Definitief/06102015

Beleidsplan RTV9 2015-2017

'De luis in de lokale pels'

Inhoudsopgave

Aanleiding Pagina 3
Samenvatting beleidsplan Pagina 4

1. Uitgangspunten en doelen RTV9 Pagina 5
   1.1. Wat doen wij? Pagina 5
   1.2. Historie Pagina 5
   1.3. Missie Pagina 6
   1.4. Strategie Pagina 6

2. Markt Pagina 6
   2.1. Aantallen Pagina 6
   2.2. Marktaandelen Pagina 7
   2.3. Mediagereedschap Pagina 8
   2.4. Doelgroepen Pagina 8
   2.5. Marketing Pagina 8

3. Spiegel aan de wand, wat is er met RTV9 aan de hand? Pagina 9
   3.1. S.W.O.T. Pagina 9
   3.2. Imago Pagina 10
   3.3. Identiteit (nu) Pagina 10
   3.4. Draagvlak bij politiek Pagina 10

4. Organisatie Pagina 11
   4.1. Organigram Pagina 11
   4.2. Juridische vorm Pagina 11
   4.2.1. Bestuur Pagina 11
   4.2.2. Programmaraad Pagina 11
   4.2.3. Hoofdredacteur en programmaleiding Pagina 12
   4.2.4. Vrijwilligers Pagina 12
   4.3. Herstructurering organisatie Pagina 12
   4.3.1. Transformatie Pagina 12
   4.3.2. Vrijwilligers en vrijblijvendheid Pagina 12

VERTROUWELIJK

5. Financiële situatie en perspectief Pagina 13
5.1. Uitgangspunten Pagina 13
5.2. Financiële ontwikkeling Pagina 13
5.3. Alternatieve financiering Pagina 15
5.4. Risicomanagement Pagina 15

6. Strijdplan Pagina 15
6.1. Ambitie Pagina 15
6.2. Salesplan Pagina 16
6.3. Koers RTV9 Pagina 16

7. Bijlagen
1. Historie Pagina 18
2. Bevolkings- en bedrijfscijfers Pagina 23
3. Jaarverslagen 2012, 2013 en 2014 Pagina 24
4. Realistisch scenario Pagina 25
5. Optimistisch scenario Pagina 26
6. Pessimistisch scenario Pagina 27
7. Advertentietarieven Pagina 28
8. Organigram Pagina 29

VERTROUWELIJK

Aanleiding

RTV9 is beland in de 'na-de brand-periode'. Het is nodig om het beleid voor de komende drie jaar te overdenken en vast te leggen. Ook als een pure vrijwilligersorganisatie is het verstandig om doelen, nut, noodzaak, de weg daar naartoe en met wie regelmatig tegen het licht te houden.

Het ongebreidelde enthousiasme van de vrijwilligers om gezamenlijk radio, televisie en de nieuwe sociale media te gebruiken om de bewoners van onze streek (Nieuwegein, IJsselstein en Lopik) te bedienen met onderhoudende muziekprogramma's, nieuws en achtergrond van de actualiteit en sport en cultuurprogramma's voor jong en oud, verdient een solide en duidelijke basis.

Vrijwilligheid is niet vrijblijvend, maar luisteren, kijken en lezen gaat ook niet vanzelf. Onze uitdaging is om doelgroepen waar RTV9 voor uitzendt, op een juiste manier te verleiden om fan te worden en te blijven. Op deze wijze kan RTV9 ook voldoende middelen vergaren om de faciliteiten te financieren om uit te zenden. RTV9 kan niet alleen teren op de noodzakelijke en wettelijke overheidssubsidies. De omroep zal ook op andere wijze inkomsten moeten verwerven. Bijvoorbeeld uit reclame en sponsoring. Goede content is daarin een voorwaarde. Dat is de uitdaging voor de komende jaren. Dit beleidsplan zet daarvoor de koers.

Wat speelt er? Nut en noodzaak voor een nieuwe koers.
Als publieke, lokale omroep, bevindt RTV9 zich in een veranderende wereld. Landelijk is er minder maatschappelijk geld beschikbaar. Er staat druk op maatschappelijke organisaties om efficiënter en effectiever te werken. De kwaliteit van producten en diensten moet omhoog. Een groter publiek moet worden aangesproken. Voortbestaan in een veranderende wereld vraagt om aanpassing. Als lokale/streek omroep is RTV9 grotendeels afhankelijk van haar subsidieverleners gemeente Nieuwegein, IJsselstein en Lopik. Vanwege de maatschappelijke druk is het spannend hoeveel subsidie RTV9 gaat ontvangen. Ook hebben de gemeentes de omroep weliswaar in oktober opnieuw voor vijf jaar een uitzendlicentie gegund, maar de vraag is of dit over vijf jaar opnieuw het geval zal zijn. Gemeente Nieuwegein roept bijvoorbeeld om meer zichtbaarheid van de gemeente in uitzendingen. En brancheorganisatie Olon heeft met VNG een convenant gesloten om het aantal lokale omroepen terug te dringen en te laten samengaan tot streekomroepen (met een verzorgingsgebied van minimaal 100.000 inwoners). NB: RTV9 heeft een verzorgingsgebied van 109.000 inwoners en valt daarmee buiten de gevarenzone.

Naast de noodzaak, is er ook nut tot het uitzetten van een nieuwe koers. Een onderzoek naar de regionale en lokale journalistiek van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, dat op 12 februari 2015 werd gepresenteerd aan minister Plasterk van Binnenlandse Zaken, schetst een verontrustend beeld. Driekwart van de Nederlandse gemeenten loopt het risico niet

VERTROUWELIJK

langer te beschikken over een goed functionerende vierde macht, de journalistiek. Dat betekent dat bijna 8 miljoen Nederlanders verstoken zijn van relevant lokaal nieuws, anders dan politieberichten en de uitagenda. Ook werd de relatie onderzocht tussen gemeentebestuurders en de media die hen zouden moeten controleren. Daaruit blijkt onder meer dat een deel van de bestuurders het ongewenst vindt dat ze zich niet via de media hoeven te verantwoorden voor hun beleid. Daarbij blijkt dat het voor bestuurders reuze verleidelijk is om via het pr-apparaat van de gemeente de eigen boodschap vorm te geven. Voorbeeld in het rapport is gemeente Almere, waar zes journalisten werken versus vijftig pr-mensen. En omdat er steeds minder journalisten zijn die de tijd of de ruimte hebben om die boodschap te controleren, corrigeren of nuanceren, is de kans groot dat zo'n bericht een-op-een in de krant komt. Conclusies: de lokale pers staat er slecht voor. Het nieuws uit het dorp verdwijnt. Er ontstaat een gat in de lokale democratie.

Samenvatting beleidsplan

Rtv9 wil zich de komende drie jaar in de eerste plaats profileren als de streekzender voor Nieuwegein, IJsselstein en Lopik. Uitbreiding in de nabije omgeving wordt niet geschuwd, maar moet als het ware via natuurlijke groei gaan. RTV9 wil **'de luis in de pels'** zijn van de politiek en maatschappelijke instellingen.

Dit kan bereikt worden met dit 3-jarenbeleidsplan. In deze periode willen we de slagkracht van het bestuur verbeteren en het enthousiasme van de vrijwilligers ondersteunen en faciliteren. Als tegenprestatie geldt voor alle vrijwilligers, van bestuur tot programmamakers, van de programmaraad tot redactie, dat vrijblijvendheid in een geprofessionaliseerde omroep geen optie meer is.

Op basis van een sterkte-/zwakteanalyse heeft RTV9 zichzelf kritisch bekeken en geconcludeerd dat de organisatie zich heeft te professionaliseren en financieel sterker moet komen te staan. De zichtbaarheid en herkenbaarheid van de omroep dient verbeterd te worden, zodat er een professionele uitstraling ontstaat als vrijwilligersorganisatie. Op den duur willen we dat de omroep full time geleid wordt.

Dit is alleen mogelijk als het financiële draagvlak aanzienlijk wordt verbreed. In dit plan is hiervoor een financiële onderbouwing opgenomen. Resultaat moet zijn dat er een financieel krachtige lokale publieke omroep ontstaat, die door minstens 50% van de inwoners regelmatig wordt beluisterd, bekeken en/of wordt gevolgd via website en sociale media.

Het bestuur zal de komende jaren deze ontwikkeling kritisch begeleiden en zonodig op tijd bijsturen om financiële ongelukken te voorkomen. Op deze wijze heeft RTV9 toekomst als publieke streekomroep met een journalistieke insteek.

VERTROUWELIJK

1 Uitgangspunten en doelen van RTV9

1.1. Wat doen wij?

RTV9 is een publieke omroeporganisatie, geheel bemenst met enthousiaste vrijwilligers, die uitzendt in de gemeenten Nieuwegein, IJsselstein en Lopik. RTV9 maakt naast radio en TV ook gebruik van sociale media zoals internet (website), Facebook, Twitter etc. RTV9 doet verslag van sportieve, culturele, politieke en overige maatschappelijke ontwikkelingen in de streek. RTV9 wil daarbij het democratische gat in de streek opvullen, dat de regionale journalistiek steeds groter laat worden.

Met haar uitzendgebied van meer dan 100.000 inwoners, voldoet RTV9 aan het convenant dat gesloten is tussen de Vereniging Nederlandse Gemeente en Olon. Hierin wordt uitgegaan van een beperkt aantal lokale omroepen, maar die wel een uitzendgebied hebben van minstens 100.000 inwoners.

1.2. Historie

RTV9 is voortgekomen uit het de lokale radiozender van de gemeente Lopik, die sinds 1 juli 1995 uitzendt. Zie voor uitgebreide historie bijlage 1.

1.3. Missie

De missie van de lokale omroep RTV9 is:
- het zo goed mogelijk overdragen van nieuws, informatie en muziek;
- vanuit de regio naar de regio (Lopik, IJsselstein en Nieuwegein);
- voor een zo'n breed mogelijk publiek;
- met gebruikmaken van radio, tv en alle sociale media;
- vanuit het perspectief van de publieke dienstverlener;
- zonder winstoogmerk
- met als beoogd effect de betrokkenheid van burgers bij de regionale samenleving te bevorderen.

Dit alles in samenhang met het redactiestatuut, dat onafhankelijke journalistiek waarborgt. Zinvolle inhoud voor het voetlicht brengen is prioriteit om ook financieel gezond te zijn.

1.4. Strategie

Niets is bedreigender voor een organisatie dan een afwachtende houding aan te nemen. Dat wil zeggen: te laat inhaken op maatschappelijke ontwikkelingen in de eigen omgeving. Om dit te voorkomen zorgt RTV9 dat het een open oog en oor heeft voor nieuwe stromingen op sociaal-maatschappelijk, politiek en cultureel terrein. Dat doet zij op programmaniveau en

VERTROUWELIJK

op managementniveau. Bij RTV9 betekent dit, dat de vrijwilligersorganisatie professioneel georganiseerd wordt. Bij de vrijwilligers betekent dit, dat een professionele houding noodzakelijk is: vrijwillig is niet vrijblijvend, afspraak is afspraak, op elkaar kunnen bouwen en elkaar kunnen vertrouwen. Taken vallen pas uit handen, als er een goed alternatief is.

Daarbij zorgt het bestuur dat zij duidelijk, transparant en faciliterend is richting de organisatie en de journalistieke onafhankelijkheid respecteert. Op deze wijze wordt ook de relatie tussen bestuur en organisatie geregeld. In het hoofdstuk Organisatie staat deze relatie - taken en verantwoordelijkheden - uitgewerkt.

RTV9 tracht een zo'n breed mogelijke doelgroep te bereiken, die als gezamenlijk bindmiddel de regio Nieuwegein, IJsselstein en Lopik heeft. De zender is van en voor iedereen in het verzorgingsgebied. De publieke functie van de omroep is daarbij het uitgangspunt, wat garant staat voor onafhankelijkheid.

Om sterk te staan in de toekomst is niet alleen subsidie van de gemeenten Nieuwegein, IJsselstein en Lopik zeer belangrijk, maar ook een extra geldstroom. Reclame en sponsoring zijn hierin belangrijk bronnen. Het is zelfs van levensbelang.

Toch mag de extra geldstroom de publieke en journalistieke onafhankelijkheid niet aantasten. RTV9 zal de spreekwoordelijke luis in de pels van de politiek en andere maatschappelijke organisaties zijn. Zowel de gemeenteraden, als de B&W 's van de drie gemeenten, als ook de overige maatschappelijke en culturele organisaties, zullen zich bewust worden dat RTV9 namens de gemeenschap over hun schouder meekijkt. In de komende periode zal hier binnen RTV9 als organisatie en binnen de programma's nadrukkelijk meer aandacht aan worden besteed. Dit vraagt namelijk om een gedachteomslag bij de huidige vrijwilligers. Daarbij zal er 'aan de poort' op worden geselecteerd.

De betrouwbaarheid van de omroep is uitgangspunt op alle beleidsterreinen, waarbij de omroep - hoe hoogdravend het ook mag klinken - de betrouwbare, doch kritische buurman is.

VERTROUWELIJK

2 Markt

2.1. Aantallen

Het zendgebied van RTV9 telt ruim 109.000 potentiële luisteraars en kijkers (peildatum CBS; 1-5-2014). 60.700 in Nieuwegein, 34.270 in IJsselstein en 14.050 in Lopik e.o. Natuurlijk

mogen wij onze peuters en kleuters nog niet meetellen. Daarom is het van belang naar de onderverdeling naar leeftijd te kijken. Globaal per gemeente is de op bouw als volgt:

Inwoners 0 tot 15 jaar	20%		Aantal huishoudens		%
Inwoners 15 tot 25 jaar	12%		Eenpersoons	14.367	31
Inwoners 25 tot 45 jaar	27%		Zonder kinderen	13.904	30
Inwoners 45 tot 65 jaar	28%		Met kinderen	18.074	39
Inwoners 65+	13%		Totaal	46.345	100

Voor gedetailleerde cijfers: zie bijlage 2

Ook telt het zendgebied van RTV9 veel bedrijven, te weten:

Nieuwegein	9.536
IJsselstein	4.832
Lopik e.o.	2.774
Totaal	17.142

Per saldo een aantrekkelijke markt voor een zender: ruim 46.000 huishoudens en ruim 17.000 bedrijven. Zowel als doelgroep voor onderhoudende programma's, maar ook – wat het bedrijfsleven betreft- en bron van reclame en sponsoring. Om de afhankelijkheid van de gemeentelijke subsidies te beperken ligt hier een kans voor RTV9.

2.2. Marktaandelen

In 2007 werd er voor het eerst onderzoek gedaan naar het luisterbereik van RTV9. Sander Griffioen overhandigde in het kader van zijn afstudeerproject een rapport aan het bestuur van RTV9. De uitslag was zeer positief; RTV9 werd in IJsselstein net zoveel beluisterd als de nationale zenders 3FM en Veronica. Het totaalbereik lag op dat moment op 31%. Met andere woorden: maar liefst één op de drie inwoners. Uit het onderzoek bleek ook dat de nieuwe naam, RTV9, goed was aangeslagen. Luisteraars stemmen vooral af om het lokale nieuws. Ook sportnieuws en actualiteiten scoren goed onder de respondenten. In oktober 2007 werd de samenwerking aangegaan tussen het 'Politiek Café Nieuwegein' en RTV9. Vanaf toen was het maandelijks te horen via Radio 9. De TV-afdeling van RTV9 sloot een contract af om elke donderdag het populaire programma 'Hart voor Muziek' op televisie uit te zenden.

Op 30 januari 2008 stond de website van RTV9 opnieuw op nummer 1 van de website utrechtinternettop25.nl. Dit is een ranglijst van de meest gewaardeerde websites in de provincie Utrecht. Uit cijfers van de gemeente Nieuwegein bleek dat in de periode 2009-2010, twee van de vijf Nieuwegeiners weleens naar RTV9 keek.

VERTROUWELIJK

Recentere gegevens zijn niet voorhanden, maar RTV9 staat op de kaart. Ook bij die inwoners, die niet luisteren, kijken en/of lezen.

2.3. Mediagereedschap

RTV9 bedient zijn doelgroepen met muziek en actualiteiten op het gebied van cultuur, sport en overige maatschappelijke ontwikkelingen. Dit doet zij via radio, tv, website en sociale media. De website en de sociale media zijn de snelle verbinder tussen RTV9 en haar werkgebied; haar supporters. Het verzorgen van deze media is de sleutel voor een toekomstig RTV9. Via deze media is zeker de jonge kijker en luisteraar te lokken naar radio en TV.

2.4. Doelgroepen

RTV9 richt zich niet op een bepaalde doelgroep, maar door haar programmering geeft zij verschillende doelgroepen aandacht. Met de populaire sportuitzendingen boeit zij de sportieve luisteraar; vanuit de samenwerking met het Politiek Café Nieuwegein en als 'luis in de pels' van de politiek in het algemeen, informeert zij de politiek geïnteresseerde inwoners en de politici zelf; met aandacht voor kerkelijke issues trekt zij de religieus geïnteresseerde inwoner en met aandacht voor cultuur draagt zij bij aan de culturele verrijking van de regio. En door dit alles speelt de onderhoudende muziek voor jong en oud een belangrijke verbindende factor in de regio.

Deze programmering voldoet niet alleen aan de eisen van het Commissariaat van de Media inzake een publieke lokale omroep, maar biedt ook kansen voor reclame en mogelijkheden tot sponsoring.

2.5. Marketing

Door actualiteit en hoge kwaliteit qua content te bieden kan en moet RTV9 aantrekkelijk worden voor reclame-uitingen van het MKB. Ook moeten er sponsoren gezocht worden om zich aan RTV9 te binden. Het merk RTV9 moet daarvoor regionaal aansprekend zijn. Deze naamsbekendheid zal worden ondersteund door advertenties en door intensief gebruik van de sociale media zoals Facebook en Twitter, maar ook door een actuele website en tekst-TV. Dit wordt uitgedragen door iedereen die werkzaam is bij RTV9. Ook zal vanuit het bestuur hier via een toegewezen aandachtsgebied van een der leden aan gewerkt worden. Duidelijke advertentietarieven zijn hierbij noodzakelijk. Zie bijlage 7.

VERTROUWELIJK

3 Spiegel aan de wand, wat is er met RTV9 aan de hand?

3.1. S.W.O.T.

Om de toekomst te veroveren, staan we eerst stil bij de uitdagingen van vandaag. Wat is er niet goed en wat wel. Wat kan beter en hoe? Hoe kijkt de buitenwereld tegen RTV9 aan. Dit doen wij in een SWOT-opstelling oftewel en sterkte/zwakteanalyse en een inventarisatie van bedreigingen en kansen.

Sterkte

1. **Enthousiaste vrijwilligers**
2. **Faciliteiten**
3. **Huisvesting**
4. **Strenge penningmeester**
5. **Financiën op orde**
6. **Netwerk**
7. **109.000 potentiele kijker, luisteraars en lezers**
8. **Economisch sterke regio**

Zwakte

1. **Vrijwilligers te vrijblijvend**
2. **Inzetbaarheid**
3. **Afhankelijk van subsidies**
4. **Doorstroming van vrijwilligers**
5. **Imago/onzichtbaar**
6. **Netwerken**
7. **Bezetting/recruting**
8. **Bereikbaarheid studio**
9. **Financiële ruimte**

Kansen

1. **Economisch herstel (sponsoring, reclame)**
2. **Geen kritische reg. concurrenten**
3. **Betrokkenheid ouderen & student**
4. **Vianen/Lekstroom**
5. **Zelf organiseren evenementen**
6. **Projectmatig inzetten vrijwilligers**
7. **Marketeer**
8. **Full time leiding**

Bedreigingen

1. **Werkdruk (privé druk)**
2. **Afname vrijwilligers**
3. **Stakeholder (politiek ???)**
4. **Veroudering apparatuur**
5. **Gemeente Lopik**
6. **Remkam Lopik**
7. **On Air (internet radio)**
8. **RTV Utrecht**

Uit deze S.W.O.T. blijkt dat de tijd qua economische potentie in de regio goed is voor RTV9. Concurrenten bieden de regio geen goede kritische pers, echter de kracht van de enthousiaste vrijwilliger is ook de achilleshiel van RTV9. De uitdaging is een zodanige organisatie op te zetten, die niet alleen de vrijwilliger een warm bad biedt, maar ook de broodnodige sponsor en advertentie-aanbieder.

3.2. Imago

De voornoemde S.W.O.T. geeft ook aan hoe het met huidige Imago van RTV9 staat. Hoewel de huisstijl herkenbaar is qua sound, look & feel en vormgeving (vooral bij de intimi), en de sportverslaggeving ook bijdraagt aan een positieve waardering, is het imago toch onzichtbaar en oubollig. In gesprekken met derden komt al dan niet terecht naar voren, dat er niet geluisterd en gekeken wordt naar RTV9. Zij is niet professioneel en heeft een matige programmering. Let wel, zo wordt er van buiten naar binnen gekeken. Dat kan RTV9 zich aantrekken. Positief is dat zij als een goede leerschool wordt gezien.

3.3. Identiteit (nu)

Als via een brainstorming naar binnen wordt gekeken, komt er een positiever beeld naar voren.

RTV9 vindt zichzelf dienstbaar en toegankelijk. Vindt zichzelf bij de regio horen en is daarbij betrokken. Dit alles doet zij zonder winstoogmerk. Bovendien is zij betrouwbaar, zichtbaar en herkenbaar. Zij is ambitieus en heeft het nodige incasseringsvermogen opgebouwd. Zij is flexibel, dynamisch, creatief en prestatiegericht. Programma's zijn nieuwswaardig, actueel en doelgroepgericht.

Opvallend is dat eigendunk en imagobeeld behoorlijk verschillen.

3.4. Draagvlak bij politiek

Het voornoemde imago speelt RTV9 ook parten bij de contacten met de politiek. RTV9 heeft te doen met drie gemeenteraden, die beslissen over de subsidie aan RTV9. Ondanks de landelijke richtlijn kunnen de gemeenteraden hiervan afwijken. Het is aan RTV9 deze beweging tegen te gaan door goede programmering met daarbij stijgende kijk- en luistercijfers. Daarbij moet zij ook als een journalistieke luis in de politieke pels zijn. Dit vereist moed en kwaliteit. Via opleiding en bijscholing kan dit worden verbeterd.

VERTROUWELIJK

4. Organisatie

4.1 Organigram

Zie bijlage 8.

4.2. Juridische vorm

RTV9 is een Stichting, ingeschreven bij de KvK, met een Bestuur, dat verantwoordelijk is voor alle financiële, organisatorische en facilitaire zaken. Conform de Mediawet is er een Programmaraad, die toeziet op de programmatische inhoud van de uitzendingen. De dagelijkse gang van zaken wordt geheel door een zeventigtal vrijwilligers gerund, die een medewerkersovereenkomst hebben gesloten en ook handelen conform statuten en vastgestelde huisregels.

4.2.1. Bestuur

Het bestuur bestaat op dit moment uit 4 leden en is statutair verantwoordelijk voor de gang van zaken bij RTV9 qua financiën, organisatie en facilitair. Zij staat in direct contact met de dagelijkse leiding. De functies binnen het bestuur zijn voorzitter, secretaris/plv. voorzitter, penningmeester en algemeen bestuurslid. De leden hebben de volgende aandachtsgebieden: vrijwilligers, sponsoring/reclame, facilitair, public relations en financieel. Deze organisatievorm leidt tot directe lijnen van de bestuursleden met de vrijwilligers, die dagelijks bij deze activiteiten betrokken zijn.

De voorzitter coördineert en heeft een directe lijn met de hoofdredacteur en is zonodig en het bestuurlijke gezicht naar buiten. De secretaris richt zich op de de interne en externe correspondentie, archief en verslaglegging, terwijl de penningmeester naast het beheer van de penningen, jaarrekening etc., zich richt op het financiële welzijn van de organisatie.

Het bestuur oefent haar taken op een zoveel mogelijke transparante wijze uit. Zij houdt de medewerkers op de hoogte van het reilen en zeilen van RTV9. Omgekeerd informeren de vrijwilligers via hun directe lijnen, maar zeker ook via de hoofdredacteur en programmaleiding, het bestuur over de dagelijkse gang van zaken.

4.2.2. Programmaraad

De programmaraad (Beleidsbepalend Orgaan – PBO) bestaat uit 13 leden, waarbij conform de Mediawet een samenstelling wordt nagestreefd van voldoende diversiteit qua achtergrond, leeftijd, sekse, cultuur en regionale spreiding. De raad stelt het programmabeleid van de omroep vast en adviseert bij benoeming en ontslag van de hoofdredacteur en programmaleiding. Nieuwe leden worden benoemd door het bestuur op voordracht van de Programmaraad zelf .

4.2.3. Hoofdredactie en programmaleiding

VERTROUWELIJK

De dagelijkse gang van zaken voor wat betreft radio, TV, sociale media en internet is belegd bij de hoofdredacteur en programmaleiding. Met de vrijwilligers, die alle dagelijkse taken vervullen, is een medewerkers overeenkomst gesloten. Iedereen dient zich te houden aan de huisregels, waarbij het adagium geldt 'afspraak is afspraak'.

4.2.4. Vrijwilligers

Er 'werken' zo'n 70 vrijwilligers bij RTV9, waarvan er ongeveer 20-25 actief. De rest is op verzoek in te schakelen, of meldt zich wanneer er een productie gerealiseerd moet worden. Een uitdaging is het voorkomen van eiland-denken. Radio, TV en internet (sociale media) kunnen meer integreren. Bijvoorbeeld door cross mediaal te denken: kruisbestuiving tussen de vakgebieden. Om de kwaliteit van RTV9 te verhogen, is het gewenst om meer te investeren in opleiding en cursussen. Voorbeeld is de interne cursus 'Journalistiek', die opgezet wordt door de hoofdredacteur en enkele vrijwilligers die een opleiding volgen aan de School voor de Journalistiek. Idee is om ook stage-mogelijkheden bij andere omroepen te regelen.

Om plezier te houden in het vrijwillig uitoefenen van een uitdagende hobby, is het belangrijk overbelasting en stress te voorkomen. Hier ligt een sturende taak bij het bestuur en een signalerende taak bij de programmaleiding.

4.3. Herstructurering organisatie

4.3.1. Transformatie

Om van het nu naar de toekomst te komen is een transformatie pad nodig. Dit begint met informatie en voorlichting om vertrouwen in de nieuwe plannen en de toekomst te krijgen. Daarom moet dit beleidsplan ook door een ieder gedragen worden en zullen er ontmoetingsmomenten met alle vrijwilligers worden georganiseerd. Verandering gaat niet van vandaag op morgen, maar mag ook geen eeuwigheid duren. Het streven is om dit in 2017 te hebben afgerond.

4.3.2. Vrijwilligers en vrijblijvendheid

Enthousiasme is niet het probleem bij de vrijwilligers van RTV9; wel het gebrek aan structuur en duidelijk neergelegde verantwoordelijkheden. Daarom het bovengenoemde organigram, dat uitgaat van het faciliteren van vrijwilligers, maar dat tegelijkertijd neigt naar professionalisering - noodzaak om te overleven en daarom vrijblijvendheid uitsluit. De volgende stap is het invullen van dit organigram met vrijwilligers, die aan deze eisen kunnen en willen voordoen.

Het is een samenspel van een transparant bestuur met gemotiveerde vrijwilligers. Niet de aapjes van elkaars schouders laten springen, maar samen de schouders eronder zetten.

VERTROUWELIJK

5. Financiële situatie en perspectief

5.1. Uitgangspunten

De huidige financiële situatie is gebaseerd op de laatste jaarverslagen (bijlage 3) en laat een eigen vermogen zien per 31 december 2014 van € 103.959,- excl. BTW. Dit vermogen is voornamelijk opgebouwd door de schade-uitkering in 2013 en 2014 naar aanleiding van de brand. Feitelijk viel te constateren, dat 'in de brand' voor RTV9 'uit de brand' betekende. De schade-uitkeringen zijn voor 100% geïnvesteerd in nieuwe equipment, die echter ook weer moet worden afgeschreven en wat een belangrijke belasting is.

Het inkomen van RTV9 is voor 2/3 (ca. € 55.000,-) afkomstig van de gemeentelijke bijdragen - doorgegeven uit het Gemeentefonds - conform de Mediawet. Daarnaast is er ca. € 7.000,- aan reclameopbrengsten en € 7.000,- aan sponsoring en donaties. Naast deze min of meer structurele inkomsten waren er in de afgelopen twee jaar incidentele donaties van € 4.000,- in 2013 en € 13.000,- in 2014. Per saldo in 2014 € 76.856,- aan inkomsten, maar ruim € 95.000,- aan lasten. Rekening houdende met incidentele rentebaten resteert een tekort van een kleine € 19.000,-. NB: genoemde bedragen zijn excl. BTW.

5.2. Financiële ontwikkeling

Naast de structurele directe lasten ad € 27.000,- exclusief BTW (inkoopwaarde van de omzet, zoals Nozema, abonnementen, wettelijke afdrachten, kosten onderhoud en techniek) heeft RTV9 ook nog te maken met structurele lasten als afschrijving, huisvesting, verkoop-, kantoor-kosten en algemene kosten voor een totaal van €53.000,- exclusief BTW. Omdat RTV9 nagenoeg geen BTW-belaste prestaties verricht, kan RTV9 de in rekening gebrachte omzetbelasting niet terugvorderen en dienen de hiervoor genoemde bedragen verhoogd te worden met circa 21% . Dit leidt vooralsnog tot een structureel tekort van ca. € 20.000,- exclusief BTW de komende jaren (intering). NB: genoemde bedragen zijn excl. BTW.

VERTROUWELIJK

Realistisch scenario	2012	2013	2014	2015*	2016**	2017**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering	€ 20.280	€ 121.093	€ 103.959	€ 80.584	€ 58.236	€ 37.162
Liquiditeiten(vanaf 2015 schatting)	€ 14.074	€ 38.162	€ 17.006	€ 13.184	€ 11.336	€ 10.762

Optimistisch scenario	2012	2013	2014	2015*	2016**	2017**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering	€ 20.280	€ 121.093	€ 103.959	€ 80.637	€ 61.554	€ 48.035
Liquiditeiten(vanaf 2015 schatting)	€ 14.074	€ 38.162	€ 17.006	€ 14.184	€ 15.601	€ 22.582

Pessimistisch scenario	2012	2013	2014	2015*	2016**	2017**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering	€ 20.280	€ 121.093	€ 103.959	€ 75.238	€ 38.656	€ -962
Liquiditeiten(vanaf 2015 schatting)	€ 14.074	€ 38.162	€ 17.006	€ 8.785	€ -7.297	€ -26.415

*	Voorlopige raming
**	prognose

NB: bovenstaande bedragen zijn excl. BTW.

Bij doorgaan op het huidige niveau zal het eigen vermogen in 2017 zijn verdampt. Dit betekent dus actie; zowel aan de kostenkant, maar vooral aan de inkomstenkant. In bijlage 4, 5 en 6 zij het realistische, optimistische en pessimistische scenario geschetst. Dit zijn prognoses met de nodige onzekerheden, maar toch richtinggevend.

Als publieke lokale omroep is de overheidssubsidie vooralsnog de spreekwoordelijke kurk waarop de omroep drijft. Het risico te drijven op één kurk is zowel gevaarlijk voor de continuïteit als voor de onafhankelijkheid qua journalistiek. Het is daarom van belang meerdere kurken te verwerven. Twee extra kurken zijn daar bij essentieel; te weten reclame en sponsoring. Dit betekent dat hier actief beleid op moet worden gevoerd. Het voornoemde imago speelt ook hier RTV9 parten. Toch is het hoopvol, dat bijvoorbeeld de uitzending van de Nieuwegein Award veel positieve reacties heeft opgeroepen. Reclame en sponsoring moet vanuit een adequate organisatie worden opgepakt. Dit heeft een grote prioriteit.

Als wij uitgaan van het realistische scenario en pas in 2016 aan het optimistische scenario gaan denken, betekent dit dat RTV9 de reclame-inkomsten moet verhogen van € 7000,- in 2014 naar € 11.000,- in 2015 en € 12.000,- in 2016. En dan doorstoten naar € 15.000,-. Dit is een uitdaging voor de organisatie. Tevens zullen de sponsorinkomsten omhoog moeten binnen de ruimte die het Commissariaat van de Media geeft. Ook zullen de gemeenten IJsselstein en Lopik moeten worden benaderd om hun structurele bijdrage op het wettelijk mogelijke niveau te brengen. Dit zou een extra € 7.000,- structureel betekenen. Om de komende drie moeilijke jaren van transformatie door te komen, zal om incidentele bijdragen

VERTROUWELIJK

gevraagd moeten worden bij de gemeentes. In deze tijd een uitdaging. NB: genoemde bedragen zijn excl. BTW.

5.3. Alternatieve financiering

Naast subsidies, reclame en sponsorinkomsten zal ook de mogelijkheden van crowdfunding en ledencertificaten (Club van € 100,-) moeten worden bekeken om meer structurele middelen te vergaren. Echter al deze acties tot middelenwerving, conventioneel en non-conventioneel, slagen of breken bij de kwaliteit van de content, die RTV9 brengt en gaat brengen.

5.4. Risicomanagement

Duidelijk is dat alle hens aan dek moet om RTV9 op het huidige niveau te continueren verder te brengen. Het bestuur zal dan ook de verantwoordelijkheid nemen om de financiële actie goed op te pakken onder haar verantwoordelijkheid en zo nodig in te grijpen als dat nodig is.

6. Strijdplan

6.1. Ambitie

De kerntaak van RTV9 is om met haar journalistieke medewerkers om als een 'luis in de pels' nieuwswaardige informatie te verzamelen en uit te zenden, waardoor minstens 50% van de bewoners uit de streek op haar afstemmen. RTV9 bedient zowel jong als oud. RTV9 tracht door programmering verschillende doelgroepen aandacht te geven. Door de populaire sportuitzendingen boeit zij de sportieve luisteraar; door de samenwerking met het Politiek Café Nieuwegein en de aandacht als 'luis in de pels' van de politiek in het algemeen, informeert zij de politiek geïnteresseerde inwoners en de politici zelf; door aandacht voor kerkelijke issues trekt zij de religieus geïnteresseerde inwoner en door aandacht voor cultuur draagt zij bij aan de culturele verrijking van de Nijlregio. En door dit alles speelt de onderhoudende muziek voor jong en oud een belangrijke verbindende factor met de regio.

Door op vele evenementen aanwezig te zijn en deze uit te zenden, wordt zij ook aantrekkelijk voor het bedrijfsleven qua reclame. Sponsoren moeten dit beleid aantrekkelijk vinden om dit te ondersteunen. Een business club (Club van € 100,-) kan hierbij een goed middel zijn. Het bereiken van financiële onafhankelijkheid is op middellange termijn een sleutelvoorwaarde om te overleven.

RTV9 wil dan ook de organisatie professionaliseren; bijvoorbeeld een fulltime leiding en een deskundige marketeer. Op den duur kan dan het werkgebied worden uitgebreid naar Lekstroom.

VERTROUWELIJK

6.2. Salesplan

Goede content met daarbij goede kijk-, lees en luistercijfers zijn de uitgangspunten voor een actieve campagne richting bedrijfsleven. Daarbij behoort een duidelijk inzicht, zowel in advertentietarieven, als in sponsorkeuzemogelijkheden. In de organisatie moeten deze verantwoordelijkheden duidelijk worden belegd of eventueel uitbesteed. Wellicht gaat de 'cost voor de baet uit'. Concurrentie van RTV Utrecht en huis-aan-huis-bladen moet dan worden aangegaan. Wat heeft RTV9 meer te bieden in deze regio? Wellicht ook advertorials overwegen.

6.3. Koers RTV9

RTV9 wil binnen drie jaar dé lokale omroep in deze regio zijn en de genoemde cijfers van 50% in afstemming met de bewoners bereiken. Daarbij is goede content essentieel, gebracht door enthousiaste vrijwilligers, die niet-vrijblijvend hoge kwaliteit leveren. Extra opleiding en een geprofessionaliseerde organisatie is daarbij een voorwaarde.

De vrije nieuwsgaring als de spreekwoordelijke luis in de pels moet drijven op financiële onafhankelijkheid. Dit betekent prioriteit bij extra inkomstenverwerving.

De uitgesproken ambities qua content en kwaliteit kunnen niet in een jaar behaald worden. Er zullen prioriteiten moeten worden gelegd.

Jaar 1 - 2015:
Het bestuur zal versterkt moeten worden naar minstens 5 leden, liefst 7 met elk een eigen aandachtgebied, waardoor de vrijwilligers zo goed mogelijk ondersteund en gefaciliteerd worden. Belangrijke aandachtsgebieden in jaar 1 zijn coaching vrijwilligers, reclame- en sponsorinkomsten en een eerste verbetering van de organisatiestructuur; met name op redactieniveau i.s.m. de hoofdredacteur. Het bestuur zal ook de politiek moeten benaderen voor meer financiële ondersteuning.

De hoofdredacteur en programmaleiding zullen zich op de content richten en daarbij de website als draaischijf van alle media-uitingen als eerste verbeterprioriteit zien. De journalistieke opleiding zal worden geïntensiveerd worden (luis in de pels-mentaliteit) en er zullen per onderdeel van de streek correspondenten worden gezocht, die ook de evenementen in kaart gaan brengen waar RTV9 aanwezig moet zijn en zich kan profileren. Ook zal contact worden gelegd met de hogeschool voor journalistiek in Utrecht om studenten in te zetten voor redactionele en programmatische ondersteuning.

VERTROUWELIJK

Op facilitair gebied zal een ICT-vrijwilliger moeten worden gezocht om deze achilleshiel te beschermen.

Jaar 2 - 2016:
In dit jaar zullen bovengenoemde acties worden voortgezet en versterkt, met verdere aandacht voor de organisatiestructuur. Nadat in het eerste jaar de redactie is geprofessionaliseerd, gaat dit nu op voor de gehele organisatie. De eilanden worden verder opgeheven en er zal meer integraal worden gewerkt. Dit is efficiënter, interessanter en leuker voor de vrijwilligers. De ambitie is om in het tweede jaar ook, afhankelijk van de financiële situatie, een parttime marketeer aan te trekken. De zichtbaarheid en herkenbaarheid zijn dan prioriteit.

Jaar 3 - 2017:
In het derde jaar is de ambitie om de leiding fulltime aanwezig te laten zijn, omdat een organisatie met ten minste zeventig vrijwilligers en een omzet van meer dan € 100.000,- een serieuze aangelegenheid is. Het uitzendgebied zal uitgebreid kunnen worden naar Vijfherenlanden. De reclame- en sponsorinkomsten moeten minstens € 20.000,- opbrengen (genoemde bedragen zijn excl. BTW).

Club van 100

Iedereen (persoon/bedrijf/instelling) die € 100,- of meer doneert aan RTV9, krijgt een jaar lang een vermelding in de 'Club van 100'. Op een speciale locatie op de website (onderaan iedere pagina) rouleren de logo's van de leden van de Club van 100. Wanneer iemand voor €100,- of meer adverteert, wordt deze persoon automatisch ook 1 jaar lid van de Club van 100, zonder extra kosten.

VERTROUWELIJK

Bijlage 1 Historie

RTV9 is voortgekomen uit het de lokale radiozender van de gemeente Lopik, die sinds 1 juli 1995 uitzendt. De 9 van Radio 9 staat voor de 9 kernen van de gemeente Lopik, te weten Lopik dorp, Lopikerkapel, Uitweg, Jaarsveld, Willige Langerak, Cabauw, Polsbroekerdam, Polsbroek en Benschop. Om dit grote gebied een optimale ontvangst van Radio 9 te kunnen bieden, werd de zender geplaatst in de Gerbrandytoren (televisiemast van IJsselstein). De antenne, die RTV9 nog steeds gebruikt, hangt op een hoogte van 105 meter.

Radio 9, toentertijd ook wel bekend als Stichting Radio Omroep Lopik, maakte vanaf de start direct zeven dagen per week, 24 uur per dag gezelligheidsradio met veel muziek en lokale en regionale informatie. In de beginjaren bestond deze programmering vooral uit non-stop muziek, die werd afgespeeld vanaf videobanden en cassettes. Later deed de cd haar intrede en werd de studio uitgebreid met meerdere cd-spelers. Radio 9 werd toen, net als vandaag de dag, geheel draaiende gehouden door vrijwilligers in verschillende functies.

Om zoveel mogelijk inwoners van de negen kernen aan te spreken, bood Radio 9 in de avonduren en de weekenden verschillende aantrekkelijke doelgroep programma's. Zo was er onder andere 'Kerkplein 9', het gezamenlijke programma van verschillende kerken en 'Akaash', een programma voor en door de Hindoestaanse gemeenschap. Kortom, ook toen al deed Radio 9 er alles aan om een zo breed mogelijk publiek te bereiken.

2002 - 2004

Op 1 maart 2002 kon Radio 9 haar bereik uitbreiden naar IJsselstein. De circa 12.000 huishoudens die via de kabel waren aangesloten konden inschakelen op frequentie 102.0 FM. Met deze uitbreiding kwam er ook steeds meer aandacht voor activiteiten en regionaal nieuws uit IJsselstein. Zo werd in het live sportprogramma op zaterdagmiddag elke week aandacht besteed aan de wedstrijden van IJFC.

Vanaf 1 december in dat zelfde jaar mocht Radio 9 zich ook officieel de Lokale Omroep van IJsselstein noemen. Er werd besloten om de volledige naam van de omroep te wijzigen naar 'Stichting Radio Omroep Lopik en IJsselstein'. De naam Radio 9 bleef gewoon bestaan, maar de slogan 'Daar zeg je geen nee tegen' werd aangepast naar 'Streekradio voor de Lopikerwaard'.

In 2003 zette Radio 9 deze vernieuwing door met een geheel nieuwe vormgeving en jinglepakket, dat beter paste bij de uitstraling van de omroep. Vanaf de zomer van 2003 werd een audiostream gestart, zodat ook via internet naar Radio 9 kon worden geluisterd. Een nieuwe website werd gelanceerd waar het streeknieuws dagelijks op geplaatst kon

VERTROUWELIJK

worden en waardoor meerdere medewerkers konden werken aan de inhoud van de site. Inmiddels was Radio 9 al flink gegroeid. Het aantal medewerkers had zich tussen 2002 en 2004 verdubbeld, van 30 naar 60 vrijwilligers. Daarnaast was de website (radio9.nl) een deel van de omroep gaan uitmaken. Met dagelijks zo'n 25 nieuwe berichten en aanpassingen, werd www.radio9.nl al snel de meeste actieve nieuwsbron voor inwoners van de Lopikerwaard.

2005 - 2008

Begin 2005 werd er opnieuw een nieuwe weg ingeslagen en werd er door het programmateam in overleg met het bestuur en het PBO een ambitieus plan gelanceerd naar een aanzienlijke toename van lokale en regionale informatie, cultuur en locatie-uitzendingen. Medewerkers van Radio 9 waren vanaf dat moment vaker aanwezig bij gebeurtenissen in de streek en de omroep kreeg een ware mediafunctie. Luisteraars wisten inmiddels dat op Radio 9 het laatste nieuws vaak het eerst te vinden was.

Om te voldoen aan de nieuwe visie van Radio 9 werden er nieuwe programma's toegevoegd aan het repertoire en werden bestaande programma's in een nieuw jasje gestoken. Zo begon Radio 9 een cultureel programma, het Politiek Café en kwam er een speciaal programma voor senioren. Eind 2005 besloot Radio 9 een samenwerking aan te gaan met verschillende andere media, zoals een weekkrant en realiseerde hiermee een synergie. Veel lokale partijen en organisaties waren al betrokken bij de omroep en zij droegen actief bij aan de inhoud van de programma's.

In januari 2006 was het voor Radio 9 tijd om weer een stap verder te gaan; het bestuur besloot een zendvergunning aan te vragen voor de aanliggende gemeente Nieuwegein. Voor de zendvergunning waren nog twee andere gegadigden, maar de keuze bleek makkelijk voor het college van Nieuwegein. Zij kozen voor Radio 9 vanwege de lokale omroep van zowel de zender als geheel als vanwege de programmering van Radio 9. Voor deze uitbreiding besloot de programmaleiding nog actiever op zoek te gaan naar actualiteiten en werden nieuwe vrijwilligers geworven, als toevoeging op de inmiddels 100 bestaande medewerkers.

2006 bleek een bewogen jaar, waarin veel vernieuwingen werden doorgevoerd. Zo werden de website en de huisstijl compleet vernieuwd en werd de audiostream aangepast om het radio luisteren via internet te optimaliseren. Ook werden de eerste stappen richting televisie gezet, met het in gebruik nemen van een kabelkrant, waarbij zoveel mogelijk gebruik werd gemaakt van bewegend beeld. En als klap op de vuurpijl werd in 2006 het nieuwe gebouw in IJsselstein in gebruik genomen. Een prachtige locatie met maar liefst twee radiostudio's en een redactie- en ontvangstruimte.

VERTROUWELIJK

In januari 2007 werd voor het eerst het jaarlijkse sportcafé georganiseerd; tientallen sporters uit de regio kwamen vertellen hoe zij het afgelopen jaar hebben beleefd en maakten hun ambities voor 2007 bekend. Vanaf januari werd dagelijks een nieuw actualiteitenprogramma uitgezonden 'Avondritme', een live programma voor mensen die snel op de hoogte wilden zijn van de ontwikkelingen binnen hun regio.

Vanaf 15 januari 2007 ging Radio 9 verder als RTV9. Om deze koerswijziging kracht bij te zetten, werden de website en andere uitingen nogmaals helemaal vernieuwd. Het nieuwe logo sloot beter aan bij de bestaande ambities van de omroep. RTV9 hield in de week van de naamsverandering een feestelijke opening van het nieuwe gebouw. s 'ochtends werd kwamen er zo'n 80 genodigden op de koffie. 's Middags was de studio voor iedereen geopend. De opkomst was verbluffend; meer dan 300 geïnteresseerden kwamen langs om te kijken hoe er radio werd gemaakt en om vragen te stellen over hun lokale omroep.

Ook binnen het bestuur werden er veranderingen doorgevoerd. Voorzitter Ton Coenen werd na zes jaar, het maximaal aantal jaren, opgevolgd door Dieny Scheffer. Een van de studio's in het nieuwe gebouw werd vernoemd naar de oud-voorzitter.

Het hoogtepunt van 2007 was toen er op 2 april voor het eerst een testuitzending voor televisie werd gehouden. Om tien uur 's avonds werden twee reportages getoond over de lintjesregen en Koninginnedag in IJsselstein. Reportages die met twee camera's waren opgenomen en waren gemonteerd tot een uitzending van ongeveer dertig minuten. Het programma werd in de gehele regio uitgezonden via de kabel en voor de inwoners van IJsselstein en Benschop ook via CAlway. De uitzending beloofde een voorzichtige start voor RTV9. In 2007 werden nog enkele televisie-uitzendingen geprogrammeerd.

Op 23 juli 2007 ontving RTV9 een bedrag van € 22.950,- van het Roest Crolliusfonds voor het opstarten van lokale televisie-uitzendingen in IJsselstein. Van dit bedrag werden camera's en andere apparatuur aangeschaft die nodig waren voor produceren van wekelijkse televisie-items. Vanaf 2 oktober datzelfde jaar, konden de inwoners van Lopik-Dorp en Nieuwegein het nieuwe kanaal ook op hun televisie bewonderen, daar werd RTV9 uitgezonden door Casema.

In 2007 werd er voor het eerst onderzoek gedaan naar het luisterbereik van RTV9. Sander Griffioen overhandigde in het kader van zijn afstudeerproject een rapport aan het RTV9 bestuur. De uitslag was zeer positief; RTV9 werd in IJsselstein net zoveel beluisterd als de nationale zenders 3FM en Veronica. Het totaalbereik lag op dat moment op 31%. Met andere woorden: maar liefst één op de drie inwoners. Uit het onderzoek bleek ook dat de nieuwe naam, RTV9, al goed was aangeslagen. Luisteraars stemmen vooral af om het lokale nieuws. Ook sportnieuws en actualiteiten scoren goed onder de respondenten.

VERTROUWELIJK

In oktober 2007 werd de samenwerking aangegaan tussen het 'Politiek Café Nieuwegein' en RTV9. Vanaf toen was het maandelijks te horen via Radio 9. De TV-afdeling van RTV9 sloot een contract af om elke donderdag het populaire programma 'Hart voor Muziek' op televisie uit te zenden. Programmaleider TV Ton Coenen legde zijn functie in januari neer en werd opgevolgd door Ed Kieckens.

Op 30 januari 2008 stond de website van RTV9 opnieuw op nummer 1 van de website utrechtinternettop25.nl. Dit is een ranglijst van de meest gewaardeerde websites in de provincie Utrecht. In maart begon RTV9 met een nieuw systeem voor tekst-TV. De vormgeving werd aangepast en tekst-TV en televisie-uitzendingen werden nu alleen nog maar op breedbeeld formaat doorgegeven. Ook kreeg tekst-TV zijn eigen programmaleider. Raymond de Jong was hiervoor de verantwoordelijke.

In april werd begonnen met het maken van een nieuw programma in samenwerking met het Steunpunt Vrijwilligerswerk. Iedere tweede zaterdag van de maand werd verslag gedaan van een vrijwilligersorganisatie en was er een gesprek met de organisatie en de vrijwilligers over de inhoud van het werk.

RTV9 begon zich steeds meer te ontwikkelen op het gebied van televisie. Zo werd er op 30 april van 8.00 tot 12.00 uur rechtstreeks verslag gedaan van de Koninginnedagactiviteiten in Lopik, IJsselstein en Nieuwegein. 's Avonds werd het programma Lintjesregen uitgezonden met hierin interviews met alle gedecoreerden.

2009 - 2012

RTV9 TV heeft door de jaren heen steeds meer vorm gekregen. Op zaterdag en zondag vanaf 9 uur werden er diverse korte items en reportages uitgezonden. Naast op televisie werd er ook een YouTube-kanaal ingericht voor de lokale nieuwsitems. 'Hart voor Muziek' kreeg een vaste plek om de vrijdagavond om 21.00 uur en 23.00 uur en op zondagmiddag. In 2009 zond de omroep herhalingen uit van het dierenprogramma 'Doggy Style'.

Uit cijfers van de gemeente Nieuwegein bleek dat in de periode 2009-2010, twee van de vijf Nieuwegeiners weleens naar RTV9 keek. Een resultaat, waar de omroep heel trots op is.

In december werd voor het eerst een eindejaarstalkshow op TV georganiseerd, met als gasten de burgemeesters uit Lopik, Nieuwegein en IJsselstein. In 2010 vierde RTV9 haar 15-jarige verjaardag. Vanaf juli 2010 kwam er dan ook weer een volledig vernieuwde website. Naast een sterk verbeterde vormgeving, ligt de nadruk steeds meer op internetactiviteiten.

VERTROUWELIJK

2013 - heden

Eind juni 2013 verloor RTV9 haar studio in IJsselstein in een allesverwoestende brand. Naast RTV9 raakten nog 13 andere ondernemingen gedupeerd. Hoewel dit een grote tegenslag was om te verwerken, bleven de medewerkers van RTV9 hard werken om de zender te laten draaien zoals normaal. Met behulp van verschillende organisaties waaronder bijvoorbeeld RTV Utrecht en Hotel Epping, lukte dit gelukkig erg goed.

Vanaf 15 maart 2014 is RTV9 trotse huurder van een nieuw pand aan de Einsteinweg in IJsselstein. Met twee nieuwe digitale studio's en een spreekcel.

VERTROUWELIJK

Bijlage 2 Bevolkings- en bedrijfscijfers

Aantal inwoners IJsselstein: **34.270**

Inwoners 0 tot 15 jaar:	21%
Inwoners 15 tot 25 jaar:	12%
Inwoners 25 tot 45 jaar:	28%
Inwoners 45 tot 65 jaar:	27%
Inwoners 65+:	13%

Aantal huishoudens IJsselstein

Totaal aantal huishoudens:	13.980
Eenpersoonshuishoudens:	29%
Huishoudens zonder kinderen:	29%
Huishoudens met kinderen:	43%

Aantal

Aantal inwoners Nieuwegein: **60.720**

Inwoners 0 tot 15 jaar:	17%
Inwoners 15 tot 25 jaar:	11%
Inwoners 25 tot 45 jaar:	27%
Inwoners 45 tot 65 jaar:	31%
Inwoners 65+:	14%

Aantal huishoudens Nieuwegein

Totaal aantal huishoudens:	27.095
Eenpersoonshuishoudens:	34%
Huishoudens zonder kinderen:	30%
Huishoudens met kinderen:	36%

Aantal

Aantal inwoners Lopik: **14.050**

Inwoners 0 tot 15 jaar:	21%
Inwoners 15 tot 25 jaar:	13%
Inwoners 25 tot 45 jaar:	24%
Inwoners 45 tot 65 jaar:	29%
Inwoners 65+:	13%

Aantal huishoudens Lopik

Totaal aantal huishoudens:	5.270
Eenpersoonshuishoudens:	25%
Huishoudens zonder kinderen:	30%
Huishoudens met kinderen:	45%

Aantal bedrijven

Nieuwegein		9.536		
IJsselstein		4.832		
Lopik		2.774		
Totaal		17.142		

VERTROUWELIJK

Bijlage 3 Jaarverslagen 2012-2014

Jaarverslagen	*2012*		*2013*		*2014*	
Baten						
Commercials radio/TV en TekstTV/WWW	€ 1.220		€ 2.779		€ 7.023	
Donaties derden van het RCF etc.	€ -		€ 3.882		€ 13.500	
Subsidie Ijsselstein	€ 12.914		€ 13.172		€ 13.000	
Subsidie Nieuwegein	€ 32.032		€ 35.278		€ 35.225	
Subsidie Lopik	€ 4.600		€ 4.600		€ 4.600	
Rabobank/Overige opbrengsten	€ 2.896		€ -		€ 3.508	
Totaal baten		€ 53.662		€ 59.711		€ 76.856
af: directe lasten	€ 39.857		€ 27.102		€ 26.517	
Bruto winst		***€ 13.805***		***€ 32.609***		***€ 50.339***
Overige bedrijfsopbrengsten		€ 3.000		€ -		€ -
Bruto marge		€ 16.805		€ 32.609		€ 50.339
Afschrijving materiële vaste activa	€ 4.502		€ 6.357		€ 20.496	
Huisvestingskosten	€ 22.092		€ 15.128		€ 25.004	
Verkoopkosten	€ 1.415		€ 1.616		€ 3.767	
Kantoorkosten	€ 6.683		€ 1.140		€ 961	
Algemene kosten	€ 4.739		€ 2.510		€ 3.893	
		€ 39.431		€ 26.751		€ 54.121
Bedrijfsresultaat voor renteink.& lasten		**€ -22.626**		**€ 5.858**		**€ -3.782**
Rentebaten	€ 630		€ 155		€ 239	
Rentelasten	€ -9		€ -		€ -53	
		€ 621		€ 155		€ 186
Bedrijfsresultaat na renteink.& lasten		**€ -22.005**		**€ 6.013**		**€ -3.596**
Resultaat uit bedrijfsuitoefening		**€ -22.005**		**€ 6.013**		**€ -3.596**
Belastingen/BTWkosten niet invorderbaar		€ -		€ -		**€ 15.090**
Netto resultaat na belastingen.		**€ -22.005**		**€ 6.013**		**€ -18.686**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering		**€ 20.280**		**€ 121.093**		**€ 103.959**
Liquiditeiten		**€ 14.074**		**€ 38.162**		**€ 17.006**

VERTROUWELIJK

Bijlage 4 Realistisch toekomstscenario

	Realistische prognose					
	*2015**		*2016***		*2017***	
Baten						
Commercials radio/TV en TekstTV/WWW	€ 11.000		€ 12.000		€ 13.000	
Donaties derden van het RCF etc.	€ 4.000		€ 4.500		€ 5.000	
Subsidie Ijsselstein	€ 14.000		€ 15.000		€ 16.000	
Subsidie Nieuwegein	€ 35.224		€ 35.224		€ 35.224	
Subsidie Lopik	€ 5.000		€ 5.500		€ 5.000	
Rabobank/Overige opbrengsten	€ 2.500		€ 2.500		€ 2.500	
Totaal baten		€ 71.724		€ 74.724		€ 76.724
af: directe lasten	€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000	
Bruto winst		***€ 41.724***		***€ 44.724***		***€ 46.724***
Overige bedrijfsopbrengsten		€ -		€ -		€ -
Bruto marge		€ 41.724		€ 44.724		€ 46.724
Afschrijving materiële vaste activa	€ 20.500		€ 20.500		€ 20.500	
Huisvestingskosten	€ 24.000		€ 24.000		€ 24.000	
Verkoopkosten	€ 5.100		€ 5.500		€ 6.000	
Kantoorkosten	€ 1.000		€ 1.100		€ 1.200	
Algemene kosten	€ 2.500		€ 2.600		€ 2.600	
		€ 53.100		€ 53.700		€ 54.300
Bedrijfsresultaat voor renteink.& lasten		**€ -11.376**		**€ -8.976**		**€ -7.576**
Rentebaten	€ 200		€ -		€ -	
Rentelasten	€ -		€ -100		€ -100	
		€ 200		€ -100		€ -100
Bedrijfsresultaat na renteink.& lasten		**€ -11.176**		**€ -9.076**		**€ -7.676**
Resultaat uit bedrijfsuitoefening		**€ -11.176**		**€ -9.076**		**€ -7.676**
Belastingen/BTWkosten niet invorderbaar		**€ 13.146**		**€ 13.272**		**€ 13.398**
Netto resultaat na belastingen.		**€ -24.322**		**€ -22.348**		**€ -21.074**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering		**€ 80.584**		**€ 58.236**		**€ 37.162**
Liquiditeiten		**€ 13.184**		**€ 11.336**		**€ 10.762**

* **Voorlopige raming**
** **prognose**

	Aantal huishoudens	Bijdrage p/h	Totaal	Feit	Tekort
Nieuwegein	27.095	€ 1,30	***€ 35.224***	€ 35.278	€ -55
Ijsselstein	13.980	€ 1,30	***€ 18.174***	€ 13.172	€ 5.002
Lopik	5.270	€ 1,30	***€ 6.851***	€ 4.600	€ 2.251
			€ 60.249	€ 53.050	€ 7.199

VERTROUWELIJK

Bijlage 5 Optimistisch toekomstscenario

	Optimistische prognose					
	2015*		***2016*****		***2017*****	
Baten						
Commercials radio/TV en TekstTV/WWW	€ 12.000		€ 15.000		€ 20.000	
Donaties derden van het RCF etc.	€ 4.000		€ 7.000		€ 9.000	
Subsidie Ijsselstein	€ 14.000		€ 16.000		€ 18.174	
Subsidie Nieuwegein	€ 35.224		€ 35.224		€ 35.224	
Subsidie Lopik	€ 5.000		€ 6.000		€ 6.851	
Rabobank/Overige opbrengsten	€ 2.500		€ 3.000		€ 3.500	
Totaal baten		€ 72.724		€ 82.224		€ 92.749
af: directe lasten	€ 30.000		€ 33.000		€ 36.000	
Bruto winst		***€ 42.724***		***€ 49.224***		***€ 56.749***
Overige bedrijfsopbrengsten		€ -		€ -		€ -
Bruto marge		€ 42.724		€ 49.224		€ 56.749
Afschrijving materiële vaste activa	€ 20.500		€ 20.500		€ 20.500	
Huisvestingskosten	€ 24.000		€ 24.000		€ 24.000	
Verkoopkosten	€ 5.100		€ 6.000		€ 7.000	
Kantoorkosten	€ 1.000		€ 1.100		€ 1.200	
Algemene kosten	€ 2.500		€ 2.600		€ 2.600	
		€ 53.100		€ 54.200		€ 55.300
Bedrijfsresultaat voor renteink.& lasten		**€ -10.376**		**€ -4.976**		**€ 1.449**
Rentebaten	€ 200		€ -		€ -	
Rentelasten	€ -		€ -100		€ -100	
		€ 200		€ -100		€ -100
Bedrijfsresultaat na renteink.& lasten		**€ -10.176**		**€ -5.076**		**€ 1.349**
Resultaat uit bedrijfsuitoefening		**€ -10.176**		**€ -5.076**		**€ 1.349**
Belastingen/BTWkosten niet invorderbaar		**€ 13.146**		**€ 14.007**		**€ 14.868**
Netto resultaat na belastingen.		**€ -23.322**		**€ -19.083**		**€ -13.519**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering		**€ 80.637**		**€ 61.554**		**€ 48.035**
Liquiditeiten		**€ 14.184**		**€ 15.601**		**€ 22.582**

* **Voorlopige raming**
** **Prognose**

	Aantal huishoudens	Bijdrage p/h	Totaal	Feit	Tekort
Nieuwegein	27.095	€ 1,30	***€ 35.224***	€ 35.278	€ -55
Ijsselstein	13.980	€ 1,30	***€ 18.174***	€ 13.172	€ 5.002
Lopik	5.270	€ 1,30	***€ 6.851***	€ 4.600	€ 2.251
			€ 60.249	€ 53.050	€ 7.199

VERTROUWELIJK

Bijlage 6 Pessimistisch toekomstscenario

	Pessimistische prognose					
	2015*		***2016*****		***2017*****	
Baten						
Commercials radio/TV en TekstTV/WWW	€ 9.000		€ 8.500		€ 8.000	
Donaties derden van het RCF etc.	€ 3.000		€ 2.500		€ 2.000	
Subsidie Ijsselstein	€ 13.000		€ 12.000		€ 12.000	
Subsidie Nieuwegein	€ 35.225		€ 32.000		€ 32.000	
Subsidie Lopik	€ 4.600		€ 4.200		€ 4.200	
Rabobank/Overige opbrengsten	€ 2.500		€ 2.500		€ 2.500	
Totaal baten		€ 67.325		€ 61.700		€ 60.700
af: directe lasten	€ 30.000		€ 30.000		€ 30.000	
Bruto winst		***€ 37.325***		***€ 31.700***		***€ 30.700***
Overige bedrijfsopbrengsten		€ -		€ -		€ -
Bruto marge		€ 37.325		€ 31.700		€ 30.700
Afschrijving materiële vaste activa	€ 20.500		€ 20.500		€ 20.500	
Huisvestingskosten	€ 24.000		€ 25.000		€ 26.000	
Verkoopkosten	€ 5.100		€ 5.500		€ 6.000	
Kantoorkosten	€ 1.000		€ 1.100		€ 1.200	
Algemene kosten	€ 2.500		€ 2.600		€ 2.600	
		€ 53.100		€ 54.700		€ 56.300
Bedrijfsresultaat voor renteink.& lasten		**€ -15.775**		**€ -23.000**		**€ -25.600**
Rentebaten	€ 200		€ -		€ -	
Rentelasten	€ -		€ -100		€ -200	
		€ 200		€ -100		€ -200
Bedrijfsresultaat na renteink.& lasten		**€ -15.575**		**€ -23.100**		**€ -25.800**
Resultaat uit bedrijfsuitoefening		**€ -15.575**		**€ -23.100**		**€ -25.800**
Belastingen/BTWkosten niet invorderbaar		**€ 13.146**		**€ 13.482**		**€ 13.818**
Netto resultaat na belastingen.		**€ -28.721**		**€ -36.582**		**€ -39.618**
Eigen vermogen incl.schadeuitkering		**€ 75.238**		**€ 38.656**		**€ -962**
Liquiditeiten		**€ 8.785**		**€ -7.297**		**€ -26.415**
* **Voorlopige raming**						
** **Prognose**						

VERTROUWELIJK

Bijlage 7 Advertentietarieven

ADVERTEREN BIJ RTV9

RTV9 is de streekomroep van Lopik, IJsselstein en Nieuwegein waarbij een grote groep vrijwilligers dagelijks (live) radio- en tv-programma's maakt op locatie of vanuit de studio. Wanneer er geen live uitzendingen zijn, zien kijkers tekst-tv met actueel nieuws uit de regio.RTV9 is 24 uur per dag, 7 dagen per week digitaal te zien bij Ziggo op kanaal 45 in de gehele provincie Utrecht en bij Caiway op kanaal 12. Radio 9 is te beluisteren in de ether (FM) en de analoge kabel in de gehele regio.

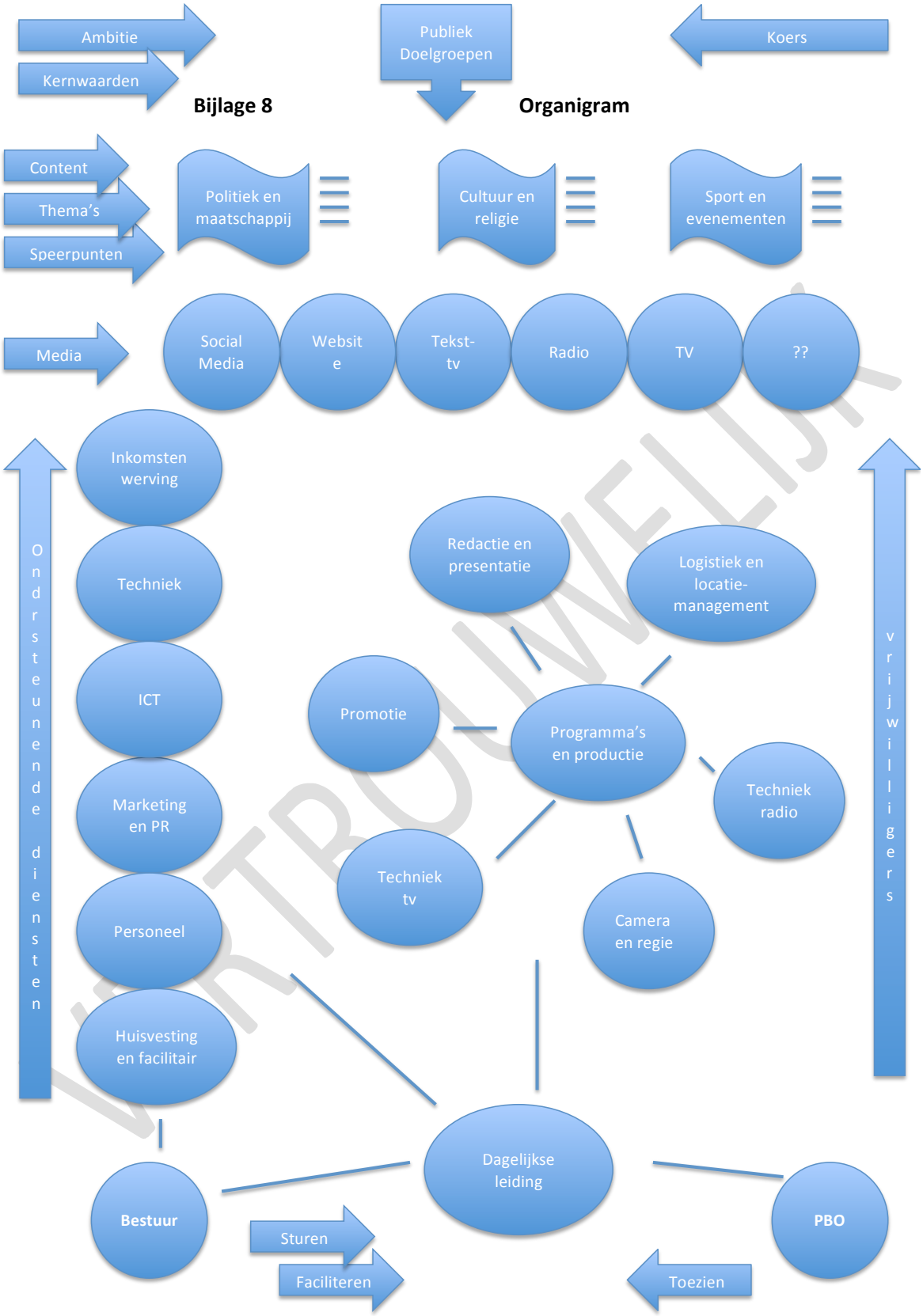
Tarieven

Voor ondernemers uit onze regio kunnen we tegen gunstige tarieven advertentieruimte aanbieden.

TV					
	1 wk	**1 mnd**	**2 mnd**	**6 mnd**	**1 jaar**
1 pagina tekst-tv - 15 sec	€ 20,-	€ 65,-	€ 100,-	€ 325,-	€ 650,-
2 pagina's tekst-tv - 30 sec	€ 30,-	€ 75,-	€ 120,-	€ 375,-	€ 750,-
Bewegend beeld – 15 sec	€ 150,-	€ 325,-	€ 600,-	€ 1500,-	€ 2999,-
Bewegend beeld – 20 sec	€ 175,-	€ 375,-	€ 700,-	€ 1800,-	€ 3500,-
Radio					
	1 wk	**1 mnd**	**2 mnd**	**6 mnd**	**1 jaar**
10 sec (1x per 2 uur[1])	€ 50,-	€ 150,-	€ 250,-	€ 600,-	€ 1350,-
20 sec (1x per 2 uur[1])	€ 95,-	€ 285,-	€ 475,-	€ 1140,-	€ 2100,-
30 sec (1x per 2 uur[1])	€ 135,-	€ 425,-	€ 700,-	€ 1650,-	€ 2900,-
Website					
	1 wk	**1 mnd**	**2 mnd**	**6 mnd**	**1 jaar**
Banner website rechts	n.v.t.	€ 35,-	€ 55,-	€ 100,-	€ 200,-
Banner website boven	n.v.t.	€ 75,-	€ 130,-	€ 260,-	€ 500.-
Club van 100					€ 100,-

Bedragen zijn excl. BTW. Bij gelijktijdige afname van meerdere advertentieplaatsen gelden verschillende ortingsstaffels. Neem contact op via adverteren@rtv9.nl voor een passende offerte.

[1] Voor hogere of lagere uitzendfrequentie vermenigvuldigt u dit bedrag naar rato. Bijv. 1x per 4 uur kost de helft, 1x per uur kost het dubbele.



VERTROUWELIJK