

STREEKOMROEP

IJMOND

CONCEPT BELEIDSPLAN 2023-2027

November 2023 – versie 3.0



Opgesteld door

- Ron Toekook
- Aalt Bruinekool
- Theo Koster
- Jacqueline Staats

Voorzitter Radio Beverwijk
Voorzitter RTV Heemskerk
Voorzitter RTV Seaport
Voorzitter IJmond Nieuws

INHOUDSPAGINA

1. Inleiding	3
2. Missie, visie, uitdagingen	3
2.1. Missie	3
2.2. Visie	4
2.3. Uitdagingen op een rij	4
3. Journalistieke aandacht	5
3.1. Cross Mediaal	6
3.2. Objectief en meerstemmig	5
3.3. Diversiteit en Inclusie	6
3.4. Klachtenprocedure	7
3.5. Vertrouwenspersoon	7
4. Doelgroepen	7
5. Personele organisatie	9
5.1. Transitie organisatie	9
5.2. Taken Hoofdredacteur	10
5.3. Taken Eindredacteur	11
5.4. PBO	11
5.5. Raad van Advies	12
5.6. Overlegvormen	12
5.7. Opleiding en personeel	12
6. Interne en externe communicatie	12
7. Samenwerking andere media	13
8. Samenwerking met derden	14
9. Stakeholders	14
10. Concurrenten	15
11. Kijk en Luisteronderzoek	16
12. Financiën	16
13. Tijdspad en Ambitie	17
14. Tot slot	17



1. INLEIDING

De drie lokale omroepen in de IJmondgemeenten Beverwijk, Heemskerk en Velsen (Radio Beverwijk, RTV Heemskerk en RTV Seaport) hebben samen met Stichting IJmond Nieuws besloten om gezamenlijk de Streekomroep IJmond te gaan vormen. De lokale omroepen gaan zich verder professionaliseren door van een volledige vrijwilligersorganisatie over te stappen naar een semiprofessionele lokale media-instelling, die aan het Keurmerk van NLPO (Lokaal Toereikend Media Aanbod) en Mediawet voldoet.

Deze transitie vinden de drie voorzitters belangrijk, omdat:

- a. een lokale omroep die volledig door vrijwilligers wordt georganiseerd, niet de stabiliteit en continuïteit biedt die hoort bij een eigentijdse modern lokale omroep.
- b. door veranderend overheidsbeleid de eisen aan de onafhankelijke lokale journalistiek vanaf 2026 hoger worden. <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2023/05/30/vergroting-onafhankelijkheid-en-kwaliteit-lokale-publieke-omroepen> Financiering van de Streekomroep volgt straks bijvoorbeeld direct vanuit het rijk en niet meer vanuit het Gemeentefonds om de onafhankelijkheid tussen lokale omroepen en Gemeenten te vergroten.
- c. de wens tot schaalvergroting en samenwerking in de regio zal leiden tot een betere kwaliteit van de gemaakte redactionele content.

Om de professionalisering te kunnen betalen kiest het rijk ervoor om het aantal lokale omroepen drastisch af te bouwen. Niet alle gemeenten zullen hun lokale omroepen behouden. Er is slechts budget voor zo'n 80 streekomroepen. De streekindeling die de afgelopen jaren door NLPO is opgesteld is daarbij leidend.

Dit beleidsplan dient als leidraad voor de komende vier jaren en is gericht op het versterken en verder professionaliseren van de journalistieke inhoud en de interne organisatiegraad. Het schetst de doelstellingen, de manier waarop die worden bereikt en hoe de organisatie de komende vier jaren zal worden ingericht.

Door het regelmatig evalueren en aanpassen van dit beleidsplan, streven we ernaar om een dynamische en toekomstbestendige streekomroep te worden die voldoet aan de behoeften en verwachtingen van de gemeenschap in de IJmond (Beverwijk, Heemskerk en Velsen).

2. MISSIE, VISIE EN UITDAGINGEN

De lokale omroepen beschikken over uitzendmachtiging vanuit de Gemeenten Beverwijk, Heemskerk en Velsen. Momenteel verzorgen zij zeven dagen per week informatieve en opiniërende programma's op radio en tv, een actuele website met nieuws en levendige aanwezigheid op sociale media.

2.1. Missie

De Streekomroep IJmond wil een onafhankelijk, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand media-aanbod bieden dat de lokale gemeenschap informeert, verbindt en inspireert.

2.2. Visie

De Streekomroep IJmond streeft er naar dé bron van informatie, cultuur en entertainment te zijn voor de inwoners van de IJmond. Doordat de medewerkers zich in de haarvaten van het lokale netwerk bevinden, kan de Streekomroep IJmond een platform bieden voor lokale initiatieven, diversiteit in programmering en participatie van de gemeenschap, met behoud van journalistieke integriteit en objectiviteit. Zij vormt voor de inwoners een onafhankelijke en betrouwbare bron in een medialandschap waarin allerlei meningen, via social media en fake nieuws, ongefilterd de wereld in worden geholpen.

2.3. Uitdagingen op een rij

De belangrijkste drie uitdagingen voor de komende vier jaar zijn:

1. De drie lokale omroepen om te vormen tot één Streekomroep IJmond. Welke organisatievorm past daar het beste bij? Vorming van het bestuur, gezamenlijk PBO, financiële meerjarenplan, het vinden van subsidiestromen en het meekrijgen van de vrijwilligers zijn daarin belangrijke uitdagingen. Om dit proces te begeleiden is het gewenst een onafhankelijk specialist (bijvoorbeeld vanuit NLPO) in te huren.
2. Versterken en professionaliseren van de journalistieke inhoud, waarbij het behalen van het NLPO Keurmerk om te komen tot een streekomroep als leidraad wordt gebruikt. Wij gaan daarbij de slag maken van traditionele lokale omroep naar een (semi)professionele journalistieke streekomroep.
3. De interne organisatiegraad versterken. De organisatiestructuur zal naar een hoger niveau worden gebracht. Concrete uitdagingen zijn:
 - Transitie redactie: van “programma-maken” naar lokale journalistiek bedrijven met focus op lokaal nieuws en achtergronden, georganiseerd vanuit een centrale cross-mediale redactie.
 - Per medium beleid ontwikkelen (wat doen we wel/niet op radio, tv, website/social media);
 - Redactiesysteem (planning) in gebruik nemen om zo meer gestructureerd en planmatiger te werken, waardoor er meer tijd overblijft om te besteden aan journalistieke inhoud;
 - Nieuwsapp ontwikkelen;
 - Een jaarlijkse update van het Programmabeleidsplan met goedkeuring van het PBO;
 - Werven van een (parttime) Hoofdredacteur;
 - Continueren van (parttime) Eindredacteur;
 - Werven van muzieksamensteller;
 - Werven van een PR-en Marketing medewerker (engagement);
 - Werven van medewerker die verantwoordelijk wordt voor “producties”;
 - Gescheiden rollen van bestuur en redacties vastleggen in een redactiestatuut;
 - Actualiseren statuten en huishoudelijke reglementen;
 - Opzetten klachtenprocedures;
 - Plan van aanpak om invulling te kunnen geven aan diversiteit en inclusie;
 - Aanstellen van een interne en externe vertrouwenspersoon;
 - Opstellen medewerkers overeenkomsten;
 - Huisregels en regels gebruik studio;

- Terugkerend kijk- en luister onderzoek in gang zetten;
- Predicaat als leerbedrijf beter benutten.

De omroepen hebben individueel op onderdelen al goede stappen gezet in deze richting. Maar de verdere professionalisering wordt komende jaren meer gestructureerd aangepakt. Om dit te realiseren is er inmiddels door de lokale omroepen financiële ondersteuning aangevraagd vanuit het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Mocht dit worden gehonoreerd, zal dat een versnelling geven aan deze professionalisering.

3. JOURNALISTIEKE AANDACHT - PLAN VAN AANPAK

Het verbeterproces verloopt via de principes van de Balanced Score Card. Dat wil zeggen dat:

1. De Streekomroep IJmond eerst *financieel* gezond maken;
2. Er geïnvesteerd wordt om de juiste *gemotiveerde mensen* aan te trekken;
3. De *processen* op orde worden gebracht;
4. De kwaliteit verbetert, zodat de het nieuws- en programma-aanbod (resultaat) beter naar de markt is te brengen.

De in dit beleidsplan omschreven koers vormt daarbij de leidraad.

Belangrijkste verandering is dat de Streekomroep IJmond zich richt op het verzorgingsgebieden in de gemeenten Beverwijk, Heemskerk en Velsen en zij er bewust voor kiest de focus op journalistiek te leggen: nieuws en achtergrondinformatie voor de inwoners van de Gemeente Velsen. Kort gezegd: van programma-maken naar het bedrijven van lokale journalistiek.

Streekomroep IJmond onderscheidt zich van andere lokale, regionale en nationale omroepen omdat het louter nieuws en achtergrondinformatie brengt van en door de dorpskernen van Beverwijk, Wijk aan Zee, Heemskerk en Gemeente Velsen (IJmuiden, Driehuis, Santpoort-Noord, Santpoort-Zuid, Velsen-Noord, Velsen-Zuid en Velsbroek). In alle uitingen vormt "Nieuws en achtergronden uit de IJmond" de rode draad.

Dit houdt in dat Streekomroep IJmond als enige in het verzorgingsgebied op niet commerciële wijze 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 nieuws en achtergrondinformatie over **sport, politiek, economische en maatschappelijke informatie**. Informatie die voor iedereen openbaar is. Het doel is om op deze manier een grote betrokkenheid te bereiken tussen Streekomroep IJmond, inwoners, politiek en bedrijfsleven.

Journalisten, redactiemedewerkers, programmamakers, fotografen krijgen de missie zich in de haarvaten van de gemeentelijke netwerken te vestigen. Alle meningen en invalshoeken komen zoveel mogelijk aan bod. De lokale betrokkenheid wordt versterkt door burgers, maatschappelijke organisaties en lokale bedrijven te betrekken bij het maken van verhalen, het organiseren van evenementen en het faciliteren van debatten en discussies.

3.1. Cross Mediaal

Momenteel werken drie redactiegroepen (radio, tv en nieuwsredactie - website/social media) vrijwel gescheiden van elkaar. Doel is te komen tot één cross mediale redactie. Dat betekent dat iedere medewerker zoveel mogelijk voor alle kanalen content levert. Het verhaal staat centraal. Daarna wordt gekeken welke vorm het krijgt als uitgangskanaal voor de bijhorende doelgroepen.

Omdat media verschillende doelgroepen en mogelijkheden hebben, wordt per medium specifiek beleid ontwikkeld (wat doen we wel/niet op radio, tv, online/social media) en wordt vanuit het verhaal (dat leidend is) voor de afzonderlijke kanalen steeds een specifieke aanpak gehanteerd. Dat betekent ook dat de redactiemedewerkers de ruimte moeten krijgen om ook een bijdrage te kunnen leveren aan de andere uitgangskanalen dan zij gewend waren. Zij krijgen ook de ruimte zich te ontwikkelen via trainingen en workshops.

Het is te verwachten dat niet alle vrijwilligers zich kunnen vinden in de nieuwe manier van werken. Doelstelling is iedereen mee te krijgen in deze transitie die met een vriendelijke, maar serieuze hand zal worden doorgevoerd. De uitdaging voor de nieuwe hoofdredacteur is de professionalisering zodanig door te voeren, dat zoveel mogelijk plezier in het vrijwilligerswerk wordt gehouden. Anderzijds zal de nieuwe manier van werken ook ander talent (nieuwe mensen) aantrekken.

Bij het aannemen van nieuw journalistiek talent zal de focus liggen op MoJo's, die via mobiele apparaten, zoals smartphones en tablets, nieuwsverhalen kunnen creëren, vastleggen en verspreiden. Zij kunnen snel ter plaatse nieuwsgebeurtenissen vastleggen, updates genereren, interviews afnemen en verslag uitbrengen via sociale media, live streaming, apps, radio, tv en alle toekomstige nieuwsplatforms.

3.2 Objectief en meerstemmig

Van een streekomroep mag worden verwacht dat deze objectiviteit en meerstemmigheid als basisprincipes hanteert. Dat is voor Streekomroep IJmond niet anders. Bij de eerder genoemde overgang van programma's maken naar journalistiek bedrijven, hoort ook een verdiepingsslag rondom deze belangrijke principes. De nog te benoemen hoofdredacteur en de eindredacteur zullen beleid ontwikkelen op dit vlak. Medewerkers, zowel vrijwillig als vast, zullen actief en concreet met principes als hoor en wederhoor, bronvermelding en objectiviteit aan de slag gaan. Doordat de nieuwe Streekomroep IJmond als lokale omroep gehouden is aan de ICE-norm (informatie, cultuur en educatie) zal ook een goede mix in het aanbod hierbij ontstaan. Belangrijk is dat zoveel mogelijk mensen zich herkennen in de berichtgeving van onze omroep en de geboden verscheidenheid aan perspectieven en meningen.

3.3 Diversiteit en inclusie

Om zoveel mogelijk geluiden uit samenleving te laten horen, zijn diversiteit en inclusie ook belangrijke kernwaarden

Diversiteit en inclusie geldt niet alleen voor de onderwerpen, maar ook voor de samenstelling in het redactieteam. We gaan onderzoeken hoe wij daar invulling aan kunnen geven. Wens is een uitgebalanceerde afspiegeling (diversiteit) van de IJmondiale bevolking aan boord te krijgen. Niet alleen qua leeftijd, maar ook qua afkomst, achtergrond, geaardheid, sociale klasse en cultuur.

3.4. Klachtenregeling

Het bestuur recent een klachtenregeling opgesteld. De klachten worden behandeld door de hoofdredacteur (die is aangewezen als klachtenfunctionaris) en door de omroep vijf jaar vastgelegd en gearhiveerd. Met het oog op de AVG-wetgeving worden de persoonsgegevens alleen bewaard zolang de klacht in behandeling is.

De hoofdredacteur reageert binnen 5 werkdagen met minimaal een ontvangstbevestiging. Soms kan de klacht snel worden opgelost. Mocht er meer tijd nodig zijn, dan krijgt de indiener bericht over de behandelingsprocedure. De afwegingen die leiden tot een beslissing worden teruggekoppeld aan de indiener. Deze klachtenregeling zal op de website worden gepubliceerd. Ook zullen alle medewerkers op het bestaan hiervan worden gewezen, zodat ze bij eventuele vragen of meldingen hiernaar kunnen verwijzen.

3.5. Vertrouwenspersoon

Naast de klachtenprocedure wordt ook een vertrouwenspersoon binnen de organisatie aangesteld. Deze persoon is beschikbaar voor medewerkers en vrijwilligers van de omroeporganisatie om vertrouwelijke kwesties te bespreken en ondersteuning te bieden. De vertrouwenspersoon heeft de functie om een veilige en vertrouwelijke omgeving te waarborgen, waarin mensen vrijuit kunnen praten over zaken die hen dwarszitten, zoals ongewenst gedrag, discriminatie, intimidatie, pesten of andere problemen op de werkvloer. Intern hebben wij inmiddels een vertrouwenspersoon gevonden. Bij NLPO gaan wij navragen of zij een externe vertrouwenspersoon aan ons kunnen toewijzen.

De procedure rondom het melden en werken met een vertrouwenspersoon moet nog worden uitgewerkt. Maar gedacht wordt aan de volgende taken:

1. *Vertrouwelijkheid waarborgen* (privacy van de betrokkenen respecteren);
2. *Luisteren* en ondersteuning bieden vanuit hun ervaringen;
3. *Informeren* over rechten en procedures, zoals het adviseren over de interne klachtenprocedure;
4. *Adviseren* over mogelijke oplossingen en stappen die ze kunnen nemen om het probleem aan te pakken.
5. Vertrouwelijk *registeren* van de meldingen en periodieke rapportages geanonimiseerd uitbrengen aan het bestuur.

Zodra neer bekend is over de in- en externe vertrouwenspersoon en de bijbehorende procedures, zal deze informatie uiteraard met iedereen binnen de organisatie worden gedeeld.

4. DOELGROEPEN

Het media-aanbod van Streekomroep IJmond richt zich primair op de 150.000 inwoners van de drie IJmondgemeenten. Het is gericht op de omgeving waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen. Deze primaire doelgroep bestaat uit een breed, algemeen publiek van alle leeftijden, van verschillende omvang en samenstelling. Kortom: alle inwoners van de IJmondgemeenten. De tweede doelgroep bestaat uit de overige kijkers en luisteraars, waaronder bezoekers en werkenden in de IJmond en omliggende gemeenten. Via de etherfrequentie wordt de

Streekomroep ook buiten de IJmond beluisterd. Ethersignalen worden bijvoorbeeld ontvangen in Castricum, Haarlem en Amsterdam West. De derde doelgroep wordt gevormd door website- en social mediabezoekers (internet) die ons wereldwijd via internet en mobiele apparaten kunnen volgen.

Bij de huidige lokale omroepen worden radio en tv nog steeds als de échte media te zien en socials als een belofte en nieuwigheid. Realiteit is dat die sociale kanalen de grootste informatiekkanalen zijn voor iedereen onder de 40 jaar. Om als Streekomroep succesvol te worden is het belangrijk niet alleen de oudere en passievere doelgroep te bedienen, maar die sociale kanalen goed in het informatieaanbod te integreren.

Wat maakt IJmond uniek?

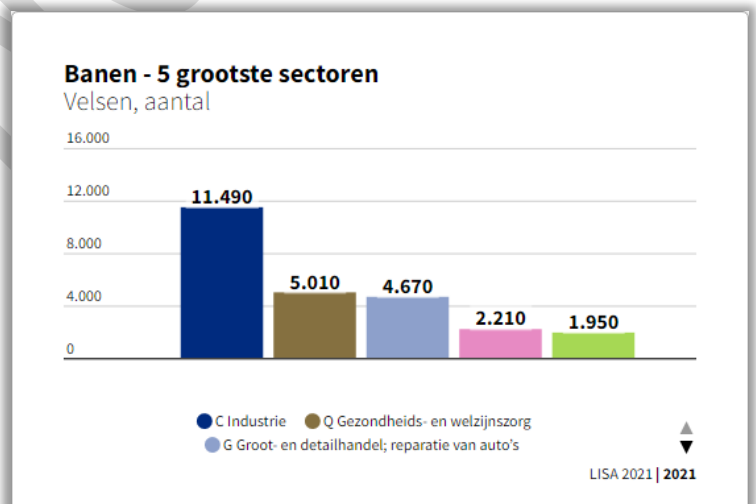
De Streekomroep IJmond zal een ander media-aanbod leveren dan andere lokale omroepen die actief zijn in andere gemeenten. De onderwerpkeuze en ziel van de omroep moet aansluiten bij de identiteit van de IJmond. Hieronder staan enige (demografische) kenmerken die als uitgangspunt dienen.

De IJmond beschikt door haar gunstige ligging aan de Noordzeekust over een mooie combinatie van verstedelijkt gebied en natuurlijke landschappen, zoals duinen en stranden. Het is daardoor een aantrekkelijke bestemming voor recreatie en toerisme. Velsen is rijk aan cultureel erfgoed, zoals historische gebouwen, buitenhuizen, monumenten en archeologische vindplaatsen. Het behoud en de bescherming van dit erfgoed zijn belangrijk voor de identiteit en het toerisme van de IJmond.

IJmond beschikt verder over hoogwaardige voorzieningen, zoals scholen, gezondheidszorg, recreatieve faciliteiten, openbaar vervoer en wegeninfrastructuur. De kwaliteit van deze voorzieningen en bereikbaarheid is belangrijk voor de inwoners.

De economie kenmerkt zich door de sterke sectoren havens, industrie, dienstverlening, toerisme en detailhandel.

De meeste banen zijn te vinden in de industrie. De werkgelegenheid in de havens en bij Tata-Steel zijn daarbij sfeerbepalend voor Velsen: "IJmuiden Rauw aan Zee". IJmond mag zich – net als Zaanstad – een echte industrieregio noemen, waar wonen werken nauw met elkaar zijn verbonden.



Hoewel de drie IJmondgemeenten nabij belangrijke verkeersaders en economische centra liggen (haven van Amsterdam, Schiphol) is de bereikbaarheid een zwak punt.

De Streekomroep wil er aan bijdragen dat IJmond een actieve gemeenschap heeft met betrokken inwoners en maatschappelijke organisaties. Participatie en betrokkenheid van de gemeenschap bij beleidsvorming en besluitvorming zijn belangrijke kenmerken van de lokale samenleving, waar onze organisatie graag een rol in vervult.

Om de doelgroep meer nauwkeurig in beeld te brengen, zullen vanuit de drie IJmondgemeenten gegevens worden opgehaald over de bevolking, zoals gemiddelde leeftijden, besteedbare inkomens per huishouden, aantal mensen onder de inkomensgrens, aantal werkzoekenden en sectoren waarin mensen hun inkomen verdienen.

Op basis van deze profielschets krijgen wij een beter en actueel inzicht in onze doelgroep. De aan te stellen hoofdredacteur zal deze informatie gebruiken om, eventueel per kanaal, de juiste content en vorm te vinden. Een nog te werven muzieksamensteller (vrijwilliger) kan op basis hiervan het muziekbeleid voor de radio opstellen en implementeren.

5. PERSONELE ORGANISATIE

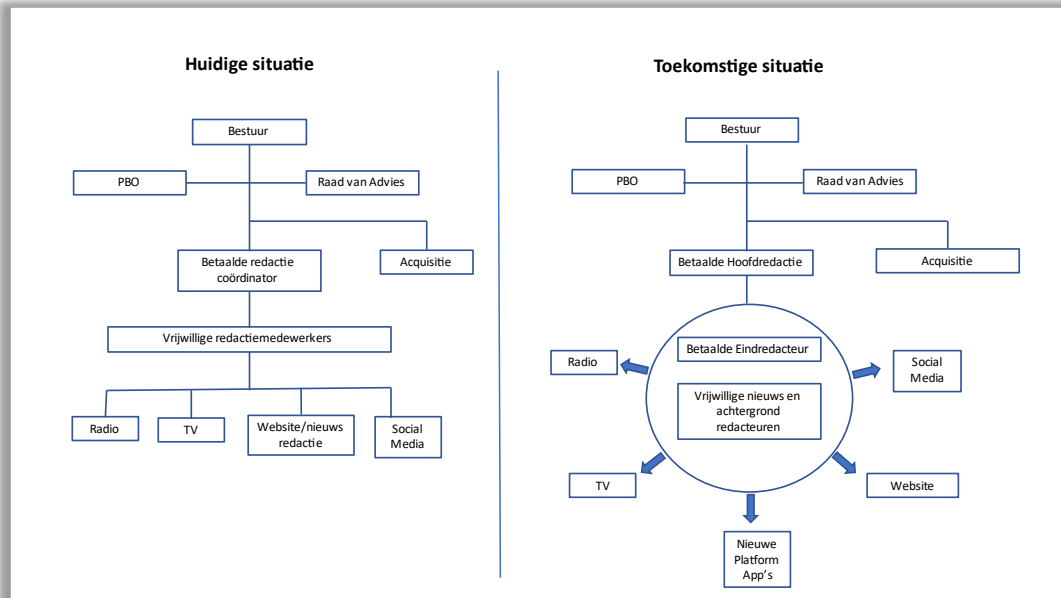
Het bestuur van de Streekomroep IJmond bestaat uit (minimaal) 5 onbezoldigde leden. Het Bestuur draagt statutair de zorg voor zowel organisatie, als de faciliteiten, die het mogelijk maken de doelstellingen van de streekomroep te realiseren. De Hoofdredacteur onderhoudt de contacten met de markt.

5.1. Transitie van de organisatie; wensen voor de toekomst

De kern van de organisatie bestaat uit een groep van circa 100 actieve vrijwilligers. Het aantal vrijwilligers neemt de laatste 2 jaar gestaag toe, waardoor de interne organisatiegraad moet worden versterkt. Ook met het oog op de verdere professionalisering en de bijbehorende groei van het aantal betaalde krachten, is deze versterking noodzakelijk.

Momenteel werken redactiegroepen naast elkaar: radio, tv en nieuwsredactie (internet/social media). Doel is te komen tot één cross mediale redactie met één betaalde (parttime) hoofdredacteur en één betaalde (parttime) eindredacteur/redactiecoördinator. De hoofdredacteur heeft de journalistieke eindverantwoording en is contactpersoon voor het bestuur en is klankbord en leidinggevende van eindredacteur/coördinator die dagelijkse aansturing redactie doet.

Op het moment dat de hoofdredacteur de koers heeft uitgewerkt, zal een vrijwillige muzieksamensteller worden aangetrokken die de “ziel” van de radiozender kan vertalen naar een passende, herkenbare muziekkeuze. Aan hem of haar zal worden gevraagd om het muziekbeleid op te stellen en te implementeren.



5.2. Taken hoofdredacteur

- Eindverantwoordelijk voor alle journalistieke uitingen van de omroep
- Bewaking journalistieke lijn
- Journalistieke organisatie inrichten en onderhouden
- Aansturen van en journalistiek sparren met eindredacteur
- Voeren van functionerings- en beoordelingsgesprekken
- Overleg met stakeholders (gemeente, culturele instellingen, andere lokale omroepen, regionale omroep, PBO)
- Verbinding met bestuur (aanwezig zijn bij bestuursvergadering)
- Aanspreekpunt voor externe partijen (bijvoorbeeld voor externe producties: zowel procedureel als inhoudelijk qua bijbehorende producties)
- Toezien op naleving redactiestatuut
- Evaluatie in brede zin: koersbewaking uitvoering beleidsplan bestuur (in opmaat naar keurmerk), bereikcijfers alle kanalen/journalistiek inhoudelijke resultaten
- Innovatie en opleidingen
- Afhandelen klachten (zie klachtenprocedure)

5.3. Taken Eindredacteur

- Dagelijkse leiding/aansturing nieuwsredactie (inclusief dagelijkse evaluatie).
- Voorzitten redactievergadering.
- Bewaking nieuwsagenda / zicht op planning.
- Inhoudelijke kwaliteitsbewaking (hoor/wederhoor, diverse gezichtspunten, objectiviteit).
- Zorgvuldige selectie en evaluatie van programma's om de kwaliteit te waarborgen.
- Sturen op crossmediaal werken (wat doen we op welk medium en welke aanpak past daarbij?).
- Distributie via verschillende kanalen verzorgen (zorgen dat het op zender/site/social komt te staan).
- Regelmatige monitoring van kijk- en luistercijfers en feedback van het publiek.

5.4. PBO

Het Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO) zorgt voor binding met de lokale gemeenschap door toezicht te houden op het Programmabeleid. Het Programmabeleidsplan wordt elk jaar geactualiseerd en goedgekeurd door het PBO.

Volgens de Mediawet heeft het PBO de volgende taken:

- 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 is samengesteld uit mensen die een representatieve afspiegeling vormen van gemeenschap in de IJmond, zoals:

- Vertegenwoordigers van werkgevers en werknemers
- Onderwijs
- Maatschappelijke zorg
- Cultuur en kunst
- Etnische en culturele minderheden
- Sport en recreatie
- Senioren en jongeren

5.5. Raad van Advies

Bij RTV Seaport wordt gebruik gemaakt van een Raad van Advies die een belangrijke rol speelt in het adviseren en ondersteunen van het bestuur. Zij bestaat uit drie externe deskundigen die hun sporen hebben verdiend in de IJmond en goede entree hebben richting de lokale overheden. De Raad adviseert op aanvraag van het bestuur over strategisch en inhoudelijk onderwerpen en over beleidsbeslissingen, samenwerkingsmogelijkheden, financieel beheer en andere relevante onderwerpen. De raad fungeert als belangrijk netwerkplatform en lobbyt indien nodig bij lokale overheden en andere partijen.

Onderzocht wordt of het bestuur van de nog te vormen Streekomroep ook met een Raad van Advies aan de slag gaat en wie daarvoor de geschikte personen zijn.

5.6. Overlegvormen

Om de transitie van de redactie te kunnen doorvoeren, ligt er een aantal wensen op tafel.

1. Elke werkdag begint met een redactievergadering. Daarin wordt geïnventariseerd welke onderwerpen er zijn. Ook worden keuzes gemaakt welke onderwerpen wel of niet worden beetgepakt. En hoe de verhalen (per kanaal) worden uitgewerkt.
2. Om als redactie “in control” te zijn en efficiënt te kunnen werken, wordt met een redactiesysteem gewerkt. In dit systeem staat de planning, maar ook de adressen, telefoonnummers en archivering van eerder gemaakte teksten/onderwerpen.
3. Om de doelgroep beter en sneller te bereiken, zal een nieuwsapp ontwikkeld moeten worden. Doel van de app is inwoners van de gemeenten Beverwijk, Heemskerk en Velsen een nieuw platform te bieden, zoals zij dat ook van andere nieuwsapps gewend zijn.

Bovendien kan er een push-functie worden ingebouwd, waardoor mensen bij groot nieuws direct een notificatie op het scherm van hun mobiele apparaat ontvangen.

Deze nieuwsapp kan ook intern door de redactiemedewerkers zelf worden gebruikt om snel nieuws via de verschillende kanalen naar buiten te brengen (bijvoorbeeld tijdens live-radio en tv programma's). Deze app kan eventueel samen met andere lokale of regionale omroepen worden ontwikkeld.

Buiten de redactie om zijn er de volgende overlegorganen:

- | | |
|---|----------------|
| • Bestuursvergadering | 10 x per jaar |
| • PBO | 4 x per jaar |
| • Raad van Advies (RvA) | 1 x per jaar |
| • RTV Seaport-dag (bestuur, RvA en vrijwilligers) | 1 x per jaar |
| • Nieuwjaarsborrel | 1 x per jaar |
| • Themagerichte werkgroepen | vraaggestuurd. |

5.7. Opleidingen en personeel

De transitie die de redactie gaat doormaken, vraagt dat de medewerkers zich open moeten stellen om zich breder te ontwikkelen. Het opleidingsaanbod van NLPO biedt een mooi overzicht van diverse trainingen en workshops die aansluiten bij transitie van de redactie. Het trainingsprogramma voor de medewerkers moet nog worden opgezet. Wij denken aan het inzetten van Persoonlijke Ontwikkel Plannen (POP), waarbij per medewerker een maatwerkopleidingsplan wordt vastgelegd. Inhoudelijk zal de focus liggen op de volgende punten:

- Medewerkers coachen in cross-mediaal werken
- Medewerkers trainen in gebruik nieuw redactiesysteem
- Intern eigen trainingen geven door medewerkers, beter benutten reeds aanwezige kennis en vaardigheden
- Training op het gebied van journalistieke vaardigheden en principes (zie 3.2.)
- Contacten met media en journalistieke opleidingen aanhalen en verbeteren

Sinds 2021 is RTV Seaport in Velsen door SBB aangemerkt als erkend leerbedrijf. IJmond Nieuws is sinds 2019 erkend leerbedrijf en werkt met stagiairs voor langere perioden. De lokale omroepen in Beverwijk en Heemskerk hebben ook de ambitie om de kansen als leerbedrijf beter te benutten. Gezien de forse groei van de interne organisatie zijn wij daar nog niet aan toegekomen. Op moment dat de redactie dagelijks aanwezig is, wordt het ook interessant meer stagiairs aan te trekken. Bovendien is dagelijkse begeleiding bij veel opleidingen een voorwaarde om stagiairs af te vaardigen. De dagelijkse aansturing en bezetting van de nieuwsredactie vergroten dus de kans dat er stagiairs komen en dus meer content wordt gerealiseerd.

6. INTERNE EN EXTERNE COMMUNICATIE

Binnen de omroepen wordt intern hard gewerkt om de eerste drie stappen van de Balanced Score Card (financien, gemotiveerde mensen en processen) op orde te krijgen. De volgende

professionaliseringsstap zal er toe leiden dat ook de vierde stap, kwaliteitsverbetering en marktbenadering, genomen kan worden. Streekomroep IJmond zal daarom behoefte krijgen aan een vrijwilliger die de eigen PR- en marketing voor zijn/haar rekening neemt en activiteiten vanuit de omroep organiseert. Denk daarbij aan locatie-uitzendingen en aanwezigheid bij evenementen.

Om PBO, RvA en alle vrijwilligers mee te nemen in de plannen zal er vier keer per jaar een interne nieuwsbrief moeten verschijnen. De PR-vrijwilliger stelt deze samen en haalt input op bij bestuur, PBO, RvA, hoofdredacteur en eindredacteur. Ook is de PR medewerker de beheerder van de diverse whatsappgroepen die bijdragen aan de betrokkenheid van alle medewerkers. Zo weet hij/zij tevens wat er binnen de organisatie speelt.

De naamsbekendheid wordt de komende vier jaar vergroot door;

- Zichtbaar aanwezig te zijn bij evenementen;
- Live uitzendingen van raadsvergaderingen en programma's rond verkiezingen;
- Verslaggeving van raadsessies.
- Locatie-uitzendingen vanuit openbare gelegenheden, zoals bibliotheek, café's schouwburg, sportvelden, gemeentehuis (lintjesregen), dodenherdenking, 5 mei vieringen;
- Persberichten maken en afspraken maken over plaatsing met mediapartners.

7. SAMENWERKING MET ANDERE MEDIA

De lokale omroepen zien dat er bij de vorming van een streekomroep, met name kansen liggen bij schaalvergroting om de verdere journalistieke professionalisering waar te kunnen maken. De samenwerking zal duidelijk verder moeten gaan dan de 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. Een eerder aangekondigde kwartiermaker vanuit NLPO kan hierin een belangrijke ondersteunende rol vervullen.

Ook na de overgang van lokale naar streekomroep blijft het lokale karakter bestaan. RTV Seaport brengt immers lokaal nieuws en achtergronden vanuit Velsen. Als de andere lokale omroepen zich ook zo ontwikkelen bestaat een sterke streekomroep met actueel nieuws en achtergrondinformatie uit de IJmond.

Sinds een jaar is een begin gemaakt om de samenwerking met de regionale omroep NH Media te versterken. Tot op heden is een verslaggever van NH media toegevoegd aan de nieuwsredactie van RTV Seaport. Elke dinsdag is er een overleg met de redactie van RTV Seaport waarin de onderwerpen worden besproken en verdeeld.

Ook is er een gezamenlijk (niet commerciële) nieuwsapp in ontwikkeling onder de naam "Nieuws uit de IJmond". Lokale omroepen uit Beverwijk en Heemskerk kunnen hier ook op aansluiten.

De samenwerking zal meer diepgang krijgen, waardoor de professionaliteit van de betaalde verslaggever van NH Media beter kan worden ingezet om ook onze lokale nieuwsredactie te ondersteunen bij hun professionalisering. NH Media speelt daarbij een ondersteunende en

vraaggestuurde rol. De redactie van Streekomroep IJmond bepaalt zelf haar redactionele koers, zodat er een duidelijk onderscheid blijft tussen de lokale journalistiek ten opzichte van de regionale journalistiek.

8. SAMENWERKING MET DERDEN

De nog te werven hoofdredacteur zal tevens de opdracht krijgen om de samenwerkingen met andere partijen in het uitzendgebied te onderzoeken, te verbeteren of te realiseren. Denk daarbij aan contacten met de Schouwburchen in Beverwijk en Velsen, bibliotheken, culturele instellingen, scholen, sportverenigingen en andere maatschappelijke organisaties. Samenwerking kan leiden tot een verrijking van de programma-inhoud, het delen van middelen en het vergroten van de zichtbaarheid van de lokale omroep.

Bij intensivering van de samenwerking zullen ook meer vragen op de redactie afkomen voor bijzondere producties. Denk daarbij niet alleen aan de live-verslaggeving bij dodenherdenking of lintjesregen, maar ook vragen van de bovengenoemde samenwerkingspartners die hun jubileumviering, concert, evenement, debat of discussies vastgelegd willen hebben. Daarom houden wij nu al rekening met de gedachte dat daarvoor een aparte productieafdeling moet worden opgetuigd die los staat van de nieuwsredactie.

9. STAKEHOLDERS

Hieronder staat een overzicht van de belangrijkste stakeholders van Streekomroep IJmond

Informatiebronnen/nieuwspijlers:

- Informatiekanalen vanuit gemeente Beverwijk, Heemskerk en Velsen.
- Bedrijven en opleidingen;
- Maatschappelijke organisaties en instellingen; zoals Schouwburch en bibliotheek
- Verenigingen en clubs;
- Particulieren.

Mediapartners

- Nederlandse Omroep Stichting (NOS) voor de aankoop van NOS-journaals op de radio;
- Commerciële uitgever van lokale weekblad Jutter; binnen de grenzen die de Mediawet daarvoor definieert.
- Regionale publieke omroep NH Media.

(Semi-)overheden

- De IJmondgemeenten (bestuurlijke kant en raadszijde);
- Commissariaat voor de Media (Mediawet);
- Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG);
- Diverse ministeries

Belangbehartigers

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

Private relaties

- Sponsors;
- Adverteerders;
- Verhuurder huisvesting

Distributeurs

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

10. CONCURRENTEN

Per streek kan slechts één lokale publieke media-instelling worden aangewezen. Om de professionalisering te kunnen betalen kiest het rijk ervoor om het aantal lokale omroepen drastisch af te bouwen. Niet alle gemeenten zullen hun lokale omroepen behouden. Er is slechts budget voor zo'n 80 streekomroepen. De streekindeling die de afgelopen jaren door NLPO is opgesteld is daarbij leidend.

Het is belangrijk dat Streekomroep IJmond deze aanwijzing verwerft, omdat ook andere – meer commerciële media-instellingen – zich voor deze aanwijzingen zullen kandideren, zoals:

- Commerciële en digitale nieuwsmedia. Zij hebben doorgaans een hoger budget en plaatsen ook buiten kantooruren actuele nieuwsitems.
- Social media en nieuws via Twitter, Instagram, TikTok 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 initiatieven zoals media-aanbod met interactieve mogelijkheden (on demand). Voorbeelden hiervan zijn: Uitzending Gemist, YouTube, Netflix, HBO, Videoland en Popcorn Time.

Het onderscheidend vermogen van Streekomroep IJmond is dat het met nieuws en achtergronden komt uit het eigen verzorgingsgebied. Van hondenpoep in het Sint Agnesplantsoen, de Flexwoningen in Santpoort etc.



11. KIJK- EN LUISTERONDERZOEK

Minimaal eenmaal per twee jaar zal Streekomroep IJmond een kijk- en luisteronderzoek doen. De cijfers van de website en sociale media zijn makkelijker te meten ,omdat deze realtime beschikbaar zijn. Het is echter de vraag hoe de meting van de lineaire kanalen (radio en televisie) effectief kan worden aangepakt. Toch zijn de schrijvers van dit Beleidsplan ervan overtuigd dat een goed kijk en luisteronderzoek noodzakelijk is. Is het mogelijk de kennis en kunde van de NLPO in te huren of MBO- en HBO scholen in de omgeving inschakelen om van deze metingen een stageonderzoek te maken? Of zijn de huidige apps, zoals Microsoft Forms, zo laagdrempelig dat de omroep dit instrument zelf kan uitvoeren in combinatie met haar social media? Het toekomstige bestuur moet hier nog een beslissing over nemen en zal in samenwerking met de redactie op zoek gaan naar een vorm van onderzoek waarvan de uitkomsten ook daadwerkelijk kunnen worden ingezet als stuurinformatie om de resultaten van Streekomroep IJmond op alle kanalen continu te verbeteren.

In overleg met de aan te stellen hoofd- en eindredacteur zal een nulmeting worden gedaan en zullen doelstellingen worden geformuleerd voor alle kanalen.

12. FINANCIËN

De Streekomroep IJmond heeft geen winstoogmerk. De inkomsten komen uit twee hoofdstromen. Naast de inkomsten vanuit het Rijk zullen commerciële inkomsten uit content-productie voor derden, partnercontracten en advertenties een substantieel gedeelte van de totale inkomsten moeten vormen.

De individuele lokale omroepen zijn in principe financieel gezond voor de huidige situatie, maar missen nog het financiële vermogen om de genoemde professionalisering van redactie en organisatiegraad versneld door te voeren. De financiën zullen bij de vorming van de streekomroep transparant worden gemaakt.

Nu al is duidelijk dat een bijdrage vanuit de drie IJmondgemeenten om de vorming van de Streekomroep IJmond versneld mogelijk te maken de eerste jaren meer dan welkom is. Op het moment dat er meer transparantie bestaat over de financiële positie van de nieuw te vormen Streekomroep zal daartoe een passende aanvraag worden gedaan.

13. TIJDSPAD EN AMBITIES

De organisatie bevindt zich anno 2023 in een overgangsfase van een van oudsher kleinschalige vrijwillige lokale radio- en televisiezender naar een 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 innemen.

Qua timing zijn de lokale omroepen toe aan de volgende slag om de journalistieke kwaliteit te verbeteren en lokaal nieuws en achtergrondinformatie te gaan leveren via een nieuw te vormen Streekomroep IJmond.

Op onderdelen zijn al stappen gezet in deze richting. Maar ondersteuning vanuit NLPO en het verkrijgen van een stevige financiële bijdrage vanuit het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek zal een versnelling geven aan onze professionalisering.

Het karakter van de IJmond biedt geweldige kansen om de lokale omroep de komende vier jaar verder te ontwikkelen en naar de toekomst in de vorm van een streekomroep maatschappelijke toegevoegde waarde te leveren binnen de hele IJmond.

Mocht de financiering vanuit het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek uitblijven omdat de omroep binnen de huidige mogelijkheden nog niet aan de opgelegde maatstaven kan voldoen, dan willen we met dit beleidsplan in elk geval onze ambitie kenbaar maken en gaan wij ons bezinnen op hoe wij de hoofdlijnen hieruit toch zoveel mogelijk kunnen uitvoeren zonder deze substantiële bijdrage van het Stimuleringsfonds. Ook kan worden bekeken of er tot aan de nieuwe financieringsstructuur in 2026 toch nog additionele inkomsten of subsidies gevonden kunnen worden, zodat alvast een begin gemaakt kan worden met de stappen uit dit beleidsplan.

Tot slot:

Veel vrijwilligers zijn momenteel vooral gericht zijn op het maken van radioprogramma's, die net per se betrekking hebben op het verzorgingsgebied. Het bestuur denkt na over beleid om deze mensen toch voor de omroep te behouden maar wel mee te nemen in de transitie naar vooral een lokaal gericht programma met journalistieke elementen. In de tussentijd kunnen deze programma's gewoon doorgang vinden, maar zal de focus binnen de organisatie vooral op nieuws en journalistiek liggen.