tegenwoordig) kan dit gebruik zeer nauwkeurig aan de houder worden vergoed. De jarenlange strijd tegen de (ons inziens veel te hoge) vergoeding aan bijvoorbeeld BUMA/Stemra wordt daarmee veel explicieter onderbouwd.

3.2.3. Samenvatting

- live: radio en tv via Mediahub aanbieden aan alle pakketaanbieders conform Distributiewet, internet, apps
- on demand: via Mediahub aanbieden van uitzendingen aan Uitzending Gemist (NPO), internet, apps
- data: EPG-gegevens, playlist, Hbb-sigitaal

3.3. Focus

3.3.1. Natuurlijke habitat

Kernbegrip uit het convenant tussen de VNG en de OLON uit 2012 is de “natuurlijke habitat” van de burger: zijn of haar leefomgeving, die wordt bepaald waar je als burger woont, waar je vaak werkt, boodschappen doet, het theater bezoekt en sporten beoefent.

VNG en OLON hebben vastgesteld dat dat “leefgebied” veelal een stad of een streek is, met daarbinnen voldoende aandacht voor de gemeenschappen in dat gebied, zoals specifieke wijken en dorpen. In eerdere verkenningen van het Ministerie van OCW in het

vorige decennium is het fenomeen van een streekomroep al eens onderzocht; verwezen wordt naar het rapport <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/notas/2009/07/29/streekomroepen-in-nederland.html>.

We verwachten dat daarbij tussen de 50 en 100 van dergelijke streken identificeerbaar zijn. In deze streek zal één lokaal toereikend media-aanbod gerealiseerd worden, door één of meer lokale omroepen, vanuit de gedachte dat die streek één sociaal-cultureel geheel vormt waarbinnen mensen leven: hun natuurlijke habitat. Voorbeelden daarvan zijn Twente en De Peel, niet geheel toevallig twee streken waarin pilots zijn gehouden voor regionale samenwerking.

3.3.2. Koepelorganisatie of fusieorganisatie

Op de realisatie van dit lokaal toereikende media-aanbod zal worden gestuurd door één omroeporganisatie, of door één koepelorganisatie die verschillende omroepen in dat gebied vertegenwoordigt en faciliteert. Deze keuze wordt primair bepaald door de lokale omstandigheden.

Het doelgebied zal in de regel meer dan 100.000 inwoners, maar minder dan 500.000 inwoners (excl. G4) beslaan. Binnen dit gebied heeft de omroep een gelijkmatig over steden, wijken en dorpen verdeelde redactionele aandacht, met participerende burgers die als hyperlokale redacteuren vanuit de haarvaten van de samenleving berichten. Burgers en maatschappelijke organisaties participeren in de mediaproducties, die voor tenminste 50% van informatieve, culturele en/of educatieve aard zijn. De ICE-norm wordt daarbij dus gehandhaafd, maar wel uitsluitend gericht op werkelijke producties, in plaats van percentages per kanaal. Daarbij is sprake van werkdagelijks ("vers") nieuws op radio en TV. Daartoe is er een fulltime nieuwsredactie, die middels piketdiensten ook buiten kantoortijden in geval van calamiteiten "bovenop het nieuws" zit.

3.3.3. Samenvatting:

- gericht op de stadsregio/streek: ca. 100.000 inwoners, < ca. 500.000 inwoners (excl. G4 en zeker geen "provincie"-schaal)
- zelfstandig (fusieomroep) of samenwerkingsverband (paraplu-omroep)
- hyperlokale redacteuren (steden, dorpen, wijken)
- full-time (nieuws-) redactie met piketdiensten buiten kantoortijden
- dagelijks op alle kanalen multimediaal nieuws of informatie
- 50% contentproducties informatief, cultureel en/of educatief (ICE)
- kanaalafhankelijk, dus ICE op productieniveau i.p.v. kanaalniveau
- interactie met en participatie van burgers en groeperingen in mediaproductie
- werkdagelijks nieuws op radio en TV
- contentproductie = door omroep of derden gemaakte programma's, niet zijnde non-stop

4. Criteria Relevantie

4.1. Redactie

4.1.1. **Betrouwbaarheid en onafhankelijkheid**

Een publieke omroep kan alleen relevant zijn als deze betrouwbaar en onafhankelijk is. Dat betekent primair dat de aansturing los moet zijn van commerciële en politieke inmenging. De huidige Mediawet, en in het bijzonder de positie van een goed functionerend PBO daarbij, geeft daar waarborgen voor. Het PBO dient door alle gemeenteraden in de betreffende streek als “representatief” verklaard te zijn. Het PBO verklaart van de c-programma's in de ICE-berekening dat ze aan de eisen voldoen, en stelt het programmabeleid; daarin borgt zij voldoende redactionele aandacht voor alle maatschappelijke stromingen en stimuleert zij participatie van deze stromingen en andere maatschappelijke organisaties. En hoewel de redactionele kwaliteit en onafhankelijkheid door de Hoofdredacteur bewaakt moet worden, geldt tevens het adagium van een lokale omroep die “van iedereen, door iedereen en voor iedereen” is. Dat leidt er ook toe dat binnen het publieke bestel fragmenten van geproduceerde content vrij gebruikt moeten kunnen worden, zowel tussen lokale omroepen onderling, als tussen de verschillende lagen van het bestel (met slechts een handling fee voor de logistieke afhandeling). Daartoe zijn inmiddels overigens ook reeds afspraken gemaakt met de NTR en de NOS.

4.1.2. **Redactionele kwaliteit**

Een verdere versterking van die betrouwbaarheid en onafhankelijkheid kan worden gerealiseerd door de redactionele kwaliteit te optimaliseren: een goede journalistieke cultuur is de beste garantie daarop. Een professioneel aangestuurde redactie is dan ook een must. Dat betekent ondermeer dat de redactie gebruik maakt van “standaard” journalistieke uitgangspunten en werkmethoden zoals hoor en wederhoor, het controleren van feiten en het doen aan bronvermelding. De redacteurs zijn daarnaast geworteld in de lokale samenleving, zijn zorgvuldig en integer.

4.2. Kwaliteitsmanagement

4.2.1. **Planning en control**

Sturing op betrouwbaarheid en onafhankelijkheid vraagt om sturing op kwaliteit. Dat begint bij het principe van vrijwillig niet vrijblijvend is, en eindigt bij een professioneel geborgde nieuws- en mediaorganisatie. Alleen dan kan continuïteit gewaarborgd worden en wordt inefficiënt hobbyisme voorkomen. Een publieke lokale omroep werkt met een planning- en controlcyclus, waarbij per 5 jaar een kwalitatieve toets en een visitatie plaatsvindt; daarbij hanteert de omroep een meerjarenbeleidsplan en een jaarlijks business plan. Ook worden kwaliteitsstandaarden gebruikt, zoals een redactiestatuut, en andere sjablonen voor bijvoorbeeld de financiële huishouding, technische voorzieningen en arbeidsvoorwaarden.

4.2.2. **Instrumentele borging**

De aansluiting op de Mediahub is eveneens een kwaliteitseis, waarbij technische kwaliteit gewaarborgd wordt tegen de hoogst mogelijke kosteneffectiviteit. Tevens opent dat mogelijkheden voor alternatieve en aanvullende individuele en collectieve inkomstenstromen, zoals verkoop van reclamezendtijd.

4.3.

Samenvatting:

- goed functionerend PBO, representatief verklaard door betrokken gemeenteraden
- professioneel aangestuurde journalistiek,
- borging journalistieke kwaliteit en onafhankelijkheid in structuur en processen
- standaardgebruik journalistieke werkmethode als hoor-wederhoor, controleren feiten, bronvermelding, ...
- redactie is geworteld in lokale gemeenschap, is onafhankelijk, zorgvuldig, betrouwbaar, integer
- samenwerking bibliotheken, scholen en culturele instellingen
- publieke toegankelijkheid van de media-instelling: van iedereen, voor iedereen, door iedereen
- binnen ICE minimaal 20% in samenwerking met participerende instellingen
- publieke toegankelijkheid van geproduceerde content: vrij gebruik voor publieke omroepen binnen criteria (bronvermelding, onverkort, onversneden, rechten derden)
- handling fee
- professioneel geborgde organisatie met participerende burgers
- gewaarborgde continuïteit
- p&c-cyclus met kwalitatieve toets/visitatie, meerjarenbeleidsplan, jaarplan
- implementatie standaarden (redactiestatuut, PBO, financiële huishouding, technische voorzieningen, op termijn aangepaste CAO PO, ...)
- aansluiting landelijke infrastructuur: Mediahub, contentuitwisseling, reclamezendtijd.

5. **Bedrijfsvoering**

5.1. **Duurzame financiële bedrijfsvoering**

5.1.1. **Zonder winstoogmerk**

Een publieke lokale media-instelling is niet gericht op winst, maar zorgt (wel) voor een duurzame financiële huishouding waarin continuïteit is gewaarborgd. Daarbij wordt gebruik gemaakt van gestandaardiseerde financiële administraties en jaarrekeningen, wat zowel de efficiency ten goede komt als de vergelijkbaarheid (en daarmee bestuurbaarheid) van de organisaties afzonderlijk en de sector als geheel vergroot.

5.1.2. **Bijzondere karakter van verplichte bekostiging**

De lokale omroep respecteert en waardeert het specifieke karakter van haar bekostiging, wat immers specifiek een wettelijk verankerde bekostiging is in plaats van een "reguliere" subsidie. Noblesse oblige, zodat de omroep zich ondanks de bekostigingsplicht zal inspannen om de benodigde bekostiging zo laag mogelijk te houden. Dat leidt ondermeer tot het uitgangspunt dat de omroep zelf tenminste een net zo hoog bedrag "uit de markt" hoort te halen, als dat zij als bekostiging ontvangt. Overigens geldt daarbij dat (content-) productie in opdracht van (lokale) overheden niet als bekostiging geldt, maar tegen marktconforme prijzen afgenomen wordt.

5.2. Basisbegroting

5.2.1. Indicatief

Natuurlijk zijn er altijd lokale uitzonderingen die de regel bevestigen. En natuurlijk is soms sprake van een dermate afwijkende "couleur locale", dat ook in financieel opzicht er geen vergelijking gemaakt kan worden met landelijke gemiddelden. Echter, op basis van een gemiddelde omroep die een gemiddelde omvang heeft van doelgebied (natuurlijke habitat) en een basisinfrastructuur exploiteert om tegemoet te kunnen komen aan het realiseren van de in dit document ook benoemde criteria van een lokaal toereikend media-aanbod, kan wel een indicatie worden gegeven. Daarbij wordt aangetekend dat hierbij het gebruik maken van collectieve voorzieningen een grote rol speelt; sterker, dit is een randvoorwaarde (er zullen dus nadere afspraken gemaakt moeten worden over de financiering van collectieve instrumenten).

5.2.2. Basisbegroting vanaf EUR 500.000,00

Met dat in gedachten achten we een basisbegroting vanaf EUR 500.000,00 realistisch. Bij de budgettaire sturing is het dan van groot belang om de kosten voor de (organisatorische en technische) infrastructuur en bedrijfsvoering te scheiden van de kosten van mediaproducties. Nogmaals: dit is een indicatie. De OLON werkt aan een standaardbegroting, waarin een deel van de voorzieningen op centraal niveau ingekocht en georganiseerd kan worden, waardoor meer middelen vrijkomen voor werkelijke contentproductie: dát is immers de kernactiviteit van een media-instelling.

5.3. Productie

Tot slot wordt opgemerkt dat de lokale omroep een zeer publieke doelstelling en karakter heeft, maar wel gehouden is aan economische regels en principes: Zo hoort zij marktconforme prijzen te hanteren, ook voor productie voor de (lokale, semi-) overheid. Bovendien zijn deze producties een zeer belangrijke eigen inkomstenbron voor de media-instelling. Daarbij zijn landelijke, collectieve formats en producties een nog onontgonnen terrein, waarop veel maatschappelijke meerwaarde te realiseren valt, landelijk én lokaal.

5.4. Samenvatting:

- duurzame financiële huishouding zonder winstoogmerk
- standaard administratie
- standaard jaarrekening
- basisbegroting papaplus/fusie geprognoseerd minimaal € 500.000
- eigen inkomsten tenminste even hoog als bekostiging (dus excl. productievergoedingen)
- scheiding kosten bedrijfsvoering/infrastructuur en productiekosten
- sturing op budgetten bedrijfsvoering/infrastructuur op regionaal niveau
- contentproductie voor derden (incl. overheden) tegen marktconforme prijzen
- binnen eigen journalistieke verantwoordelijkheid
- geen onderdeel van de bekostigingsrelatie/-plicht