



Aan het college van de gemeente Hellendoorn,

Van: Besturen Lokale Omroepen HoiMedia, Hofstreek Omroep, RegioFm en Radio 350
Plaats: Nijverdal, Goor, Wierden, Rijssen,
Datum: 31 maart 2018,
Betreft: Aanvraag subsidiering Streekomroep RTVReggestreek

Geacht college,

In de afgelopen jaren hebben de vier lokale omroepen van Hof van Twente, Rijssen-Holtten, Wierden en Hellendoorn een proces doorlopen om te komen tot één streekomroep voor West Twente. Onder leiding van een door de vier omroepen aangestelde kwartiermaker is in een interactief proces met medewerkers, bestuurders, ambtenaren uiteindelijk bijgaand bedrijfsplan met bijbehorende meerjarenbegroting voor 2019 en 2020 tot stand gekomen. De gezamenlijke besturen hebben dit in op 29 maart 2018 unaniem vastgesteld.

Ons doel is om met ingang van 1 januari 2019 over te gaan naar een samengaan van de vier omroepen en te starten met de streekomroep RTVReggestreek. De vier bestaande individuele lokale omroepen zullen dan vervolgens worden afgebouwd.

Een goed functionerende streekomroep is van groot belang. Daarom hebben wij als doelen:

- a. de realisatie en groei bevorderen van een financieel en organisatorisch levensvatbare, gezonde derde publieke lokale omroepaag die haar plek in het publieke bestel volwaardig invulling kan geven, die innovatief is, en die zich snel en flexibel kan aanpassen indien de omstandigheden dat vragen,
- b. zorg te dragen voor een onafhankelijke nieuws- en informatievoorziening aan de lokale samenleving en een lokaal toereikend media-aanbod te realiseren waarbij gebruik gemaakt wordt van de belangrijkste media (radio, TV, internet) en de belangrijkste distributiekanaalen (de dominante infrastructures zoals kabel, ether, glasvezel),
- c. aan de lokale gemeenschap een crossmediaal platform te bieden voor de productie, uitwisseling en uitzending van programma's, van ideeën en opinie,
- d. de lokale samenleving te stimuleren en te faciliteren om zelf direct publieke lokale content te produceren en te verspreiden.

De vier omroepen spreken het vertrouwen uit dat de vier gemeentes met elkaar gaan zorgen dat er een structurele basis komt voor het goed functioneren van een betrouwbaar, onafhankelijk en professioneel regionaal mediabedrijf. Een bedrijf met professionals en vrijwilligers dat gaat zorgen voor kwaliteit en continuïteit en gericht zal zijn op de Reggestreek, de natuurlijke habitat van de vier gemeentes.

We verzoeken u daarom:

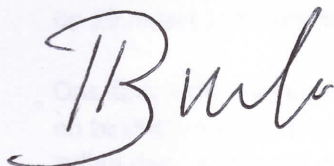
- a. om deze nieuwe streekomroep vanaf 1 januari 2019 mogelijk te gaan maken door te gaan zorgen voor een adequate financiering door de vier gemeentes gezamenlijk van in totaal €200.000,--.. Voor u, als gemeente Hellendoorn, betekent dit uitgaande van een verdeling op basis van het aantal inwoners €€54.135,--;

- b. dit bedrag structureel met indexering beschikbaar te stellen, maar in afwachting van nog te ontwikkelen rijksbeleid na twee jaar, dus in 2021, met ons te evalueren en zo nodig de subsidiëring bij te stellen;
- c. te overwegen of u als vier gemeentes garant kunt gaan staan voor een lening van €100.000,-- voor noodzakelijke investeringen of dat u als gemeentes ons die zelf gaat verstrekken;
- d. te overwegen of het voor een goede bedrijfsvoering niet goed is dat we over een risico-reserve/weerstandsvermogen moeten beschikken van zo'n 15% wat inhoudt €44.000,-- En dit ons eenmalig te verstrekken.

Voor de onderbouwing van onze aanvragen bieden wij u daarom ons bedrijfsplan met bijbehorende meerjarenbegroting aan. Onze kwartiermaker gaat graag met u in gesprek om vragen te beantwoorden en wil ook graag een presentatie verzorgen voor college en raad om hen zodoende goed te informeren over achtergronden en inhoud.

Hoogachtend,

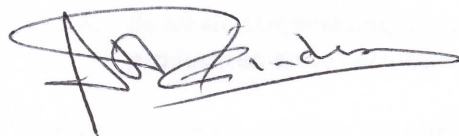
Ton Brinker
Bestuursvoorzitter Hellendoorn Omroep Interactief (HOi)



Erik van der Veer
Voorzitter Hofstreek Omroep



Fred Reinders
Voorzitter Regio FM



Harry Nijkamp
Voorzitter Radio 350





Bedrijfsplan

streekomroep RTVREGGESTREEK

de lokale omroep van West Twente

2019-2022

van vier lokale omroepen naar een streekomroep

“Van Lokaal naar (Regge)Streek”

1. Inhoud

1	Inhoud	2
2	Voorwoord	4
3	Inleiding.....	5
4	Samenvatting	6
5	Het veranderende medialandschap	9
5.1	Landelijk	9
5.2	Provinciaal	9
5.3	Lokaal	9
5.4	LTMA.....	10
6	Visie en missie en doel	12
6.1	De bouwstenen van de visie	12
6.1.1	Crossmediaal onafhankelijk communicatie platform zijn voor inwoners, instellingen, verenigingen, bedrijven en overheid.	12
6.1.2	Bijdrage leveren aan de sociaal maatschappelijke cohesie van de gemeente	12
6.1.3	Continue ontwikkeling van de medewerker / vrijwilliger en de organisatie.....	13
6.1.4	Duurzaamheid in berichtgeving, informatieoverdracht en samenwerking	13
6.1.5	Creëren van een herkenbare cultuur	13
6.2	De missie	13
6.3	Doelstellingen.....	13
7	Media-aanbod.....	15
7.2	Het programmamodel.....	16
8	Marketing, klantwaarden en waardeproposities	18
8.1	Reclame, marketing en communicatie	18
8.2	Verzorgingsgebied	18
8.3	Gemeentes	18
8.4	Adverteerders en sponsors.....	19
8.4.1	Adverteerders.....	19
8.4.2	Sponsoring	19
8.5	Donateurs	19
8.6	Bartering.....	21
8.7	SWOT-analyse.....	21
8.8	5 P's.....	21
9	Samenwerkingen.....	22
9.1	Andere streekoproepen.....	22
9.2	RTVOost.....	22
9.3	Gemeentes	22
9.4	Opleidingen.....	22

9.5	Samenleving.....	23
10	Opzet en werkwijze van de organisatie.....	24
10.1	De juridisch / bestuurlijke structuur.....	24
10.2	Bestuur	25
10.3	Locatie	25
10.4	Leidende principes bij de inrichting van de organisatie	25
10.5	Voorwaarden van het feitelijk functioneren van de omroep.....	25
10.6	Het orgaan dat het beleid bepaalt voor het media-aanbod.....	26
10.7	Kerncompetenties van de streekomroep.....	27
11	Personeels- en vrijwilligersbeleid	28
11.1	Rechtspositie	278
11.2	Medewerkers.....	27
11.3	Kerncompetenties	28
11.4	Hoofdredacteur/directie.....	29
11.5	Management Team (MT).....	29
11.6	Overige medewerkers.....	29
11.7	De organisatieontwikkeling in de tijd	30
12	Financiën	30
12.1	Inleiding.....	30
12.2	Baten	30
12.3	Subsidie	31
12.4	Personeelskosten.....	30
12.5	Huisvestingskosten.....	30
12.6	Uitzendlasten.....	31
12.7	Organisatiekosten.....	31
12.8	Autokosten	32
12.9	Afschrijvingen	312
12.10	Financiering.....	32
12.11	Totaal resultaat.....	312
12.12	Financiële risico's	32
13	Tijdspad	33
13.1	Het jaar 2019	33
13.2	Het jaar 2020	33
13.3	Het jaar 2021	33
13.4	Het jaar 2022	33
14	Bijlagen.....	35

2. Voorwoord

In de afgelopen jaren 2016, 2017 en 2018 hebben de vier lokale omroepen van Hof van Twente, Rijssen-Holten, Wierden en Hellendoorn een proces doorlopen om te komen tot één streekomroep voor West Twente. Onder leiding van een door de vier omroepen aangestelde kwartiermaker, gefinancierd door de omroepen en de gemeentes gezamenlijk, is in een voortdurend interactief proces met medewerkers, bestuurders, ambtenaren en gemeentelijke portefeuillehouders uiteindelijk dit bedrijfsplan met bijbehorende meerjarenbegroting voor 2019 en 2020 tot stand gekomen. De gezamenlijke besturen hebben dit in maart 2018 unaniem vastgesteld.

Doel is om met ingang van 1 januari 2019 over te gaan naar een samengaan van de vier omroepen en te starten met de streekomroep RTVReggestreek. De vier bestaande individuele lokale omroepen worden dan vervolgens afgebouwd. Dit bedrijfsplan en bijbehorende begroting is in april 2018 aangeboden aan de vier gemeentes met het verzoek om de streekomroep te gaan omarmen en te zorgen voor een afdoende financiering voor de komende jaren, beginnende in 2019.

Ook het kabinet erkent dat het belangrijk is ten behoeve van een goed functioneren van de democratie dat er een goed lokaal toereikend mediabeleid is. De minister is bezig om dit in beleid en bijbehorende financiën te vertalen. Bij het aanbieden van dit bedrijfsplan is de uitkomst daarvan helaas nog ongewis maar zal hopelijk de gemeentelijke besluitvorming positief kunnen beïnvloeden.

De vier omroepen spreken het vertrouwen uit dat de vier gemeentes met elkaar gaan zorgen dat er een structurele basis komt voor het goed functioneren van een betrouwbaar, onafhankelijk en professioneel regionaal mediabedrijf. Een bedrijf met professionals en vrijwilligers dat gaat zorgen voor kwaliteit en continuïteit en gericht zal zijn op de Reggestreek, de natuurlijke habitat van de vier gemeentes.

In dit bedrijfsplan worden enkele afkortingen meerdere malen gebruikt. De belangrijkste zullen we hieronder kort toelichten.

- OLON: Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland
- CvdM: Commissariaat voor de Media
- PBO: Programmabeleid Bepalend Orgaan
- ICE-norm: Informatie, Cultuur en Educatie

Namens de vier lokale omroepen,
Jos van den Born
Kwartiermaker

Maart 2018

3. Inleiding

3.1. Voorgeschiedenis

In 2016 is door de Stichting HOi Media uit de gemeente Hellendoorn, de Stichting Lokale Hofstreek Omroep uit de gemeente Hof van Twente, de Stichting Radio 350 uit de gemeente Rijssen-Holt en de Stichting RegioFM uit de gemeente Wierden het initiatief genomen om te komen tot een vorm van samenwerking. Gezamenlijk heeft men daartoe de Stichting Samenwerkende Omroepen Twente-West (SOTW) opgericht. Doel van deze stichting was het fungeren als samenwerkingsverband tussen voornoemde omroepstichtingen om daarmee collectief een aantal zaken aan te kunnen pakken op het gebied van infrastructuur, contentvorming en kennis.

Op deze manier kon er een betere invulling gaan gegeven worden aan het convenant dat in 2013 was afgesloten tussen OLON en VNG. In het convenant waren de beide partijen overeengekomen dat het wettelijk gedefinieerde Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) vormgegeven moest gaan worden door een omroep functionerend in de woon- en leefomgeving van de burgers in een streek.

In dat convenant werd tevens aangegeven dat er gestreefd moest gaan worden naar de vorming van streekomroepen samengesteld uit omroepen in een bepaalde regio. Een dergelijke streekomroep zou kwalitatief verantwoorde producten (content) ondersteund door een professionele bedrijfsvoering kunnen realiseren en distribueren via een diverse mediakanalen. Door samen te werken kon bovendien beter ingespeeld worden op ontwikkelingen in het medialandschap (radio, tv, internet, apps). Ontwikkelingen die door elk van de individuele lokale omroepen nu niet of nauwelijks bij te houden zijn met de hun ter beschikking staande middelen.

3.2. Streekomroep

In 2017 hebben de vier omroepen vervolgens besloten om over te gaan tot de omvorming van de stichting SOTW tot de stichting RTVReggestreek. Dit hield niet alleen een samenwerkingsverband in, maar een daadwerkelijke samensmelting van de vier omroepen tot één nieuwe omroep. Dit is het duidelijke antwoord van de genoemde lokale omroepen in de regio Reggestreek op de uitdagingen die geformuleerd werden in het convenant tussen de VNG en de OLON.

Bovendien kon hiermee specifiek invulling worden gegeven aan de behoefte aan infrastructuur, content en goede medewerkers van de nieuwe Streekomroep RTVReggestreek om daarmee haar plaats in de mediawereld te realiseren.

Door middel van een plan van aanpak werden in 2017 een aantal concrete doelen geformuleerd voor de vorming van de nieuwe streekomroep. Met behulp van een kwartiermaker zijn er in 2017 en 2018 een groot aantal stappen gezet en besluiten genomen resulterend in bijgaand Bedrijfsplan en bijgaande Meerjarenbegroting. Dit bedrijfsplan is op de eerste plaats opgesteld om inzicht te geven in de plannen en de hieruit voortvloeiende financiële consequenties van de nieuwe streekomroep voor de periode tot 2022 voor de vier gemeentes. Het zal echter ook als leidraad dienen voor het opzetten en invullen van de organisatie.

Dit alles in het licht van het snel veranderende medialandschap en de kansen en bedreigingen die dit voor lokale media met zich meebrengt. Een belangrijk aspect in dit spanningsveld is het veiligstellen van de continuïteit van lokale media en de lokale informatiefunctie die zij bekleden.

4. Samenvatting

RTVReggestreek wil de komende jaren dé publieke omroep voor de Reggestreek, de woonomgeving van de vier gemeentes in West Twente: Rijssen-Holten Hellendoorn, Wierden en Hof van Twente zijn. De nieuwe omroep wil graag beter en professioneler voortzetten wat er de afgelopen jaren in de vier gemeentes door de vrijwilligers van de lokale omroepen is opgebouwd. Met dagelijks professioneel nieuws op televisie, internet, sociale media en radio wil de nieuwe streekomroep een belangrijke rol in de samenleving blijven vervullen.

De vier omroepen beseffen dat gemeentes op dit moment in het algemeen te maken hebben met financiële uitdagingen. De gevolgen van de grote transities en de rijks en gemeentelijke bezuinigingen raken alle delen van de samenleving. Beslissen over de lange termijnfinanciering van een publieke omroep is dan geen gemakkelijke zaak. Toch zijn daar goede argumenten voor. Zo is het bijvoorbeeld juist nu belangrijk dat de maatschappelijke organisaties kunnen beschikken over een podium waar ze kunnen communiceren met de duizenden inwoners in de vier gemeentes. Ook is door het steeds meer afbrokkelen van een pluriforme pers er geen goed functionerende “waakhond” meer van de lokale democratie. Voor betrouwbare informatie is ook nog nauwelijks een platform aanwezig.

De basis voor de huidige plannen ligt in de constatering die al in 2012-2013 zijn-gemaakt dat met de huidige vrijwilligersorganisaties en de huidige bekostiging van ruim een euro per huishouden geen voortbestaan van een individuele lokale omroep meer mogelijk zou zijn. Zeker kon er ook niet voldaan worden aan de eisen van een goed Lokaal Toereikend Media Aanbod overeenkomstig de afspraken die er gemaakt zijn door het overkoepelend orgaan van de lokale omroepen (OLON) en de Vereniging van Nederlandse Gemeentes (VNG).

4.1. Hoofdpunten

In deze samenvatting sommen we de hoofdpunten van dit bedrijfsplan op die invulling geven aan de criteria overeenkomstig het eerdergenoemde LTMA.

- **Dagelijks nieuws op TV:** RTVReggestreek brengt straks iedere werkdag nieuws op televisie, internet, de sociale media en radio. Alle nieuws zal “on demand” 24 uur per dag toegankelijk zijn. In het weekend zullen er samenvattingen te zien zijn en zullen er op radio en TV achtergronden en verdiepingsprogramma’s gebracht gaan worden.
- **Multimediale aanpak:** RTVReggestreek brengt lokale informatie via alle relevante media. De omroep gaat werken met een volledig crossmediale redactie die het nieuws per medium gaat redigeren. Behalve televisie gaat het ook om radio, kabelkrant, website, mobiele website, YouTube, sociale media.
- **Platformfunctie:** Lokale media hebben een belangrijke taak in het betrekken van burgers bij maatschappelijke ontwikkelingen. Zij geven niet alleen informatie over wat er in hun omgeving aan de hand is, maar geven ook verenigingen, zorginstellingen, overheden en bedrijfsleven een platform voor communicatie met hun achterban. RTVReggestreek wil een mediaplatform zijn dat participatie van de inwoners van beide gemeentes wil bevorderen door het inzetten van media in de meest brede zin van het woord.
- **Burgerjournalistiek:** Professionele nieuwsgaring door journalisten wordt steeds vaker aangevuld met nieuwsgaring via opnames die inwoners zelf van gebeurtenissen hebben gemaakt. Dit wordt wel burgerjournalistiek genoemd. Deze vorm van nieuwsgaring geniet steeds meer betrouwbaarheid. Individuele burgers, belangengroepen, instellingen en bedrijfsleven kunnen op deze manier direct bij overheid en politiek en bij mede-inwoners aandacht vragen voor maatschappelijke onderwerpen in wijk of buurt.

- **Ondernemerschap en private financiering:** RTVReggestreek wil een ondernemende omroep zijn, maar met een publieke verantwoordelijkheid. Het is niet mogelijk en niet wenselijk grote ondernemersrisico's te lopen. Overeenkomstig de afspraken tussen OLON en VNG wil RTVReggestreek de commerciële inkomsten zo'n 40% van de totale begroting laten zijn. De huidige publieke financiering van de vier lokale omroepen is nu nog grotendeel gebaseerd op de wettelijk bedragen van ruim een euro per huishouden. Dit bedrag zal minimaal wel ruim drie keer zoveel moeten gaan worden om tot een goed functionerende omroep te komen.
- **Bereik:** Om de twee jaar zal er een professioneel kijk- luister en waarderingsonderzoek worden gehouden volgens een landelijk erkende onderzoeksmethode. De moderne sociale media en internet kunnen dagelijks en zelfs ieder moment uur registreren hoe het bereik en waardering is. Deze cijfers zijn belangrijk voor de verantwoording naar de gemeentes toe, maar ook om adverteerders en sponsors te overtuigen om zaken te gaan doen met de omroep.
- **Maatschappelijke verankering en draagvlak: (onderwijs, sport, kerk, ondernemers, maatschappelijke organisaties):** De vier lokale omroepen hebben een goeddraagvlak opgebouwd in de samenleving van de vier gemeentes. Zowel in het nieuws als in aanvullende programma's hebben de vier omroepen de afgelopen jaren een podium geboden aan de maatschappelijke organisaties. RTVReggestreek wil dit via alle media gaan uitbouwen en verbeteren.
- **Professionaliteit en continuïteit:** Een professionele publieke omroep stamp je niet zomaar even uit de grond. RTVReggestreek wil zich wel zo ontwikkelen met het oog op een structurele toekomst als professionele omroep. De gewenste investeringen in professionaliteit van de medewerkers en apparatuur moeten dat mogelijk gaan maken. Voor de continuïteit is echter structurele publieke financiering cruciaal.
- **Samenwerking:** Het brede medialandschap is volop in beweging. De technologische ontwikkelingen en daarmee gepaard gaande veranderende gedrag van consumenten zorgen voor die beweging maar ook nog voor onzekerheid en onduidelijkheid. Om inhoudelijk en financieel betrouwbare onafhankelijke berichtgeving te verzorgen is samenwerking cruciaal. Welke samenwerkingen daadwerkelijk mogelijk zijn is sterk afhankelijk van de ontwikkelingen bij andere media. RTVReggestreek verwacht dat samenwerking het beste mogelijk is tussen publieke omroepen, dus tussen RTVReggestreek en RTVOost. Maar ook met de andere streekomroepen uit met name Twente zijn al contacten gelegd en lijkt een intensieve samenwerking voor de hand te liggen. Nader onderzocht wordt of ook een privaat-publieke samenwerking mogelijk is tussen RTVReggestreek en het dagblad Tubantia. Het verankeren van de specifieke berichtgeving over de Reggestreek, is daarbij een harde voorwaarde.

Bij de realisering van de plannen zijn ook de volgende **criteria** belangrijk:

- **Kweekvijver voor talenten:** RTVReggestreek wil een kweekvijver voor talenten zijn, met name door de belangrijke combinatie van professionals, stagiairs en vrijwilligers.
- **Inzet van vrijwilligers:** De tv- en zeker de radio programmering zal voor een groot deel gemaakt blijven worden door vrijwilligers. Hierdoor is een meer gevarieerde programmering gericht op de individuele gemeente op in eerste instantie nog vier zenders mogelijk. In alle takken van de organisatie zal gewerkt gaan worden met vrijwilligers. Hierdoor kunnen programma's gemaakt worden die met volledige inzet van professionals te duur zouden worden. Ook sommige kaderfuncties (hoofd radio, hoofd internet, hoofd techniek, locatiemanager in de vier gemeentes) zullen zoveel mogelijk door vrijwilligers vervuld gaan worden.

Tenslotte zijn de volgende **criteria** uit de Mediawet relevant:

- **Statuten van de stichting:** De -gewijzigde- statuten worden medio 2018 vastgesteld Ze voldoen uiteraard aan de criteria.

- **Redactiestatuut:** RTVReggestreek is druk bezig met het maken van een redactiestatuut. De planning is dat dit met ingang van 1 januari 2019 ingevoerd zal gaan worden. Zo zullen de verantwoordelijkheden van de (hoofd)redactie, directie en het bestuur duidelijk zijn.
- **Samenstelling bestuur:** De vijf bestuursleden van RTVReggestreek moeten ervaren bestuurders zijn met een groot netwerk en zo mogelijk kennis en ervaring op het gebied van media die hun functie belangeloos vervullen. De eerste jaren wil de omroep uit iedere gemeente een bestuurder in het bestuur benoemen die samen met een onafhankelijke voorzitter de organisatie moeten gaan besturen. Daarnaast zullen er een of twee oud-bestuurders in verband met de continuïteit en doorgaande lijn tijdelijk zitting gaan nemen in het bestuur. Het voornemen is dat in de zomer van 2018 de bestuurders bekend zijn. De bestuurders krijgen geen vergoeding.
- **Samenstelling PBO:** De stichting zal met ingang van 2019 een representatief PBO hebben die samen een brede afspiegeling vormen van de belangrijke maatschappelijke stromingen uit de Reggestreek. De werving van de leden van dit orgaan zal via advertenties met daarin duidelijke profielen gaan gebeuren na de zomer van 2018.
- **Financiële stabiliteit:** RTVReggestreek begint met een schone lei. Er worden geen schulden overgenomen van de bestaande individuele vier lokale omroepen. Apparatuur en inventaris wat nodig is voor het goed functioneren van de nieuwe streekomroep zal worden overgenomen. Aflossing en rente van een lening t.b.v. investeringen zijn in de begroting opgenomen. Onderwerp van gesprek met de vier gemeentes zal zijn of de vier gemeentes garant kunnen gaan staan voor deze lening of dat ze die zelf gaan verstrekken. Verder zal de nieuwe omroep eigenlijk over een risico-reserve/weerstandsvermogen moeten beschikken van zo'n 15%. Ook dit zal met de gemeentes besproken moeten worden.
- **Administratieve organisatie en interne beheersing:** Aan een omroep van deze omvang stellen zowel de gemeente als het Commissariaat voor de Media hoge eisen. De omroep zal met een professionele hoofdredacteur/zakelijk leider, een professionele bedrijfsvoering, een professionele administratie en financiële controle en een goed functionerende PBO in staat zijn om aan die eisen te voldoen.

5. Het veranderende medialandschap

5.1 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 vormgegeven via radio, tv en de krant. Voor het vinden van nieuws en andere informatie maakt men naast radio, tv en krant echter steeds meer gebruik van online platforms en sociale media. Het digitale gebruik door de burger neemt nog steeds toe. 25% kijkt via tablet en 14% via de smartphone.

Het Sociaal Cultureel Planbureau doet jaarlijks onderzoek naar het mediagebruik. Hieruit blijkt dat er nog altijd veel radio geluisterd wordt. Het aantal minuten dat men via Internet naar audio luistert (zoals Spotify) neemt wel toe, maar komt niet in de buurt van de tijd die er naar de radio geluisterd wordt. Wel is het zo dat een kwart van de luisteraars geen gebruik maakt van een klassiek radiotoestel, maar van bijvoorbeeld een smartphone, tablet of PC.

In 2015 luisterde 62% van de Nederlanders, volgens de cijfers van het Centraal Plan Bureau, van 13 jaar en ouder naar live radio en die groep deed dat gemiddeld 3 uur en 26 minuten per dag. Daarbij moet wel worden opgemerkt dat de luisteraar 95% van de tijd met andere dingen bezig is terwijl er ook naar de radio geluisterd wordt.

Uitgesteld luisteren (Uitzending gemist) wordt met 2 minuten per dag bijna niet gebruikt. Het aantal minuten dat de gemiddelde luisteraar via Internet naar muziek luistert is wel verdubbeld sinds 2013, maar is minder dan 15 minuten per dag. Hierbij geldt wel dat jongeren hier veel vaker gebruik van maken.

Naar de TV werd door totaal 85% van de deelnemers gekeken en daarvan keek deze groep mensen 2 uur en 49 minuten per dag naar live TV. Uitgesteld TV kijken wordt met 22 minuten per dag duidelijk meer gebruikt dan uitgesteld radio luisteren en is nog steeds groeiende.

Daar waar de radioluisteraar via diverse nieuwe manieren naar de radio luistert (zoals via de smartphone), kijkt meer dan 91% van de kijkers nog altijd via het klassieke TV toestel.

Maar de informatie en communicatie via sociale media stijgt nog steeds. Het online zetten van nieuws (twitter, facebook, YouTube, snapchat) wordt steeds gemakkelijker, terwijl je op sites als uitzendinggemist.nl, nu.nl, nieuws.kadaza.nl, happynews.nl enz. datgene wat online staat heel gemakkelijk kunt terughalen wanneer je dat zelf het beste uitkomt.

5.2. Provinciaal

Praktijk en onderzoek hebben uitgewezen dat commerciële partijen zoals regionale dagbladen steeds meer verdwijnen, terwijl de regionale omroepen zich tot nu toe in de meeste gevallen slechts richten op de grotere steden in hun gebied en vaak geen voeling hebben met de lokale gemeentelijke gang van zaken. Nieuwe commerciële en particuliere media kunnen noch online noch offline op eenzelfde kwalitatief journalistiek niveau deze leemte opvullen.

5.3. Lokaal

Veel lokale omroepen werken nu noodgedwongen louter met vrijwilligers. Het wordt steeds duidelijker dat gemeenten vaak wel in eigen communicatiekanalen maar niet in de lokale omroepen geïnvesteerd hebben. Oorzaken hiervoor zijn vaak gelegen in continuïteit, professionaliteit van de omroep, gecombineerd met een vertroebelde relatie omdat verwachtingspatronen niet op elkaar aansluiten.

Ook zien we dat de lokale omroepen steeds vaker in financiële problemen komen, omdat de vraag steeds weer naar voren komt wat een omroep voor aanbod heeft tegen welke financiële bijdrage van de desbetreffende gemeente. De lokale publieke media-instellingen zullen derhalve op het veranderende gedrag van de mediaconsument moeten inspelen, willen zij effectief bereik blijven houden.

De wereld van de lokale omroepen is de laatste jaren ook sterk in beweging. De vernieuwing is bij de lokale omroepen zelf begonnen. In juni 2012 is een eerste convenant gesloten met de VNG waarin afspraken zijn gemaakt over het verzorgen van een Lokaal Toereikend Media Aanbod en hoe dat optimaal gerealiseerd kan worden.

De staatssecretaris van OCW schrijft in zijn brief van oktober 2014 aan de kamer:

"De lokale omroepen vervullen een belangrijke functie in het gehele mediabestel. De aard van lokale omroepensector en het type uitdagingen waar de lokale omroepen voor staan, vragen om een andere aanpak dan bij de regionale en landelijke publieke omroepen. Samen met OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) en VNG (Vereniging Nederlandse Gemeenten) wordt hard gewerkt aan de noodzakelijke schaalvergroting en professionalisering van de lokale omroep om ook deze slagkrachtiger en toekomstbestendiger te maken. De gemeenten zijn en blijven echter verantwoordelijk voor de lokale omroepen. Wel wil ik blijven bijdragen aan het professionaliseren van de lokale omroepen. Onderdeel van deze professionalisering van de lokale omroep is het vormen van streekomroepen. Door de samenwerking tussen de lokale omroep en de regionale omroep te formaliseren, biedt deze beweging tegelijkertijd de kans om op termijn werkelijk één publiek mediabestel te realiseren".

De voorwaarden vanuit de OLON zijn in overleg met het VNG ook nog sterker gemaakt en vastgelegd in het vernieuwings-convenant 2015-2018. Op basis daarvan hebben de leden van de OLON in mei 2015 gekozen om de NLPO op te zetten om los van de OLON-verenigingsstructuur de technische, facilitaire en administratieve ontwikkelingen te versnellen. Naast allerlei collectieve zaken gaat zij zich ook bezighouden met het opstellen van een keurmerk waarbij uitgegaan wordt van een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA).

5.4 LTMA

Dit LTMA houdt in dat de streekomroepen in staat zouden moeten zijn aan de volgende criteria te voldoen:

- *Gericht zijn op de 'natuurlijke habitat' van de burger, d.w.z. de leefwereld waarin hij/zij woont, werkt leert sport, uitgaat, winkelt en van publieke voorzieningen gebruik maakt: een streek met een zekere economische, maatschappelijke en sociaal-culturele samenhang.*
- *Daarmee over het algemeen tussen de 100.000 en 500.000 inwoners bedient in een gebied dat veelal uit meerdere gemeenten bestaat, maar altijd (veel) kleiner is dan een provincie.*
- *Redactionele aandacht en maatschappelijke verankering heeft in alle deelgebieden (steden, dorpen) uit die streek en een programmabeleid bepalend orgaan (wettelijk gezien een 'media-aanbodbeleid bepalend orgaan') heeft dat representatief is verklaard door de betrokken gemeente(n).*
- *Als mediacontent audio én video én tekst én foto's publiceert op ten minste de kanalen (lineaire, digitale) radio en (lineaire, digitale) televisie bij alle pakket aanbieders, en via eigen internetkanalen, waaronder sociale media en mobiele devices.*
- *Op alle kanalen en in alle mediacontenttypen minimaal vijf dagen per week nieuws brengt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten.*
- *Haar bedrijfsvoering professioneel heeft geborgd.*
- *Haar journalistieke processen en kwaliteit professioneel heeft geborgd.*
- *Ongeveer de helft van de begroting aan eigen inkomsten genereert, naast de andere helft van dat bedrag dat ontvangen wordt vanuit de wettelijke bekostiging door o.a. de betrokken gemeentelijke overheden.*

Door de OLON/NLPO is gekozen om van 260 lokale omroepen over te gaan naar zo'n 80 streekomroepen. Er is vooralsnog becijferd dat voor deze streekomroepen jaarlijks € 40 miljoen nodig is, waarvan ongeveer de helft afkomstig zal moeten zijn uit gemeentelijke middelen. Het nieuwe kabinet is druk bezig om hiervoor beleid te gaan maken en te gaan zorgen voor een financiering voor die streekomroepen. Op dit moment is echter nog niet duidelijk hoe dat beleid er uit gaat zien en hoeveel geld het kabinet ervoor beschikbaar gaat stellen.

Om aan het nieuwe ambitieniveau te kunnen voldoen dienen de lokale omroepen een stap te zetten. De sector zet daarom in op het vormen van streekomroepen. Door de vorming van streekomroepen ontstaan er nieuwe kansen waardoor met gebruik van nieuwe technologieën betere mogelijkheden ontstaan zodat men kwalitatiever, doeltreffender en doelmatiger kan opereren als derde laag van het publieke mediabestel. De huidige ambitie van de lokale publieke omroep is in de kleinschaligheid van heden ten dage nl. niet te verwezenlijken.

Juist door het samenwerken binnen streekomroepen wordt het mogelijk om de kijker, luisteraar meer te bieden van een betere kwaliteit. Door samen te werken, kunnen daar waar nu nog geen tv-beelden getoond worden, deze juist wel via internet en tv aangeboden worden. Al met al wordt iedereen, maar vooral de burger, er alleen maar beter van.

6. Visie, missie en doel

6.1. De bouwstenen van de visie

De streekomroep wil dé publieke omroep zijn voor alle inwoners van de streek en een dynamisch en belangrijk communicatieplatform voor overheden, verenigingen, instellingen en bedrijven.

Iedere inwoner heeft gewoon recht op een goede verslaglegging van en controle op de lokale politiek, op journalistiek verantwoord niveau. Zonder hulp van media is het vrijwel onmogelijk mensen te betrekken bij ontwikkelingen in hun omgeving. Media nemen de rol over van mensen, maar proberen tegelijkertijd 'zo menselijk mogelijk' te zijn. De hoofddoelstelling van RTVReggestreek is media op methodische wijze inzetten om mensen enerzijds te kunnen betrekken bij wat er in hun gemeenten gebeurt en om anderzijds maatschappelijke thema's onder de aandacht te brengen van burgers en beleidsmakers. Daarvoor worden alle organisaties (ook actiegroepen), overheid, bedrijven en instellingen opgeroepen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen om door middel van bijdragen aan programma's van RTVReggestreek burgers te informeren over relevante ontwikkelingen in hun professionele omgeving. Ook worden inwoners opgeroepen door middel van eigen opnames een bijdrage te leveren aan programma's van RTVReggestreek over wat er in hun dagelijkse omgeving leeft en zich afspeelt.

Het unieke van deze toekomstfilosofie van de streekomroep RTVReggestreek klinkt door in alle onderdelen van de organisatie en het media-aanbod. Naast de betaalde krachten vormen de vrijwilligers een erg belangrijke asset van de streekomroep. Het trainen, opleiden, coachen, etc. van de vrijwilliger vormt een essentieel onderdeel van de organisatie en staat in het teken van het aanreiken van journalistieke, technische en/of ondersteunende vaardigheden. De streekomroep is daardoor hét beginstation voor medewerkers/vrijwilligers 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.

Voortbordurend en in een breder kader geplaatst, bestaat de visie van de streekomroep uit vijf samenhangende bouwstenen die nodig zijn om de strategische doelen te realiseren.

De bouwstenen van de visie zijn:

6.1.1 Crossmediaal onafhankelijk communicatie platform zijn voor inwoners, instellingen, verenigingen, bedrijven en overheid.

Het crossmediale aanbod van de streekomroep draagt bij aan het realiseren van een pluriform communicatieaanbod. De streekomroep biedt nieuws en achtergrondinformatie over thema's die spelen in de dorpskernen, wijken en straten, op pleinen, dus in de totale streek spelen. Dit aanbod bestaat uit televisie, radio, internet (website, twitter, facebook), kabelkrant en teletekst. De streekomroep signaleert, registreert en informeert over zaken welke onderwerp van beleving, meningsvorming of besluitvorming zijn of geeft anderen daar de mogelijkheden toe. Voor de verschillende gemeentelijke overheden biedt zij een aanvulling op haar informatie- en communicatiemix richting inwoners, bedrijven, verenigingen en instellingen.

6.1.2. Bijdrage leveren aan de sociaal maatschappelijke cohesie van de gemeente

De streekomroep staat op een (pro)actieve wijze midden in de samenleving van de streek. Die samenleving bestaat uit haar cultuurhistorische ontwikkeling, de tradities die hier uit zijn ontstaan, de voor de streek authentieke aspecten die zich laten zien in haar verschijningsvorm op alle zeven leefgebieden (wonen, werken, cultuur, sport, zorg, onderwijs en levensovertuiging). De streekomroep brengt al deze leefgebieden voor het voetlicht waardoor bruggen gebouwd kunnen worden en er

wederzijds respect en erkenning ontstaat voor de wijze waarop het individu of een groep van mensen daar vorm en inhoud aan geeft.

6.1.3. Continue ontwikkeling van de medewerker/vrijwilliger en de organisatie

De persoonlijke ontwikkeling van alle medewerkers en de wens van de organisatie zich verder te ontwikkelen binnen het zich sterk veranderende lokale medialandschap, geeft dat het vak leren een diepere betekenis krijgt. Door uiteenlopende sociale en maatschappelijke ontwikkelingen wordt van de medewerker gevraagd zich continue te ontwikkelen, zich bij te scholen op journalistieke en technische vaardigheden. De omroep biedt haar medewerkers een samenhangend pakket leer-/werktrajecten aan. Hierbij kunnen mensen die hun arbeidsmatig leven achter de rug hebben een belangrijke rol spelen.

Ook voor mensen die werkeloos zijn, opnieuw een dagritme moeten opbouwen, weer moeten wennen aan het arbeidsproces of jongeren die nog op school zitten en die geïnteresseerd zijn in het werk van de streekomroep kunnen in overleg een leer-/werktraject volgen op één van de verschillende afdelingen van de streekomroep.

Tijdens een leer-/werktraject wordt ook aandacht besteed aan de niet specifieke “omroepkant” van het werk, zoals aan communicatie en sociale vaardigheden die nodig zijn om het beroep uit te kunnen oefenen.

De streekomroep wil ook plaats geven aan stagiaires van relevante HBO- en MBO-opleidingen. Naast stagiaires van de school voor journalistiek krijgen ook leerlingen van MBO-opleidingen voor o.a. audio-, visuele- en mediavormgeving de ruimte om binnen deze organisatie ervaring op te doen. Met opleidingen voor voortgezet onderwijs wordt actief gezocht naar samenwerking waar het gaat over het geven van ruimte aan jongeren op tv en radio.

6.1.4. Duurzaamheid in berichtgeving, informatieoverdracht en samenwerking

De streekomroep staat voor ‘zijn’ en niet voor ‘hebben’. De streekomroep levert een bijdrage aan een duurzame ontwikkeling van een pluriform media-aanbod voor de gemeente als geheel, de inwoners, overheid, verenigingen, instellingen en bedrijven. Het gaat dan om een media-aanbod die het resultaat is van onafhankelijke en actuele nieuwsgaring, gedegen onderzoek en objectieve achtergrondinformatie. De streekomroep gaat langdurige samenwerkingsvormen aan met uiteenlopende partijen.

6.1.5. Creëren van een herkenbare cultuur

De filosofie van de streekomroep is terug te brengen tot haar kernwaarde: relevantie. Deze waarde geeft richting aan de identiteit van de streekomroep. Deze waarde staat voor een manier van werken, een wijze van berichtgeving en een wijze van omgaan met klanten en aansturing van de organisatie. De streekomroep wil de verbinding faciliteren (cohesie verbeteren) tussen burgers onderling, burgers en overheid, bedrijven, verenigingen en instellingen en de faciliteiten bieden om samen de identiteit vorm en inhoud geven. Hierdoor wordt er een verbinding aangebracht tussen de streekomroep RTVReggestreek en haar inwoners. De streekomroep wil de stem van de streek zijn. Tot slot moet er hierdoor een herkenbaar “wij-gevoel” zijn, het moet “van ons” zijn.

6.2. De missie

Voor alle burgers in de Reggestreek een Lokaal Toereikend Media Aanbod verzorgen door dagelijks op journalistieke leest geschoeid nieuws en informatie te brengen over de eigen leefomgeving.

6.3. Doelstellingen

Op basis van de visie en de missie heeft RTVReggestreek de volgende doelstellingen:

- a. de realisatie en groei bevorderen van een financieel en organisatorisch levensvatbare, gezonde derde publieke lokale omroepaag die haar plek in het publieke bestel volwaardig invulling kan geven, die innovatief is, en die zich snel en flexibel kan aanpassen indien de omstandigheden dat vragen,
- b. zorg te dragen voor een onafhankelijke nieuws- en informatievoorziening aan de lokale samenleving en een lokaal toereikend media-aanbod te realiseren waarbij gebruik gemaakt wordt van de belangrijkste media (radio, TV, internet) en de belangrijkste distributiekkanalen (de dominante infrastructuren zoals kabel, ether, glasvezel),
- c. aan de lokale gemeenschap een crossmediaal platform te bieden voor de productie, uitwisseling en uitzending van programma's, van ideeën en opinie,
- d. de lokale samenleving te stimuleren en te faciliteren om zelf direct publieke lokale content te produceren en te verspreiden.

7. Media-aanbod

RTVReggestreek beschikt straks over de mogelijkheid nieuws en actualiteiten crossmediaal te kunnen aanbieden over al haar dragers (website, radio, tv, kabelkrant, twitter, facebook en telefoon en tablet applicaties). Het vergaren en krijgen van nieuws en informatie en het doorvertalen daarvan naar televisie, radio, kabel-tv en het plaatsen daarvan op de andere mediadragers, biedt meer crossmediale mogelijkheden dan de meeste (commerciële) concurrenten. Door dit alles kan de streekomroep voor vele organisaties een uitstekend communicatieplatform zijn. Voor de verschillende gemeenten en natuurlijk ook voor andere organisaties kan het zelfs onderdeel uitmaken van hun bestaande communicatiemix.

Conform de wettelijke bepalingen is de streekomroep een onafhankelijke vrij van overheidsinvloeden opererende publieke mediadienst. Naast het maken van producties voor o.a. gemeenten, stichtingen, verenigingen en bedrijfsleven (bijv. live-evenementen), vormen reclame en sponsoring, in aanvulling op de bijdrages van de vier gemeentes een bron van inkomsten. Het leidende principe bij het maken van producties, het uitzenden van reclame en aanvaarden van sponsoring, is dat de programma-inhoud en de commercie door de aanwezigheid van een **redactiestatuut** van elkaar zijn gescheiden.

Het media-aanbod van de streekomroep voldoet aan de ICE-norm en de productienorm zoals gesteld in de mediawet. Dit betekent dus dat in de programma's aandacht is voor informatie en educatie op de verschillende beleidsterreinen (zoals sport, kerkelijk, kunst & cultuur, politiek, jongeren, etc.).

Dit betekent:

- het programma tussen 7.00 en 23.00 uur voor minimaal 50% dient te bestaan uit onderdelen van informatieve, culturele en educatieve aard, die in het bijzonder betrekking hebben op de gemeente;
- de programmering voor minimaal 50% bestaat uit onderdelen die door de lokale omroep zelf zijn gemaakt, in opdracht van de lokale omroep zijn geproduceerd of door inwoners zijn aangeleverd.

Tevens wordt het media-aanbod gecontroleerd door het orgaan dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt (het Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO) en door het Commissariaat voor de Media zelf. Om te voldoen aan de wettelijke eis van de productienorm produceert de streekomroep programma's in eigen beheer, dan wel besteedt zij het maken hiervan uit aan derde partijen. De streekomroep blijft verantwoordelijk voor de redactionele voorbereiding, de samenstelling en heeft beslissingsbevoegdheid om wel of niet tot uitzending over te gaan.

Het media-aanbod van de streekomroep is onderscheidend ten opzichte van dat wat er nu door de mediabedrijven (dag-, wijk- en weekbladen, regionale en andere lokale media-instellingen) wordt aangeboden.

Naast een op de directe leefomgeving afgestemd media-aanbod kenmerkt de streekomroep zich door haar wijze van inrichting en aansturing van haar organisatie en de samenwerking die zij nastreeft met uiteenlopende stake- en shareholders. Dit houdt in dat partijen die van belang zijn voor de streekomroep voor het realiseren van haar businessstrategie actief uitgenodigd worden om met de omroep samen te werken en kennis te delen.

7.1 Leefomgeving

De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) heeft in 2010 een beschrijving van 8 leefstijlen ontwikkeld, die de persoonlijke voorkeuren van belangrijke groepen in de samenleving inzichtelijk maken. Deze informatie wordt gebruikt bij het uitstippelen van het beleid voor de landelijke publieke televisie- en radiozenders.

Uit de cijfers blijkt dat de volgende leefstijlgroepen de meeste behoefte aan nieuws uit hun directe leefomgeving hebben:

- **Praktische familiemensen** (gem. leeftijd 47 jaar; 87% man; gemiddeld opgeleid; 19% van de bevolking) Mediagebruik: zware radio luisteraars, gemiddelde tv-kijkers: Nederland 1, RTL 4 en Veronica en gemiddelde internetgebruikers, weinig print). Weekbereik regionale televisie: 35%
- **Betrokken gelovigen** (gem. leeftijd 61 jaar, 66% vrouw, laag opgeleid, 14% van de bevolking; vooral protestant calvinistisch; veel vrijwilligerswerk) Mediagebruik: veel (publieke) radio en tv, Nederland 1, RTL4, Ned. 2 en SBS6, weinig internet en relatief weinig print, maar vooral regionale kranten) Meest bekeken tv programma's: Boer zoekt vrouw en Acht uur Journaal Weekbereik regionale televisie: 41%
- **Traditionele streekbewoners** (gem. leeftijd 65 jaar, 74% vrouw, laag opgeleid, 19% van de bevolking) Mediagebruik: veel radio en tv: Nederland 1 en RTL4, weinig internet en relatief weinig print, maar vooral damesbladen en regionale krant) Meest bekeken tv programma's: boer zoekt vrouw, Spoorloos, Dokter Deen, Voice of Holland, DNA onbekend (veel emo-tv) Weekbereik regionale televisie: 39%

Op basis van deze cijfers wordt duidelijk dat niet alle groepen in de samenleving op dezelfde wijze media consumeren, en dat niet alle groepen even veel behoefte hebben aan nieuws uit hun directe woonomgeving. Bepaalde groepen hebben hier duidelijk méér behoefte aan.

7.2. Het programmamodel

Het programma-aanbod van RTVReggestreek voldoet aan de wettelijke eisen zoals beschreven in de Mediawet 2008 en wordt beleidsmatig gecontroleerd door het PBO. Het programma-aanbod wordt geproduceerd door de streekomroep en derden, waaronder collega streekomroepen en andere samenwerkingspartners, waarvan steeds de samenwerkingsaspecten zijn verwoord in een samenwerkingsovereenkomst. De programma's die voor de streek van belang zijn krijgen een plaats binnen het programma-aanbod. In onderstaand overzicht wordt per onderscheiden medium het programma-format weergegeven zoals dat wordt nagestreefd:

Communicatie kanaal	Programma-format
televisie	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks nieuws uit de streek, de vier gemeentes. • Streekinformatie over raads- en B&W-vergaderingen. • Streekinformatie over aanpassingen in de openbare ruimte dan wel verkeersaspecten. • Informatie over de producten van de verschillende gemeentes. • Actualiteiten- en discussieprogramma aangaande lokale vraagstukken en achtergronden van het lokale en streeknieuws. • Specials op het gebied van directe leefomgeving. • Dorpskern(en) in beeld. • Houden van polls en terugkoppeling van de resultaten. • Uitzenden van programma's in opdracht van anderen. • Zendtijd voor speciale groepen (zoals politieke partijen). • Uitzenden van producties van derden. • Live verslagen van grote evenementen.

radio	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks nieuws-, verkeer-, weerberichten, uitzendingen over de streek. • Regionale en streekgebonden nieuwsuitzendingen en die van het ANP. • Uitzendingen door en voor bepaalde doelgroepen in de streek. • Live verslagen van evenementen. • Achtergronden en verdieping is thema en/of doelgroepgerichte programma's.
website	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks nieuws over de lokale gemeentes, de streek en indien belangrijk bovenregionale, provinciale en nationale berichtgeving. • Agenda over wat er te doen is in de streek op het gebied van sport, cultuur, verstrooiing, etc. • Regionale en gemeentelijke informatie. • Informatie van verenigingen en organisaties. • Foto's. • Videofragmenten.
kabel-tv	<ul style="list-style-type: none"> • Vermelding van dagelijks nieuws uit de streek en andere wetenswaardigheden vanuit andere nieuwsdragers van de streekomroep. • Veel foto's en verwijzingen naar andere media. • Altijd zichtbaar als er geen tv-beelden zijn.
app	<ul style="list-style-type: none"> • Vermelding van nieuws en andere wetenswaardigheden vanuit andere nieuwsdragers van de streekomroep.
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Vermelding van nieuws en andere wetenswaardigheden vanuit andere nieuwsdragers van de streekomroep.
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Vermelding van nieuws en andere wetenswaardigheden vanuit andere nieuwsdragers van de streekomroep.

De distributie naar de kabel en glasvezelnetten zal zo veel mogelijk geautomatiseerd worden. Verder kunnen belangstellenden via "uitzending gemist" alles terugzien via de website. RTVReggestreek heeft er voor gekozen om hiervoor het bedrijf Media Choice (hierna MC) als media partner in de arm te nemen. Dit omdat voor de kwaliteit en continuïteit de techniek verzorgd dient te worden door professionals. MC gaat de verbinding verzorgen tussen de studio en hun data center in Naaldwijk. TV signalen worden door middel van software via internet ingepland. Vanuit Naaldwijk wordt het signaal over een glasverbinding doorgezet naar de media gateway in Hilversum. Hier halen dan de providers het signaal op om het naar de huiskamers van de inwoners van de vier gemeentes te brengen. Hierdoor kan RTVReggestreek tegen lage kosten gebruik maken van een hoge technologische infrastructuur met de daarbij behorende professionele ondersteuning.

De streams van de visual radio en de mobiele stream zullen eveneens vanuit het data center worden verzorgd. Doelstelling is dat de omroep voor de technische uitvoering zoveel mogelijk bij een professioneel bedrijf terecht kan, standaard software gebruikt en niet afhankelijk is van de beschikbaarheid van een beperkte groep vrijwilligers.

RTVReggestreek maakt straks dagelijks in de eigen studio en/of in samenwerking met andere streekomroepen een tv-nieuwsprogramma (van ongeveer 5 tot 10 minuten), bestaande uit eigen bijdragen, eventueel aangevuld met bijdragen van samenwerkende partijen. Eerste uitzending rondom 18:00 uur met minimaal 2 nieuwsitems en het weer. Herhaling elk half uur (afhankelijk van de verdere content) tot de volgende ochtend 10:00 uur.

Ook worden (cross mediale) doelgroep programma's gemaakt waarin de kernwaarden van de streekomroep terug komen. Bij lokale radio is het vooral van groot belang de juiste mix te vinden tussen lokale informatie/nieuws en een lokaal aansprekend muziekformat.

8. Marketing

8.1. Reclame, marketing en communicatie

Publieke lokale mediadiensten mogen reclame (commercials) uitzenden. Streekomroepen zijn erop gericht om programma's zo goed mogelijk af te stemmen op de wensen van een zo groot mogelijk publiek. Maar ook richting potentiële adverteerders en sponsors zal een actief marketingbeleid worden gevoerd omdat zij het grootste deel van de inkomsten op langere termijn zullen genereren. Reclame-inkomsten zijn nu eenmaal belangrijk voor de operationele fase en continuïteit op langere termijn.

RTVReggestreek levert daarom straks twee diensten:

- Programma's voor de inwoners van de vier gemeenten
- Reclame- en sponsormogelijkheden voor ondernemers

Deze twee diensten zijn uiteraard niet los van elkaar te zien aangezien een groot publiek/bereik gepaard gaat met meer belangstelling van adverteerders en sponsors.

De marketinghoofdlijnen behorend bij deze twee diensten zijn:

1. Voor inwoners van de gemeentes Rijssen=Holten, Wierden, Hof van Twente en Hellendoorn:
RTVReggestreek onderscheidt zich door het leveren van hoge kwaliteit van programma's (zowel inhoudelijk als technisch) en een hoge snelheid van crossmediale berichtgeving
2. Voor potentiële adverteerders:
RTVReggestreek creëert nieuwe mogelijkheden op het gebied van reclame en sponsoring. Kabelkrant in vier gemeentes, televisie-uitzendingen in vier gemeentes, internet en sociale media.

Door middel van een goed marketingbeleid dient RTVReggestreek uit te groeien tot een erkende en gewaardeerde bron van informatie, communicatie en verstrooiing. Dat betekent:

- a. een gedegen inbedding in het lokale leven;
- b. mediaproducten die aansluiten bij de verschillende doelgroepen;
- c. voldoende zichtbaarheid in beide gemeenten;

8.2. Verzorgingsgebied

In eerste instantie is RTVReggestreek voor alle inwoners van de vier gemeenten en zal er aan zoveel mogelijk stromingen naar rato van hun omvang aandacht worden besteed. Dit mede om de programmering zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor (potentiële) adverteerders. Vanzelfsprekend kan hier niet de ideële doelstelling uit het oog worden verloren en zal iedere stroming de nodige aandacht krijgen, conform de Mediawet. Het PBO kan kritiek uitoefenen op de representativiteit van de programmering. Dat wil zeggen dat het PBO kan aangeven waar de programmering of de programma's zouden moeten worden aangepast om meer tegemoet te komen aan de wensen van het publiek. Een ander middel om een zo goed mogelijke afstemming te bewerkstelligen tussen de organisatie en het publiek is het uitvoeren van een z.g. kijk- & luisteronderzoek. In de begroting is hiervoor geld opgenomen om het op het jaar te kunnen uitvoeren. Door een zo aantrekkelijk mogelijke programmering voor de inwoners van het verzorgingsgebied neer te zetten, met veel promotieactiviteiten hoopt RTVReggestreek zoveel mogelijk jaarlijkse (particuliere) donateurs binnen te halen.

8.3. Gemeentes

De vier gemeentes hebben een belangrijke rol voor RTVReggestreek. De omroep kan voor de gemeenten een belangrijk medium vormen om gemeentenuws, dat iedere inwoner aangaat, naar buiten te brengen en om datgene wat er leeft naar voren te brengen bij beleidsmakers en politici. Met uitzendingen omtrent lokale politiek (denk daarbij o.a. aan het uitzenden van raadsvergaderingen en/of zendtijd voor lokale politieke partijen) kan tevens de band tussen burger en politiek worden versterkt. Hierdoor wordt mede de sociaalmaatschappelijke bestaansgrond van RTVReggestreek gevormd en gewaarborgd. Naast de reguliere en gebruikelijke berichtgeving die de Streekomroep hoort te verzorgen vanuit haar publieke

taak, hebben de vier gemeenten, maar ook instellingen, organisaties en bedrijfsleven de mogelijkheid extra zend- of productietijd in te kopen teneinde belangrijke specifieke of nieuwe informatie door te kunnen geven, dan wel live via het netwerk van RTVReggestreek te laten uitzenden. RTVReggestreek wil in dit kader graag met de **vier gemeenten** naast een subsidiebeschikking een klant-leverancier overeenkomst afsluiten. In deze overeenkomst moet beschreven worden welke speciale dienst(en) of product(en) de verschillende sectoren van de gemeenten van de streekomroep willen. Het werk- en leertraject voor werklozen die ver van de arbeidsmarkt staan, kan eventueel ook onderdeel van deze overeenkomst uitmaken.

8.4. Adverteerders en sponsors

Potentiële adverteerders en sponsors zullen voornamelijk door middel van mailingen en persoonlijk contact worden benaderd om te adverteren en/of om de omroep te ondersteunen. De goede persoonlijke contacten in de vier gemeentes zullen er mede voor zorgen dat ook mond-tot-mond reclame zal leiden tot diverse opdrachten. Voor de acquisitie en fondswerving zal een aparte werkgroep worden opgericht die een professionele acquisiteur zal ondersteunen bij zijn/haar activiteiten. Deze acquisiteur zal op provisiebasis moeten gaan werken. De acquisiteur zal samen met de werkgroep tot doel hebben een actief marketingbeleid en geldwervingsplan op te zetten voor potentiële adverteerders en sponsors. Er zal ook een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen sponsoring en reclame.

8.4.1. Adverteerders

Wettelijk is op een etmaal van 24 (vierentwintig) uur gemiddeld maximaal 15% zendtijd (= 3 uur en 36 minuten) voor commercials toegestaan. Dit betekent gemiddeld 9 (negen) minuten per uitzenduur. Iedere lokale omroep wordt vrij gelaten in de voorwaarden die men hanteert voor advertenties. Tijdens het implementatiejaar (2019) zal RTVReggestreek zich flexibel presenteren voor adverteerders of sponsors die zendtijd willen inkopen. Daarbij wordt aan ondernemers de kans geboden zich via RTVReggestreek te presenteren. Na het implementatiejaar, is het streven de band tussen adverteerder of sponsor zoveel mogelijk te bestendigen door de uitzendfrequentie van het advertentiebeleid in contractuele vorm vast te leggen. Dit zal zich voor de adverteerder of sponsor vertalen door het aanbieden van hogere kortingspercentages bij een langere contractuele verbintenis. Ook zal er zoveel mogelijk maatwerk worden geleverd zodat zoveel mogelijk op de wensen van elke individuele adverteerder kan worden ingespeeld. De commercials voor adverteerders zullen, zoveel als mogelijk, in eigen beheer geproduceerd worden. De kosten hiervoor zijn niet begroot en de begrote inkomsten moeten dus als netto gezien worden.

8.4.2. Sponsoring

Sponsoring is een andere manier om de activiteiten van RTVReggestreek te financieren. Maar sponsoring heeft een aantal beperkingen in vergelijking met commercials. Het doel van sponsoring is niet in de eerste plaats het bieden van alternatieve reclame aan het bedrijfsleven, maar meer het tonen van de maatschappelijke betrokkenheid van een onderneming ('warm hart'). Eventuele reclame-effecten mogen niet voorop staan bij de afspraken tussen de sponsor en de lokale omroep.

De meest bekende manier van sponsoring bij omroepen is het in financiële of andere zin bijdragen aan de productie van een programma waarbij aan het begin en het eind van een programmaonderdeel een sponsornaam wordt vermeld. Zowel overheid, instellingen als particuliere ondernemingen kunnen sponsors zijn.

8.5. Donateurs

Particulieren kunnen jaarlijks voor tenminste € 10,- per jaar donateur van RTVReggestreek worden. Voor maatschappelijke instellingen bestaat ook deze mogelijkheid tegen een tarief van € 200,- per jaar.

8.6. Bartering

Naast de sponsormogelijkheden is er nog een andere mogelijkheid om bij te dragen aan de doelstellingen van RTVReggestreek, bartering. Bij bartering is er sprake van het leveren van goederen, materialen of diensten in ruil voor reclame. Het levert dus geen contant geld op, maar wel mogelijkheden om wensen te realiseren. In de toekomstige jaarrekeningen zal dit inzichtelijk gemaakt worden door het enerzijds als kosten en anderzijds als sponsoring op te voeren.

8.7. SWOT-analyse

Sterk

RTVReggestreek is straks een jonge organisatie met veel actuele en technische mediakennis in huis; Ze beschikt over diverse media-kanalen als radio, TV, website en sociale media; Ze is een innovatief mediaplatform voor bedrijven, organisaties, overheden en inwoners en ze is een betrokken maatschappelijke onderneming die via haar media de participatie van inwoners van beide gemeenten wil bevorderen.

Zwak

RTVReggestreek heeft nog geen bekende en erkende plaats in de samenleving; Alle mediakanalen van RTVReggestreek moeten nog ingericht worden; De organisatie moet nog opgebouwd worden.

Kansen

Afnemende abonentenaantallen op gedrukte media; Crossmediaal-aanbod via verschillende mediakanalen; Participatiesamenleving is sterk in opkomst; Opkomst van burgerjournalistiek door de sterk verbeterde technische mogelijkheden van mobiele telefonie; Toenemende behoefte van inwoners om kennis te delen met anderen; Toenemende belangstelling voor regionale producten en diensten.

Bedreigingen

Lokale media hebben een oubollig, amateuristisch en hobbyistisch imago. Veel ouderen hebben moeite met sociale media. Jongeren voelen zich niet betrokken bij hun lokale en regionale omgeving.

8.8. 5 P's

Op basis van deze analyse kan de marketingstrategie van RTVReggestreek naar bedrijven, overheden en inwoners, verwoord in de 5 marketing p's, als volgt worden opgezet.

Product

De dienst die RTVReggestreek levert aan de inwoners van haar verzorgingsgebied, is een mediaplatform in de vorm van media-activiteiten (met mogelijkheden voor burgerjournalistiek) via de diverse mediakanalen en zal zoveel mogelijk worden afgestemd op de wensen van het publiek en van de organisaties die er belang bij hebben. Daarbij zullen kleine doelgroepen niet uit het oog verloren worden. De diensten in de vorm van uitzenden van commercials voor adverteerders en naamsvermelding voor sponsors zal op maat moeten worden geleverd en er zal zoveel mogelijk service en kwaliteit geboden moeten worden.

Prijs

RTVReggestreek zal de tarieven voor commercials en sponsoring in eerste instantie vooral baseren op tarieven die gangbaar zijn op basis van de ervaring die is opgedaan bij HOIMedia in de gemeente Hellendoorn en bij gelijksoortige lokale omroepen.

Promotie

RTVReggestreek zal zich moeten promoten als innovatief advertentiemedium richting het bedrijfsleven en als een betrokken maatschappelijke onderneming richting haar inwoners. Daarvoor zal de acquisiteur

en de eerder genoemde werkgroep acquisitie & fondswerving persoonlijk contacten leggen met ondernemers omtrent de mogelijkheden van adverteren, dan wel sponsoring. Promotie naar inwoners zal ook geschieden door prominente aanwezigheid van RTVReggestreek bij lokale evenementen die zich daar goed voor lenen zoals bijvoorbeeld: de Sinterklaasintocht, Koninginnedag, het Schoolfeest in Goor, Bruisend Nijverdal in Nijverdal en verschillende vrijwilligersevents en vele andere gebeurtenissen waar de omroep verslag van zal kunnen doen en tevens zichzelf zal kunnen promoten. Bij deze gelegenheden zal worden geprobeerd nieuwe donateurs te werven en zal ook promotiemateriaal worden uitgedeeld. Goede promotie naar het brede publiek heeft indirect ook positieve effecten op de bereidwilligheid van ondernemers om te adverteren via RTVReggestreek. Bij al deze activiteiten zullen de vrijwilligers een prominente rol moeten spelen.

Plaats

De meest voor de hand liggende plaatsen voor promotie richting inwoners is:

- Door aanwezig te zijn op evenementen, bij belangrijke gebeurtenissen en raadsvergaderingen;
- Door via de eigen kanalen (Radio, TV, Sociale Media, website) voldoende ruchtbaarheid te geven aan de activiteiten;
- Door deelgenoot te zijn van de lokale samenleving (bijvoorbeeld lidmaatschap van de ondernemersvereniging);
- Door billboardage bij instellingen als bibliotheken en dorpshuizen;
- Door het uitdelen van promotiemateriaal bij daarvoor geschikte manifestaties.
-

Personeel

Duidelijk is dat de vrijwilligers van RTVReggestreek uiteraard een cruciale rol binnen de organisatie vervullen. Nieuwe medewerkers zullen middels een zorgvuldige procedure vooral worden geselecteerd op enthousiasme, aanwezige competenties, motivatie en ervaring. Enthousiasme en motivatie zijn bij vrijwilligers de belangrijkste drijfveer en voor een organisatie als RTVReggestreek van evident belang.

9. Samenwerkingen

9.1. Andere streekomroepen

De streekomroep wil nauw samenwerken met andere streekomroepen (i.o.) bij het produceren van programma's en commercials en verder op het gebied van inkoop, techniek, commercie, stages en opleidingen. Een en ander moet uitmonden in een actief en dynamisch media-platform met als doel:

- elkaar te ondersteunen bij het realiseren van een gezonde bedrijfsvoering;
- overzicht houden op alle activiteiten in de streek die van belang (kunnen) zijn;
- overleg voeren met NLPO, OLON en andere koepels, doorgeefluik voor informatie, lobby-partij, onderhandelen namens de streekomroep met gemeenten en provincie;
- 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 begeleiden en adviseren;
- elkaar faciliteren (gezamenlijk inkoop waar nuttig);
- redactionele samenwerking: bevordering van systemen die content-uitwisseling makkelijker maken, waarbij de autonomie van iedere deelnemer gewaarborgd zal zijn;
- gezamenlijk aanboren van alternatieve commerciële en niet-commerciële inkomstenbronnen;
- laten ontwikkelen en uitvoeren van gezamenlijk onderzoek naar publieksbereik, –waardering en behoeften;

De redactionele onafhankelijkheid van RTVReggestreek is met wie ook wordt samengewerkt gewaarborgd door een redactiestatuut. De programma's van de samenwerkingspartners worden indien opportuun over en weer crossmediaal uitgezonden.

9.2. RTVOost

Met de provinciale omroep RTVOost zijn oriënterende gesprekken gevoerd over mogelijke samenwerking. RTVOost wil graag ook nieuws en informatie kunnen brengen vanuit de haarvaten van de samenleving indien dat relevant is voor een breed provinciaal publiek. Nu heeft zij niet de mogelijkheid en niet de financiën om dat te kunnen realiseren. RTVReggestreek kan dat nieuws en informatie wel bieden doordat zij een professionele mediaorganisatie is en vrijwilligers en medewerkers heeft die woonachtig zijn in de vier gemeentes. RTVOost is bereid om een samenwerkingsovereenkomst te sluiten met RTVReggestreek voor het over en weer beschikbaar stellen van nieuws en informatie-items en zal daarbij ook menskracht en middelen beschikbaar stellen.

9.3. Gemeentes

RTVReggestreek wil graag met de **vier gemeentes** naast een subsidiebeschikking een klant-leverancier overeenkomst afsluiten. In deze overeenkomst moet beschreven worden welke speciale dienst(en) of product(en) de verschillende sectoren van de gemeentes van de streekomroep willen.

Het werk- en leertraject voor werklozen die ver van de arbeidsmarkt staan, kan eventueel ook onderdeel van deze overeenkomst uitmaken. Hier dienen in het kader van de begeleiding wel goede afspraken over gemaakt te worden.

9.4. Opleidingen

De streekomroep sluit stage(samenwerkings)overeenkomsten met een of meerdere HBO en MBO mediaopleidingen uit de provincie. Dit is afhankelijk van een aantal factoren (plaats van opleiding of waar streekgenoten op de opleiding zitten). Onderwerp van de samenwerking is de training van de student door het aanreiken van journalistieke kennis en kunde en het bieden van een stagepodium.

Onderwerp van de samenwerking is het aanreiken van technische kennis en kunde voor het functioneren als cameraman/vrouw, editor of vormgever middels het beschikbaar stellen van stageplaatsen.

9.5. Samenleving

Verder wil RTVReggestreek in de verschillende plaatsen binnen de streek een platform creëren waar mensen (vrijwilligers) worden gefaciliteerd om beeld- en geluidverslagen te maken en nieuws te genereren. Vervolgens wordt met apparatuur bij de streekomroep het geheel tot uitzendbare delen gemonteerd. Dit leidt ondermeer tot grotere bewustwording en cohesie.

Bij de samenwerking met derden gelden de volgende principes:

1. Samenwerking vindt plaats op basis van een overeenkomst.
2. Samenwerking vindt plaats met behoud van de redactionele onafhankelijkheid.
3. Samenwerking is een middel en vormt één van de mogelijkheden om programma's te produceren.
4. De streekomroep levert door de samenwerking met maatschappelijke organisaties een bijdrage aan en bevordert een duurzame maatschappelijke en sociale cohesie.
5. De streekomroep bevordert de vrije meningsuiting en vrije nieuwsgaring.

Inmiddels zijn er gesprekken met mogelijke samenwerkingspartners aangegaan om te verkennen waar, hoe en op welke (deel)gebieden samengewerkt kan worden zonder dat de streekomroep zijn identiteit verliest en zonder dat het afbreuk doet aan de doelen die zij zich heeft gesteld voor de toekomst.

9.6. Dagblad Tubantia

Dagblad Tubantia heeft op dit moment een pilot in Enschede bij "1Twente" om te kijken of een publiek-private samenwerking met een publieke omroep mogelijk is. De lokale redactie van Tubantia en 1Twente zijn samengevoegd en dagelijks wordt crossmediaal bekeken welk media-instrument ingezet wordt voor welk nieuws. Tubantia wil eerst de resultaten van deze pilot afwachten voordat ze met RTVReggestreek in gesprek gaan om te praten over een mogelijke samenwerking.

10. Opzet en werkwijze van de organisatie

10.1. De juridisch/ bestuurlijke structuur

RTVReggestreek kent als rechtspersoon de stichtingsvorm naar Nederlands recht en beschikt over volledige rechtsbevoegdheid. De streekomroep kent in het PBO een toezichthoudend orgaan en hanteert de gedragscode voor de lokale media-instellingen. Er wordt gewerkt via het 'cultural governance' model. De professionalisering en verzakelijking van de streekomroep maakt de kwaliteit van besturen en toezicht belangrijk. Cultural governance sluit aan op de maatschappelijke trend om een helder onderscheid te maken tussen taken en bevoegdheden van hoofdredactie en bestuur. Zeker binnen de streekomroep, die grotendeels afhankelijk is van overheidsgelden, dient er een goede transparantie nagestreefd te worden. Een en ander wordt vastgelegd in het redactiestatuut.

10.2. Bestuur

RTVReggestreek zal geleid gaan worden door een bestuur (onbezoldigd) van vijf personen dat vooral op hoofdlijnen zal besturen. De leden moet aantoonbaar bestuurlijke ervaring hebben, zo mogelijk kennis van en ervaring met de media, kennis van de politieke spelregels en een groot netwerk in de samenleving hebben. De eerste jaren zal het bestuur in ieder geval bestaan uit vier vertegenwoordigers vanuit de vier participerende gemeentes onder verantwoordelijkheid van een onafhankelijk voorzitter. Verder zullen een of twee leden vanuit de oude besturen van de vier lokale omroepen tijdelijk worden toegevoegd aan het bestuur om de continuïteit te waarborgen.

Van dit bestuur wordt verwacht dat het gaat staan voor:

- het uitdragen van een duidelijke visie,
- het maken eensgezinde keuzes,
- het voeren van een helder/consistent beleid,
- het (her)winnen van vertrouwen bij belanghebbende gemeentebestuurders, inwoners/doelgroepen en interne/overige betrokkenen.

Verder moet het professioneel, onafhankelijk, communicerend en integer zijn en daarmee effectieve samenwerking en continuïteit creërend. Het bestuur zal zelf de belangrijkste externe en interne contacten onderhouden en zal ook verantwoordelijk zijn voor de marketingactiviteiten voor zover die op strategisch niveau liggen. Het bestuur is daarnaast uiteraard verantwoordelijk voor het financiële beleid dat wordt gevoerd.

Elk bestuurslid heeft een eigen portefeuille en zal ook op dat profiel worden geselecteerd:

- Algemeen bestuurlijke zaken
- Secretariaat
- Financiële zaken
- Personeels/vrijwilligersbeleid
- Marketing en communicatie

10.3. Locatie

Alle 4 omroepen beschikken over een goede locatie, al zijn er verschillen in aanwezige ruimte, apparatuur en parkeervoorzieningen. Gezien de huidige stand van zaken is besloten dat het pand van HOIMedia in Nijverdal het vestigingsadres wordt van de nieuwe omroep; deze locatie is centraal gelegen en beschikt over ruime parkeergelegenheid. Het pand is nu nog eigendom van de gemeente Hellendoorn, heeft achterstallig onderhoud en is niet duurzaam waardoor de kosten voor gas, elektriciteit en water erg hoog zijn. Met de gemeente zijn inmiddels afspraken gemaakt dat als RTV Reggestreek definitief van start gaat, zij het pand gaan opknappen en duurzame maatregelen gaan treffen.

Hofstreek Omroep in Hof van Twente beschikt over een vaste en een mobiele radio studio en wordt daarmee de locatie van waaruit vooral veel radio gemaakt zal gaan worden. Ook het pand van Hofstreek beschikt over een eigen ingang en heeft ruime parkeergelegenheid. Daarnaast is het op loopafstand van het station gelegen, hetgeen gunstig is voor toekomstige stagiaires.

Het is de bedoeling dat de radiostudio's in Rijssen-Holten en Wierden in gebruik blijven, maar op termijn in kleinere vorm vooral als ontmoetingsplek voor de medewerkers en voor het maken van montages, het houden van radio-interviews en incidenteel het verzorgen van programma's. Op deze manier blijft de omroep in elke gemeente goed zichtbaar en voor iedereen toegankelijk.

10.4. Leidende principes bij de inrichting van de organisatie

De streekomroep kent een aantal intrinsieke leidende principes. De streekomroep levert een fundamentele bijdrage aan een pluriform en op de directe leefomgeving afgestemd media-aanbod in de streek. Concreet betekent dit dat de streekomroep:

- Autonom is in haar handelen en redactionele vrijheid geniet.
- Het media-aanbod en de uitgezonden programma's laat controleren op het vastgestelde beleid door het programmabeleidsbepalend (PBO) orgaan.

10.5 Het orgaan dat het beleid bepaalt voor het media-aanbod (het PBO)

Het PBO is wettelijk vereist, heeft een eigen reglement en is een onafhankelijk en aan het bestuur adviserend orgaan van de streekomroep. Het orgaan zal gevormd gaan worden door personen die tezamen representatief zijn voor de in de streek belangrijkste voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen (vertegenwoordigers van de directe leefomgeving).

Bij het aantrekken van de vertegenwoordigers zal er worden gekeken naar de volgende stromingen:

(Etnische) minderheden, onderwijs, cultuur, bedrijfsleven, maatschappelijk, welzijn en zorg, sport, religie.

RTVReggestreek draagt ervoor zorg dat voldaan wordt aan het vereiste van de representativiteit. De vier gemeenteraden zijn de bevoegd organen die het Commissariaat voor de Media adviseren over de vraag of het programma-beleidsbepalend orgaan (PBO) van de streekomroep voldoet aan de representativiteitseisen.

De belangrijkste taken van het PBO zijn:

- het adviseren inzake het programmabeleid op voorstel van de hoofdredacteur;
- het achteraf toetsen van programma's op hun representativiteit voor de gemeenschap en de genoemde stromingen.
- het geven van adviezen, gevraagd en ongevraagd, aan het bestuur;
- het opstellen van een jaarlijkse rapportage aangaande het gevoerde en gerealiseerde programmabeleid.

Door middel van een open sollicitatie procedure zullen de instellingen en de inwoners in staat gesteld worden om zich op te geven voor deelname aan het PBO.

10.6. De voorwaarden voor het feitelijk functioneren van de streekomroep

Om vorm en inhoud te geven aan de ambities en de doelen van de streekomroep zijn de volgende voorwaarden voor de exploitatie en daarmee het feitelijke functioneren van toepassing:

1. Redactionele onafhankelijkheid
2. De gemeentelijke financieringen
3. Samenwerkingsovereenkomsten met derde partijen; zowel publiek als privaat
4. Goede technische infrastructuur en huisvesting
5. Medewerkers die voldoen aan de vereiste competenties

10.7 Kerncompetenties van de streekomroep

De streekomroep geeft vorm en inhoud aan de missie door het uitvoeren van drie kernrollen. Die kernrollen zijn: professional, dienstverlener en ondernemer. In onderstaande matrix worden de kernrollen weergegeven.

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

11. Personeels- en vrijwilligersbeleid

11.1 Rechtspositie

De streekomroep volgt daar waar mogelijk de intenties van de CAO voor personeel in dienst bij de publieke omroep.

Er zal een redactiestatuut opgesteld worden waarin de verantwoordelijkheden van programmamakers en bestuursorganen met betrekking tot de totstandkoming en de inhoud van de programma's worden vastgelegd.

Er zal ook een huishoudelijk reglement gemaakt worden waarin de belangrijkste procedures, verantwoordelijkheden, plichten, huishoudelijke taken van alle medewerkers vermeld komen te staan.

11.2. Medewerkers

Het personeels- c.q. vrijwilligersbeleid is integraal onderdeel van en gericht op het ondersteunen van de strategische koers van de streekomroep. Elke vrijwilliger welke 'in dienst treedt' bij RTVReggestreek ontvangt een vrijwilligersovereenkomst met daarin opgenomen alle rechten en plichten. De vrijwilligersovereenkomst wordt door het bestuur en de vrijwilliger ondertekend.

Binnen het beleid is er ruimte voor cursussen en opleidingen. Samen met de andere streekomroepen uit de regio zal worden geïnventariseerd aan welke opleidingen & cursussen behoefte is, zodat kosten gedeeld kunnen worden. Op basis van visie, hoofddoelstellingen en toekomstverwachtingen, worden medewerkers opgeleid om deze ontwikkeling mede te realiseren.

11.3. Kerncompetenties

De medewerkers (dienen te) beschikken over de volgende kerncompetenties:

Competentie	Operationele doelstelling
1. Samenwerken	<ul style="list-style-type: none">• Samen met anderen (cross mediale) programma's produceren.
2. Communiceren	<ul style="list-style-type: none">• Met respect, helder en duidelijk feiten, ideeën en meningen verwoorden en presenteren.
3. Samenwerken	<ul style="list-style-type: none">• Leveren van een bijdrage aan een resultaat, ook wanneer er niet direct een eigen belang aanwezig is.
4. Luisteren	<ul style="list-style-type: none">• 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.
5. Uitluisteren	<ul style="list-style-type: none">• In de huid van een ander/ thema kruipen en invoelen/ aanvoelen wat de intenties zijn van het verbale en non-verbale gedrag.
6. Omgevingssensitiviteit	<ul style="list-style-type: none">• Geïnformeerd zijn over het DNA van de streek en directe leefomgeving binnen de streek, zicht hebben op normen en waarden, belangen en posities van anderen en deze kunnen vertalen en benutten voor het ontwikkelen van media-aanbod.

11.4. Hoofdredacteur/directeur

De -betaalde- hoofdredacteur/directeur geeft indirect leiding aan alle programmamakers (presentatie- en redactiemedewerkers) en staat binnen de organisatie direct onder toezicht van het stichtingsbestuur en het PBO.

De taken van de hoofdredacteur zijn:

- het samenstellen van het omroepprogramma (de programmering) op basis van de uitgangspunten
- inhoudelijke eindverantwoording dragen voor alle programma's die de omroep maakt.
- het toetsen van programma's op representativiteit voor stromingen uit de gemeente. De hoofdredacteur zal daarom contacten onderhouden met het PBO en er zorg voor moeten dragen dat wordt ingespeeld in de programmering op de wensen van het PBO;
- het bijwonen van de PBO-vergaderingen, voor zover gewenst;
- het bijwonen van bestuursvergaderingen met een adviserende functie naar het bestuur;
- het regelmatig overleg plegen met het hoofd techniek omtrent coördinatie van medewerkers, programmering en programma's;
- het regelmatig overleg plegen met de hoofden radio, tv en webdiensten omtrent het aantrekken van nieuwe medewerkers en functioneren van huidige medewerkers en de voortgang op de werkvloer;
- doet voorstellen naar het bestuur rondom investeringen en programmeringskosten;
- het verzorgen van een werkverslag c.q. jaarverslag i.s.m. het hoofd techniek en de hoofden radio, tv en webdiensten.

11.5. Management Team (MT)

Het MT wordt gevormd door de hoofden tv, radio, ICT, techniek en commerciële activiteiten. Daarnaast de vier locatiemanagers die verantwoordelijk zijn voor iedere gemeente. Het MT is verantwoordelijk voor de uitvoering van de dagelijkse, operationele werkzaamheden van de omroep als geheel (radio, tv, website, techniek). De uitvoering geschiedt op basis van het gezamenlijk vastgestelde beleid. De leiding van het MT is in handen van de hoofdredacteur/directeur.

Het MT

- Is het eerste aanspreekpunt voor de vrijwilligers;
- Stelt programma adviezen en programmering voor;
- Is verantwoordelijk voor het actief zoeken naar programmamakers;
- Maakt het opleidingsplan voor de vrijwilligers;
- Draagt zorg voor de dagelijkse technische ondersteuning van de radio, tv en de website;
- Brengt problemen omtrent programmering & technische zaken in beeld en stelt oplossingen voor eventuele gerezen problemen voor;
- Geeft input aan de hoofdredacteur/directeur t.b.v. de begroting;
- Draagt zorg dat gedurende uitzendingen iemand bereikbaar is voor de programmamakers;
- Draagt zorg voor telefonisch bereikbaarheid van studio/algemeen telefoonnummer;
- Draagt zorg dat er 24/7 technische ondersteuning beschikbaar is.

11.6. Overige medewerkers

Om de doelen waar te maken is er een gezonde mix noodzakelijk van betaalde krachten, vrijwilligers, stagiaires en degenen die op basis van leer/werkplekken bij de streekomroep werken. Een mix die door de aanwezige kerncompetenties in combinatie met opleidingstrajecten/cursussen en andere vormen van deskundigheidsbevordering zorgt voor een dynamische organisatie die onder leiding van een geëngageerde hoofdredacteur/directeur een waarborg is voor kwaliteit en continuïteit.

De volgende functies zullen op termijn naast de hoofdredacteur/directeur (deels) door betaalde krachten op freelancebasis worden ingenomen: redactie, editing, techniek, administratieve ondersteuning en acquisitie.

De andere posities zullen door stagiaires, vrijwilligers en door mensen met een leer/werkervaringsplaats worden bezet.

Voor alle functies zal zowel een functieprofiel als een functieomschrijving worden gemaakt.

11.7. De organisatieontwikkeling in de tijd

Het bestuur van de streekomroep neemt in het najaar van 2018 het besluit hoe het opgestelde bedrijfsplan zal worden ingevoerd. Op dat moment zal de procedure starten om begin 2019 een hoofdredacteur/directeur te kunnen aanstellen. In diezelfde periode zullen de medewerkers van alle vier omroepen de mogelijkheid krijgen om te solliciteren op de overige functies.

Totdat de hoofdredacteur/directeur is aangesteld zal het bestuur een kwartiermaker aanstellen die de volgende taken op zich dient te nemen:

- a. Uitwerking en realisering van het bedrijfsplan
- b. Uitwerken van de samenwerkingen
- c. Afronding aanvraag zendmachtiging CvdM
- d. Afwikkeling licentie aanvraag bij het CvdM en operationeel maken van een eigen frequentie op de kabelnetwerken in het verzorgingsgebied
- e. Opzetten van commerciële activiteiten
- f. Zoeken naar uitbreiding van de vrijwilligers
- g. Zoeken van deelnemers voor leer/werkervaringsplaatsen
- h. Zoeken van sponsors en in werven van fondsen.
- i. Opbouw correspondenten in de verschillende gemeenten
- j. Uitwerken van een goede financiële structuur
- k. Leiding en sturing geven aan organisatie
- l. Opzetten en operationeel maken van de website en de app
- m. In september starten met het uitzenden van nieuwsbulletins met lokaal nieuws op radio en tv.
- n. Naamsbekendheid van RTVReggestreek genereren binnen het verzorgingsgebied

Na het aanstellen en de daaropvolgende inwerkperiode van de hoofdredacteur/directeur kan overgegaan worden tot het aanstellen door hem/haar van -freelance- betaald personeel. Gezien het feit dat er weinig risico genomen kan worden, zal er op een zo flexibel mogelijke wijze personeel worden aangesteld. Een en ander is ook sterk afhankelijk van de eigen inkomsten. De aanname van stagiaires zal in overleg met de scholen gaan gebeuren. De stagiaires krijgen een kleien vergoeding van €250.—per maand. De aanname van vrijwilligers zal onverminderd door blijven gaan volgens het dan ontwikkelde vrijwilligersbeleid.

12. Financiën

12.1. Inleiding

In de bijlage is de financiële vertaling van de gekozen doelen opgenomen. In de volgende deelparagrafen worden de uitgangspunten voor dit financiële plan toegelicht in relatie tot de gekozen weg. De meerjarenbegroting 2019 - 2022 is een groeimodel met de vertaling van de ambities van het bestuur om met 2019 als uitgangspunt, een lokaal toereikend media-aanbod te bieden vanuit een goed georganiseerde streekomroep, die daarmee een belangrijke functie vervult voor de samenleving. Dit alles door het realiseren van een actief en dynamisch communicatie- en informatieplatform, waarmee het op een relevante wijze bijdraagt aan de sociale cohesie binnen de streek.

Alle genoemde bedragen zijn exclusief BTW.

12.2. Baten

Voor een goed exploitatie is ongeveer €360.000 per jaar nodig. De raming van de omzet wegens samenwerkingsovereenkomsten, verzorging uitzendingen voor derden, sponsoring, donaties, reclame en nevenactiviteiten op de verschillende mediadragers, wordt begroot op € 94.000,-- in 2019 en loopt op van € €113.700 in 2020 naar € 152.000 in 2022. Een behoorlijke opgave! Maar die kijkend naar de potentie die er in de vier gemeentes is en de professionele aanpak die de omroep gaan hanteren haalbaar geacht wordt. De omroep gaat er van uit dat bij deze bedragen zeker ook gelden zitten die komen uit het verzorgen van mediadiensten voor de verschillende gemeenten in de streek.

12.3. Subsidie

Om recht te doen aan de afspraken die gemaakt zijn tussen de OLON en de VNG en die inhouden dat ongeveer de helft van de totale omzet uit eigen inkomsten van de omroep moet komen is er jaarlijks aan subsidie vanuit de vier gemeentes gezamenlijk €200.000,-- nodig.

Die bijdrage is gebaseerd op € 1,50 per inwoner. Rekening houdend met die basisbijdrage kan de subsidie voor 2019 worden berekend op een bedrag van ongeveer €54.000 voor Hellendoorn, €57.000 voor Rijssen-Holten, €36.000 voor Wierden en €53.000 voor Hof van Twente. In de begroting is (nog) geen rekening gehouden met een jaarlijkse indexering.

12.4. Personeelskosten

De professionalisering van de omroep vraagt om een professionele aansturing. De salariskosten zijn gebaseerd op de cao voor het Omroeperspersoneel. In de begroting wordt vanaf 2019 uitgegaan van 1 fte voor een hoofdredacteur/directeur met een brutosalarisbedrag van € 48.000. Daar komen nog sociale lasten en pensioenlasten bij. Verder zal er in het eerste jaar alleen nog mensen op freelancebasis ingeleend of ingehuurd worden op het gebied van ICT, techniek en/of editing en acquisitie en secretariaat tot een bedrag van €28.700,-- (ex soc. lasten en pensioenpremie) Er is bij de stagiaires uitgegaan dat er twee gedurende 10 maanden actief zijn en een vergoeding krijgen van €250,-- per maand. Vrijwilligers krijgen alleen de onkosten vergoed. De uitbetaalde bedragen zullen conform de fiscale spelregels gebeuren. Daarnaast zijn er vrijwilligerskosten opgevoerd om waarderingsuitingen mogelijk te maken. De totale lasten voor medewerkers en vrijwilligers bedraagt in het eerste jaar €135.593,-- en loopt op, als er ook voldoende eigen inkomsten tegenover staan, naar €170.000 in 2022. Met name zal er dan ook nog een parttime redacteur in dienst genomen worden.

12.5. Huisvestingskosten

In 2019 zullen er huurlasten zijn voor de studio waar ook de centrale redactie gehuisvest zal worden in Nijverdal en de studioruimtes in Rijssen-Holten en Hof van Twente en een kleine studio in Wierden. Doordat in 2019 de studio in Nijverdal nog niet door de gemeente opgeknapt en duurzamer gemaakt zal

zijn is de totale huurlast begroot op €23.000,-- Doordat de huurlast daarna zal stijgen, maar de energielast in Nijverdal weer zal dalen en er gezocht zal gaan worden naar een kleinere studioruimte in Rijssen-Holten stijgt de huurlast nog enigszins naar €25.000- in 2022.

De totale huisvestingslast is begroot op €39.000 in 2019 tot €44.350,-- in 2022. Daarbij is er van uitgegaan dat de schoonmaak eerst nog door de vrijwilligers gedaan zal worden, maar later toch professioneel uitgevoerd zal gaan worden.

12.6. Uitzendlasten

De jaarlijkse abonnements- en gebruikskosten om uitzendingen te maken, voor anderen te verzorgen, de programma's in de huiskamers van de vier gemeentes te krijgen via de Mediahub van Mediachoice, de website up-to-date te houden, de radiozenders en masten operationeel te houden kosten in 2019 €46.600,-- en loopt nog engszins op tot € 48.650 in 2022.

12.7. Organisatiekosten

Om een dergelijke professionele vrijwilligersorganisatie operationeel te houden moeten er allerlei kosten gemaakt worden. Zo zijn de kantoorkosten begroot op €13.000 in het eerste jaar, de verkoopkosten op €15.500 oplopend naar €17.500, Algemene kosten €21.650, waaronder een bedrag van €4.000,-- voor een tweejaarlijks kijk- en luisteronderzoek, oplopend naar €26.750,-- in 2022. Totaal zijn de organisatiekosten in 2019 €54.000 tot €69.000 in 2022.

12.8. Autokosten

Voor de hele organisatie komt de regiewagen van HOIMedia over naar RTVReggestreek. Deze is bedoeld voor de live-opnames. Daarnaast is er voor een snel op de actualiteit in de vier gemeentes in te kunnen springen vervoer nodig van de centrale studio. Het is niet handig en zinvol om daar eigen auto's voor te gebruiken. Hiervoor wordt een leaseauto aangeschaft. Kosten €4.800 per jaar. Uitgegaan wordt van 15.000 km per jaar.

12.9. Afschrijvingen

RTVReggestreek begint in 2019 op nul. Er is geen vermogen bij de omroepen, een groot deel van de apparatuur is verouderd en al lang afgeschreven. Besloten is om, als er schulden zijn, die niet over te nemen. Het is aan de desbetreffende omroep om een oplossing voor die eventuele schulden te vinden. Apparatuur en inventaris die nodig zijn voor de nieuwe streekomroep zal tegen een nader te bepalen bedrag gebaseerd op de boekwaarde worden overgenomen. Om dat te doen en om uitzendingen te verzorgen en programma's te maken is goede apparatuur noodzakelijk. Daarvoor is een verwachte investering nodig van €100.000,-- Een deel van de afschrijfkosten kunnen over tien jaar verdeeld worden een ander deel zal al in vijf of drie jaar afgeschreven moeten worden. Dat zorgt ervoor dat de afschrijvingen voor 2019 €16.000,-- zullen zijn en tot €18.250 in 2022 oplopen.

12.10. Financieringen

Voor die investeringen zal €100.000 geleend moeten worden. Dat kan bij een bank of een private investeerder indien de vier gemeentes garant gaan staan. Het kan ook door het geld van de gemeentes te lenen en dit of in tien jaar af te lossen of dit te verwerken in de subsidie. In de exploitatie is de rentelast van ongeveer €2.500,-- opgenomen.

12.11. Totaal resultaat

In de meerjarenbegroting is uitgegaan van een verwachte neutraal resultaat.

12.12. Financiële risico's

Met namen de eerste jaren zit het risico vooral in het verkrijgen van de eigen inkomsten. Het zal veel inspanning vereisen om voldoende inkomsten uit reclame, sponsoring, donaties en programma's voor derden te realiseren. In de begroting is daar rekening mee gehouden en zal er zo veel mogelijk gestuurd worden op een kostenbeheersing en zullen er geen structurele lasten gemaakt worden die gedekt zouden moeten worden uit niet structurele -eigen- inkomsten. Met de ver gemeentes zal overlegd moeten worden of er een risico-reserve/weerstandsvermogen van 15% mogelijk is door een eenmalige bijdrage.

13. Tijdspad

Hier een overzicht van de implementatie van de meest belangrijke zaken:

13.1. Het jaar 2018

Nadat het bedrijfsplan met bijbehorende begroting is ingediend zal er in samenspraak met de besturen én vrijwilligers hard gewerkt aan worden aan de verdere uitwerking van het bedrijfsplan. De inspanningen zijn er op gericht om vanaf 1 september te beginnen met try-out uitzendingen onder de noemer van RTVReggestreek.

13.2. Het jaar 2019

Als in het najaar van 2018 duidelijk wordt of de gemeentes de omroep financieel gaan ondersteunen kan op 1 januari 2019 de nieuwe stichting RTVReggestreek ook formeel gaan beginnen. Implementatie en uitvoering van het bedrijfsplan en het werven van professionele medewerkers én vrijwilliger kan dan beginnen. De scholing van de vrijwilligers moet ook in samenwerking met collega streekomroepen opgestart worden. Veel inspanningen zullen er gedaan moeten worden om bij inwoners, instellingen, organisaties en het bedrijfsleven naamsbekendheid en draagvlak te krijgen. Tegelijkertijd moet er hard gewerkt gaan worden om relaties op te bouwen en sponsoren en donateurs te werven. Daarnaast moet er door de werkgroep marketing adverteerders geworven worden. Hopelijk wordt ook dit jaar duidelijk wat het rijksbeleid voor de publieke omroep gaat worden.

13.3. Het jaar 2020

In 2020 moet de omroep goed gaan functioneren en moeten de laatste kinderziektes eruit gehaald worden. Vrijwilligers zijn dan opgeleid, RTV Reggestreek is alom bekend en website en apps worden meerdere keren dagelijks geraadpleegd. Veel contentpartners uit de viergemeentes gebruiken de omroep om hun achterbannen en/of doelgroepen te informeren. Het crossmediale platform wordt door veel inwoners gebruikt om in gesprek te gaan met de samenleving. Er wordt voorzichtig begonnen met het maken van livedebatten, talkshows en op alle media-uitingen wordt gezorgd voor achtergrondinformatie en verdieping.

13.4. Het jaar 2021

In 2021 gaat er voor het eerst geogost worden en moet er een goed draaiende omroep met een gezonde financiële huishouding zijn.

14. Bijlagen

1. Aanbiedingsbrief
2. Meerjarenbegroting

Begroting RTVReggestreek 2019 - 2022

		Totaal 4 omroepen res.2016	Totaal 4 omroepen begr. 2018	CONCEPT Begroting 2019	CONCEPT Begroting 2020	CONCEPT Begroting 2021	CONCEPT Begroting 2022
Medewerkers							
4000	Brutoloon			77.200	82.000	90.000	100.000
4020	Sociale lasten werkgever		-	20.072	21.320	23.400	26.000
4030	Pensioenlasten		-	10.036	10.660	11.700	13.000
4035	Arbodienst		-	1.544	1.640	1.800	2.000
4040	Stagevergoedingen		-	5.000	5.000	5.000	5.000
4045	Vrijwilligersvergoedingen	4.374	5.500	4.000	4.000	4.000	4.000
4050	(Verzuim)Verzekeringen medewerkers		-	1.930	2.050	2.250	2.500
4060	Reis- en verblijfskosten		-	2.316	2.460	2.700	3.000
4065	Telefoonvergoeding		-	1.000	1.000	1.000	1.000
4070	Kantinekosten/verteringen	8.708	1.900	3.500	3.500	3.500	3.500
4080	Vrijwilligerskosten		-	3.000	3.000	3.000	3.000
4085	Bedrijfskleding		-	1.000	1.000	1.000	1.000
4090	Opleidingskosten		-	4.000	5.000	5.000	5.000
4095	Overige medewerkerskosten		10	1.000	1.000	1.000	1.000
	Totale personeelskosten	13.082	7.410	135.598	143.630	155.350	170.000

functie	fte	bruto	
		bruto jrlst	fte jrlst
hoofdred./dir.vlg.			
Cao			
Omroepersoneel	1,00	48.500	1,00 48.500
redacteur	0		0,4 16.500
editor		7.000	16.500
technet		7.000	7.000
acquisitie		9.000	11.500
secretariaat	0,20	5700	0,2 5700
		77.200	105.700

HBO stagiaires:
2 fulltime voor 10 maanden
Vergoeding 250 p.m.

Huisvesting							
4200	Huur	24.814	34.150	23.000	23.000	25.000	25.000
4205	Gas/water/elektra	7.325	1.900	5.500	4.000	4.000	4.000
4220	Onderhoud	2911	-	3.000	3.000	3.000	3.000
4230	Schoonmaak en afvalverwerking	2.735	4.900	5.000	6.000	7.000	9.850
4290	Overige huisvestingskosten	5.420	800	2.500	2.500	2.500	2.500
	Totale huisvestingslasten	43.205	41.750	39.000	38.500	41.500	44.350

Lasten uitzendingen							
4300	Inhuur derden		800	2.500	2.500	2.500	2.500
4310	Reparatie en onderhoud		1.200	2.000	2.500	3.000	3.000
4320	Kosten deelname OLON		3.246	600	600	600	600
4330	Productiekosten		10.400	3.000	3.000	3.800	3.800
4335	Kleine aanschaffingen		350	750	750	750	750
4340	Distributielasten		15.620	2.000	2.000	2.000	2.000
4350	Buma/Stemra/Sena		5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
4360	Huurkosten software/Cloud diensten		2.650	20.000	20.000	20.000	20.000
4370	(Huur)kosten antennes/zenders		3.110	5.000	5.000	5.000	5.000
4380	(Huur)kosten redactiesysteem		-	5.000	5.000	5.000	5.000
4390	Overige kosten		3.356	750	750	1.000	1.000
	Totale lasten uitzendingen	23.096	45.732	46.600	47.100	48.650	48.650

Organisatie							
	KANTOOR						
4400	Kantoorbenodigdheden		200	777	820	1.000	1.000
4402	Kopieerkosten/drukwerk		50	1.400	1.400	1.500	1.500
4403	Onderhoud en reparaties		-	750	750	750	750
4404	Kleine aanschaffingen		200	750	750	750	750
4405	Telefoonkosten / internetkosten		6.400	4.000	4.000	4.000	4.000
4406	Porti		200	250	250	250	250
4415	IT kosten (kleine kosten)		900	1.250	1.250	1.500	1.500
4420	Contributies en abonnementen		1.100	2.000	2.000	2.500	2.500
4425	Overige kantoorkosten		1.250	500	500	500	500
4430	Leasekosten kantoor		-	1.500	1.500	1.500	1.500
			-	13.177	13.220	14.250	14.250
	VERKOOPKOSTEN						
4500	Reclame/advertenties		1.000	2.000	2.000	3.000	3.000
4510	Marketingkosten		-	9.000	9.000	10.000	10.000
4520	Acquisitiekosten		100	1.000	1.000	1.000	1.000
4530	Relatiegeschenken		-	250	250	250	250
4540	Representatiekosten		140	1.500	1.500	1.500	1.500
4550	Reis- en verblijfkosten		-	500	500	500	500
4560	Dotatie voorziening dubieuze debiteuren		-	750	750	750	750
4590	Overige verkoopkosten		-	500	500	500	500
			-	15.500	15.500	17.500	17.500
	ALGEMEEN						
4700	Administratie		900	6.000	5.750	5.750	5.750
4705	Accountantskosten			3.000	3.000	3.000	3.000
4710	Advieskosten		1.250	650	750	750	750
4720	Verzekeringen		2.550	2.500	3.000	3.500	3.500
4730	Kijk- en luisteronderzoek		-		4.000	4.000	4.000
4740	Niet aftrekbare BTW		4.800	8.000	8.000	8.000	8.000
4790	Overige algemene kosten		13.323	1.500	1.500	1.500	1.500
			-	21.650	26.000	26.500	26.500
	AUTO'S						
4800	Leaselasten auto		-		4.800	4.800	4.800
4810	Brandstof				2.000	2.000	2.000
4820	Reparatie en onderhoud regiewagen			1.650	1.650	1.650	1.650
4830	Verzekering regiewagen			600	600	600	600
4840	Motorrijtuigenbelasting	3.048	3.700	700	700	700	700
4850	Kilometervergoedingen			500	500	500	500
4860	Parkeerkosten			250	250	250	250
				3.700	10.500	10.500	10.500
	Totale organisatiekosten	39.854	38.063	54.027	65.220	68.750	68.750

1x per 2 jaar 8000

1 leaseauto à 400 pm
15000 km

Afschrijvingen							
4907	Afschrijving radio		3.850	3.000	2.750	2.500	2.250
4908	Afschrijving tv		2.000	7.000	8.000	10.000	10.000
4909	Afschrijving algemeen		6.900	5.000	5.000	5.000	5.000
4910	Afschrijving auto en transportmiddelen		-	1.000	1.000	1.000	1.000
	Totaal afschrijvingen	21.090	12.750	16.000	16.750	18.500	18.250

5 jaar op technische onderdelen
10 jaar op inventaris
3 jaar op computers
5 jaar op transportmiddelen

Financieringen						
5401	Rentebaten		-			
5901	Rente en bankkosten		705	275	250	250
5910	Rente financiering		-	2.500	2.250	2.000
	Totaal financieringen	695	705	2.775	2.500	2.250
				2.000		

Investering van 100.000,-- over 10 jaar.

Totaal lasten	141.022	146.410	294.000	313.700	335.000	352.000
----------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Baten						
8001	Gemeentelijke Subsidies	73.714	69.375	200.000	200.000	200.000
8002	Overige subsidies		3.025			
8004	Sponsoring	28.566	5.700	27.000	33.000	38.000
8100	Opbrengst reclame		18.775	31.000	41.000	51.000
8005	Bijdragen externe producenten		1.600	6.000	6.200	8.000
8006	Donaties	12.496	10.000	15.000	17.500	20.000
8110	Opbrengst nevenactiviteiten	11.111	3.400	15.000	16.000	18.000
8150	Overige baten		-			
	Totaal baten	125.887	111.875	294.000	313.700	335.000
						352.000

Inwoners

Hellendoorn 36.000 54.135

Rijssen-Holten 38.000 57.143

Wierden 24.000 36.090

Hof van Twente 35.000 52.632

Totaal 133.000 200.000

Verlies/Winst	-15.135	-34.535	-	-	-	-
----------------------	----------------	----------------	----------	----------	----------	----------

Gemeentebestuur Hellendoorn - RTVReggestreek

Van: "Jos van den Born" <jos@josvandenborn.nl>
Aan: J.Knol@Hellendoorn.nl
Datum: 31-3-2018 11:37
Onderwerp: RTVReggestreek
Bijlagen: Meerjarenbegroting 2019-2022 RTVReggestreek.pdf; Bedrijfsplan Streekomroep RTVReggestreek.pdf; Aanbiedingsbrief Hellendoorn001.pdf

Beste Jane,
Hierbij zoals afgesproken het Bedrijfsplan en Begroting samen met een door de vier voorzitters ondertekende aanbiedingsbrief.
Mochten er vragen zijn dan hoor ik het wel.
Sterkte met verwerken!
We hebben vast hierover nog wel contact.

Vr.gr.



Jos van den Born
Kwaritermaker RTVReggestreek
Banninksweg 11
7442 KA Nijverdal
[0654337645](tel:0654337645)

Mail : jos@josvandenborn.nl
Twitter: <https://twitter.com/JosvdBornNdal>
Facebook : <https://www.facebook.com/jos.vandenborn.7>
Website: www.josvandenborn.nl