



De blik verruimen

Meerjarenbeleidsplan 2016-2020

Stichting Omroep Ede

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	5
2	OMROEP EDE	6
2.1	Radio	6
2.2	Televisie	6
2.3	Internet	7
2.4	Zendtijd	7
2.5	Huisvesting	7
2.6	Relatie met gemeentebestuur	7
2.7	Andere media in Ede	7
2.8	Terugblik meerjarenbeleidsplan 2012-2016	8
3	OMROEP EN MAATSCHAPPIJ	9
3.1	Maatschappelijke ontwikkelingen	9
3.2	Ontwikkelingen op mediagebied	9
3.3	Ontwikkelingen op technisch gebied	10
3.4	Veranderend mediagebruik	11
3.5	De situatie in Ede	11
3.6	Conclusie	11
4	REGIONALISERING	13
4.1	Keurmerk	13
4.2	Samenwerking landelijk - provinciaal - lokaal	14
5	DRIE SCENARIO'S	15
5.1	Scenario 1: doorgaan als zelfstandige lokale omroep	15
5.2	Scenario 2: samenwerking met lokale omroepen in de regio	15
5.3	Scenario 3: fusie met lokale omroepen in de regio	16
6	PROGRAMMERING	17
7	FINANCIËN	18
7.1	Commercie	18
8	HUISVESTING	19
9	TOT SLOT	20

1 INLEIDING

“Voorspellen is moeilijk, vooral als het om de toekomst gaat.”

Dit citaat van Wim Kan (1911-1983) is bepaald geen grap, maar een waarheid als een koe. Het lijkt misschien geen handig begin voor een meerjarenbeleidsplan. Maar het plan is dan ook geen voorspelling. Het is een beschrijving van de richting die het bestuur met Omroep Ede wil volgen. Op basis van landelijke ontwikkelingen, die het belang van de lokale omroep sterk doen groeien. En rekening houdend met de uitkomsten van het recente kijk- en luisteronderzoek.

We kennen slechts het verleden, we kunnen het heden beleven en de toekomst is een geheim. Maar van het verleden kunnen we veel leren voor de toekomst. Welbeschouwd zenden we ook altijd het verleden uit. Weliswaar vaak het nabije verleden. Maar wat we uitzenden is al gebeurd. Daarom zijn de ervaringen tot nu toe een belangrijke bron voor dit plan. Het verleden kan leiden tot blikverruiming. Van daar uit wil Omroep Ede zo omgaan met de werkelijkheid dat we de toekomst waar mogelijk positief beïnvloeden.

Dat dit plan daar een bijdrage aan moge leveren!

Namens het bestuur,
Willem de Vos, voorzitter

2 OMROEP EDE

Omroep Ede is als stichting in 1988 opgericht en bestaat dus ruim vijftwintig jaar. Het bestuur bestaat uit doorgaans vijf leden, die allen binding hebben met het verzorgingsgebied, de gemeente Ede.

Daarnaast heeft de omroep, zoals dat is voorgeschreven door de Mediawet, een programmabeleid bepalend orgaan (pbo). Binnen de omroep is ook een medewerkersvertegenwoordiging actief. Voorts kent de organisatie een redactiestatuut. Momenteel verzorgt de omroep uitzendingen op radio, televisie (inclusief kabelkrant) en internet. Daartoe zijn bij de omroep zo'n 110 vrijwilligers werkzaam en wordt er samengewerkt met allerlei andere organisaties, zowel binnen als buiten het verzorgingsgebied. De stichting kent enkele betaalde krachten, maar heeft geen medewerkers in loondienst.

In 2014 is de statutaire naam gewijzigd van Lokale Omroep Ede in Omroep Ede.

2.1 Radio

De stichting startte de activiteiten in 1990 met het uitzenden van radioprogramma's. Destijds werden drie keer per week via het lokale kabelnet radio-uitzendingen verzorgd. Sinds 1992 is de radiozender ook via de ether te ontvangen. In de loop van de negentiger jaren is de programmering van de radiozender fors uitgebreid.

Het programma-aanbod - meer dan 35 unieke programma's per week - kan als zeer divers worden betiteld en wordt thans uitgezonden vanuit twee studio's op de tweede etage van gebouw Cultura aan de Molenstraat in Ede.

2.2 Televisie

Sinds 2003 verzorgt de omroep wekelijks televisie-uitzendingen. Omdat de studenten van de CHE en de stagiaires van ROC A12 in bepaalde periodes niet beschikbaar waren (schoolvakanties, project- en tentamenweken), stond de continuïteit van de uitzendingen voortdurend onder druk. Daarnaast ontving de omroep uit de Edese samenleving signalen dat het televisieaanbod uitgebreid en de uitzendfrequentie verhoogd diende te worden. Mede om die reden heeft de omroep besloten om de productie van de televisie-uitzendingen geheel in eigen hand te nemen.

Er wordt wekelijks een nieuwsprogramma en een straatprogramma gemaakt. Om de week is er een welzijnsrubriek en een cultureel programma te zien. Daarnaast is sprake van live-tv-programma's, waaronder de maandelijkse vergaderingen van de gemeenteraad, en jaarlijkse evenementen als de dodenherdenking en de Heideweek.

De uitzendingen zijn professioneler dan voorheen en er is continuïteit, mede door de beschikbaarheid van een tweetal betaalde krachten: een cameraman en een editor. De reacties vanuit de samenleving zijn zonder meer positief. Ook het bedrijfsleven pikt dat meer en meer op. Maar om de advertentieopbrengsten van bedrijven verder te optimaliseren, zal het programma-aanbod kwalitatief en kwantitatief uitgebouwd moeten worden.

2.3 Internet

De omroep zag de afgelopen periode duidelijke versterking van het on-demand kijken en luisteren: steeds vaker wordt achteraf gekeken of geluisterd naar een uitzending of naar losse items. Ook krijgt de omroep steeds vaker bezoekers op de livestreampagina's.

De kabelkrant- en internetredacties zijn samengevoegd. Ze maken nu gebruik van het MediaHub-systeem van de OLON voor het invoeren teksten en foto's. De gehele nieuwsredactie (radio, tv, internet/kabelkrant) staat nu onder leiding van één nieuwscoördinator die nieuwskeuzes maakt en inkomende nieuwsstromen stuurt. Het gaat hier om algemeen nieuws en niet om doelgroepenprogrammering.

2.4 Zendtijd

De stichting heeft een aanwijzing als lokale publieke media-instelling ('zendmachtiging') van bij het Commissariaat voor de Media voor de periode 2014-2019. Elke vijf jaar moeten omroepen een nieuwe aanvraag doen.

2.5 Huisvesting

De omroep is sinds begin 2014 gehuisvest op de tweede etage van gebouw Cultura aan de Molenstraat in Ede.

2.6 Relatie met gemeentebestuur

De relatie met het gemeentebestuur (college van B en W, gemeenteraad en ambtenaren) is erg goed. Op verschillende niveaus zijn er contacten en die verlopen prettig.

Het bestuur is van mening dat zonder kwalitatief goede radio en tv-uitzendingen de omroep geen bestaansrecht heeft. Dit is echter alleen te realiseren door het inzetten van betaalde arbeidskrachten, met name voor tv.

De afgelopen jaren is duidelijk geworden dat het verzorgen van professionele en kwalitatief goede radio- en tv-uitzendingen uitsluitend door vrijwilligers een onmogelijke opgave is. Hiervoor zijn mensen nodig die zowel overdag als 's avonds ingezet kunnen worden, hetgeen alleen mogelijk is door betaalde krachten in te zetten. De hiermee samenhangende kosten zijn dusdanig, dat met de huidige subsidie en overige inkomsten geen sluitende begroting kan worden overlegd: jaarlijks is al sprake van een tekort van circa € 15.000 dat de omroep nu al dwingt om keuzes te maken die de groei van de programmering niet ten goede komen.

Er is jaarlijks ambtelijk overleg over de subsidievoorwaarden. Indien nodig - zoals rond de aanvraag van de nieuwe zendmachtiging - is er overleg met de wethouder. De verhouding van de radio- en tv-redacties met de lokale overheid is zonder meer goed te noemen. De omroep heeft niettemin het gevoel dat de gemeente de mogelijkheden van het fenomeen 'lokale omroep' nog niet optimaal benut.

2.7 Andere media in Ede

In Ede verschijnen diverse gedrukte media; er is echter maar één lokale publieke media-instelling.

De Persgroep Nederland is met twee titels in Ede vertegenwoordigd. Dagblad De Gelderlander geeft de editie Vallei uit. Daarnaast wordt door de zelfde uitgever het huis-aan-huisblad De Edese Post uitgegeven. Verder verschijnt het huis-aan-huisblad Ede Stad (uitgave Koninklijke BDU) op woensdag. Daarnaast is de regionale publieke omroep Omroep Gelderland via radio en tv te ontvangen.

2.8 Terugblik meerjarenbeleidsplan 2012-2016

De afgelopen periode heeft Omroep Ede met succes de verhuizing weten te realiseren van een tijdelijke naar een definitieve locatie. Ook is de programmering op radio en tv verder uitgebreid. Redactioneel en organisatorisch is de professionalisering vergroot.

De keerzijde is dat de begroting met veel moeite sluitend te krijgen is en dat de in het plan aangehaalde en onderbouwde begroting niet of nauwelijks is gerealiseerd. Bij ongewijzigde financiering zal de omroep moeten snijden in de voor het voortbestaan noodzakelijke inzet van betaalde krachten. De vraag is hoe lang er dan nog sprake is van een relevante publieke omroepvoorziening.

Niettemin staat het bestuur nog steeds achter de in het vorige plan gemaakte keuzes en inzet op cross-mediaal terrein. Gezien de mediaontwikkelingen lijkt de verwezenlijking van een aantal doelen nu meer binnen handbereik te liggen.

3 OMROEP EN MAATSCHAPPIJ

In het Nederlandse omroepbestel is veel ruimte gecreëerd voor publieke omroep, die zowel landelijk, als ook provinciaal en lokaal opereert. Het bestaansrecht van de publieke omroepen komt voort uit de gedachte dat de democratische staat verantwoordelijk is voor de kwaliteit van de informatie die openbaar moet zijn voor alle burgers, waardoor die burgers in staat zijn zichzelf een oordeel te vormen over het functioneren van de samenleving.

Het gaat echter niet alleen om deze oordeelsvorming. Binnen- en buitenlands onderzoek oordeelt namelijk unaniem positief over de potentiële betekenis van lokale omroepen voor het democratisch functioneren, het sociale kapitaal en de sociale cohesie van stad en dorp. De kerntaak van de lokale omroep vormt het verspreiden van informatie, die inwoners mogelijkheden en aanleiding tot gesprek en discussie geeft. Het beschikken over informatie is een voorwaarde voor maatschappelijke participatie. Er gaat namelijk een bindende werking uit van lokale media op gemeenschappen, die ten gevolge van de globalisering en de toegenomen culturele verscheidenheid steeds minder samenhang vertonen. Daarnaast dragen lokale media bij aan het vormen van een plaatselijke identiteit.

Net als alle publieke omroepen in Nederland heeft ook Omroep Ede een programmabeleid bepalend orgaan (pbo). Het pbo stelt het media-aanbodbeleid vast en toetst dat ook. Het bestuur ziet er op toe dat het pbo voldoende leden heeft die de juiste doelgroepen vertegenwoordigen. De gemeente toetst om de vijf jaar – bij het verlengden van de toewijzing als lokale omroep – of het pbo representatief is voor het verzorgingsgebied.

3.1 Maatschappelijke ontwikkelingen

In zijn algemeenheid kan gesteld worden dat er de laatste jaren in de samenleving een spagaat is ontstaan tussen enerzijds een toename van het belang van de lokale gemeenschap en anderzijds een afgenomen onderlinge verbondenheid in die gemeenschap.

Het belang van de lokale gemeenschap is toegenomen mede doordat de landelijke overheid de afgelopen jaren de beleidsontwikkeling en -uitvoering steeds meer heeft overgedragen aan de lokale overheid. Die heeft daardoor een belangrijkere rol in de samenleving gekregen. Gemeenten en andere overheden moeten op tal van terreinen zelf beleid maken of invulling geven aan landelijk beleid. De lokale samenleving dient zich dus, meer dan voorheen, zélf te vormen.

Anderzijds wordt geconstateerd dat de moderne samenleving kampt met cohesieproblemen. Groepen burgers voelen zich soms buitengesloten, de maatschappij is gefragmenteerd. De actieve participatie van burgers op maatschappelijk gebied neemt af. Dat laatste blijkt onder andere uit het feit dat talloze verenigingen, stichtingen en maatschappelijke organisaties steeds meer moeite hebben om vrijwilligers te vinden voor het uitvoeren van maatschappelijk relevante activiteiten.

3.2 Ontwikkelingen op mediagebied

Door de hierboven geschetste maatschappelijke ontwikkelingen is het belang van een lokale/regionale, sterke en onafhankelijke pers sterk toegenomen. In de praktijk blijkt echter dat met name de gedrukte media de laatste jaren grote problemen hebben. Abonnees lopen weg en redacties worden op hun budget gekort. De waakhondfunctie van de lokale journalistiek dreigt

hierdoor verloren te gaan. Verder is het veranderend mediagebruik van belang. De laatste jaren is - ook voor lokaal nieuws - internet sterk in opkomst. Vooral jongeren wensen niet meer middels een krant maar via televisie en internet geïnformeerd te worden.

Daarnaast is de communicatiebehoefte van (lokale) overheden veranderd. Zoals eerder gesteld: op lokaal niveau wordt meer beleid gemaakt en uitgevoerd. Dat betekent dat hierover meer met burgers dient te worden gecommuniceerd teneinde draagvlak, acceptatie en participatie te verwezenlijken. Een publieke lokale omroep kan ook op dit terrein verschil uitmaken. Zeker ook omdat de laatste jaren in toenemende mate het mediabeleid (onder andere vervat in de Mediawet) en de mediabeleidsmakers de publieke omroepen aanspreken op hun maatschappelijke betekenis.

In het verleden was het mediabeleid nadrukkelijk op de inhoud van de programma's gericht. De eisen die tegenwoordig aan publieke lokale omroepen worden gesteld, hebben vooral betrekking op de pluriformiteit van het media-aanbod, de diversiteit van de onderwerpkeuze en de platforms waarop informatie verspreid wordt (radio, televisie en internet). Verder is er tegenwoordig nadrukkelijk aandacht voor de impact van de media. Met dat laatste wordt de vraag bedoeld welke toegevoegde waarde de publieke omroepen in het maatschappelijk leven hebben. Kort geformuleerd: vroeger werd er vooral naar de inhoud gekeken, tegenwoordig steeds meer naar het resultaat ervan.

3.3 Ontwikkelingen op technisch gebied

Naar verwachting zal de mobiele internetwereld gaan domineren boven internetaansluiting via de vaste lijn. Dat geldt ook voor het model waarbij tv nu nog veelal via de kabel binnenkomt. Uitzendingen worden via het internet aangeboden en gedistribueerd. Geheel nieuwe verdienmodellen zijn al aan het ontstaan voor zowel de aanbieders (Omroep Ede, NPO, RTL, SBS) als providers/distributeurs (bijvoorbeeld Ziggo en KPN). Hierdoor zal de afhankelijkheid van internet in de komende jaren steeds groter worden.

Zeker nu duidelijk is dat providers de in het verleden gebruikelijke aanlevermethoden aan het afbouwen zijn en gaan aanbieden via internet. Indien internet niet beschikbaar is, wordt het primaire bedrijfsproces volledig verstoord en daarom zal de focus komen te liggen op kwaliteit en backup van voorzieningen. Dit zal resulteren in nieuwe en extra verbindingen alsmede een toename van investeringen in pc's, servers en opslagcapaciteit.

Meer zendtijd en meer fte's betekenen concreet meer apparatuur, meer slijtage, meer onderhoud, meer opslagcapaciteit en meer continuïteitsgaranties voor het primaire proces. Dit effect is vooral te zien binnen tv. Maar ook de algemene ICT-ondersteuning in netwerk, computerapparatuur en de ondersteuning van thuiswerken zorgen voor een toename van werkzaamheden voor de technische dienst van de omroep.

Naast bovengenoemde ontwikkelingen speelt ook de professionalisering van de omroep een rol. Op termijn betekent dit dat ook ondersteuning nodig is vanuit de technische dienst tijdens kantooruren. Die kan momenteel niet geboden worden gezien het vrijwillig karakter van de dienstverbanden. In de toekomst zal het daarom noodzakelijk zijn ook de technische dienst te versterken met betaalde arbeidskrachten om de continuïteit van de technische ondersteuning te borgen.

3.4 Veranderend mediagebruik

In het licht van de hiervoor genoemde ontwikkelingen valt te constateren dat de rol van het medium 'radio' als *primaire* nieuwsleverancier naar de achtergrond verdwijnt. Een analyse van het hedendaagse landelijke radiolandschap leert dat radio, in tegenstelling tot de stations op regionaal en lokaal niveau, steeds meer een aaneenschakeling is geworden van personality's en muziek, met name popmuziek. Er zijn landelijk slechts twee radiozenders actief die zich voornamelijk met nieuws en informatie bezighouden: Radio 1 (publiek) en BNR Nieuwsradio (commercieel). Het marktaandeel van beide zenders is op het totaal echter eerder marginaal. Daarnaast is het medium 'radio' sterk op doelgroepen gefocust. Met een herkenbaar muziekformat per zender wordt getracht om dagelijks de vaste groep luisteraars te trekken. Zenders die voor ieder wat wils aanbieden, zijn landelijk niet meer te vinden. Met name de lokale en regionale omroepen hebben deze leemte gevuld. De regionale radiozenders kampen echter met een sterk vergrijzend publiek.

Tegenover deze beweging staat de opkomst van internet als nieuwsleverancier en de hausse van sociale media. Landelijke en regionale nieuwssites trekken dagelijks vele honderdduizenden bezoekers. Ook lokale sites zijn in opkomst. Bij de populairste sites is beeld heel belangrijk. Een verdere integratie van televisie(nieuws) en internet ligt dan ook voor de hand.

3.5 De situatie in Ede

Niet het medium staat voortaan centraal bij Omroep Ede maar het lokale nieuws. Het nieuws wordt verwerkt tot uitingen via de verschillende media. Internet is daarbij het vertrekpunt. Een centrale nieuwsredactie kan zo per onderwerp bepalen hoe het wordt aangepakt en in welke vorm en via welk medium het wordt gepubliceerd. Daarbij kan het zelfde bericht via het ene medium beknopt en via het andere veel uitgebreider aan bod komen. Omroep Ede wil zowel de 'snelle nieuwsgazer' bedienen als de inwoners die naar meer achtergronden zoeken.

Omroep Ede werkt ook de komende jaren nauw samen met allerlei maatschappelijke organisaties, van sportclubs en muziekverenigingen, tot verzorgingshuizen en jeugdcentra. Dit vertaalt zich in redactionele bijdragen van de organisaties aan de programmering en in locatie-uitzendingen van de omroep. Met name met de Heideweek, Malkander en Cultura is de samenwerking de afgelopen jaren geïntensiveerd. Het algemene beeld is dat daar waar Omroep Ede directe relaties aangaat met organisaties er al snel een win-winsituatie ontstaat. De organisaties krijgen meer publiciteit en de omroep krijgt zinvolle content.

De gemeente ziet dat de live-doorgifte op tv van de raadsvergaderingen een zinvolle aanvulling is op het streamen via internet. De gemeente Ede heeft de potentie van de omroep inmiddels breed onderkend, maar kan er in de praktijk meer profijt van hebben.

3.6 Conclusie

Lokale publieke media-instellingen spelen een belangrijke rol in de samenleving. Ze helpen burgers bij het vormen van hun lokale identiteit en spelen een grote rol als het gaat om burgerparticipatie. Dat laatste is mede van belang omdat meer en meer taken vanuit de landelijke overheid aan de lokale overheid worden overgedragen.

Concluderend kan enerzijds worden gesteld dat er meer dan ooit behoefte is aan een goede lokale publieke media-instelling. Anderzijds worden de kwaliteitseisen, gesteld aan die publieke omroep, steeds hoger. Verder valt te constateren dat het medium radio zijn rol als primaire nieuwsleverancier is kwijtgeraakt aan televisie en (mobiel) internet. De huidige radiozenders

hebben een strak format, gericht op een nauwkeurig omschreven doelgroep. Zenders met voor elk wat wils zijn er landelijk niet meer.

De sterkste troeven van een lokale omroep zijn lokaal nieuws en lokale informatie. Alle andere media (m.u.v. de nieuwsbladen) hebben een groter verzorgingsgebied en kunnen zich dus niet zo sterk richten op één gemeente als een lokale omroep. Daarnaast is de redactionele bezetting bij de lokale en regionale pers dusdanig aan het verschromelen dat de rol van de lokale omroep alleen maar belangrijker wordt. Het is daarnaast van belang om aansluiting te houden bij het veranderend mediagebruik en technische ontwikkelingen wat betreft internet en wijze van aanbidding door providers/distributeurs. Versterking van de technische dienst met betaalde krachten zal op termijn noodzakelijk zijn om de continuïteit van de technische faciliteiten te waarborgen. Daarnaast biedt samenwerking in de regio kansen om de eigen omroeprol te versterken.

4 REGIONALISERING

Door de veranderingen in de maatschappij, het medialandschap en de mediaconsumptie heeft de lokale omroepsector nieuwe doelen gesteld. Er is door de branchevereniging OLON een vernieuwingsconvenant gesloten met de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) dat in 2015 inmiddels is herzien. De relaties met het ministerie van OCW, het Commissariaat voor de Media en andere stakeholders zijn aangehaald en sterk verbeterd. Dit alles komt samen in een nieuwe toekomstvisie op de lokale publieke omroep.

Deze visie, die ook de kern vormt van het VNG-convenant, gaat uit van het begrip 'lokaal toereikend media-aanbod' (LTMA). Dat wil zeggen dat elke omroep een programma-aanbod kent dat aansluit bij de behoeften van het verzorgingsgebied. Daarbij is het uitgangspunt dat er circa 50 tot 100 streken te onderscheiden zijn met een zekere maatschappelijke, culturele en/of economische band. Deze natuurlijke habitat is straks het werkterrein van één lokale publieke omroep of een samenwerkingsverband van meerdere in dat gebied actieve omroepen. Hiervoor wordt door de OLON de term 'publieke streekomroep' gehanteerd.

Doel is op een zo laag mogelijk niveau – de 'haarvaten van de samenleving' – het nieuws te vergaren en contact te hebben met de inwoners, terwijl de omroep op een bovenlokaal niveau efficiënter georganiseerd is dat de laatste decennia het geval is geweest.

Om de omroepen beter te faciliteren, heeft de OLON een stichting opgericht die de gemeenschappelijke zaken kan regelen, zoals de distributie naar pakketaanbieders als Ziggo en KPN. Het doel van de stichting is het stimuleren, faciliteren en conditioneren van de sector van publieke omroepen die gericht zijn op het realiseren van een lokaal toereikend media-aanbod conform de ambitie in het convenant tussen OLON en VNG.

Deze Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) zal ook een nieuw in te stellen keurmerk toekennen en bewaken. Alleen omroepen met een keurmerk, of met de aspirant-status daarvan, kunnen gebruik maken van de diensten en voordelen van de NLPO. Het is voor elke omroep of samenwerkingsverband dus van groot belang om het keurmerk te krijgen en te behouden.

4.1 Keurmerk

De criteria van het keurmerk zijn bij de oprichting van de NLPO al duidelijk: het zijn de criteria van het convenant tussen VNG en OLON inzake de definitie van wat een lokaal toereikend media-aanbod is. In een compacte opsomming betreft het dan een lokale publieke media-instelling:

- die gericht is 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 zeker economische, maatschappelijke en sociaal-culturele samenhang;
- die daarmee over het algemeen tussen de 100.000 en 500.000 inwoners bedient in een gebied dat veelal uit meerdere gemeenten bestaat, maar is altijd (veel) kleiner is dan een provincie;
- die redactionele aandacht en maatschappelijke verankering heeft in alle deelgebieden (steden, dorpen) uit die streek en een programmabeleid bepalend orgaan heeft dat representatief is verklaard door de betrokken gemeente(n);

- die als mediacontent zowel audio als video als tekst als foto's publiceert, en dat doet op ten minste de kanalen (lineaire, digitale) radio en (lineaire, digitale) televisie bij alle must-carry-pakketaanbieders, maar ook via eigen internetkanalen, waaronder sociale media, mobiele apparaten en OTT ('over the top'; dit is ontvangst via internet op het tv-toestel);
- die op alle kanalen en in alle mediacontent-typen minimaal vijf dagen per week nieuws brengt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten;
- die haar bedrijfsvoering professioneel heeft geborgd;
- die haar journalistieke processen en kwaliteit professioneel heeft geborgd;
- die een jaarlijkse begroting kent van minimaal € 500.000;
- die ten minste de helft van dat bedrag (dus € 250.000) aan eigen inkomsten genereert, naast de andere helft van dat bedrag dat ontvangen wordt vanuit de wettelijke bekostiging door de betrokken gemeentelijke overheden;
- die een aanwijzing van het Commissariaat van de Media als lokale publieke media-instelling en/of aan alle eisen daaromtrent voldoet.

Er zijn twee 'soorten' keurmerk, die samenhangen met het stadium van de aanvraag en de realisatie van de ambitie van de omroep.

- a. Een aspirant-status wordt verkregen als de ambitie om een lokaal toereikend media-aanbod conform de criteria voldoende onderbouwd is in concrete beleids- en businessplannen en op basis van toetsing van een aantal basiskenmerken, zoals op het gebied van samenwerking in de regio en begrotingen. Een aspirant-status geldt voor ten hoogste drie jaar; binnen die termijn moet het definitieve keurmerk behaald worden.
- b. Een definitief keurmerk volgt na visitatie van de omroep en nadat daarbij is vastgesteld dat concreet en formeel aan alle criteria wordt voldaan. In principe geldt het keurmerk voor vijf jaar. Zodra een zendmachtiging vervalt, vervalt ook het keurmerk. Zodra een zendmachtiging moet worden verlengd, moet ook een nieuwe procedure voor toekenning van het keurmerk doorlopen worden.

De NLPO zal deze uitgangspunten in 2016-2017 nog verder uitwerken.

4.2 Samenwerking landelijk - provinciaal - lokaal

Naast de vorming van publieke streekomroepen en de samenwerking tussen lokale omroepen onderling en via de NLPO zijn er ook meer mogelijkheden voor samenwerking mogelijk. Binnen de publieke omroep zijn voortdurend veranderingen gaande, die onder andere leiden tot meer samenwerking tussen de NPO en de regionale omroepen (nu ROOS, straks RPO), maar ook tussen die omroepelagen en de lokale (streek)omroepen.

Verder zijn de mogelijkheden van publiek-private samenwerking verruimd en worden die gestimuleerd via subsidieregelingen en andere stimulansen. Publieke omroepen moeten echter steeds bewaken dat zij niet dienstbaar zijn aan het maken van winst door derden. Dat is een prijzige valkuil, heeft men in Limburg inmiddels ondervonden.

5 DRIE SCENARIO'S

Op basis van de huidige organisatie en de hiervoor geschetste ontwikkelingen, zijn er voor de Omroep Ede enkele scenario's denkbaar. Bij elk scenario zijn de LTMA-criteria leidend.

5.1 Scenario 1: doorgaan als zelfstandige lokale omroep

Omroep Ede gaat zelfstandig verder als lokale omroep voor een verzorgingsgebied van meer dan 110.000 inwoners. Er wordt wel wat samengewerkt met andere omroepen, maar in een los verband. Omroep Ede zal (zoals b.v. de lokale omroep van de stad Utrecht) zelfstandig als streekomroep fungeren. Knelpunten zitten in de begroting, met name om de dagelijkse nieuwsvoorziening met de daarvoor benodigde menskracht voor elkaar te krijgen.

In de huidige situatie (2016) zijn er nog geen naburige omroepen waarmee Omroep Ede direct een streekomroep kan vormen. Omroep Ede steunt en adviseert RTVV (Veenendaal) in een herstart, maar de kans is aanwezig dat deze niet slaagt. Mocht er geen samenwerking van de grond komen, dan rest de omroep scenario 1.

5.2 Scenario 2: samenwerking met lokale omroepen in de regio

Omroep Ede wil graag samenwerken met de omroep van Veenendaal. Dat komt door de economische, culturele en maatschappelijke overeenkomsten. Inmiddels lijkt de omroepsituatie in Veenendaal steeds duidelijker te worden. RTVV koerst aan op een nieuwe start als radio-omroep voor en door Veenendalers, met de steun en inbreng van Stilok, dat kerkelijke programma's verzorgt in Veenendaal.

Samenwerking met Wageningen ligt ook voor de hand, maar na de herstart van de omroep daar, thans RTV Rijnstreek, is men nog terughoudend. Andere aangrenzende gemeenten om mee samen te werken zijn: Renswoude (nu onderdeel van Stichting Lokale Omroep Midden-Nederland/Midland FM), Barneveld (werkt al in de nieuwe streekomroep VOC Lokaal samen met Nijkerk en Ermelo/Putten) en Rhenen (geen lokale omroep). De gemeente Renkum (geen lokale omroep) ligt meer in de natuurlijke habitat van Arnhem en omgeving.

Samengevat: Omroep Ede ziet graag een streekverband ontstaan voor het zuidelijke deel van de Gelderse Vallei/regio FoodValley, bestaande uit de omroepen van Ede, Veenendaal en Wageningen, aangevuld met Rhenen en Renswoude.

Omroep Ede heeft vooruitlopend op de daadwerkelijke samenwerking in 2015 de stichting Regionaal Mediacentrum Vallei (RMC Vallei) opgericht. Deze stichting moet de drager worden van de streekomroep. Door als losse omroepstichtingen te blijven bestaan, blijven ook de aparte FM-frequenties in stand, waardoor er voor elke gemeente verschillende radiozenders kunnen blijven bestaan. Voor digitaal uitzenden geldt in principe echter: één digitaal radio- en één digitaal tv-kanaal per streekomroep. Scheiding naar gemeente of woonplaats kan natuurlijk wel op internet.

Elke samenwerkende omroep houdt zijn eigen bestuur en pbo. RMC Vallei heeft ook een bestuur en in de toekomst wellicht andere geledingen. Dit houdt in dat communicatie en afstemming cruciaal zijn. RMC Vallei kan daarin een belangrijke coördinerende rol spelen. De technische basis zal naar verwachting – met name op gebied van tv en netwerkbeheer – bij Omroep Ede liggen.

Omroep Ede wil zo spoedig mogelijk afspraken maken met Veenendaal en Wageningen, zodat de status van streekomroep voor meerdere gemeenten zo snel mogelijk gerealiseerd kan worden.

Behalve met omroepen kan en wil Omroep Ede ook samenwerken met andere partners die op mediagebied actief zijn. In eerste instantie wordt daarbij gezocht naar vormen van samenwerking met Koninklijke BDU (uitgever van o.a. Ede Stad en edestad.nl) en de Christelijke Hogeschool Ede (opleiding journalistiek).

Samenwerking met andere partners als Omroep Gelderland, ROC A12 en De Persgroep Nederland (De Gelderlander/De Edese Post) is ook niet ondenkbaar. Omroep Ede staat open voor mogelijkheden die de lokale journalistiek zullen bevorderen.

5.3 Scenario 3: fusie met lokale omroepen in de regio

De bij scenario 2 gewenste samenwerking kan op enig moment leiden tot een fusie van lokale omroepen. In dat geval blijft er maar één zendgemachtigde en dus één FM-programmering over. Niettemin kunnen de samenwerkende omroepen op enig moment besluiten dat het zinvoller is één organisatie te vormen.

Voor Omroep Ede is dit nu niet aan de orde. De inzet is daarom in eerste instantie gericht op scenario 2.

6 PROGRAMMERING

Het media-aanbodbeleid wordt jaarlijks door het pbo vastgesteld en door de hoofdredacteur met zijn programmaleiding en medewerkers uitgevoerd. Op basis van de uitkomsten van het kijk- en luisteronderzoek 2015 zal de nadruk (nog) meer komen te liggen op lokaal nieuws en politiek. Een secundaire focus ligt op sport, religie, cultuur en welzijn.

De omroep werkt verder aan de uitbreiding van de centrale nieuwsredactie met vijf dagen per week vers nieuws via internet, tv en radio. Dit is één van de belangrijkste criteria van het eerder aangehaalde lokaal toereikend media-aanbod (LTMA). Andere criteria eisen de komende periode nog aandacht:

- een redactionele piketdienst voor calamiteiten e.d.;
- een professionele kern in de redactie.

De nadruk ligt op internet, met video en nieuwsberichten, maar dan wel met voldoende continuïteit (fte's). Nieuws is de hoofdtaak, de andere genres (zoals sport en cultuur) ondersteunen dit.

Het tv-aanbod wordt gekenmerkt door uitzending in een 24-uurscarousel met elk uur hetzelfde aanbod, dat sinds oktober 2014 twee keer per week verversst wordt: in de nacht van zondag op maandag en in de nacht van woensdag op donderdag, beiden op middernacht. Gestreefd wordt naar een dagelijkse verversing in het kader van de LTMA-criteria.

Op EDE FM wordt de programmering gehandhaafd, verbeterd, geoptimaliseerd, en waar mogelijk zorgvuldig en gericht uitgebreid. Met dien verstande dat de ICE-norm (verplicht gehalte aan informatie, cultuur en educatie) leidend is. De nieuwsvoorziening al verbeterd door gebruikmaking van horizontale programmering en automatische nieuwscontributie. Dagelijks kan de Edenaar overdag luisteren naar het lokale nieuws. Het medium radio zal dan ook blijvend worden ondersteund.

Het aanbod op de website wordt gekenmerkt door het actuele en geïllustreerde nieuws. Verder is er algemene informatie over de omroep te vinden. Sinds 2011 wordt meer de nadruk gelegd op de nieuwsvoorziening. Daarnaast worden programmamakers steeds meer betrokken bij het toevoegen van informatie uit en over de programma's. Er wordt verder gewerkt met 'sociale media', zoals Twitter en Facebook, om de band met het publiek te versterken. Het rtv-archief wordt steeds verder uitgebreid. Dit als voortzetting van de lijn uit het vorige beleidsplan.

In het kader van regionalisatie is het van belang dat de lokale redacties hun lokale netwerken en voelsprietten blijven gebruiken om zo dicht mogelijk bij het publiek te staan. Een breder perspectief in streekverband kan ook op programmaniveau tot nieuw media-aanbod leiden, onder andere gericht op de maatschappelijk en economische kanten van de regio FoodValley.

7 FINANCIËN

Omroep Ede heeft een lange historie wat betreft de behoudende koers qua uitgaven en investeringen. Niettemin wil de omroep het gesprek aangaan met gemeente over verhoging van de zogeheten bekostiging (voorheen subsidie) van de lokale omroepactiviteiten in de gemeente Ede. Een gezonde doelstelling is 2 euro per inwoner per jaar, zoals ook in b.v. Venlo wordt gehanteerd. Met dit solide fundament kan de omroep op gezonde wijze zijn LTMA-kerntaken uitvoeren.

De gezamenlijke begroting voor een streekomroep is volgens LTMA-criteria minimaal 500.000 euro, waarvan 50% door overheid wordt bekostigd. Besparing door gebruik van gezamenlijke OLON/NLPO-faciliteiten zit in het andere deel van de begroting, het deel van de omroep.

7.1 Commercie

Het is al tijden een lastig onderwerp bij Omroep Ede: een solide inkomstenstroom uit advertenties en sponsoring. De omroep wil blijven zoeken naar de juiste vormen van reclame-exploitatie.

Daarnaast zijn er zorgen over inkomstaspecten van de verschuiving naar internetgebruik en de opkomst van 'ad-blockers' op internet. De omroep kan een sponsorbeleid opstellen voor alternatieve inkomsten en ook audiovisuele producties maken voor anderen in de regio, tegen marktconforme tarieven. Als de regionale samenwerking tot stand komt, zal een en ander wellicht makkelijker te realiseren zijn. Er is dan een groter verzorgingsgebied, met meer commerciële mogelijkheden.

8 HUISVESTING

De periode van het vorige beleidsplan stond in het teken van nieuwe huisvesting zoeken en vinden. De daaropvolgende verhuizing in 2014 heeft die zoektocht afgesloten. Omroep Ede wil de huisvesting nu bestendigen. Uiteraard zal het interieur up-to-date moeten blijven. Een belangrijke wens is nog de vervanging van de oude 'bibliotheek-vloerbedekking' met tal van verschoten plekken.

Punt van zorg blijft de hoogte van de huur- en servicekosten. Die zijn van een andere orde dan bij de vorige locatie. De kosten in het gebouw Cultura moeten voor de omroep beheersbaar blijven.

In gebouw Cultura kan ook met andere partners worden samengewerkt. Met name stichting Cultura is hiervoor nadrukkelijk in beeld. Er zal per 2016 worden gewerkt aan concrete projecten.

9 TOT SLOT

De komende periode wil Omroep Ede zijn blik verruimen. En de ogen zijn vooral gericht op de directe omgeving, niet alleen binnen, maar ook buiten het huidige verzorgingsgebied.

Binnen de planperiode valt ook de vernieuwing van de zendtijdtoewijzing (in 2019). Omroep Ede wil met de hiervoor genoemde plannen wel ambitieus maar niet overmoedig te werk gaan. Een traditie die bij deze stichting al meer dan een kwart eeuw de boventoon voert.

Bestuur Omroep Ede,
april 2016