

Lokale media-instelling

RTV Seaport

Beleidsplan 2021-2026

April 2021



Opgesteld door bestuur RTV Seaport

- | | |
|-----------------|-------------------------------|
| • Theo Koster | Voorzitter |
| • Mike Rijkers | Penningmeester |
| • Sjoerd Dekker | Bestuurslid Techniek |
| • Ad Maarschalk | Bestuurslid Kwaliteit Content |

Ambassadeur

- | | |
|------------------|-------------|
| • Egbert Wilmink | Ambassadeur |
|------------------|-------------|

Raad van Advies:

- Frans Baud
- Bas Kuntz
- Jakob Klompier

Inhoudspagina

Managementsamenvatting	3
Ziel van RTV Seaport	5
Journalistieke aandacht	6
Dagdagelijks aanbod via alle kanalen	7
Professioneel opgebouwde organisatie	10
Beschrijving organisatie	11
Stakeholders	13
Concurrenten	14
Borging Kwaliteit	14
Huisvesting	14
Marketing en Communicatie	15
Financien	15
Conclusie	16



Managementsamenvatting

De Velser Omroep Stichting (merknaam RTV Seaport) verzorgt huidige lokale omroep in de Gemeente Velsen. Dit beleidsplan schetst de koers, de doelstellingen, de manier waarop die worden bereikt en hoe de organisatie de komende vijf jaren zal worden opgetuigd.

In 2020 trad een nieuw bestuur, bestaande uit Ad Maarschalk, Mike Rijkers, Sjoerd Dekker en Theo Koster, officieel aan. De bestuursleden zijn echter al ruim twee jaar bezig om de voorwaarden te creëren voor een sterke omroep. Zij hebben de ambitie om de stap te maken van een kleinschalige vrijwillige lokale radio- en televisiezender naar een semiprofessionele media-instelling die kan voldoen aan het Keurmerk NLPO (Lokaal Toereikend Media Aanbod). Dit doen wij met de in het kader hiernaast genoemde speerpunten vier strategische stappen:

1. Gezonde financiële basis

Tijdens de inwerkperiode kwam het nieuwe bestuur erachter dat er voor de stichting financieel en technisch grote uitdagingen waren. Mede dankzij een eenmalige bijdrage van de gemeente heeft het nieuwe bestuur kunnen afrekenen met het verleden. Inmiddels is er een gezonde financiële situatie met sluitende begroting, apparatuur die up-to-date is en zelfs ruimte om te investeren in professionele versterking op de redactie. Dit is het financiële fundament waarop we de komende 5 jaar verder groeien naar de normbegroting van de NLPO voor een omroep die voldoet aan de ICE-norm.

2. Interne processen: samenspel bestuur, redactie en pbo

De interne processen vroegen ook om aandacht van het nieuwe bestuur. Om te beginnen bij het bestuur zelf. Hier is met name de interne controle aangescherpt. Ook zaken als huisregels en redactiestatuten zijn vernieuwd en elk redactieteam – internet, tv en radio – heeft een verantwoordelijke die de kwaliteit bewaakt. Ook de pbo van de omroep voldoet weer aan de normen. Samen met het bestuur verbeteren we het toezicht op de kwaliteit van de omroep en een gebalanceerde vertegenwoordiging van alle stromingen in de gemeente. De basis is hiermee gelegd voor een optimaal samenspel tussen bestuur, redactie en pbo en de omroep is klaar om verder te groeien.

3. Team: samenwerking in de streek en regio

De omroep bestond volledig uit vrijwilligers. Niettemin vragen vrijwilligers ook om begeleiding. Hierom is afgelopen jaar een redactiecoördinator begonnen. Zij coördineert welke vrijwillige verslaggevers op pad gaan voor welk onderwerp, beoordeelt de kwaliteit en zorgt voor meer afstemming tussen de internet, radio en tv redactie. Om nog meer slagkracht te krijgen werken we al nauw samen met de lokale omroepen van Beverwijk en Heemskerk. Vanuit Velsen jagen we de vorming van een streekomroep in de IJmond dan

De 4 onderscheidende speerpunten daarin zijn:

1. Grote betrokkenheid inwoners en bedrijfsleven.
2. Vernieuwing en kwaliteitsverbetering aanbod (moderne kanalenmix).
3. Voldoen aan Keurmerk NLPO Lokaal toereikend media-aanbod/ ICE-norm).
4. Samenwerking in de streek.

ook actief aan. Op redactieniveau werken we ook nauw samen met NH Nieuws waarvan de IJmondredacteur zijn carrière begonnen is bij RTV Seaport. Op bestuurlijk niveau formaliseren we die samenwerking met NH nu, zodat we samen met NH aanvragen kunnen doen naar landelijke middelen om de lokale nieuwsvoorziening te versterken. De redactiecoördinator en vrijwilligers van RTV Seaport zorgen ervoor dat onze lokale onafhankelijkheid sterk is verankerd waardoor we vanuit kracht de samenwerking in de streek en regio kunnen opzoeken om het journalistieke niveau structureel te verhogen.

4. Grote betrokkenheid inwoners en bedrijfsleven

De gezonde financiën, duidelijke processen en uitbreiding van het team, moeten er uiteindelijk toe leiden dat de kwaliteit van de verslaggeving steeds verder verbeterd. Dit resulteert in meer betrokkenheid van inwoners en ondernemers die RTV Seaport gebruiken als hun mediabron. De groeiende relevantie van RTV Seaport leidt nu al tot de aanmelding van nieuwe adverteerders die zorgen voor nieuwe financiële middelen om te investeren in professionalisering, samenwerkingen met lokale verenigingen en organisaties om nieuwe content te creëren en meer betrokken vrijwilligers die trots zijn op hun werk. Zo komen we steeds dichterbij het doel: voldoen aan het NLPO Keurmerk voor Lokaal Toereikend Media Aanbod.

De Velser Omroep Stichting bevindt zich momenteel in een overgangsfase van een van kleinschalige vrijwillige lokale radio- en televisiezender naar een grootschaliger semiprofessionele media-instelling die kan voldoen aan het Keurmerk NLPO (Lokaal Toereikend Media Aanbod) waar crossmedia en samenwerking in de streek IJmond een belangrijke plaats inneemt. De aandacht voor lokale onafhankelijke journalistiek en het verzorgen van dagelijks nieuws via radio, tv, actuele website en levendige aanwezigheid op sociale media zal leiden tot een grote betrokkenheid van inwoners, politiek en bedrijfsleven. Het karakter van de gemeente Velsen met veel maatschappelijke initiatieven, actieve vrijwilligers en ambitieuze impulsprojecten bieden geweldige kansen op het gebied van het realiseren van maatschappelijke toegevoegde waarde binnen de IJmond. Het nieuwe bestuur heeft in korte tijd het fundament gelegd voor een sterke lokale omroep en de komende jaren willen we dit gaan uitbouwen naar een toekomstbestendige media-instelling die Velsen verdient.

Ziel

RTV Seaport heeft de ambitie om binnen de woonkernen van de gemeente Velsen (IJmuiden, Driehuis, Santpoort-Noord, Santpoort-Zuid, Velsen-Noord, Velsen-Zuid en Velsbroek) de eigentijdse lokale publieke media-instelling te zijn. De omroep wil een onafhankelijke bijdrage leveren aan het versterken van de maatschappelijke samenhang, de democratie en participatie van burgers in de eigen leefomgeving.

RTV Seaport heeft de ambitie een semiprofessionele media-instelling te worden, waar 'crossmedia' een belangrijke plaats inneemt. Het "media-aanbod" zal via alle beschikbare kanalen en in allerlei verschillende vormen naar de kijker, luisteraar of volger worden gebracht.

Lokaal toereikend media-aanbod

RTV Seaport voorziet het zendgebied dan ook van nieuws, informatie en entertainment via de (nieuws)website, radio, televisie en sociale media. De omroep (media-instelling) volgt hierbij de ontwikkelingen binnen het dynamische medialandschap, maar blijft gefocust op de richtlijnen om het [keurmerk](#) te verkrijgen zoals beschreven in het Convenant VNG-OLON (2012) wat betreft het bieden van lokaal toereikend media-aanbod.

Onderstaande hyperlink verwijst naar een video over de 20 criteria waar een lokale omroep aan moet voldoen: https://www.youtube.com/watch?time_continue=10&v=K9zWkg5axG8.
De brochure met 20 criteria: <https://www.stichtingnlpo.nl/sites/default/files/inline-files/NLPO-KNS-FolderCriteria%20%28oktober%202018%29.pdf>

De 3 hoofdcriteria zijn:

1. Journalistieke aandacht besteden aan inwoners (straten, buurten, dorpen en steden) in het verzorgingsgebied.



2. Verzorgen van (werk)dagelijks nieuws via radio, tv, actuele website en levendige aanwezigheid op sociale media.



3. Borging journalistieke kwaliteit in professioneel aangestuurde organisatie, continuïteit van bedrijfsvoering en gezonde financiële huishouding.



Journalistieke aandacht

Een onafhankelijk redactioneel team van circa 30 vrijwilligers (radio- en televisiepresentatoren, cameramensen, technici, nieuwsredacteurs, fotografen, nieuwsbriefredacteurs, social media moderatoren) genereren onder aansturing van professionele redacteurs programma's, documentaires, volgen én duiden (politiek) nieuws uit de regio. Er is een optimale kruisbestuiving tussen professionals (betaald) en vrijwilligers.

Content wordt geleverd in de vorm van audio, video, tekst en foto's en wordt gepubliceerd op ten minste de (lineaire, digitale) radiozender en (lineaire, digitale) televisiekanalen bij alle must-carry pakketaanbieders, en via eigen internetkanalen, waaronder sociale media, mobiele apparaten en – in de toekomst - OTT (staat voor "over-the-top", een term die wordt gebruikt voor de levering van film, serie en TV videocontent via het internet, zoals Netflix).

Programma-aanbod

RTV Seaport onderscheidt zich door een modern, breed en gevarieerd programma-aanbod, voor alle doelgroepen, alle leeftijden en via crossmedia. Dit houdt in dat RTV Seaport als enige in het verzorgingsgebied zowel radio, televisie, internet en social media aanbiedt, waardoor zij het gangbare **nieuws van overheid, bedrijfsleven, onderwijs, verenigingen en maatschappelijke organisaties** kan bieden. Denk daarbij aan **nieuwsitems, sport, politiek, economische en maatschappelijke informatie**. Informatie die voor iedereen in de streek bereikbaar en vindbaar is. Hierdoor zal een grote betrokkenheid ontstaan tussen de RTV Seaport, inwoners, politiek en bedrijfsleven.

Verzorgingsgebied

Het media-aanbod is gericht op de omgeving waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen van de gemeente Velsen. Ook na de overgang van lokale naar streekomroep (door samenwerking met de lokale omroepen van Beverwijk en Heemskerk) blijft het lokale karakter bestaan. RTV Seaport brengt lokale informatie vanuit Velsen, met aanvullend gemeente-overschrijdende informatie uit IJmond. Daarnaast vertaalt het landelijk en internationaal nieuws naar nieuws voor de regio.

Bij het maken van media houdt RTV Seaport zich aan haar kerntaak, regelgeving (ICE-norm) op het gebied van de product- en dienstverlening en productienorm die door de mediawet zijn opgesteld. Dat betekent dat:

- RTV Seaport op lokaal niveau media-aanbod aanbiedt op het terrein van informatie, cultuur en verstrooiing, via alle beschikbare aanbodkanalen.
- RTV Seaport haar zendtijd gebruikt voor een programma dat voor ten minste vijftig procent bestaat uit onderdelen van informatieve, culturele en educatieve aard, die in het bijzonder betrekking hebben op de gemeente Velsen."
- RTV Seaport minimaal 50% van het media-aanbod zelf produceert, dan wel laat produceren.

Kortom, RTV Seaport streeft naar "lokaal toereikend media-aanbod (LTMA)" en draagt bij aan versterking van de maatschappelijke cohesie, democratie, informatisering, emancipatie en participatie van burgers in de eigen leefomgeving. <https://www.stichtingnlpo.nl/ltma>

Dagdagelijks aanbod via alle kanalen

RTV Seaport verzorgt vijf dagen per week informatieve en opiniërende kwaliteitsprogramma's op radio en tv, een actuele website met nieuws en levendige aanwezigheid op sociale media. Daarnaast is de reactie 24 x7 bereikbaar bij calamiteiten.

De vier werelden van kijkers, luisteraars of volgers zullen zo goed mogelijk via de passende kanalen worden benaderd, zodat mensen hun programma's of items op hun favoriete kanaal lineair en "on demand" kunnen volgen. Deze aanpak is vernieuwend en zal leiden tot een kwaliteitsverbetering aanbod (moderne kanalenmix).

De vier werelden van RTV Seaport



Radio

Op de radio geven we ruimte aan informatie, zoals lokaal nieuws, politiek en informatie over verenigingen. Culturele en educatieve programma's zullen zo veel mogelijk worden gefaciliteerd. De muziekkeuze van de "rode draad"-programmering wordt daarop afgestemd. Dat wil zeggen dat in de programma's tussen 08.00 en 18.00 uur makkelijk te beluisteren muziek zal worden gedraaid (vergelijkbaar met Sky radio).

Naast de rode-draad programmering, komen op vast terugkerende momenten voor specifieke doelgroepen gerichte programma's die op de landelijke zenders niet of nauwelijks aan bod komen. Denk daarbij aan kerkdiensten, lokale sportprogramma's, doelgroep muziek (country-western, rock and roll, metall, disco, Nederlandstalig, ..), specials (kerstmarathon, top 100 zomerhits, tribuut-uitzendingen overleden artiesten, glazen huis). Maar ook aan cultuur en theater met meer intensieve samenwerking met Stadschouwburg Velsen. Voor de toekomstige luisteraars, die nu nog afstemmen op specifieke jongerenzenders, worden op de jongeren gerichte programma's gemaakt ("Jim is out" voor scholieren).

Televisie

De afdeling Televisie stelt zich ten doel televisieprogramma's te verzorgen voor alle groepen van de Velsense samenleving. Meer dan in het verleden mogelijk was, zal de redactie meer eigen thema programma's gaan maken die aansluiten bij de zeven thema's van het "lokaal toereikend media-aanbod", te weten: wonen, werken, cultuur, sport, zorg, onderwijs en levensovertuiging. Op het moment dat er geen bewegende beelden zijn, schakelt de tv over naar de webcam in de radiostudio (virtual radio) en/of brengt actueel nieuws via kabelkrant.

Het sterke punt van RTV Seaport, het volgen en duiden van de regionale politiek zal worden behouden en versterkt. Er zullen nieuwe formats voor programma's worden gemaakt waardoor de inwoners van Velsen optimaal op de hoogte worden gehouden én betrokken raken bij de regionale politiek. En dat bekeken vanuit het regionale licht van de strategische agenda "Visie op Velsen 2025: Kennisrijk Werken in Velsen". Hierbij worden de verschillende meningen en opvattingen van de lokale bevolking gerespecteerd.

Live-verslaggeving van raadsvergaderingen en raadszittingen zal een belangrijk onderdeel vormen van de programmering, zolang de gemeente Velsen en de kijkers daar waarde aan hechten. Onafhankelijke verslaggeving is daarbij de kernwaarde.

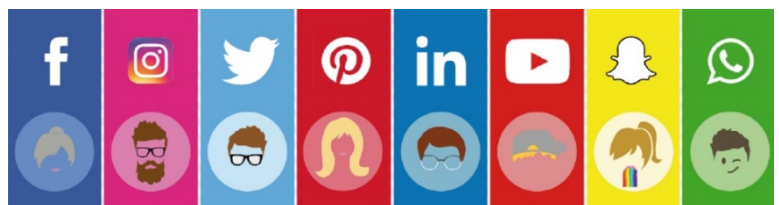
Nieuw is dat er ook ruimte op televisie komt voor ondernemerschap in de IJmond. Met onderwerpen zoals duurzaamheid, circulaire economie, bedrijven investeringszones, mobiliteit, aansluiting opleiding op arbeidsmarkt, kansen offshore wind, ontwikkeling maak en onderhoudsindustrie, vestigingsklimaat, start ups, innovatie, stand van zaken van de vijf impulsprojecten: Techport, Kustvisie & BRAK, Offshore Windenergie, Havenkwartier en Citymarketing & Rauw aan Zee. Denk ook aan vertoning van bedrijfsfilms en documentaires over sleep- en bergingsdiensten, visserij, reddingsbrigade, havengebied. Of items "Op stap met" aansprekende beroepen, zoals loods, sleepdienst, boswachter, raadsleden.

Daarnaast wordt aandacht besteed aan het nieuws over toerisme en verslaggeving van evenementen uit de regio. Ook particulieren kunnen nieuwsitems aanleveren.

Binnen de programmering van de televisie is ruimte voor inkoop van professionele producties die zijn afgestemd op de verschillende doelgroepen, zoals voetbal uit de regio, cultuurprogramma's, verslaggeving van grote evenementen en lifestyleprogramma's.

Internet & social media

De website kan worden gezien als portal waar het totale media-aanbod wordt aangekondigd en is terug te vinden. Dagelijks worden er nieuwsberichten op de website geplaatst die periodiek worden gebundeld tot een nieuwsbrief waarop mensen zich (gratis) kunnen abonneren.



Het socialmedia beleid is levendig en afgestemd op de diverse doelgroepen die op verschillende fora actief zijn, zoals Twitter, LinkedIn, Facebook en Instagram en in de toekomst mogelijk nieuwe kanalen die populair worden onder speciale doelgroepen.

Daarnaast zal bij het media-aanbod rekening worden gehouden dat mensen de informatie steeds vaker via mobiele hardware (tablets, mobieltjes) willen ontvangen.

Recent onderzoek NLPO

Uit onderzoek van de NLPO (uitgevoerd door DVJ Insights in Q4 2018) onder 6 LMTA omroepen (verspreid over Nederland) komen de volgende bevindingen.



EEN DERDE VAN DE NEDERLANDERS WORDT WEKELIJKS BEREIKT DOOR EEN LOKALE OMROEP

- Per regio zien we hierin aanzienlijke verschillen. De plek van de regionale omroep speelt daarin een rol;
 - **TV is het meest dominant** en de gebruikers van de lokale omroep zijn vaker man, ouder en lager opgeleid;
 - **Wekelijks wordt 25%** van de Nederlanders **online bereikt** door een lokale omroep;
 - De behoefte aan **informatie** is de grootste drijfveer om de lokale omroep te gebruiken. Er is echter ook een **emotionele** behoefte: ontspanning en gezelligheid speelt ook een belangrijke rol;
 - De jongste doelgroep gebruikt de lokale omroep met name voor **informatie over de sportactiviteiten** in de buurt en omdat de inhoud in de **streektaal** is. Daarnaast speelt de mogelijkheid om te **participeren** (bijdragen/meedoen/reageren) een rol;
- Bij de oudere doelgroep speelt **lokaal nieuws de belangrijkste rol**. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek;
- Gebruikers maken niet alleen gebruik van de lokale omroep uit hun gemeente, maar ook van **nabijgelegen lokale omroepen**;
 - Gebruikers van de lokale omroep gebruiken **vaker Facebook en Twitter** dan niet-gebruikers.



HET BEELD VAN DE LOKALE OMROEP IS POSITIEVER DAN DAT VAN EEN LANDELIJKE OMROEP

- De lokale omroep heeft **meer positieve** en minder negatieve associaties dan de landelijke omroep. Met name **'dichtbij en betrokken'** en **'herkenbaarheid'** zijn associaties die aan de lokale omroep kleven.



DE ROL VAN DE LOKALE OMROEP TEN OPZICHTE VAN EEN LANDELIJKE OMROEP

Uit storytelling blijkt:

- Berichtgeving vanuit de **lokale omroep** wordt als **objectiever** ervaren dan de **landelijk omroep**;
- **Lokale berichtgeving is minder sensatiebelust**;
- de **minder ernstige en meer positieve toon** dan landelijke media **geven mensen een goed gevoel**.

Bereik?

34 procent van de respondenten heeft de afgelopen 7 dagen gebruik gemaakt van de lokale omroep. Het aandeel TV is groter dan de radio.

Van het online aanbod scoort de website het best. Daarna facebook, mobiele app en twitter.

Bij online is de grootste gebruikersgroep tussen de 18-34 jaar oud, op de voet gevolgd door de leeftijdsgroep 35-54 jaar. Opvallend is dat de groep 55 jaar en ouder de grootste gebruiker is van de mobiele app.

Profiel?

Qua profiel bestaat de gebruikersgroep merendeels uit mannen (66%). Het opleidingsniveau is als volgt verdeeld: LBO/VMBO 35%, MBO/VWO 47%, HBO/WO 18%.

Belangrijkste kijk en luistermotieven?

1. Info activiteiten in de regio - 2. Lokale politiek - 3. Sport (met name leeftijd tussen 18 en 34 jaar)

Tijden?

TV kijkers kijken gemiddeld 3 uur per dag met een piek na 19.00 uur.

Radio wordt meer dan 3 uur per dag beluisterd met piek om 13.00 uur (hoog aandeel tussen 09.00 en 17.00 uur).

Sterke punten?

Herkenbaarheid, Lokale nieuws, Lokale politiek, Lokale agenda (activiteiten).

Zwakke punten?

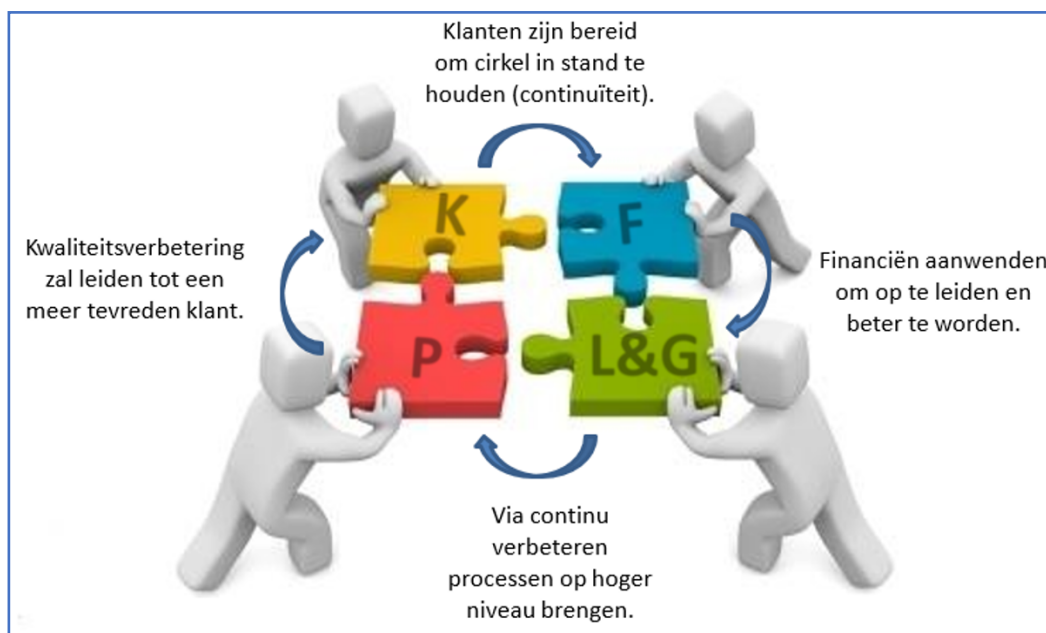
Amateurisme en vele herhalingen

Het complete onderzoek is hier terug te vinden: <https://www.nlpo.nl/sites/default/files/inline-files/OLO026ME%20NLPO%20Lokale%20Omroep%20motivatie%20research%202018%20-%20website%20samenvatting.pdf>

Professioneel opgebouwde organisatie

RTV Seaport is een moderne, semiprofessioneel geleide media-instelling, die op een verantwoorde en herkenbare wijze haar werk uitvoert binnen de normen van de wet. Eén en ander tot stand gebracht via inspraak van luisteraars, kijkers en medewerkers.

De opbouw van de organisatie wordt volgens de Balanced Score Card uitgerold.



Dat betekent als eerste een gezonde financiële huishouding. Daarna de juiste mensen aan boord halen die de kwaliteit van de lokale media continu op een hoger plan brengen, zodat de kijkers, luisteraars en volgers via internet en social media elke dag weer iets beter worden bediend.

Vervolgens worden alle organisatorische en technische processen geoptimaliseerd, die nodig zijn om tot een bedrijfszekere lokale media-instelling te komen.

Gevolg zal zijn dat de lokale omroep een aantrekkelijke partner wordt voor adverteerders en de afhankelijk van subsidie minder wordt. Om de mogelijkheid daartoe aan te tonen is een concept jaarbegroting gemaakt (zie bijlage A).

Gelijktijdig wordt de vorming van een eigentijdse IJmondiale streekomroep met lokale omroepen in Beverwijk en Heemskerk verder verkend, waarbij intensivering van de samenwerking het eerste doel is. Denk daarbij op korte termijn aan uitwisseling van content en gebruik maken van elkaars faciliteiten. Op het moment dat er voldoende onderling bestuurlijk vertrouwen is, zal een collectieve ambitie worden opgesteld met een Plan van Aanpak om te komen tot een IJmondiale streekomroep.

Daarnaast zal de samenwerking worden gezocht met commerciële uitgevers die lokaal actief zijn, zoals uitgevers van de IJmuider Courant, Noord-Hollands Dagblad en de Hofgeest/Jutter. Tot slot zal de samenwerking worden onderzocht met de regionale publieke omroep NH Media en dan met focus op het gezamenlijk optuigen van een nieuwsredactie.

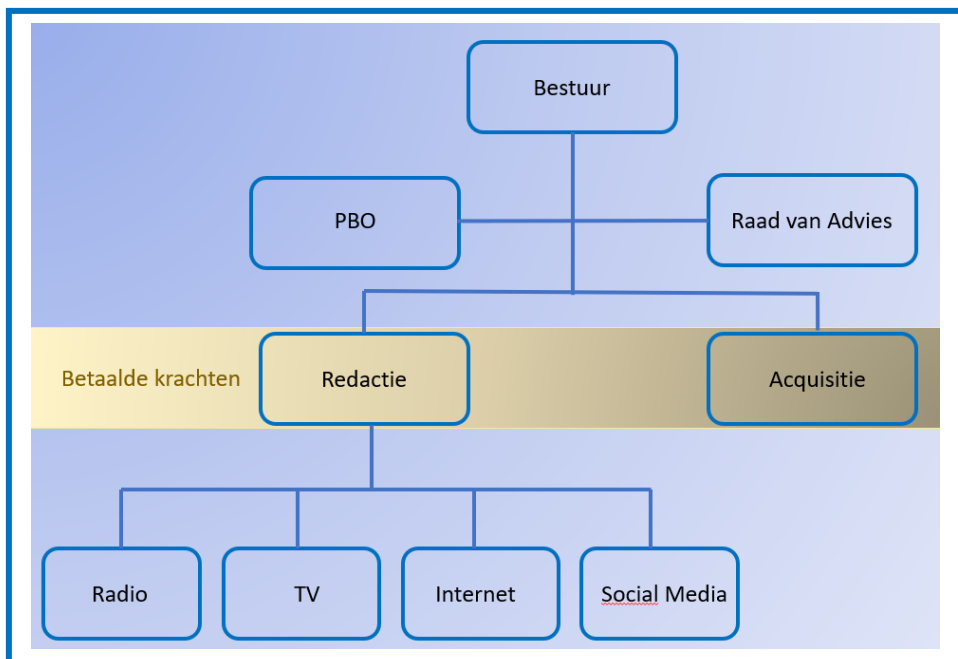
Organisatie

Gerekend wordt met semiprofessionele organisatie die wordt bestuurd door onbezoldigde bestuurders. Het bestuur van de Velser Omroep Stichting bestaat uit tenminste drie en maximaal 5 leden. Het Bestuur draagt statutair de zorg voor zowel organisatie, als de faciliteiten, die het mogelijk maken de doelstellingen van de lokale omroep te realiseren. Een ambassadeur onderhoudt de contacten met de markt en ondersteunt bij acquisitie van commercials.

Een onafhankelijke redactie (geregeld in een redactiestatuut) bestaat grotendeels uit vrijwilligers die vanuit een professioneel kernteam (0,2 fte) worden aangestuurd. Belangrijk is dat er een aannamebeleid komt voor nieuwe medewerkers en zij vervolgens goed worden begeleid om hun functie te kunnen uitvoeren volgens processen en richtlijnen die binnen de omroep zijn vastgelegd.

De betaalde redacteur(en)/redactiecoördinator vormen het hoofd van een centraal redactieteam. Dit team bepaalt welk nieuws en/of welke thema's via welke communicatiemiddelen worden uitgezonden.

Organigram



Overlegvormen

- Periodieke medewerkersvergadering (minimaal 1x per jaar).
- Redactievergaderingen (minimaal 1x per 2 maanden).
- PBO (minimaal 2x per jaar).
- Adviesraad (minimaal 1 x per jaar).
- Bestuursvergadering (minimaal 1 x per jaar).
- Indien nodig themagerichte werkgroepen (vraaggestuurd).

PBO

RTV Seaport heeft een Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO). Dit is een onafhankelijke commissie binnen de media-instelling die volgens de Mediawet de volgende taken heeft:

- Stellen het media-aanbod beleid vast dat door het bestuur wordt opgesteld;
- Controleren van de uitvoering van het vastgestelde media-aanbodbeleid en het rapporteren van de bevindingen aan het bestuur van de omroep;
- Eventueel advies uitbrengen aan het bestuur wat betreft het media-aanbod beleid;
- Het jaarlijks rapporteren aan het CvdM over de uitvoering van het vastgestelde media-aanbod beleid.

Het PBO toetst alle programma's of zij vallen onder informatie, cultuur of educatie. Zij beoordeelt ook of verstrooiende programma's (zoals verzoekplatenprogramma's en spelprogramma's met lokale kandidaten) voorzien in een lokale behoefte.

Het PBO is samengesteld uit mensen die een representatieve afspiegeling vormen van gemeenschap in Velsen, zoals

- Vertegenwoordigers van werkgevers en werknemers; Ad Maarschalk
- Kerkgenootschappen; Vacature
- Onderwijs; Ruud Porck
- Maatschappelijke zorg; Vacature
- Cultuur en kunst; Jakob Bron
- Etnische en culturele minderheden; Vacature
- Sport en recreatie; Steef Hammerstein
- Bejaarden en jongeren; Bert van den Berg

Betaalde medewerkers

De 0,2 fte betaalde medewerkers vervullen een redactionele functie, met name coördinatie. De op een later moment aan te stellen acquisiteur vervult een acquisitierol om partners en adverteerders te werven.

Vrijwilligers:

De vrijwilligers zijn werkzaam onder leiding van de hoofdredacteur(en). Doel is de samenwerking tussen radio, tv en internet-nieuwsdienst zo goed mogelijk te laten samenwerken (cross-overs). Er is een optimale kruisbestuiving tussen professionals (betaald) en vrijwilligers.

Andere vrijwilligers zetten zich in voor eerstelijns onderhoud en techniek. Bij het aanschaffen van nieuwe apparatuur wordt gewerkt met SLA's (service level agreement), zodat storingen en aanpassingen op een professionele manier door de fabrikanten wordt uitgevoerd.

Doel is alle leeftijdscategorieën aan boord te hebben.

Verder zal de samenwerking worden gezocht met regionale opleidingen om stagiairs bij de omroep een kans te geven zich te oriënteren op het media-vak.

Stakeholders

1. De primaire doelgroep van RTV Seaport bestaat uit een breed, algemeen publiek van de gemeente Velsen, van alle leeftijden, van verschillende omvang en samenstelling, met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen. Kortom: alle inwoners van de gemeente Velsen;
2. Overige kijkers en luisteraars, waaronder bezoekers en werkenden in de gemeente Velsen en omliggende gemeenten. Via de etherfrequentie wordt RTV Seaport ook buiten de gemeente beluisterd. Ethersignalen worden bijvoorbeeld ontvangen in Heemskerk, Haarlem en Amsterdam West.
3. Websitebezoekers (internet) wereldwijd via de pc en overige mobiele smart-apparatuur.

Toeleveranciers

Naast een actieve nieuwsgaring door de redactie, ontvangt RTV Seaport content van:

- Gemeentevoorlichters;
- City Marketing .IJmuiden;
- Bedrijven en opleidingen;
- Maatschappelijke organisaties en instellingen;
- Verenigingen en clubs;
- Kerkgenootschappen;
- Particulieren.

Mediapartners

- De lokale omroepen van IJmondgemeenten Beverwijk en Heemskerk.
- Nederlandse Omroep Stichting (NOS) voor de aankoop van NOS-journaals;
- Uitgevers van Jutter en Hofgeest en IJmuider Courant (Dagblad Kennemerland);
- Regionale publieke omroep NH Media.

(Semi-)overheden

- De Gemeente Velsen (zendvergunning, omroepbijdragen en overige subsidies);
- De IJmondgemeenten Beverwijk en Heemskerk (bij vorming streekomroep);
- Commissariaat voor de Media (Mediawet);
- Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG);
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW);

Belangbehartigers

- Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (NLPO);
- Buma-Stemra en SENA (auteursrechten).

Private relaties

- Sponsors, Partners;
- Adverteerders;
- Verhuurder huisvesting

Distributeurs

- Pakketaanbieders en providers (Ziggo, KPN, Tele2, Vodafone);
- NLPO (MediaHub).

Concurrenten

Per gemeente kan slechts één lokale publieke media-instelling worden aangewezen. Aanbesteding geschiedt op aanvraag en geldt voor vijf jaar. Gedurende deze looptijd bestaat beperkt gevaar van nieuwe toetreders tot de markt, maar RTV Seaport ondervindt tussentijds wel mededinging van de volgende media-instellingen en substituten:

- Commerciële en digitale nieuwsmedia. Zij hebben doorgaans een hoger budget en plaatsen ook buiten kantooruren actuele nieuwsitems.
- Social media en nieuws via Twitter, Instagram en Facebook spelen een steeds grotere rol als nieuwsmedium en hebben een hoog “human interest”-gehalte;
- Commerciële en publieke radio zenders (Sky Radio, Radio 538, Radio2, 3FM en Radio5).
- De televisie moet het opnemen tegen het grote aanbod aan landelijke en internationale commerciële en niet- commerciële zenders die doorgaans veel amusement aanbieden.
- Een andere bedreiging voor de media-instelling wordt gevormd door nieuwe substituten zoals media-aanbod met interactieve mogelijkheden (on demand). Voorbeelden hiervan zijn: Uitzending Gemist, YouTube, Netflix, HBO, Videoland en Popcorn Time.



Borging kwaliteit

Minimaal eenmaal per drie jaar zal RTV Seaport een kijk- en luisteronderzoek doen. Zij zal daartoe een beroep doen op de enquête van het burgerpanel van de gemeente Velsen. En daar waar mogelijk de kennis en kunde van de NLPO inhuren of MBO- en HBO scholen in de omgeving inschakelen om van deze metingen een stageonderzoek te maken.

Voor internet en social media is het reeds mogelijk continu te meten. Er zullen ambitieuze doelstellingen worden geformuleerd voor alle internetkanalen, zoals websitebezoekers, lezers van de nieuwsbrief, volgers op socialmedia.

Ook zal RTV Seaport toetsen hoeveel ingekomen reacties op programma's of interviews binnen komen. Net als het aantal aanvragen van verzoeknummers en inkomend telefoonverkeer.

Huisvesting

RTV Seaport is gehuisvest op dezelfde locatie waar de radiostudio zich bevindt, namelijk de Gerard Doustraat 40 in IJmuiden.

Marketing en Communicatie

De doelstelling van marketing en communicatie is de naamsbekendheid van RTV Seaport verhogen. Daarnaast zal bewust aandacht worden gegeven aan interne communicatie, zoals een periodieke interne nieuwsbrief en actieve whatsappgroepen die bijdragen aan de betrokkenheid van alle medewerkers.

De naamsbekendheid wordt vergroot door;

- Zichtbaar aanwezig te zijn bij evenementen
- Locatie-uitzendingen vanuit openbare gelegenheden, zoals bibliotheek, café's schouwburg, sportvelden;
- Persberichten maken en afspraken maken over plaatsing met mediapartners.
- Opzetten van een relatienetwerk (door de redactie, ambassadeur en bestuur).

Financiën

RTV Seaport heeft geen winstoogmerk. De inkomsten komen uit twee hoofdstromen. Naast de inkomsten vanuit de Gemeente Velsen zullen commerciële inkomsten uit content-productie voor derden, partnercontracten en advertenties een substantieel gedeelte van de totale inkomsten vormen.

In bijlage A staat de concept jaarbegroting.

Toelichting op de begroting

Uitgangspunten bij de concept jaarbegroting (bijlage A) en investeringsbegroting (bijlage B).

- In de begroting staat het minimale benodigde budget om de kerntaak van een lokale omroep te kunnen uitvoeren. Ter vergelijking staan in onderstaande tabel de benodigde uitgaven weergegeven volgens de nota Beleidsinstrumenten gemeentelijke bekostiging lokale omroepen (VNG, 2014). Deze nota geeft richtlijnen wat betreft de benodigde uitgaven op jaarbasis voor drie omroepmodellen. RTV Seaport is qua inwoners in de regio te vergelijken met model 2, echter werken wij met een substantieel lagere begroting dan deze richtlijnen die horen bij een omroep die voldoet aan de kwalificatie Lokaal toereikend media-aanbod.

- **Tabel. Benodigde uitgaven op jaarbasis voor drie omroepmodellen**

	Model 1	Model 2	Model 3
	Kleine lokale radiomodel 0 – 25.000 inwoners	Semiprofessionele lokale radiomodel 25.000 – 100.000 inwoners	Semiprofessionele lokale rtv model >100.000 inwoners
Kosten radio en website	€ 87.000	€ 151.000	€ 266.200
Kosten tv	€ 4.000	€ 26.200	€ 99.000
Totaal	€ 91.000	€ 177.200	€ 365.200

- De inkomsten kunnen flink hoger dan de huidige inkomsten van de Velser Omroep Stichting als daar meer aandacht aan wordt besteed. Die koers gaat ingezet worden op het moment dat de kwaliteit (en continuïteit) van de content op orde is. De verwachte groei in advertentie-inkomsten is onderbouwd door de 40 intentieverklaringen van lokale ondernemers.
- De stichting is een semiprofessionele organisatie bestuurd door onbezoldigde bestuurders. De onafhankelijke redactie (geregeld in een redactiestatuut) bestaat grotendeels uit vrijwilligers aangestuurd door professionele redacteur(en).
- De kosten zijn zoveel mogelijk onderbouwd met offertes of gebaseerd op de huidige kosten.
- Bijlage B toont een eenmalige investeringsbegroting die nodig is om de omroep te starten. Bij de opstart van RTV Seaport zal er éénmalig een bedrag worden geïnvesteerd om uitzenden via radio-, tv en internet- social media kanalen mogelijk te maken. Denk daarbij aan het inrichten van radiostudio, aanschaf van camera's en uitzendstraat voor tv en computers voor social media inclusief de benodigde software om de hardware te laten functioneren.

Opmerking

De concept jaarbegroting is ter indicatie. Als er meer duidelijk is over de koers en mogelijkheden van de omroep, creëren we een realistische meerjarenbegroting waarin er continu een gezonde balans is tussen kosten, kwaliteit en mate van professionalisering. De jaarlijks groeiende inkomsten uit commerciële activiteiten zullen worden ingezet voor kwaliteitsverhoging. Gezien het roerige verleden doen we dat met een behoudende instelling.

Conclusie

De organisatie bevindt zich momenteel in een overgangsfase van een van oudsher kleinschalige vrijwillige lokale radio- en televisiezender naar een grootschaliger semiprofessionele media-instelling die kan voldoen aan het Keurmerk NLPO (Lokaal Toereikend Media Aanbod). En waar crossmedia en samenwerking in de streek IJmond een belangrijke plaats inneemt. De aandacht voor lokale onafhankelijke journalistiek en het verzorgen van dagelijks nieuws via radio, tv, actuele website en levendige aanwezigheid op sociale media zal leiden tot een grote betrokkenheid van inwoners, politiek en bedrijfsleven.

Er zijn enorme kansen voor het nieuwe bestuur en organisatie van RTV Seaport, namelijk op het gebied van samenwerking met lokale media-instellingen in de IJmond, City Marketing IJmuiden en commerciële uitgevers uit de regio.

Het karakter van de gemeente Velsen met veel maatschappelijke initiatieven, actieve vrijwilligers en ambitieuze impulsprojecten bieden geweldige kansen op het gebied van het realiseren van maatschappelijke toegevoegde waarde binnen de IJmond.