



Gemeente Heerhugowaard  
T.a.v. Het college van burgemeester & wethouders  
Postbus 390  
1700 AJ HEERHUGOWAARD



\*B201608699\*

**onderwerp**

Gevraagd: zienswijze gemeente streekindeling NLPO

**ons kenmerk**

2016 | 00724 | BK

**datum**

22 juni 2016

Geacht college,

Hierbij vraag ik met betrekking tot de lokale omroep in Nederland uw aandacht voor het volgende.

De omroep in Nederland heeft te maken met technologische innovaties, veranderende maatschappelijke behoeften en gedragswijzigingen van de mediagebruikers. Met name de lokale omroepen lopen daardoor het gevaar niet meer zorg te kunnen dragen voor een onafhankelijke lokale nieuwsvoorziening. De Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON) en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) onderkennen dat die onafhankelijke nieuwsvoorziening, onontbeerlijk voor de lokale democratie, steeds meer in het gedrang komt. Beide organisaties hebben de handen ineen geslagen om te bewerkstelligen dat met een aanpassing van de organisatorische, journalistieke en technische infrastructuur, aan deze trend een halt wordt toe geroepen.

Op grond van de plannen uit het door de OLON en de VNG gesloten Vernieuwingsconvenant gemeenten-lokale omroepen (2012) zijn de eerste stappen gezet. De OLON heeft onder meer de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) opgericht die de collectieve belangen van de lokale omroepen behartigt zoals de technische, facilitaire en administratieve infrastructuur (reclame, auteursrechten, distributievergoedingen). Bijgevoegd treft u het strategisch plan aan van de NLPO.

Naast de behartiging van de collectieve belangen in bovengenoemde zin, leidt naar het oordeel van de OLON/NLPO ook samenwerking op streekniveau tot verhoging van de kwaliteit en de maatschappelijke waarde van het media-aanbod en tot verlaging van de productiekosten. Het tweede Vernieuwingsconvenant, door OLON, NLPO en VNG getekend op 13 november 2015, heeft als kerndoel om een minimaal kwalitatief niveau vast te leggen waaraan een lokale omroep moet voldoen. De samenwerking op streekniveau, derhalve de vorming van streekomroepen, is voor de lokale omroepsector het leidende principe bij de vernieuwing. Een streekomroep in deze zin is een lokale omroep met een verzorgingsgebied dat twee of meer gemeenten omvat en dat een minimum aantal inwoners heeft.

De VNG en de OLON hebben hun leden de afgelopen jaren onder meer door middel van ledenbrieven over de vorming van streekomroepen geïnformeerd. Naar het oordeel van beide organisaties is nu het moment gekomen om deze vernieuwingsbeweging overal in het land nadrukkelijker daadwerkelijk te ondersteunen en te stimuleren. Daartoe heeft eind maart 2016 een zestal bijeenkomsten plaats gevonden ter gelegenheid waarvan de NLPO aan de lokale omroepen een voorstel presenteerde voor de vorming van ruim 60 streekomroepen. De desbetreffende streekindeling treft u in de bijlage "strategisch plan NLPO" aan.

Alvorens de lokale omroepen een begin kunnen en zullen maken met de vorming van een samenwerkingsverband zal overeenstemming moeten worden bereikt over de omvang en de samenstelling van

de onderscheiden streken. In dit kader zijn de lokale omroepen tot 1 juni 2016 in de gelegenheid gesteld te reageren op de door de NLPO voorgestelde streekindeling van Nederland.

In de bijlage "Reactieformulier zienswijze gemeenten" treft u de door NLPO voorgestelde streekindeling aan voor uw gemeente. Als lokale omroepen uit de betrokken gemeenten wijzigingsvoorstellen hebben ingediend worden deze ook inzichtelijk gemaakt op dit formulier.

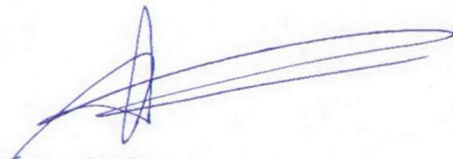
Het oordeel van uw college over de omvang en de samenstelling van de streek waartoe uw gemeente moet worden gerekend vormt een belangrijk uitgangspunt voor de hierboven gememoreerde vernieuwing van de lokale omroep in Nederland. De vraag is welk samenstel van gemeenten volgens uw college kan worden beschouwd als een streek met eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit en door de inwoners wordt beschouwd als hun, vaak gemeentegrenzen overstijgende, natuurlijke habitat.

Uw reactie is een eerste stap naar de definitieve vaststelling van de streekindeling in Nederland, aan de hand waarvan de NLPO de schaalvergroting van de lokale omroep in Nederland zal initiëren. Alle zienswijzen op de streekvorming zullen door NLPO ter advies worden voorgelegd aan een Change Board. Hierin hebben naast afgevaardigden van de sector ook een vertegenwoordiger van VNG en OCW zitting. Voorafgaand aan die definitieve vaststelling zal de NLPO de indelingskaart nog in september 2016 aan de gemeentebesturen voorleggen.

Ik verzoek u, indien mogelijk voor 15 augustus 2016, mij te berichten welke streekindeling van uw college de voorkeur krijgt.

Ik vertrouw erop u vooralsnog voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,



Bernard Kobes  
Directeur-bestuurder NLPO

Mochten er vragen zijn naar aanleiding van dit schrijven van kunt u contact opnemen met NLPO op

T: 035-82 00 383

Bernard Kobes (directeur-bestuurder): 06-13 269 052

Toos Bastiaansen (projectmanager): 06-55 695 914

Bijlagen:

1. Reactieformulier zienswijze gemeente streekindeling
2. Strategisch plan NLPO



## REACTIEFORMULIER

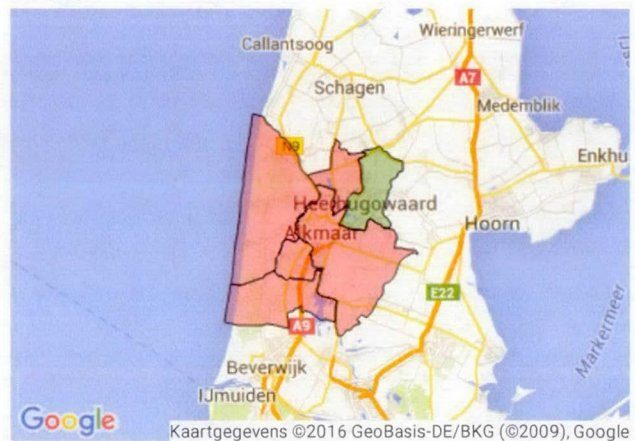
## ZIENSWIJZE GEMEENTEN STREEKINDELING NLPO

1. Uw gemeente maakt in het voorstel van NLPO deel uit van **streek 12, N-Kennemerland, Alkmaar**. Zie hiervoor de afbeelding en opsomming onder "NLPO streek 12".
2. Als er wijzigingsvoorstellen zijn ingebracht door de lokale omroepen treft u die aan onder het kopje "ALTERNATIEVE streek".  
Uw gemeente wordt in deze wijzigingsvoorstellen respectievelijk ingedeeld in:  
**Streek 12-3 BUCH gemeenten**
3. Graag vernemen wij ook de zienswijze van uw college op de vraag welke samenstelling van gemeenten kan worden beschouwd als een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit die door inwoners kan worden gezien als hun, vaak gemeentegrenzen overstijgende, natuurlijke habitat. Wij verzoeken u deze aan te geven onder "ZIENSWIJZE GEMEENTE".

## NLPO streek 12 N-Kennemerland, Alkmaar

Gemeente	Inwoners
Alkmaar	107.106
Bergen (NH)	30.005
Castricum	34.361
Heerhugowaard	53.554
Heiloo	22.553
Langedijk	27.287
Aantal inwoners	274.866

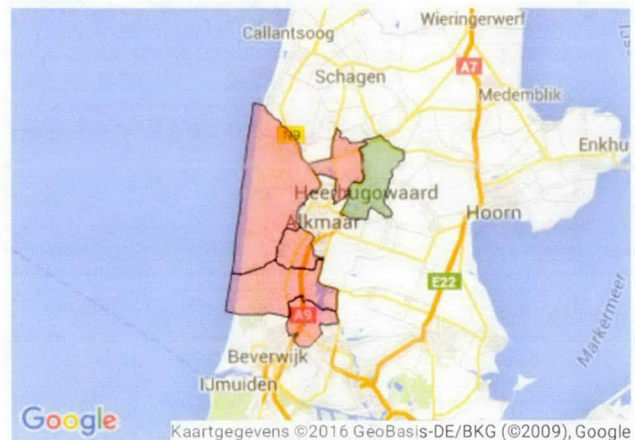
## Kaart



## ALTERNATIEF 12-3 BUCH gemeenten

Gemeente	Inwoners
Bergen (NH)	30.005
Castricum	34.361
Heerhugowaard	53.554
Heiloo	22.553
Langedijk	27.287
Uitgeest	13.291
Aantal inwoners	181.051

## Kaart





**ZIENSWIJZE GEMEENTE**

Naam : \_\_\_\_\_

Functie : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

Datum : \_\_\_\_\_

**LET OP!**

U dient dit formulier inclusief eventuele bijlagen te retourneren aan NLPO:

Per mail: [info@olon.nl](mailto:info@olon.nl) (als pdf)

Per post: NLPO  
Antwoordnummer 21432  
1200 VX Hilversum



The logo consists of the letters 'NLIP' in a stylized, white, sans-serif font. The 'N' and 'L' are connected at the top. The 'I' is a simple vertical bar. The 'P' has a curved top. To the right of the letters is a white circle with a smaller concentric circle inside, resembling a target or a stylized 'O'.

NLIP

STRATEGISCH PLAN

-----  
MEI 2016









<b>Voorwoord</b>	4
<b>1 Inleiding</b>	6
<b>2 Missie</b>	8
<b>3 Visie: hoe spelen lokale omroepen in op veranderingen?</b>	10
<b>4 Doelstellingen</b>	16
4.1 Lokaal Toereikend Media-Aanbod	17
4.2 Naar 50-80 stad- en streekomroepen	19
4.3 Professionaliseren	20
Keurmerk	
Opleidingen	
Kweekvijver	
4.4 Centrale voorzieningen	22
MediaHub	
Overige centrale diensten	
4.5 Budget en financiering	23
Minimaal benodigd budget	
Centrale financiering en aanwijzing streekomroepen	
4.6 Imago, marketing en communicatie	25
4.7 Verhouding OLON en NLPO	27
<b>5 Tot slot</b>	29
Bijlage Voorstel NLPO indeling streekomroepen	30
Colofon	31





WOORD-  
WOORD-



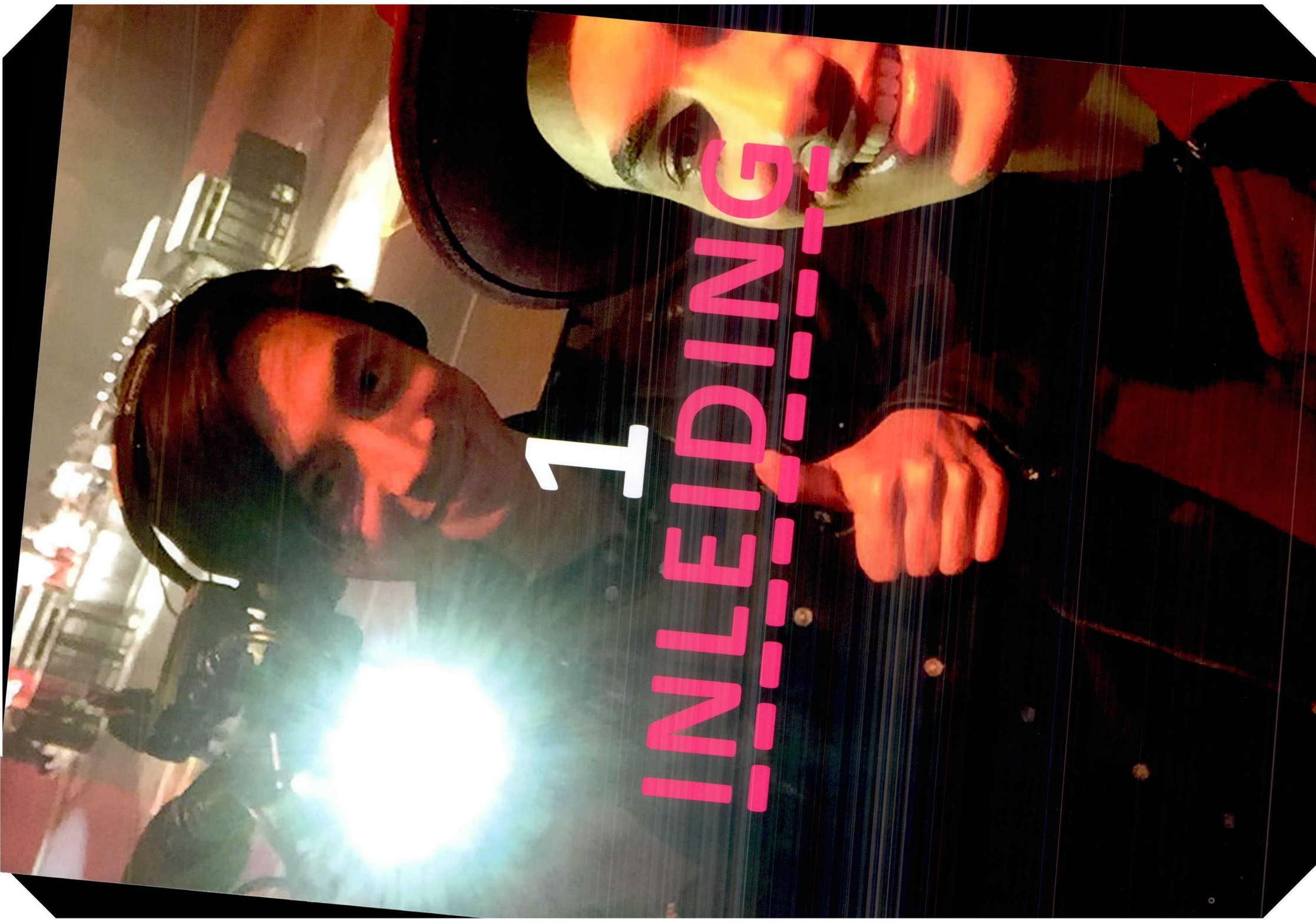


De sector van de lokale omroepen staat aan de vooravond van een aantal ingrijpende wijzigingen. De eisen die het veranderende medialandschap aan de omroepen stelt, liggen aanzienlijk hoger dan in het verleden het geval was. Nieuws moet actueel, onafhankelijk en op een professioneel, inhoudelijk en technisch kwalitatief hoog niveau worden gemaakt. Het moet worden uitgezonden op TV, radio en internet en gericht zijn op de natuurlijke habitat (=streek) van de burger. Deze eisen zijn vastgelegd in 2015 in een convenant tussen de VNG en de OLON/NLPO als Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA).

Het ministerie van OCW heeft voor de komende jaren een structureel bedrag opgenomen in de rijksbegroting ten behoeve van het ontwikkelen en exploiteren van collectieve voorzieningen voor de gehele sector. In 2015 is de stichting NLPO (Nederlandse Lokale Publieke Omroepen) opgericht om de professionalisering binnen de sector vorm te geven. De NLPO opereert relatief onafhankelijk van de OLON en lokale omroepen. Het bestuur van de NLPO rapporteert aan een onafhankelijke Raad van Toezicht. Belangrijke strategische pijler is de oprichting van streekomroepen. De vorming van streekomroepen is ook financieel noodzakelijk. Gemeenten hebben een wettelijke bekostigingsplicht van de lokale omroepen. In de praktijk zijn er grote verschillen tussen gemeenten. Vaak baseren ze het budget voor de lokale omroep op het aantal huishoudens per gemeente. Dit is opmerkelijk omdat het aantal huishoudens niets zegt over de eisen die aan een lokale omroep worden gesteld. Bepalend voor het benodigde budget zijn immers de inhoudelijke en technische eisen die zijn vastgelegd in de afspraken over LTMA. De kosten die een omroep moet maken om dit LTMA te realiseren zijn de ondergrens voor de bekostiging van een streekomroep door de lokale overheid.

De NLPO heeft zelf uitgerekend dat een goed functionerende streekomroep jaarlijks een budget van meer dan 500.000 euro nodig heeft. Het totaal benodigde, landelijke jaarbudget voor streekomroepen hangt dus af van het aantal te vormen streekomroepen. De NLPO is ervan overtuigd dat we de huidige 260 lokale omroepen moeten omvormen tot 50-80 streekomroepen. Op die manier kunnen we een toekomstbestendige sector realiseren. Het plan hiervoor staat beschreven in dit document.

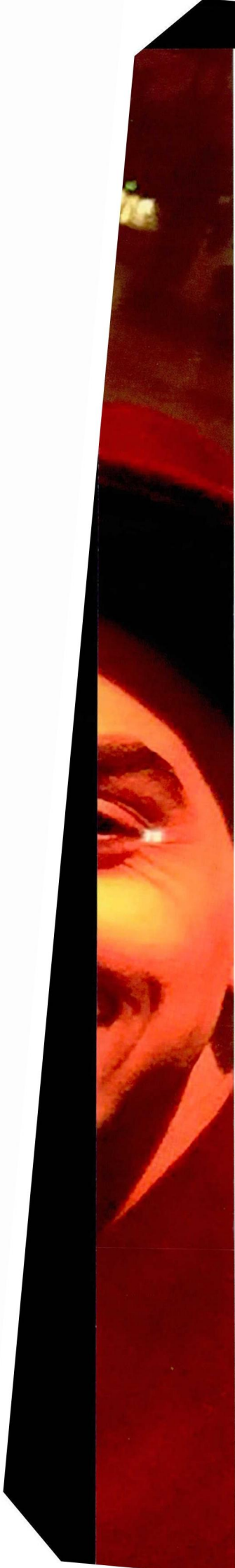




1

**INLEIDDING**





De gemeente besluit tot een ingrijpende verbouwing van de winkelstraat en van de omliggende parkeerplaatsen. Buurtbewoners hebben zich verenigd om iets te doen aan de verkeersveiligheid. Een groot bedrijf opent een nieuwe vestiging in de streek waardoor er veel nieuwe banen komen. Zorginstellingen schakelen vrijwilligers in om eenzame ouderen te bezoeken. Dit zijn allemaal onderwerpen waar lokale omroepen over berichten. Op televisie, via de radio en steeds meer ook op hun websites en via sociale media. Lokale omroepen willen ook in de toekomst hun publieke en democratische functies blijven vervullen. Omdat samenleving en techniek aan snelle en ingrijpende veranderingen onderhevig zijn, moeten zij daarvoor zowel hun schaal vergroten als professioneler worden.

Voor u ligt het strategisch plan van de NLPO. Daarin geeft de NLPO aan hoe ze de toekomst van lokale omroepen ziet. Het strategisch plan bevat de doelstellingen van de NLPO voor de vorming van streekomroepen. Tevens wordt uiteengezet hoe de NLPO zich de komende jaren gaat inspannen om deze doelstellingen te realiseren.

### **Inhoud strategisch plan**

Het strategisch plan begint in hoofdstuk 2 met de missie van de NLPO. Vervolgens geven we in hoofdstuk 3 onze visie op veranderingen in het medialandschap weer. We geven aan hoe de vorming van streekomroepen ervoor kan zorgen dat lokale omroepen ook in de toekomst relevant blijven.

De doelstellingen van de NLPO met betrekking tot de vorming van streekomroepen voor de komende vijf jaar vormen het hart van dit strategisch plan. Deze komen aan bod in hoofdstuk 4. Achtereenvolgens gaan we in paragraaf 4.1. in op wat we verstaan onder een Lokaal Toereikend Media-Aanbod en hoe de vorming van streekomroepen hieraan bijdraagt. In paragraaf 4.2. geven we aan welke stappen we gaan ondernemen om tot 50-80 streekomroepen te komen. Paragraaf 4.3. en 4.4 gaan in op de centrale voorzieningen die bijdragen aan verdere professionalisering, meer efficiency en betere dienstverlening. Aan bod komen onder andere een keurmerk voor streekomroepen, de MediaHub en opleidingen. In paragraaf 4.5. bespreken we het minimale budget dat een streekomroep nodig heeft om in een Lokaal Toereikend Media-Aanbod te kunnen voorzien. Ook de opties die er zijn om de financiering en verlening van vergunningen voor streekomroepen wettelijk te verankeren komen in deze paragraaf aan bod. Paragraaf 4.6 tenslotte beschrijft de verhouding tussen OLON en NLPO.









Lokale omroepen zijn de waakhond van de lokale democratie. Ze volgen de politieke agenda en controleren wethouders, het gemeentebestuur, maatschappelijke instellingen en bedrijven. Ze attenderen burgers en bestuur op problemen die van belang zijn en hebben zo ook een agenderende functie. Maar ze zijn meer dan dat: ze verbinden burgers met elkaar en met hun omgeving. Ze bieden hen een platform voor discussie. Ze besteden aandacht aan culturele en sportieve evenementen en ze informeren burgers over andere belangrijke ontwikkelingen op lokaal niveau.

De Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen – NLPO – bundelt de krachten van lokale omroepen door het voortouw te nemen in de omvorming van lokale omroepen tot streekomroepen. De vorming van streekomroepen moet ervoor zorgen dat er ook in de toekomst journalisten in de haarvaten van de lokale samenleving zitten, dat zij verslag kunnen doen van alles wat relevant is voor burgers en voor de lokale democratie en dat zij hun agenderende, controlerende, samenbindende en andere publieke functies kunnen blijven vervullen.




3

VISIE

-----





Lokale omroepen hebben net als andere mediaorganisaties te maken met veranderingen in het medialandschap, in mediagebruik en in de samenleving. In deze paragraaf bespreken we de belangrijkste ontwikkelingen waar lokale omroepen een antwoord op moeten vinden.

Professionalisering van lokale omroepen is noodzakelijk. De NLPO neemt daarin het voortouw. Ze gaat lokale omroepen ondersteunen in de omvorming naar streekomroepen. Alleen streekomroepen kunnen op termijn over voldoende middelen beschikken om professioneel en efficiënt te werken en om een gevarieerd en breed media-aanbod te verzorgen voor verschillende lokale doelgroepen. Alleen streekomroepen hebben voldoende schaal om toegevoegde waarde te bieden in een medialandschap met veel andere aanbieders die concurreren om de aandacht van websitebezoekers, kijkers en luisteraars.

### **Verschraling van lokaal nieuwsaanbod**

Onderzoekers, politici, managers van mediaorganisaties en anderen uiten regelmatig hun zorgen over de journalistiek in Nederland. Vooral over de journalistiek op regionaal en lokaal niveau luiden ze de alarmklok.<sup>1</sup> Uitgevers van regionale en lokale bladen kampen met zwaar weer en op publieke omroepen wordt bezuinigd. Met als gevolg dat redacties krimpen. In veel gemeenten ontbreekt de spreekwoordelijke journalist op de publieke tribune van de gemeenteraadsvergadering. In kleine gemeenten (< 50.000 inwoners) zijn vaak geen professionele journalisten meer die berichten over de directe leefomgeving van de inwoners. Onderwerpen die van belang zijn voor burgers verdwijnen onder de radar.

Tegenover de neergang van traditionele media staat de opkomst van nieuwe online journalistieke diensten. Er is sprake van een uitdijend aanbod van bloggers, vloggers en community websites, ook op lokaal en regionaal niveau. Er zijn diverse apps en websites die zich richten op 112 nieuws en verslagen van sportwedstrijden in combinatie met agendaberichten en advertenties. Vaak worden deze nieuwe diensten vooral gevuld met bijdragen van vrijwilligers. Dit type aanbod is weliswaar heel divers en wijdverspreid, maar heeft weinig continuïteit en levert ook niet altijd voldoende journalistieke kwaliteit.

Veel van dergelijke (hyper)lokale initiatieven stoppen na verloop van tijd, wanneer de actiefste vrijwilliger een andere baan krijgt of om andere redenen geen tijd meer kan stoppen in het bijhouden van de app of site. Tegelijkertijd blijven er telkens nieuwe experimenten ontstaan. Een recente ontwikkeling is bijvoorbeeld het ontstaan van regionale samenwerkingsverbanden van lokale en regionale kranten en omroepen, waar soms ook burgerinitiatieven of andere lokale organisaties bij zijn betrokken.





In dit roerige landschap kunnen streekomroepen een belangrijke rol vervullen. Zij zullen daarbinnen, op het terrein van (hyper)lokaal nieuws, wel hun toegevoegde waarde moeten bewijzen.

### **Nieuwsconsumptie verschuift naar online en mobiel**

Meldingen op onze mobiele telefoon, kondigen aan dat er iets belangrijks is gebeurd in de wereld. We hoeven daarvoor al lang niet meer te wachten tot het acht uur journaal of tot de krant op de deurmat ploft. De snelle beschikbaarheid van nieuws en informatie uit alle windstreken en op tal van apparaten, is een van de ingrijpendste veranderingen in media aanbod en mediagebruik.

Televisie, radio en kranten blijven onderdeel van het mediamenù van mensen, maar steeds meer mensen, en vooral jongeren, volgen het actuele nieuws via internet en hun mobiele telefoon.<sup>2</sup> Via internet en mobiele telefoon hebben burgers toegang tot meer en meer verschillende nieuws- en informatiebronnen dan voorheen en wordt



de concurrentie voor de traditionele omroepen en kranten groter. De leestijd loopt terug en de kijktijd groeit.<sup>3</sup> Dit toont dat televisie onverminderd belangrijk blijft. Maar binnen die kijktijd gaat een groter deel van de tijd naar andere dan de traditionele mediamerken, waaronder aanbieders van *video-on-demand* diensten, zoals Netflix. Online neemt het belang van video toe.<sup>4</sup>

Ook de aandacht van de gebruikers van lokale media verschuift gedeeltelijk naar andere platforms, waaronder websites en apps. Het jaarberek van lokale televisie is tussen 2005 en 2014 afgenomen van 57% naar 42%, het jaarberek van radio is gelijk gebleven (25%) en het jaarberek van websites is toegenomen (van 9 naar 27%).<sup>5</sup> In 2014 bereiken de sociale media uitingen van lokale omroepen 16% van de bevolking. Lokaal bereik van TV in de steden is groot. Lokale televisie bereikt ouderen beter dan jongeren, websites en sociale media scoren weer beter onder jongeren. Opvallend is dat vooral jongeren in grote steden naar lokale radio luisteren (jaarberek 54%). Dit is in lijn met de landelijke en regionale kijk- en luistercijfers.

Op lokaal niveau zijn er meer spelers, waaronder private aanbieders van apps en websites met inhoud die gebruikers en burgers zelf aanleveren. Daarnaast vinden gebruikers relevant nieuws niet altijd meer rechtstreeks via de websites van aanbieders als Google, YouTube en Facebook. Zij leveren in toenemende mate de platforms waarop mensen nieuwsvideo's bekijken, berichten lezen, en ook zelf berichten en video's publiceren en delen. De kans dat een inwoner van een gemeente de reportage van de lokale omroep eerder vindt via een Facebookbericht van een vriend dan via de website van de omroep is groot. Voor vrijwel alle traditionele media geldt dat de meeste bezoekers niet rechtstreeks het adres van de website intypen in hun browser of zoekmachine, maar via berichten van vrienden op sociale media bij hun website terecht komen. Bezoekers bekijken vervolgens eerder de volgende video die YouTube hen suggereert dan dat ze een andere video bekijken op de website van de lokale omroep, of ze scrollen verder door hun Facebooktijdlijn. Dat distributie van (lokale) media steeds vaker via sociale mediaplatforms verloopt, kan ten koste gaan van de naamsbekendheid en de vindbaarheid van lokale omroepen. En dat heeft vervolgens weer gevolgen voor de advertentie-inkomsten van traditionele mediamerken.

Landelijke en regionale media prediken al geruime tijd het motto 'Digital First'. Ook lokale media verspreiden hun content steeds meer via digitale platforms, waaronder websites, apps, Facebook, Whatsapp, Snapchat, Instagram, YouTube en andere sociale media. Voor lokale media is het de kunst om onderdeel te blijven van het nieuwsmenu van burgers. Dit betekent onder andere dat ze moeten zorgen dat hun televisienieuwsblokken continu beschikbaar zijn, via televisie, maar ook via online livestreams en ook door losse items die op aanvraag beschikbaar zijn. Het betekent ook dat hun nieuws goed vindbaar moet blijven door het via sociale media platforms te verspreiden, maar ook door de inhoud van goede trefwoorden te voorzien zodat het ook via zoekmachines vindbaar blijft.



## Afnemend maatschappelijk vertrouwen

Afnemend vertrouwen in politiek en maatschappelijke instellingen is een andere invloedrijke trend. De landelijke overheid heeft veel taken naar lokaal niveau verlegd. Gemeenten zijn nu verantwoordelijk voor werkzoekenden, sociale uitkeringen, de jeugdzorg en voor de zorg aan ouderen en langdurig zieken. Deze verschuivingen verlopen niet zonder slag of stoot. Dagelijks horen we berichten over instanties die langs elkaar werken, zieken die al maanden op hun uitkering wachten of werkzoekenden die verstrikt raken in bureaucratische procedures. Ook de toestroom van grote aantallen vluchtelingen heeft ingrijpende consequenties in veel gemeenten, vooral in gemeenten waar grote opvanglocaties komen.

Gemeenten moeten dus grote maatschappelijke vraagstukken oplossen. Tegelijkertijd hebben burgers minder vertrouwen in de instellingen die zijn aangewezen om deze vraagstukken te lijf te gaan. Dit zorgt voor onzekerheid onder burgers en leidt tot onrust in gemeenten. Lokale besturen staan hierdoor regelmatig onder sterke druk.

In dergelijke tijden zijn lokale media van groot belang. Zij kunnen de ontwikkelingen verslaan, maar belangrijker nog: van duiding voorzien. Idealiter zijn hun verslaggevers er niet alleen wanneer problemen hun kookpunt bereiken, en wanneer deze ook de landelijke media bereiken, maar blijven zij de onderwerpen volgen. Ook wanneer de onderwerpen niet langer in het middelpunt van de belangstelling staan.

De gevolgen van decentralisaties of de komst van een asielzoekerscentrum zijn immers niet van de een op de andere dag verdwenen. Juist lokale media kunnen het gemeentebestuur, politici, zorginstellingen, ondernemingen en andere betrokkenen blijven controleren. Zij kunnen hen kritisch blijven volgen in hun zoektocht naar oplossingen en berichten over hun succes en falen. Ook kunnen zij bijdragen aan debat en dialoog tussen burgers, politiek, bedrijven en instellingen of tussen burgers onderling.

## Streekomroepen als antwoord op de veranderingen

Streekomroepen kunnen een belangrijke laag in het publieke mediabestel worden. Zeker als ze er in slagen om in te spelen op de technologische en maatschappelijke veranderingen, om bestaande en nieuwe groepen mediagebruikers te bereiken en om nieuwe groepen actieve vrijwilligers en burgerjournalisten aan zich te binden. Ze kunnen meer continuïteit en professionaliteit bieden dan de versnipperde lokale omroepen en burgerinitiatieven. Door hun inkomsten uit publieke middelen zijn ze niet uitsluitend afhankelijk van commerciële inkomsten. Ze zijn geworteld in gemeente en streek, onder andere door de vele vrijwilligers die er werken en de contacten die ze hebben met organisaties, bedrijven en mensen in de omgeving.



Lang niet alle lokale omroepen zijn echter volledig toegerust op zo'n rol. Ze moeten hun aanbod, distributie, marketing en communicatie nog beter aanpassen aan de veranderingen in mediagebruik. Ze moeten sneller inspelen op technologische vernieuwingen en veranderingen in de samenleving. En ze moeten bepalen waar ze toegevoegde waarde hebben bovenop het al beschikbare media-aanbod.

- 1 Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, Hogeschool Windesheim en DSP-groep *Nieuwsvoorziening in de regio 2014 (2015)*. Den Haag: Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Ministerie van OCW (2014). *Brief aan de Tweede Kamer. Toekomst van het publieke mediabestel*. 13 oktober 2014.
- 2 Media Standaard Survey, 2016, <https://www.svdj.nl/nieuws/nederland-gaat-mobiel/>
- 3 N. Sonck en J. De Haan (2015). *Media: tijd in beeld. Dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- 4 Kasem, A., M.J.F van Waas en K.C.M.E Wannet (2015). *Anders nog nieuws? Scenario's voor de toekomst van de journalistiek*. Den Haag: Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. <http://www.journalistiek2025.nl>
- 5 DVJ Insights, *OLON onderzoek lokale media landelijk*, 2 april 2014. Het weekbereik van lokale televisie was in 2014 21%, van lokale radio 12% en van websites 14%.





4

# DOEL- STELLING





We gaan ervan uit dat er in de komende vijf jaar ongeveer 50-80 streekomroepen ontstaan. We willen activiteiten ontplooiën om streekomroepen te ondersteunen bij het verzorgen van een Lokaal Toereikend Media-Aanbod en in de verdere professionalisering en modernisering van hun aanbod en methode van werken. In dit hoofdstuk zetten we de belangrijkste doelstellingen en activiteiten op een rij.

## 4.1 LOKAAL TOEREIKEND MEDIA-AANBOD

---

Lokale omroepen voorzien burgers van informatie over zaken die hun dagelijkse leefomgeving spelen. In de mediawet is vastgelegd dat het aanbod van lokale omroepen voor ten minste vijftig procent van de uitzendduur moet bestaan uit aanbod van informatieve, culturele en educatieve aard dat in het bijzonder betrekking heeft op de gemeente waarvoor het aanbod bestemd is (artikel 2.70). Om zijn publieke functie echt goed uit te kunnen voeren moet dit aanbod echter ook op alle platforms beschikbaar zijn en van goede kwaliteit zijn. Zeker in het licht van de veranderingen in mediagebruik van consumenten en de toegenomen concurrentie moeten lokale omroepen hun toegevoegde waarde kunnen bewijzen. Daarom hebben de NLPO en VNG in een convenant vastgelegd dat een volwaardige streekomroep een zogenaamd Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) moet bieden. Daaronder verstaan we in ieder geval:

- aanbod dat gericht is op de omgeving waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen;
- voor een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit of enige mate van samenhang. Dit gebied kan de gemeentegrenzen overschrijden;
- aanbod dat voor iedereen in de streek bereikbaar en vindbaar is;
- aanbod dat beschikbaar is op alle relevante platforms;
- aanbod (audio, video, tekst en foto's) dat wordt gepubliceerd op ten minste de (lineaire, digitale) radiozenders en (lineaire, digitale) televisiekanalen bij alle must-carry pakketaanbieders, en via eigen internetkanalen, waaronder sociale media, mobiele apparaten en OTT (Over the Top TV).
- op alle kanalen en in alle mediatypen minimaal vijf dagen per week nieuws brengt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten.





Naast de inhoudelijke criteria voor het aanbod zijn er ook criteria voor de bedrijfsvoering en de organisatie, te weten:

- het aanbod komt tot stand door een professionele bedrijfsvoering;
- er is sprake van een optimale kruisbestuiving tussen professionals en vrijwilligs, c.q. betaalde en onbetaalde krachten.

In 2012 sloten de OLON en de VNG een convenant voor vier jaar waarin ze afspraken vastlegden over het Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) dat streekomroepen moeten leveren. Dit convenant geeft gemeenten houvast bij de vorming van streekomroepen. Het convenant is in 2015 geactualiseerd. In de uitvoeringsagenda staat onder andere dat de convenantpartners verdere professionalisering en samenwerking tussen lokale omroepen zullen bevorderen door onder andere voorlichtingsbijeenkomsten, nieuwsbrieven, handreikingen, mediators/bestuurlijke ambassadeurs, technische faciliteiten en nader financieel onderzoek naar bedrijfsvoering en bekostiging .



## 4.2 NAAR 50-80 STREEKOMROEPEN

In 2015 heeft de ledenvergadering van de OLON ingestemd met de oprichting van de Stichting NLPO. Daarmee stemde de OLON ook in met de ambitie om een professioneler lokaal media-aanbod te realiseren door de krachten te bundelen in streekomroepen. Er zijn anno 2016 ongeveer 260 lokale omroepen. Binnen vijf jaar moeten die zijn samengevoegd tot ongeveer 50-80 streekomroepen. Alleen wanneer lokale omroepen zich door fusies omvormen tot streekomroepen kunnen ze voldoende schaal realiseren en zijn ze in staat om het vereiste Lokaal Toereikend Media-Aanbod te bieden.

Streekomroepen kunnen profiteren van gedeelde technische voorzieningen en een efficiëntere organisatie. Ze kunnen veel dingen efficiënter organiseren, waaronder de begeleiding van vrijwilligers, personeelsbeleid, de inkoop van apparatuur en de verkoop van advertenties. Daarmee vergroten ze hun slagkracht en kunnen ze uiteindelijk meer geld en energie steken in het produceren van goede, lokale programma's en een stevig online aanbod. Door te fuseren, kunnen lokale omroepen de kwaliteit van hun redactionele inhoud verhogen en meer aandacht besteden aan onderwerpen die lokaal van belang zijn. De NLPO kan streekomroepen vervolgens ondersteunen met centrale faciliteiten.

Er zijn verschillende lokale omroepen die samenwerken en in een aantal gemeenten zijn lokale omroepen gefuseerd met de omroepen uit naburige gemeenten. Er zijn echter nog geen samenwerkingsverbanden die in alle opzichten voldoen aan de criteria die gelden voor een optimaal functionerende streekomroep. Sommige lokale omroepen hebben bijzondere programmavernieuwingen doorgevoerd waardoor ze erin slagen een jonger publiek te bereiken. Andere lokale omroepen blinken uit in een efficiënte bedrijfsvoering, of slagen er goed in adverteerders aan zich te binden. Weer andere werken intensief samen met allerlei maatschappelijke organisaties of met lokale en regionale kranten en websites. Maar vrijwel geen enkele lokale omroep of samenwerkingsverband doet het in alle opzichten goed. De ideale streekomroep zou op alle terreinen goed moeten scoren: op het terrein van programmering, journalistieke kwaliteit, bereik, bedrijfsvoering, technologie en financiën.

De OLON heeft in de afgelopen jaren al een aantal lokale omroepen ondersteund in de omvorming naar een streekomroep. In de komende periode wil de NLPO dit proces nog voortvarender ter hand nemen. De NLPO gaat op verschillende plaatsen in het land bijeenkomsten organiseren om voorlichting te geven over hoe lokale omroepen en gemeenten de vorming van streekomroepen in dat deel van het land het beste kunnen aanpakken.





Bijlage A bevat een kaart met een eerste, mogelijke indeling van Nederland in zo'n 50-80 streekomroepen. Deze indeling is gebaseerd op al bestaande samenwerkingsvormen tussen gemeenten op andere terreinen (zorg, economie etc.) zoals weergegeven in de Atlas van Nederland, samengesteld door het Ministerie van Binnenlandse Zaken ([regioatlas.nl](http://regioatlas.nl)). In de loop van 2016 wil de NLPO samen met lokale omroepen tot een definitieve indeling komen.



## 4.3 PROFESSIONALISEREN

De NLPO wil lokale en streekomroepen op diverse terreinen ondersteunen om de sector verder te professionaliseren. Enkele van de belangrijkste initiatieven die de NLPO op dit terrein onderneemt, komen in deze paragraaf aan bod.

### Keurmerk

De NLPO gaat een keurmerk invoeren voor streekomroepen die voldoen aan de criteria die gelden voor een Lokaal Toereikend Media-Aanbod. De NLPO heeft het Nederlands Keurmerkeninstituut gevraagd om te ondersteunen bij het opstellen van een procedure voor het toekennen van een keurmerk. Deze procedure moet in 2016 zijn opgesteld.

Omroepen die dit keurmerk hebben, kunnen hier melding van maken in hun aanvraag voor een vergunning bij het CvdM en bij toewijzings- en subsidieaanvragen aan de gemeente. Het kan gemeenten helpen in de beoordeling van de kwaliteit van de omroep en de toekenning van financiering.

### Opleidingen

Er werken ongeveer 20.000 onbetaalde krachten bij lokale omroepen en 500 betaalde krachten. Vrijwilligers leveren een onmisbare bijdrage aan de programma's en online inhoud van lokale omroepen. Zij zijn de voelsprietten in de lokale samenleving. Vrijwilligers hebben echter ook scholing nodig in journalistieke werkwijzen en in technische kennis. Hun bijdrage komt het best tot zijn recht wanneer ze regelmatig een opleiding kunnen volgen en wanneer er binnen de omroep een goede mix is van betaalde en onbetaalde krachten.

Om beter in te spelen op de toekomstige opleidingsbehoeften gaat de NLPO het huidige, eigen aanbod van cursussen en opleidingen herzien en meer samenwerken met externe aanbieders van cursussen en kennisinstellingen. In 2016 zal de NLPO een inventarisatie van de opleidingsbehoeften van lokale omroepen afronden. Op basis van deze inventarisatie maakt de NLPO een opleidingsplan. Onderdeel daarvan wordt in ieder geval cursusaanbod gericht op het verstevigen of realiseren van Lokaal Toereikend Media-Aanbod en op technologische vernieuwing.

### Kweekvijver

De NLPO wil de komende jaren in haar communicatie-uitingen extra aandacht besteden aan de rol van de lokale omroep als kweekvijver van talent, onder andere in de Week van De Lokale Omroep. Lokale omroepen zijn altijd al een kweekvijver geweest voor talenten die hun loopbaan beginnen als vrijwilliger bij een lokale omroep en dan doorstromen naar banen bij regionale of landelijke omroepen. De kweekvijverfunctie blijft ook in de toekomst van belang.

## 4.4 CENTRALE VOORZIENINGEN

---

### De MediaHub

In de afgelopen jaren is veel tijd besteed aan de bouw van een technologisch geavanceerde MediaHub. De MediaHub maakt het mogelijk dat alle omroepen hun omroepsignaal aanleveren bij een centraal punt in Hilversum. Daar wordt het signaal omgezet naar diverse standaarden. Vervolgens kunnen kabelmaatschappijen en telecombedrijven het signaal op een centrale plek afnemen. Het signaal wordt ook geschikt gemaakt voor het uitspelen op smart TV's, tablets en mobiele telefoons. De MediaHub maakt de distributie van de content van lokale omroepen efficiënter, goedkoper en garandeert een betere kwaliteit van het signaal.

Met de MediaHub maakt de sector een belangrijke professionaliseringsslag in de signaalkwaliteit, multi-platformdistributie en continuïteit van de distributie. Het bereik en vindbaarheid van de lokale omroep content neemt hierdoor aanzienlijk toe. Bovendien maakt een gezamenlijke bundeling en centralisatie van (technische) diensten en distributie van lokale omroep content de positie van de lokale omroep (als sector) veel sterker. De kwaliteit van het aanbod gaat omhoog, de versnippering vermindert en het biedt diverse mogelijkheden voor nieuwe (gezamenlijke) dienstenontwikkeling. Ook op diverse nieuwe platforms van distributeurs en overige contentaanbieders.

Daarmee is de MediaHub een belangrijk instrument in het realiseren van de ambities van de NLPO. In 2015 zijn de eerste vijftig lokale omroepen aangesloten op de MediaHub. Uiteindelijk moeten alle streekomroepen zijn aangesloten op de MediaHub.

Daarnaast werkt de NLPO aan een plan voor een volledige, toekomstbestendige technologische infrastructuur en faciliteiten voor streekomroepen: een zogenaamde technologische blauwdruk. De NLPO zal dit plan in medio 2016 presenteren.

Streekomroepen kunnen tot 2017 gratis gebruik maken van de diensten van de MediaHub. Daarna worden de kosten van deze dienst maandelijks in rekening gebracht. Afhankelijk van de capaciteit en financiële mogelijkheden zal in de loop van 2017 worden gezien of het MediaHub platform ook voor gebruik door andere omroepen beschikbaar zal worden gesteld.



## Overige centrale diensten

Denk onder andere aan:

- centrale afspraken met kabelmaatschappijen en telecombedrijven over distributie en over de daarmee verbonden auteursrechten
- centrale in- en verkoop van rechten bij BUMA en SENA
- uitwisseling en verkoop van content

# 4.5 BUDGET EN FINANCIERING

## Minimaal benodigd budget

Een slagvaardige, publieke streekomroep is een omroep met een bepaalde minimale omvang. Die omvang kan worden uitgedrukt in een minimaal benodigd budget. De NLPO heeft zelf uitgerekend dat het hierbij gaat om een minimaal budget van 500.000 maar laat daar in 2016 onderzoek naar doen om dit getal te onderbouwen. De VNG en het ministerie van OCW participeren in het onderzoek.

Lokale omroepen in enkele grote gemeenten, die voor een groot deel reeds aan de LTMA eisen voldoen, hebben nu al een budget van meer dan 500.000 euro per jaar. Met een lager bedrag is het niet mogelijk om een Lokaal Toereikend Media-Aanbod te realiseren. Dit bedrag moet uit bijdragen van gemeenten komen, aangevuld met commerciële advertentie-inkomsten. De NLPO zet zich in om gemeenten te overtuigen van de noodzaak tot de vorming van streekomroepen en tot het leveren van een gemeentelijke bijdrage daaraan. Daarnaast wil de NLPO ook de mogelijkheden voor meer commerciële inkomsten onderzoeken. Daarbij denken we onder andere aan het organiseren van gezamenlijke advertentie-inkoop. Wanneer de NLPO landelijke adverteerders de mogelijkheid kan bieden om hun advertenties via streekomroepen te verspreiden, worden lokale omroepen ook voor landelijke adverteerders interessant. Vanzelfsprekend blijven ook lokale adverteerders een belangrijke inkomstenbron voor streekomroepen.

## Centrale financiering en aanwijzing streekomroepen

Voor de NLPO staat het collectieve belang van de sector en van een kwalitatief hoogwaardig lokaal media-aanbod voorop. Het collectieve belang kan soms botsen met de belangen van individuele lokale omroepen en de producenten of toeleveranciers waarmee ze samenwerken. Fusies tot streekomroepen, professionalisering en samenwerking op het terrein van technische en organisatorische voorzieningen zijn echter noodzakelijk om ook in de toekomst

een rol van betekenis te kunnen blijven spelen in het medialandschap. Het realiseren van een toekomstbestendige, lokale nieuws- en informatievoorziening is de belangrijkste drijfveer achter de vorming van streekomroepen en de oprichting van de NLPO.

De NLPO wil samenwerken met regionale en landelijke publieke omroepen en een betrouwbare en stevige gesprekspartner zijn voor NPO en RPO. Het streven is dat streekomroepen uiteindelijk een integraal onderdeel worden van het publieke mediabestel. Tezamen zijn landelijke-, regionale- en streekomroepen verantwoordelijk voor een goed functionerend publieke omroep bestel.

De aanwijzing en de financiering van lokale omroepen verlopen nu nog via het Commissariaat van de Media (CvdM) c.q. gemeenten. In het licht van de vorming van streekomroepen, is het het meest effectief om de aanwijzing en financiering van streekomroepen niet via gemeenten maar centraal, via de NLPO, te regelen. De NLPO kan de middelen vervolgens verdelen over streekomroepen.





Voor de wijze waarop de financiering en vergunningverlening van streekomroepen wettelijk verankerd zouden moeten worden, zijn verschillende modellen denkbaar. Gemeenten kunnen onderling afspraken maken over de vorming van streekomroepen, de bekostiging en de toewijzing van een vergunning. Een andere optie is dat de positie van streekomroepen op een vergelijkbare manier in de Mediawet wordt verankerd als regionale en landelijke omroepen, met landelijke toewijzing van vergunningen en financiering door de landelijke overheid. Hybride modellen zijn ook mogelijk, waarbij de financiering bijvoorbeeld deels door de landelijke en deels door gemeentelijke overheden plaatsvindt. De NLPO zal zich de komende tijd inspannen om samen met de belanghebbenden tot het meest optimale model te komen.

## 4.6 IMAGO, MARKETING EN COMMUNICATIE

---

De bekendheid met lokale omroepen is relatief groot. Veel mensen weten van het bestaan van lokale omroepen, maar lang niet iedereen maakt gebruik van het aanbod van lokale omroepen. Lang niet iedereen weet dat de meeste lokale omroepen op alle platforms, dus ook online, actief zijn. Dit kan te maken hebben met gebrek aan interesse, geringe verbondenheid met de lokale omgeving of met gebrek aan kwaliteit van het aanbod. Het kan ook zijn dat mensen niet goed weten wat lokale omroepen te bieden hebben. Lokale omroepen lijden vaak aan een stoffig imago, terwijl dit lang niet altijd overeenstemt met de werkelijkheid.

Ook de bekendheid met de vereniging van lokale omroepen – de OLON – en met de NLPO is gering. Lokale omroepen, OLON en NLPO hebben daarom baat bij meer bekendheid en een sterker imago. Een eenduidige merkvoering en naamgeving kunnen daaraan bijdragen.

Er zijn al diverse evenementen die de lokale omroep in het zonnetje zetten, zoals De Week van de Lokale Omroep en de uitreiking van de Lokale Omroep Awards. Om te zorgen dat het aanbod van lokale omroepen bekender wordt en beter uit de verf komt, gaat de NLPO een communicatie- en marketingplan ontwikkelen. Daarin moeten vanzelfsprekend ook de ambities van de te vormen streekomroepen goed voor het voetlicht worden gebracht.

Tot slot wil de NLPO de voorlichting aan gemeentebesturen versterken, in samenwerking met de VNG.







## 4.7 VERHOUDING OLON EN NLPO

---

De NLPO wordt gefinancierd met de middelen die de OLON heeft overgedragen aan de NLPO. Daartoe hebben de OLON en de NLPO verschillende overeenkomsten en opdrachten afgesloten. Vanaf 2017 zal directe financiering vanuit OCW aan de NLPO plaatsvinden.

Daarnaast wil de NLPO eigen inkomsten verwerven, onder andere uit project-subsidies, en de levering van diensten aan streekomroepen.

In de loop van 2016 zijn ook het personeel en de activiteiten van het bureau van de OLON overgeheveld naar de NLPO.

De NLPO is het belangrijkste aanspreekpunt van de sector voor externe partners en partijen, waaronder de VNG, het ministerie van OCW, de NPO, het Agentschap Telecom, de pakketaanbieders, rechtenhouders, het Commissariaat voor de Media en vele andere betrokken organisaties. In formele zin blijft de vereniging OLON het door de minister aangewezen overlegorgaan, maar de uitvoering laat de OLON over aan de NLPO.

Voor de communicatie met haar achterband wil de NLPO een aantal klankbordgroepen/gebruikersgroepen oprichten rond thema's als:

1. Infrastructuur
2. Kennis
3. Content
4. Omgeving
5. Bedrijfsvoering
6. Keurmerk

De vereniging OLON blijft bestaan als de vereniging van lokale publieke media-instellingen in Nederland en blijft ook het formele overlegorgaan van de individuele lokale publieke media-instellingen.

Meer informatie en het meest actuele overzicht: [www.olon.nl](http://www.olon.nl)

# 5 TOT SLOT







In dit strategisch plan heeft de NLPO haar belangrijkste strategische doelstellingen voor de komende jaren uiteengezet. Centraal staat de vorming van 50-80 streekomroepen. Dit streven heeft voor de NLPO de hoogste prioriteit. Het strategisch plan geeft aan wat er nodig is om lokale omroepen te laten fuseren tot streekomroepen en met welke kosten dit gepaard gaat. Tevens bevat het document plannen om de sector te professionaliseren.

De NLPO kan deze plannen niet alleen realiseren. We hopen daarom dat dit document bijdraagt aan het overleg dat we voeren met alle betrokken partijen. Inzet daarvan is om te komen tot sterke, publieke streekomroepen die bijdragen aan een kwalitatief hoogstaande lokale informatievoorziening en een goed functionerende lokale democratie.

Bijlage Voorstel NLPO indeling streekomroepen



Voorstel NLPO indeling streekomroepen [mei 2016]



© 2011

