



RTV Purmerend is er voor alle Purmerenders

Beleidsplan 2018 2020

Auteur
Bestuur RTV Purmerend

Datum
December 2017

Versie
1.0

Status
Definitief

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Missie en visie	4
1.2	Streekomroep	5
1.2.1	Streekomroep Waterland	5
1.2.2	Streekomroepoverleg	6
1.3	Externe relaties	7
2	Financieel beleidsplan	7
2.1	Doelstelling	7
2.2	Beleid	8
2.3	Strategie 2018-2020	8
2.4	Fonds- en inkomstenwerving	8
3	Mediaproducten	9
3.1	Doelstelling	9
3.2	Geschreven content	9
3.3	Audiocontent	9
3.4	Videocontent	10
4	Mediakanalen	10
4.1	Doelstelling	11
4.2	Radio	11
4.3	Televisie	11
4.4	Facebook	12
4.5	Twitter	12
4.6	Instagram	12
4.7	Snapchat	13
4.8	YouTube	13
4.9	Purmerend App	13

5	Vrijwilligers	14
5.1	Definitie	14
5.2	Doelstelling vrijwilligersbeleid	14
5.3	Uitgangspunten RTV vrijwilligersbeleid	15
5.4	De missie en visie van het vrijwilligersbeleid binnen RTV Purmerend	15
5.5	Resultaatgerichte functieprofielen:	15
5.6	Werving, selectie en behoud:	16
5.7	Scholing:	16
6	Techniek	17
6.1	Doelstelling	17
6.2	Werkwijze	17
6.3	Wat willen we bereiken	17
6.3.1	Pro-actief werken:	18
6.3.2	Vervanging apparatuur:	18
6.3.3	DAB: 18	
6.3.4	Investeringen:	18

1 Inleiding

RTV Purmerend - formeel de Purmerendse Omroepvereniging - heeft in 2017, opnieuw laten zien zich steeds meer te ontwikkelen tot een professionele lokale omroep die een verbindende rol speelt in de Purmerendse samenleving. RTV Purmerend wil deze lijn in 2018 en 2019 voortzetten door een aantal ingrijpende stappen te zetten in de richting naar een volwassen omroep. Onderdeel van de plannen is het verder opleiden van onze medewerkers tot bekwame vaklieden, de verhuizing naar een nieuwe locatie dan wel het uitbreiden en verbouwen van de huidige redactie burelen in het pand aan de Wilhelminastraat en het verbeteren van onze financiële situatie. Wat onze omroep de komende drie jaar precies wil doen, is te vinden in voorliggend Beleidsplan 2018-2020.

1.1 Missie en visie



De bestuurlijke plannen voor de periode 2018-2020 vinden hun weerslag in de missie en de visie van RTV Purmerend. 'RTV Purmerend is er voor alle Purmerenders', zo luidt de missie van RTV Purmerend en deze missie is praktisch vertaald in de visie van de omroep:

RTV Purmerend wil volwaardig invulling geven aan de derde publieke omroep-laag (naast de provinciale en de landelijke) door middel van het bieden van een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) dat aansluit bij de 'natuurlijke habitat' (leefomgeving) van de Purmerendse burger. Zij doet dit door in te zetten op verdere journalistieke professionalisering, up to date facilitering van haar medewerkers, een efficiënte bedrijfsvoering en meer samenwerking met externe partners. RTV Purmerend streeft ernaar meer inkomsten genereren, onder meer door middel van het aantrekken van adverteerders, fondswerving en productieopdrachten van derden.

Missie en visie vormen ook de komende drie jaar de leidraad voor het bestuurlijke beleid van RTV Purmerend. Mede door de moeizame ontwikkelingen rond de vorming van streekomroep Waterland, wil RTV Purmerend zich de komende jaren sterk focussen op versterking van de eigen omroeporganisatie. Het bestuur wil onze omroepmedewerkers de komende drie jaar nog beter faciliteren, hun verdere professionalisering bevorderen en een programmering realiseren die voldoet aan het door de NLPO gewenste LTMA, zowel lineair als digitaal. Het wil dit realiseren door het efficiënt gevoerde financiële beleid van het afgelopen jaar voort te zetten en te zoeken naar meer mogelijkheden om extra inkomsten te genereren door middel van fondswerving, een actiever adverteerbeleid en het maken van producties in opdracht van derden. De plannen die het bestuur hiervoor heeft ontwikkeld zijn elders in dit beleidsplan te vinden, in de hoofdstukken die betrekking hebben op de verschillende bestuurlijke portefeuilles: Financiën, Personeel en Organisatie en Facilitaire Zaken en op het onder verantwoordelijkheid van het bestuur uit te voeren Redactionele Beleid 2018-2020.

1.2 Streekomroep

RTV Purmerend opereerde in 2017 tegen de achtergrond van de door de Nederlandse Lokale Publieke Omroep (NLPO) gewenste en ingezette trend naar fusies van lokale omroepen tot streekomroepen. Gezien het belang hiervan voor het werk en de positie van RTV Purmerend en het feit dat deze trend ook de komende jaren de agenda van de lokale omroepen sterk kan blijven beïnvloeden, opent dit Meerjarenplan met een korte schets van de streekomroepontwikkeling tot nu toe en de positie van RTV Purmerend daarin.

In 2012 sloot de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON), de belangenbehartiger van de Nederlandse lokale omroepen, een Convenant met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG), dat opriep tot het opgaan van de lokale omroepen in streekomroepen. Onderzoek had immers uitgewezen dat de lokale omroepen in delen van het land een kwijnend bestaan leiden, dat veel omroepen niet voldoen aan de aan hen gestelde eisen en dat de overgrote meerderheid van de lokale omroepen daardoor een weinig rooskleurig toekomstperspectief heeft. Dit Convenant, dat in 2015 nog eens werd bekrachtigd, bepleit tevens dat lokale omroepen een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) gaan aanbieden. Dit betekent concreet die omroepen een programma-aanbod moeten generen dat is gericht op het gebied waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, winkelen, uitgaan en gebruik maken van de publieke voorzieningen; en dat voor een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit, waarbij gemeentegrenzen (kunnen) worden overschreden. Daarnaast moet dit aanbod voor iedereen bereikbaar zijn en zowel lineair (radio, televisie) als digitaal (internet, sociale media) worden aangeboden. Tot slot moet de lokale omroep er uiteindelijk voor zorgen dat zij op alle mediakanalen en met alle mediaproducten minimaal 5 dagen per week lokaal nieuws brengt en een 24/7 redactionele bereikbaarheid kan garanderen in geval van calamiteiten. Dat alles, aldus het convenant, kan alleen gerealiseerd worden in een streekomroep.

1.2.1 Streekomroep Waterland

De NLPO lanceerde begin dit jaar een voorstel voor de vorming van nieuwe streekomroepen. Het voorstel voorzag in ruim 60 nieuwe omroepen, ontstaan uit een fusie van de bestaande 284 lokale omroepen. De lokale omroepen hadden de mogelijkheid tegen deze voorstellen in beroep te gaan en met tegenvoorstellen te komen. Circa 30 omroepen dienden alternatieve voorstellen in, waaronder RTV Purmerend.



De NLPO had namelijk voorgesteld om RTV Purmerend te laten opgaan in een streekomroep Zaanstreek, samen met de omroepen RTVI Zaanstreek (Zaanstad en Wormerland), PIM (Waterland), LOL (Landsmeer), Radio 9 (Oostzaan) en LOVE (Edam-Volendam). Tegen dat voorstel tekenden de betrokken omroepbesturen in gezamenlijk overleg bezwaar aan en pleitte ervoor de beoogde omroep op te knippen in een omroep Zaanstreek (omroepen van Zaanstad, Wormerland en Oostzaan) en een omroep Waterland (omroepen van Purmerend, Edam-Volendam, Waterland en Landsmeer, waaraan ook het nu nog 'omroeploze' Beemster werd toegevoegd).

De NLPO verzocht vervolgens ook alle betrokken gemeenten hun zienswijzen te geven op de door haar gelanceerde fusievoorstellen. Zowel de tegenvoorstellen van de lokale omroepen als de

zienswijzen van de gemeenten werden in de tweede helft van 2016 beoordeeld door een zogenoemde Change Board, een adviesorgaan van de NLPO-directie, waarin ook de bestuursvoorzitter van RTV Purmerend zitting had. De NLPO honoreerde eind januari 2017 het tegenvoorstel van de Waterlandse omroepen door in te stemmen met het formeren van een streekomroep Waterland.

Overigens moet de NLPO het in het hele streekomroeptraject hebben van haar overtuigingskracht. Zij kan omroepen die weigeren te fuseren geen sancties opleggen. Bovendien loopt de mediawetgeving ver achter bij de ontwikkelingen in lokaal medialand, zodat het cruciale Commissariaat voor de Media, dat ook naleving van het wettelijk kader op lokaal niveau controleert, eerder zal bijdragen tot handhaving van de status quo dan tot het stimuleren van streekomroepvorming.

1.2.2 Streekomroepoverleg



Medio 2016 startte op initiatief van RTV Purmerend een regulier maandelijks overleg tussen de besturen van de bij Omroep Waterland betrokken lokale omroepen. Tijdens dit overleg bleken de standpunten over de fusieplannen en de mate waarin de betrokken omroepen hun zelfstandigheid in het kader van een fusie zouden willen opgeven, nogal uiteen te liggen.

De omroep van Edam-Volendam lijkt voorlopig niets van een streekomroep te willen weten; de omroepen van Waterland en Landsmeer steunen een voorstel van omroep PIM voor een gefaseerd fusieproces, met als eindresultaat een streekomroep met een centraal bestuur, een regioredactie en centrale staffuncties, maar met behoud van sterke lokale redacties die op elk gewenst moment de uitzendingen van de streekomroep kunnen onderbreken en dus volledig autonoom blijven. Voor RTV Purmerend zou zo'n model als 'tussenfase' acceptabel zijn, maar haar uiteindelijke doel is een streekomroep bestaande uit volledig gefuseerde lokale omroepen, met een streekomroepbestuur, een streekgebonden Programmabepalend Orgaan (PBO), een streekhoofdredactie, een streekprogrammering en centrale staforganisaties. Daarnaast blijven in haar optiek sterk verankerde lokale redacties bestaan, die de lokale berichtgeving (lokaliteit) in de diverse woonkernen van streekomroep Waterland garanderen. Redactioneel zijn zij echter ondergeschikt aan de hoofdredactie van de streekomroep, waarin in alle lokale redactieorganisaties zijn vertegenwoordigd. De hoofdredactie bepaalt het redactionele beleid en bewaakt een daarin vastgelegde verdeling tussen lokale en streekuitzendingen.

Bij het bestuur van RTV Purmerend leeft de indruk dat een of meer omroepen binnen het omroepoverleg Waterland (nog) niet of onvoldoende overtuigd zijn van nut en noodzaak van een streekomroep Waterland en om die reden weinig haast maken met het zetten van serieuze stappen in het fusieproces. Dit frustriert ons bestuur, dat wel serieus met de streekomroepvorming aan de slag wil en ook gesprekken voert met RTV Noord-Holland over het leveren van ondersteuning in het fusieproces. Als de komende tijd mocht blijken dat de indruk van ons bestuur juist is, stapt RTV Purmerend voorlopig uit het streekomroepoverleg. Zij schort in dat geval de werkzaamheden daarin op en hervat die pas als de andere betrokken omroepen expliciet bereid zijn serieuze stappen te zetten richting streekomroep Waterland. RTV Purmerend blijft in dat geval dus nadrukkelijk voorstander van de streekomroep en kan op elk gewenst moment weer terugkeren in het fusieproces.

1.3 Externe relaties



De externe relaties van het bestuur hebben zich in 2016 en 2017 vooral gericht op de gemeente Purmerend, de besturen van omroepen uit de regio en de NLPO.

Vooruitgang is er geboekt in de contacten met de gemeente Purmerend. Er vindt regelmatig bestuurlijk overleg plaats met de zittende verantwoordelijke wethouder, mevrouw Eveline Tijmstra, en de ambtelijke portefeuillehouder, mevrouw Janneke van Dijk. Daarnaast vindt waar nodig incidenteel overleg plaats met andere gemeentelijke afdelingen, zoals Facilitaire Zaken en Communicatie.

Voor 2018 en 2019 is het streven de gemeentelijke contacten te institutionaliseren. Doel is elk kwartaal een voortgangsoverleg te voeren met de ambtelijke portefeuillehouder en twee maal per jaar met de verantwoordelijke wethouder. Tussendoor kan, indien nodig of gewenst, overleg plaatsvinden met andere beleidsafdelingen van de gemeente Purmerend.

Zoals hierboven beschreven hebben er in 2016 en 2017 veel contacten plaatsgehad met de besturen van lokale omroepen in Waterland en Zaanstreek. Afhankelijk van het verloop van het proces van streekomroepvorming zullen de contacten met de omroepen in Waterland in 2018 en 2019 worden geïntensiverd of op een laag pitje worden gezet. Incidenteel zal overleg plaats hebben met de omroepen uit Zaanstreek, maar die zullen vooral een praktisch karakter hebben en zich richten op concrete samenwerking op operationele deelgebieden.

Vanaf 2018 wil het bestuur ook de relaties met NH (voorheen RTV Noord-Holland) intensiveren. NH is onder de indruk van de prestatie van RTV Purmerend en wil graag meer samenwerken. Onderzocht wordt momenteel of het mogelijk is op redactioneel gebied meer samen te doen. NH is, zoals hierboven vermeld, ook bereid ondersteuning te verlenen in een eventueel fusieproces naar streekomroep Waterland.

Tot slot wil het bestuur in nauw contact blijven staan met het secretariaat en de directie van de NLPO en de OLON. Het zal in 2018 en 2019 in ieder geval weer een afvaardiging sturen naar de ledenvergaderingen van laatstgenoemde.

2 Financieel beleidsplan

2.1 Doelstelling

Een financieel gezonde organisatie met voldoende financiële basis om de ambities te kunnen verwezenlijken.
--

2.2 Beleid



Het financieel beleid is het best in een aantal uitgangspunten te verwoorden:

- Reserves en niet direct benodigde middelen worden altijd liquide aangehouden
- Beleggingen zijn uit den boze
- Financiering van activa gaat zoveel mogelijk uit eigen middelen, indien niet mogelijk dan via lease- constructies met een zo kort mogelijke, maar realistische looptijd
- Voor grote investeringen zoeken we sponsoring of gaan we de mogelijkheid na om projectsubsidie bij de gemeente aan te vragen
- We streven ernaar het eigen vermogen te maximaliseren. Gezien de subsidieverordening betekent dit 10% van de jaarlijkse subsidie van de gemeente
- Toekomstige vervanging van apparatuur wordt begroot en voor zover mogelijk worden vervangingsreserves gevormd
- Basis kosten worden gesubsidieerd door de gemeente. Om extra dingen te kunnen doen dienen er extra inkomsten te worden gegenereerd door middel van advertenties op radio en/of tv en door opdrachten van derden voor promotiefilms etc.
- Tijdige en inzichtelijke financiële rapportages voor het bestuur

2.3 Strategie 2018-2020

Streven naar uitbreiding overige inkomsten, door het wegvallen van een grote adverteerder, Zuidwind, zijn er bijna geen vaste adverteerders meer. Doelstelling in 2020 circa 20 % eigen inkomsten, dit is ongeveer euro 17.000.

2.4 Fonds- en inkomstenwerving



De advertentie-inkomsten van RTV Purmerend lopen al enkele jaren terug. Het is een trend dat traditionele media-inkomsten teruglopen. Daarnaast zijn er geen kijk- en luistercijfers voorhanden waardoor adverteerders terughoudend zijn in regulier adverteren. RTV Purmerend ziet wel kansen in adverteerders, sponsor- en fondswerving op projectniveau. Grote projecten zoals de Sport Awards en Reuring worden gefinancierd door ondernemers en partijen die interesse hebben in de doelgroep van het evenement. Het is dus zinvoller om adverteerders te zoeken voor een evenement dan voor reguliere zendtijd. RTV Purmerend kent geen bijdrages van luisteraars als in 'vriend van de omroep'. In 2018 moet er onderzoek gedaan worden naar de haalbaarheid van 'vriend van RTV Purmerend'. Hiervoor zal een onderzoek gedaan moeten worden. Wanneer deze als schoolopdracht (valide en betrouwbaar) kan worden uitgevoerd zal dit nagenoeg geen geld kosten. Voor fondsen als laatste, geldt hetzelfde als adverteerders. Er zal per project gekeken worden welke stakeholders belang hebben bij de uitkomsten van een project, zodat er gericht geworven kan worden.

3 Mediaproducten

De omroep kent drie verschillende producten: geschreven content, audiocontent en videocontent. Hieraan worden een aantal basiseisen gesteld die in dit hoofdstuk worden beschreven.

3.1 Doelstelling

RTV Purmerend is een vereniging die statutair het doel heeft een omroepprogramma te verzorgen dat voldoet aan de Informatie Cultuur Educatie (ICE) normen zoals gesteld in de mediawet. Daarnaast streeft de RTV Purmerend ernaar invulling te geven aan het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMO) zoals in 2015 in het convenant tussen de VNG en NLPO is vastgesteld.

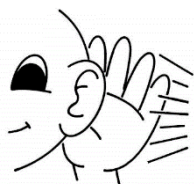
3.2 Geschreven content



RTV Purmerend ontvangt dagelijks vele persberichten die worden gebruikt door de redactie. Met de komst van sociale media is de onderlinge communicatie tussen bewoners uit een stad enorm toegenomen. De prominente plek van media ('alleen wij hebben het nieuws') is veranderd en vraagt een andere insteek, het nieuws komt niet meer als eerste van de nieuwsorganisatie zelf. Vaker komt het van buurvrouw Jannie om de hoek.

RTV Purmerend onderscheidt zich ten opzichte van de concurrentie door haar onafhankelijkheid. De omroep is niet primair afhankelijk van het bedrijfsleven en objectiviteit en betrouwbaarheid staan hoog in het vaandel. Dit doen we door de journalistieke basis toe te passen op de berichtgeving (ook als dit via sociale media tot ons komt) om de betrouwbaarheid zo veel mogelijk te garanderen. Hoor- en wederhoor, het 'één bron is geen bron' en kwaliteit gaat voor snelheid zijn belangrijke principes. RTV Purmerend heeft hiervoor een goede basis, maar wil zich nog meer profileren als betrouwbaar nieuwsmedium. Er wordt daarom geïnvesteerd in een kennisverhoging van de redacteurs. Er is een redactietegoed beschikbaar, voortgekomen uit het winnen van de OLON-award Nieuws & Actualiteiten in juni 2016. Dit wordt mede geïnvesteerd in cursussen en e-learning door de redactieleden. Ook wordt er samenwerking gezocht met andere media uit de regio. Door een hard-nieuws redacteur aan te stellen is RTV Purmerend ook verzekerd van continuïteit in het vermelden van lokale 112-meldingen.

3.3 Audiocontent



Het belangrijkste onderdeel van de audiocontent zijn de radio-uitzendingen van RTV Purmerend. Een aantal programma's biedt deze volledige uitzendingen vervolgens on-demand aan. De omroep wil graag meer audiocontent uit uitzendingen crossmediaal aanbieden bij artikelen op de website. Er wordt hiervoor geïnvesteerd in het opleiden van programmamakers als (beginnend) redacteurs en een betere samenwerking tussen de programmamakers en schrijvende redactie. Dit kan worden gerealiseerd met interne cursussen en kost dan ook geen geld. Ook moet er worden gekeken naar mogelijkheden om de opgeslagen uitzendingen vanuit huis te downloaden, zodat de drempel hiertoe verlaagd wordt.

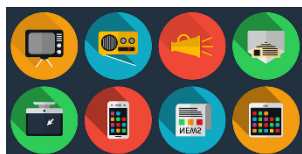
3.4 Videocontent



Met de aanschaf van de nieuwe locatieset inclusief camera's is met ingang van 2016 een verplichte deelname aan de cameracursus onderdeel van het beleid van RTV Purmerend. Dit heeft ervoor gezorgd dat er goede basiskennis aanwezig is bij de medewerkers. Deze cursus zal worden voortgezet in de komende jaren d.m.v. interne opleidingen. Ook wordt er tijd geïnvesteerd in montage- en regie cursussen. Dit kan intern maar ook extern indien gewenst (bijvoorbeeld via de NLPO/OLON of mediapartner NH).

In een snel ontwikkelend medialandschap nemen smartphones een steeds grotere rol in. De kwaliteit van telefoons en DSLR's (spiegelreflexcamera's die uitstekend filmen) is inmiddels goed genoeg voor de nieuwe media. Omdat vrijwel iedereen over een smartphone beschikt is het makkelijker om (meer) content te maken voor vrijwel iedere medewerker of (externe) bijdrager. Er wordt geïnvesteerd in randapparatuur (microfoons en statiefjes) voor smartphones om mobiele reportages mogelijk te maken. RTV Purmerend hoopt hierdoor meer korte items te maken voor verspreiding via de videokanalen van de omroep. De omroep hoopt de komende jaren verder meer programma's over de stad te kunnen maken, bijvoorbeeld over de historie en het (groot aanwezige) verenigingsleven. Programmamakers worden hierin gefaciliteerd met de beschikbare apparatuur van de omroep. Verder komt er meer focus op live-programma's. Er is inmiddels zoveel on-demand content beschikbaar dat het dringen is om gezien te worden. Live-uitzendingen rond grote gebeurtenissen brengen het gevoel van 'nu kijken of anders niet'. Denk hierbij aan evenementen zoals Reuring, de kermis en Koningsdag. De recent aangeschafte videoapparatuur is hiervoor geschikt. Voor het in beeld brengen van evenementen is een vast budget begroot. Dit is echter te weinig om alle projecten van te financieren. Voor het verschil worden het bedrijfsleven en fondsen aangeschreven. Op die manier kunnen zoveel mogelijk evenementen in beeld gebracht worden.

4 Mediakanalen



RTV Purmerend zet alle belangrijke beschikbare media in om de Purmerender te bereiken. Het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) zoals opgenomen in het convenant van de VNG en de NLPO kan door nieuwsaanbod op deze media worden waargemaakt. Alle media dienen verder (zoveel als mogelijk) positiviteit uit te stralen, als mede liefde

voor de stad en zijn gericht op het verbinden van de inwoners van de Marktstad. Ieder media heeft zijn eigen specifieke eigenschappen en doelgroep. De eindredacteuren zullen scherp toezien op het bewaken van deze differentiatie op deze media. Het is nodig om jaarlijks in kaart te brengen welke media passen bij welke doelgroep omdat dit aan innovaties sterk onderhevig is. De gemaakte keuzes met betrekking tot de mediakanalen op basis van de nu bekende gegevens worden in dit hoofdstuk beschreven.

4.1 Doelstelling

De verschillende doelgroepen met hun specifieke eigenschappen via het best daarbij passende mediakanaal met onze mediaproducten te bereiken.

4.2 Radio

In de afgelopen twee jaar is de focus komen te liggen op programma's die volledig voldoen aan de ICE-norm zoals opgelegd door het Commissariaat van de Media. De bestaande programma's blijven gecontroleerd worden op de ICE-norm en alle nieuwe programma's zijn verplicht zich hieraan te houden. Dit wordt door de eindredacteur met de programmamaker besproken voor het opstarten van een nieuw programma. Overdag en in het weekend (de primetime uren) worden zoveel mogelijk gevuld met programma's gericht op Purmerend en directe omgeving. Doelgroep-programma's met een bepaald muziekgenre en niet gericht op de lokaliteiten worden in het eerste kwartaal van 2018 verplaatst naar on-demand online-uitzendingen. Daardoor komt er een eenduidig format en geluid op RTV Purmerend. Zo weet de luisteraar op ieder moment van de dag welk soort muziek hij of zij kan verwachten. In plaats van de volledige uitzendingen van een of twee uur van de doelgroep programma's on-air, komen blokjes van 3 tot 5 minuten die het laatste nieuws en muziek brengen als korte updates. Die worden dan vervolgens verspreid over de week uitgezonden om aan de ICE-norm te kunnen voldoen. Er worden geen nieuwe programma's meer gestart met aandacht voor een specifiek thema in een of twee uur. In plaats daarvan moet worden gewerkt aan korte blokjes met updates m.b.t. een bepaald onderwerp in bestaande programma's en in de non-stop. Denk hierbij aan blokjes sport, aandacht voor etnische minderheden, cultuur en bepaalde muziekgenres. Investerings dienen vooral te worden gedaan in vormgeving en studiomeubel (dateert uit 2008). Visual Radio is een belangrijke pijler dat nog meer dan nu moet gaan naar Social Radio (meer interactie met de kijker). Dat kan door interactieve vormgeving en kijkers meer in de uitzendingen te halen. Doelstelling is tevens (werk)dagelijkse ochtendshow te brengen (mogelijk in samenwerking met de streekomroep) en een dagelijks nieuwsblokje van een tot twee minuten dat ieder uur of iedere twee uur voorbijkomt.

De doelgroep was altijd 'de Purmerender'. Omdat die doelgroep te breed is en het programma-aanbod daarop niet is vast te stellen, wordt er meer focus gelegd op de grootste groep inwoners van Purmerend. De doelgroep is vrij breed van 25 jaar tot de moderne 50-plusser. De komende jaren wordt dit in het achterhoofd gehouden bij de aankoop van een nieuw jinglepakket, de samenstelling van het muziekaanbod en de onderwerpen die behandeld worden. De naam van de zender is met ingang van het nieuwe jinglepakket in het najaar van 2017 veranderd in RTV Purmerend om een naam op alle platformen aan te houden. In het hoofdstuk techniek staat meer geschreven over de ontwikkeling van DAB+.

4.3 Televisie

In de afgelopen jaren is veel geïnvesteerd in het brengen van visuele content. De wereld wordt steeds visueler en visuele content verdient dan ook een voorkeur boven audiocontent. TekstTV is een (door het internet) achterhaald medium maar biedt continuïteit op het televisiekanaal wanneer er niets anders is. De doelstelling voor de komende jaren is nog meer visuele content te bieden,

Pagina	Datum
12	December 2017

zoals eerder beschreven in de paragraaf *videocontent*. Het televisiekanaal wordt gezien als het medium met kwalitatief goede content ten opzichte van andere visuele media als Snapchat, Instagram, YouTube en Facebook. Er is flink geïnvesteerd in professionele apparatuur die deze kwalitatieve content mogelijk maakt. Er was tot op heden geen doelgroep voor de televisiezender van RTV Purmerend. Het kabelkrant gedeelte is een achterhaald medium en wordt nog het meest gelezen door 55-plussers. Hierop richt zich dit dan ook. Tijdens visuele programma's worden meerdere doelgroepen bereikt door middel van een kinderprogramma (3 tot 7 jaar), registraties van evenementen (doelgroep per evenement anders) en de radioprogramma's met visual radio van 25 jaar tot de moderne 50-plusser. De programma's Vereniging van de Maand, Focus en Pip & Pelle worden de komende jaren wederom opgenomen in het uitzendschema.

4.4 Facebook

De Facebookpagina van RTV Purmerend is in twee jaar tijd gegroeid van 1.300 naar 5.400 pagina-likes. De afwisseling van nieuwscontent met feelgood berichten en stellingen zorgen voor een goed bereik en de afwisseling in informatievoorziening en amusement bieden. Via de facebookpagina worden statistieken verzameld en wordt inzichtelijk welke onderwerpen een grote rol spelen in de leefwereld van de Purmerender. Op deze manier kan RTV Purmerend dichtbij de inwoners staan. Er wordt intern goed gekeken naar welke actuele ontwikkelingen en trends plaatsvinden op het platform en hoe RTV Purmerend deze kan toepassen. De groei van video op het platform, het uitlokken van interacties en het starten van een livestream zijn goede voorbeelden van het afgelopen jaar. Deze en nieuwe ontwikkelingen worden nauw gevolgd om zo in te spelen op de trends en het bereik te optimaliseren. RTV Purmerend wil in de komende jaren het aantal volgers met minimaal 250% doen stijgen naar 13.500 pagina-likes. De voorspelde groei van Facebook zit vooral in de oudere doelgroep (met name de 65-plusser). Het gebruik van facebookgroepen draagt bij aan de nieuwsgaring en -verspreiding. De grootste afnemersgroep op Facebook zijn vrouwen tussen de 35 en 54 jaar en mannen tussen de 18 en 34 jaar. Dit is dan ook meteen de doelgroep die de komende jaren in het achterhoofd wordt gehouden bij posts.

4.5 Twitter

Twitter ziet een grote afname in gebruik in de laatste jaren. RTV Purmerend zet artikelen, video- en audiocontent van de website door naar het medium via de MediaHub. Deze koppeling blijft aanwezig waardoor content gedeeld blijft worden op dit platform. Er zal echter niet geïnvesteerd worden (met bijvoorbeeld advertenties) zolang het bereik op dit platform terugloopt.

4.6 Instagram

Met de eerdergenoemde media zijn jongeren lastig te bereiken. Er wordt daarom continue gekeken naar de nieuwste trends en media. Zowel Instagram als Snapchat worden binnenkort ingezet om deze doelgroep te bereiken. Hiervoor is begin 2017 een groep jongeren aangetrokken voor 'nieuwe media'. Op Instagram wordt het nieuws van RTV Purmerend verteld door middel van afbeeldingen en korte video's met een korte omschrijving. De afbeeldingen zijn mooi. Dat wil zeggen: goed gekaderd, goed belicht en van hoge kwaliteit. Instagram wordt ingezet voor de doelgroep 15 tot en met 19 jaar met 20 tot en met 39 jaar als secundaire doelgroep. Er wordt geld geïnvesteerd om dit

medium met deze content goed onder de aandacht te brengen. Daarnaast is er ruimte om een paar van deze groep nieuwe jongeren naar een OLON-cursus voor nieuwe media te sturen. Daarnaast is er interne opleiding van nieuwe jongeren.

4.7 Snapchat

Snapchat is recentelijk toegevoegd aan het media-aanbod en wordt eveneens gedaan door de groep jongeren voor nieuwe media. Via het platform worden foto's of korte video's (Snaps) gemaakt met een smartphone. De content is vluchtig, niet per se high-quality maar heeft wel inhoud. De inhoud is bij voorkeur grappig, gericht op Purmerend(ers) en brengt jongeren nieuws of geeft ze iets mee. Er wordt in de komende jaren tijd en geld geïnvesteerd in het opleiden van talenten die deze media kunnen bedienen. De content op Snapchat is gericht op de doelgroep 13 tot 19 jaar.

4.8 YouTube

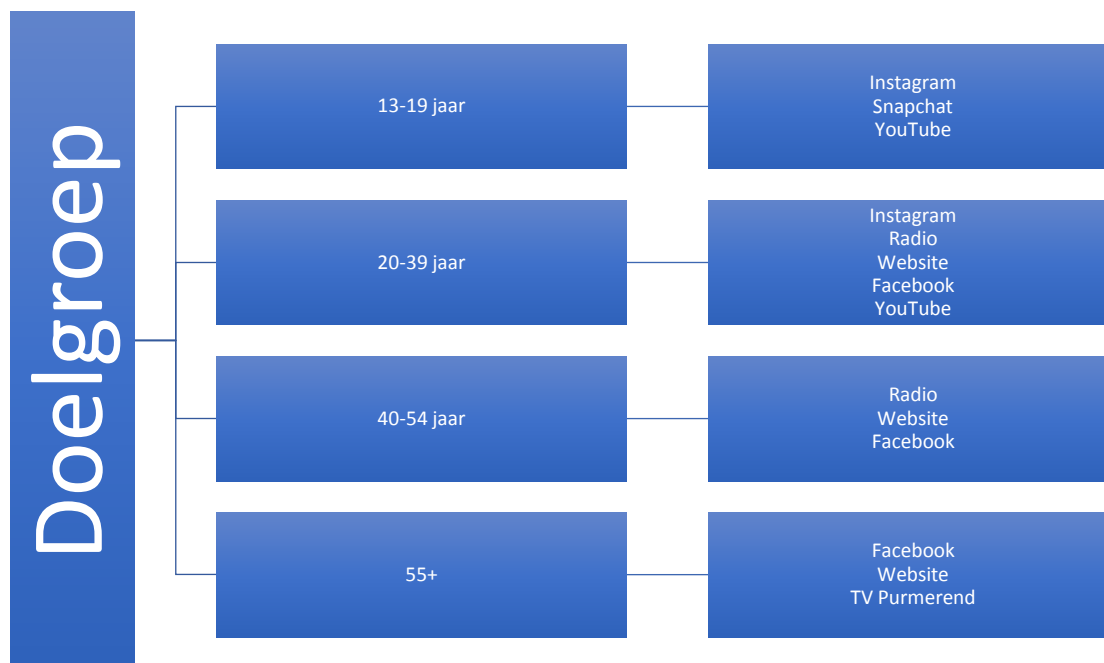
YouTube is een videoplatform waarop de video's van RTV Purmerend worden doorgezet. Er is hierin weinig beleid geweest. Voor sommige content worden aparte kanalen gemaakt, zodat de vindbaarheid verbeterd en er beter gedifferentieerd kan worden op doelgroep. Vlogs over Purmerend zijn immers voor een andere doelgroep dan de raadsvergaderingen. YouTube verdient ook meer aandacht in gebruik, hier is onvoldoende over bekend. In 2018 wordt tijd geïnvesteerd om een goed plan te maken voor YouTube. Deze kan in de jaren daarna worden gebruikt. De grootste gebruikersgroep van Youtube is 15 tot en met 39 jaar. Het is voor de hand liggend dat hierop ingezet zal worden in het nieuwe plan.

Website

Op de website van RTV Purmerend komt alle content samen. Bezoekers kunnen artikelen lezen, audiofragmenten terugluisteren, videofragmenten of volledige televisie-uitzendingen terugkijken en informatie vinden over de omroep. De website is sinds 2016 volledige responsive (goed leesbaar op ieder type device) en zorgt voor een goede gebruikerservaring. Dit is belangrijk omdat bijna 80% van het verkeer via mobiele devices zoals smartphone en tablet komt. De website wordt tot en met mei 2018 bij Graphlr gehost, waarna de toekomst onzeker is.

4.9 Purmerend App

In de zomer van 2017 lanceerde RTV Purmerend de Purmerend App in samenwerking met CityInformation. Doelstelling van de app is het bieden van een platform waarin heel Purmerend samen komt. De anonieme gebruikersgegevens van de app worden gebruikt om de interessegebieden van de Purmerenders te kunnen monitoren en hierop in te kunnen spelen. Daarnaast is het in de toekomst mogelijk om bij belangrijke uitzendingen of nieuwsgebeurtenissen een push-bericht te versturen om het bereik van een bericht of uitzending te maximaliseren. De app wordt gevuld in samenwerking met lokale instellingen, verenigingen en bedrijven om het aanbod actueel te houden.



Afbeelding 1: Overzicht inzet primaire mediakanalen per doelgroep

5 Vrijwilligers

5.1 Definitie



Wat is een vrijwilliger?

Een vrijwilliger is iemand die zich uit vrije wil, onbetaald en in georganiseerd verband inzet voor anderen. Zij onderscheiden zich van betaalde medewerkers door relatieve autonomie, minder gebonden aan een beroepshouding en niet afhankelijk van een salaris. Vrijwilligers zijn over het algemeen intrinsiek gemotiveerd (zelfontplooiing, maatschappelijke bijdrage leveren en plichtsbesef). Er bestaat bij RTV Purmerend een behoorlijke drive tot creatief bezig zijn.

5.2 Doelstelling vrijwilligersbeleid

Vrijwilligers zijn de kroonjuwelen van onze vereniging. RTV Purmerend wil een organisatie zijn waar vrijwilligers in een professionele omgeving niet alleen hun hobby kunnen uitoefenen maar ook een springplank naar een professionele werkomgeving vinden.

5.3 Uitgangspunten RTV vrijwilligersbeleid

Vrijwilligers bij RTV zijn zich bewust van de noodzaak om Purmerenders optimaal te informeren over wat er in hun stad en directe omgeving afspeelt. Hierbij houdt de vrijwilliger rekening met:

- De verwachtingen die de mensen hebben aan het gepresenteerde product van RTV Purmerend;
- De invloeden van de technologische mogelijkheden van de verschillende media en de veranderingen die daarin optreden;
- De belangen van de vrijwilligers die de organisatie laten functioneren;
- De mogelijkheden die het vrijwilligerswerk bij RTV Purmerend biedt voor een verdere carrière in de wereld van de media;
- De middelen die aan de vrijwilligers worden verstrekt.

5.4 De missie en visie van het vrijwilligersbeleid binnen RTV Purmerend

Daarnaast heeft RTV Purmerend zich ontwikkeld als een organisatie waar mensen op basis van vrijwilligheid hun kennis en vaardigheden in het hanteren van en het presenteren via verschillende mediamiddelen kunnen vergroten. Anders gezegd: De vrijwilliger weet vanuit zijn interessegebied een constructieve bijdrage te leveren aan programma's en deze via radio, televisie en/of digitale (sociale) media te verspreiden.

RTV Purmerend is de enige omroepvereniging die uitzendrechten heeft voor de gemeente Purmerend. Dit betekent dat er verwachtingen bestaan over de inhoud van de programma's (de ICE normen), de continuïteit van het uitzenden en de kwaliteit van de programma's. Enerzijds is er de behoefte aan kwaliteit, anderzijds is er behoefte aan creativiteit. Kwaliteit kan je verkrijgen door standaardisatie en meetbare resultaten waarbij je weet wat de vrijwilliger doet en waarmee bijgestuurd kan worden. Creativiteit overschrijdt vaak de grenzen van standaardisatie.

Het vrijwilligersbeleid dient daarom naast de geijkte onderwerpen als werving en selectie, arbeidsomstandigheden en scholing ook standaardisatie in 'functie-uitoefening' met ruimte voor creativiteit te vormen. Dit laatste kan door voor resultaat gerichte functieprofielen te zorgen. Het verwachte resultaat is beschreven, hoe dat resultaat bereikt wordt hangt af van de context waarin de functie wordt uitgeoefend en de creativiteit die men nodig heeft om het resultaat te bereiken.

Het vrijwilligersbeleid dient derhalve de volgende onderwerpen te bevatten:

- Resultaatgerichte functieprofielen;
- Werving, selectie en behoud;
- Scholing;
- Arbeidsomstandigheden (ARBO)

5.5 Resultaatgerichte functieprofielen:

Op dit moment zijn er 22 verschillende functies bij RTV Purmerend actief. Hierin zijn vijf bestuursfuncties en enkele gecombineerde functies te vinden.

Alleen van de eindredacteur en de redacteur is een functieprofiel gemaakt. Dit betekent dat in 2018 de andere functieprofielen gemaakt moeten worden.

Indien een functie wordt toegevoegd dient dit altijd gepaard te gaan met een functieprofiel. De samenvatting van de functieprofielen en de verwachte resultaten moeten in de vrijwilligersovereenkomst benoemd te worden.

5.6 Werving, selectie en behoud:

Een groot verloop van vrijwilligers binnen vrijwilligersorganisaties is niet een vreemd begrip. Ook bij RTV Purmerend vertrekken regelmatig vrijwilligers of worden deze minder actief. Via de eigen communicatiekanalen en door gebruik te maken van de vrijwilligersbank wordt geprobeerd mensen enthousiast te maken voor het werk bij RTV Purmerend. Om de herkenbaarheid van de advertenties te vergroten is het werken met een format wenselijk. Dit format moet in 2017 herkenbaar zijn en gebruikt gaan worden.

Elke advertentie moet vergezeld gaan van een foto. Wij beschikken over een beperkt arsenaal aan foto's met de tekst "gezocht" er op. Dit fotobestand dient, in overleg met de fotograven, verder te worden uitgebreid.

Selectie gebeurt in samenwerking met de Hoofdredacteur en/of betrokkenen van een programma of techniek hierin komt geen verandering.

Behoud dient te gebeuren door de vrijwilliger zoveel mogelijk 'aandacht op maat' te geven. Daarbij wordt er jaarlijks een individueel gesprek met de vrijwilliger gehouden over het wel en wee bij de omroep. Behoud is een belangrijk aandachtsgebied bij de Eindredacteurs, die daarin door P&O ondersteund worden.

5.7 Scholing:

Deskundigheidsbevordering vormt een belangrijke bijdrage in de ontwikkeling van de vrijwilliger. Voor zover dat mogelijk is kan daarbij gebruik worden gemaakt van de deskundigheid en vaardigheden die bij vrijwilligers aanwezig zijn. Daarnaast worden er door de OLON en door NH verschillende cursussen gegeven waar de vrijwilliger (soms tegen geringe kosten) naartoe kan gaan.

In 2017 wordt er geïnventariseerd welke vrijwilliger over kennis of vaardigheden beschikken een die dit over willen brengen aan andere vrijwilligers zodat er een kennispool ontstaat. Zo nodig kunnen deze vrijwilligers geschoold worden in het overbrengen van kennis en/of vaardigheden.

6 Techniek



De techniegroep levert alle producten en diensten op gebied van:

- audio
- video
- informatie en communicatie technologie
- facilitaire ondersteuning

6.1 Doelstelling

Voor het leveren van producten en diensten gaat continuïteit voor vernieuwing en verandert het dienstaanbod van incident gedreven naar planmatige dienstverlening.

6.2 Werkwijze

Binnen de techniegroep zijn een beperkt aantal vrijwilligers actief. Hierdoor is het vaak moeilijk om proactief te werken en worden er meestal incidenten verholpen in plaats van voorkomen. De apparatuur is deels vrij nieuw maar over het algemeen wat ouder of in een second live cyclus bij ons gekomen. Het is belangrijk dat de apparatuur goed onderhouden wordt voor het stuk gaat en vervangen wordt. Inzicht in de technische staat en de leeftijd van de apparatuur moet hierbij helpen.

Om meer pro-actief te kunnen werken is het nuttig om een registratie van incidenten bij te houden. Moment van storing en oorzaak dienen daarbij genoteerd te worden.

Mogelijk gaat RTV Purmerend verhuizen. Vanuit dit toekomstbeeld zijn er geen ingrijpende verbouwings- en of technische veranderingen uitgevoerd.

Een ontwikkeling die wel aandacht vereist is de Digital Audio Broadcasting (DAB)

6.3 Wat willen we bereiken

De techniegroep wil in 2018, met uitloop naar 2019 uitbreiding van de techniegroep bewerkstelligen. In samenwerking met P&O willen we in de eerste helft van 2018 twee vrijwilligers er bij zoeken waarvan de ene vrijwilliger zich richt op de Audio- en Videoapparatuur en het gebruik daarvan en de andere vrijwilliger zich over de zendtechnieken en zendmast ontfermt.

In 2018 zal gezocht worden naar een methode waarbij de deskundigheid die nu vooral geborgd is bij één vrijwilliger gespreid wordt bij alle vrijwilligers van de techniegroep, afhankelijk van het deskundigheidsgebied waar men voor heeft gekozen.

6.3.1 Pro-actief werken:

Met de huidige werkwijze worden voornamelijk incidenten opgelost. Dit brengt de continuïteit van de uitzendmogelijkheden van RTV Purmerend in gevaar. Het streven is er voor te zorgen dat RTV Purmerend zeven dagen in de week gedurende 24 uur online is en uitzendingen kan verzorgen.

Om dit te bereiken willen we twee ontwikkelingen vorm geven:

- ten eerste een onderhoudsplan voor de IT en de apparatuur neerzetten
- ten tweede een logboek gaan bijhouden waarin de verschillende storingen met de reden van storing en de geboden oplossing in worden opgetekend.

6.3.2 Vervanging apparatuur:

Alle apparatuur moet geïnventariseerd worden en aan een levensverwachting gekoppeld te zijn. Op deze wijze willen we inzicht krijgen in de mogelijke vervangingskosten voor de komende jaren zodat daar financieel rekening mee gehouden kan worden.

6.3.3 DAB:

Met het vervallen van de FM zenders is het waarschijnlijk dat er een beroep op de DAB wordt gedaan. In 2018 willen we onderzoeken of het overgaan op een DAB zendtechniek beschikbaar kan worden voor RTV Purmerend en welke kosten daarmee gemoeid zijn. Ook zal gekeken worden of er met de andere regionale omroepen op dit gebied kan worden samengewerkt.

Over het algemeen genomen implementeert de techniegroep alleen nieuwe technieken als er tenminste aan drie voorwaarden is voldoen, namelijk

- De nieuwe techniek moet te onderhouden zijn;
- De nieuwe techniek moet door meerdere programmamakers gebruikt worden (breed inzetbaar)
- Problemen met de nieuwe techniek moet binnen RTV Purmerend door eigen mensen kunnen worden opgelost.

Bij de mogelijkheden die de DAB biedt zullen de bovengenoemde criteria een belangrijke rol gaan spelen.

6.3.4 Investerings:

Voor 2018 is het wenselijk dat er budget beschikbaar komt, of meegenomen wordt in de begroting van 2019 voor:

- Noodstroomvoorzieningen UPS
- Opslagmogelijkheid (NAS) 10gb met ethernet
- DAB apparatuur zender etc.
- Aggregaat voor op locatie met geluidsdemping