

Meerjarenbeleidsplan

Stichting RTVI Zaanstreek 2016 - 2020



Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| 1. Inleiding..... | 3 |
| 2. De producten van RTVI Zaanstreek..... | 4 |
| 2.1 Radio | 4 |
| 2.2 TV | 5 |
| 2.3 Internet | 5 |
| 3. Stichting RTVI Zaanstreek..... | 7 |
| 3.1 Organisatie | 7 |
| 3.2 Vrijwilligers..... | 7 |
| 3.3 Financien | 7 |
| 3.4 Huisvesting | 8 |
| 3.5 Samenwerkingen..... | 8 |
| 4. Externe ontwikkelingen..... | 10 |
| 4.1 De publieke lokale omroep | 10 |
| 4.2 Mediagebruik | 10 |
| 4.3 Technische ontwikkelingen | 12 |
| 5. Keuzes voor de komende jaren..... | 13 |

1. Inleiding

Voor u ligt het beleidsplan van de stichting RTVI Zaanstreek voor de jaren 2016-2020. Het is een periode waarin grote veranderingen plaats gaan vinden. Zo zal de omroep na vele jaren weer TV gaan maken, zal de studio verhuizen naar het Cultuurcluster en worden er stappen gezet voor de vorming van een streekomroep.

In de komende hoofdstukken beschrijven we de verschillende kanalen van RTVI Zaanstreek, de organisatie en externe omstandigheden, zoals veranderingen binnen de branche. In het laatste hoofdstuk staan tenslotte de keuzes die we maken voor de komende jaren en de doelen die we daaraan verbinden.

RTVI Zaanstreek is de lokale omroep voor de gemeenten Zaanstad en Wormerland en valt onder de Mediawet, waarop toezicht wordt gehouden door het Commissariaat voor de Media (CvdM). In de uitvoering van haar beleid wordt RTVI Zaanstreek ondersteund door de OLON, de belangenvereniging voor de lokale omroepen.

RTVI Zaanstreek heeft een missie en visie geformuleerd als kerndoelstelling voor haar activiteiten. Deze missie luidt:

"RTVI Zaanstreek richt zich met kwalitatief interessante uitzendingen – waarin regionaal nieuws, cultuur en maatschappelijke actualiteiten een prominente rol spelen - op de inwoners van de Zaanstreek."

De visie die aan deze missie is verbonden luidt:

"RTVI Zaanstreek is een door vrijwilligers gedragen organisatie die in het Zaanse medialandschap een belangrijke plaats inneemt in het brengen van de Zaanse actualiteiten in al haar aspecten. Sport, cultuur, diversiteit en de eigenheid van de Zaanstreek komen uitdrukkelijk aan bod. RTVI Zaanstreek is een media-instelling die de Zaanse inwoners wil informeren en verbinden via radio, TV en Internet."

2. De producten van RTVI Zaanstreek

2.1 Radio

De stichting werd opgericht in 1983 en maakt al sinds het begin radioprogramma's voor de Zaananker. Sinds 1995 gebeurt dit onder de naam Zaanradio.

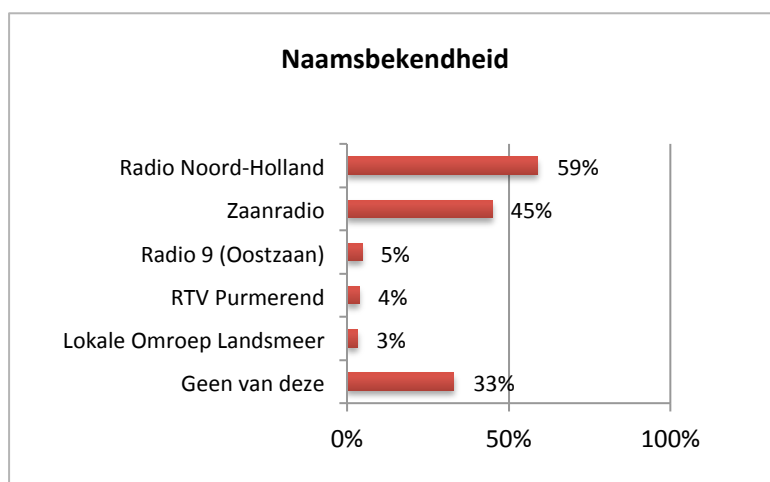


De radiozender biedt een brede programmering met zo'n 40 verschillende programma's, gemaakt door vele tientallen vrijwilligers. De kern van de programmering bestaat uit lokaal nieuws, sport, politiek en cultuur. Een deel van de programma's wordt gemaakt door externe partijen, zoals de Evangelische Samenwerking In de Media (ESIM), Radio 2000 (Turkse omroep) en de Kaapverdiaanse Omroep Zaanstad (KOZ). De doelgroep van RTVI Zaanstreek is de Zaananker tussen de 30 en 50 jaar.

Naast het grote aantal programma's wordt er ieder uur landelijk nieuws van de NOS en regionale verkeersinformatie van de ANWB uitgezonden. Tevens produceert Zaanradio een eigen Zaanse nieuwsbulletin, dat overdag ieder uur wordt uitgezonden.



In 2014 heeft de omroep een bereiksonderzoek laten uitvoeren door DVJ Insights. Daaruit bleek dat de programmering met een gemiddeld rapportcijfer van 7,1 goed scoort. Desalniettemin wil de zender blijven werken aan verbetering van de programmering en van de kwaliteit van de programma's.



2.2 TV

In 1993 en 1995 heeft de omroep geprobeerd Tv-uitzendingen te maken, maar beide pogingen moesten worden gestaakt vanwege de hoge kosten. Enkele jaren geleden zag de omroep nieuwe mogelijkheden voor het opstarten van een Tv-zender. De Organisatie Lokale Omroepen Nederland (OLON) startte een project om een digitaal platform voor omroepen te creëren, waardoor lokale omroepen goedkoper een TV zender in de huiskamer zouden kunnen brengen. Helaas liep de ontwikkeling van het platform (“de lineaire media hub”) vertraging op en bleek het niet alle verwachte mogelijkheden te bieden. RTVI Zaanstreek heeft daarom inmiddels hiervoor een contract gesloten met een andere partij, die ook diverse andere diensten voor de omroep zal verzorgen met betrekking tot haar activiteiten op Internet.

Een werkgroep is aan de slag gegaan om de nodige voorbereidende werkzaamheden te verrichten. Daarnaast heeft de omroep geïnvesteerd in basis-faciliteiten als camera’s, computers en software voor het bewerken van video. In de loop van 2016 zullen de eerste programma’s geproduceerd worden en zal de Zaankanter voor het eerst in ruim 20 jaar weer een lokale Tv-zender hebben.

2.3 Internet

RTVI Zaanstreek was een van de eerste omroepen die met een eigen website actief was op Internet. Sinds die tijd heeft het digitale landschap zich snel ontwikkeld. Sociale media en streaming content worden veel gebruikt door met name (maar zeker niet uitsluitend) jongere generaties en naast de computer wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van tablets en smartphones.

De website van Zaanradio werd in 2015 door gemiddeld 5.075 gebruikers per maand bezocht en de meeste van deze bezoekers bezochten de webpagina’s met lokaal nieuws. Dit gebeurde in 44% van de gevallen met een smartphone en in 41% met een computer.

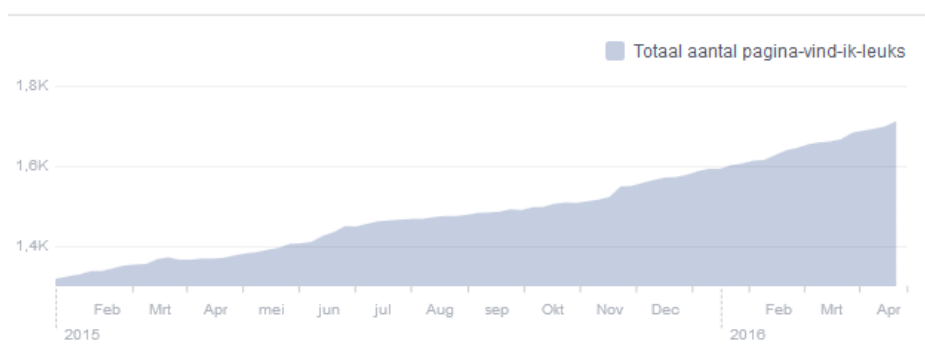


Ondanks het grote aantal bezoekers met een smartphone, wordt deze groep op dit moment niet optimaal bediend. Slechts een deel van de website is geschikt voor de smartphone en er is geen app die de content snel eenvoudig beschikbaar maakt.

Ook inhoudelijk valt er nog wat te verbeteren, want de nieuwsberichten worden nog niet elke dag ververs en de agenda op de website is matig gevuld. Uit reacties op social media blijkt dat er onder de Zaankanters behoefte bestaat aan een goede agenda.

Om de content van de eigen site te promoten is RTVI Zaanstreek actief op Facebook en Twitter onder de naam Zaanradio. Met name (links naar) nieuwsberichten worden via deze media met Zaankanters gedeeld, maar ook informatie over de programma's.

Op zowel Facebook als Twitter is het aantal mensen dat Zaanradio volgt gedurende 2015 gestaag gegroeid en de omroep is op beide platformen ongeveer even succesvol. Wel blijft het aantal achter ten opzichte van andere Zaanse nieuwspagina's, dus er is ruimte voor verbetering.



Dankzij de werking van deze sociale media is het aantal mensen dat bereikt wordt met de berichten groter dan het aantal volgers. Wat daarbij opvalt is dat er grote uitschieters zijn, net zoals het bereiksonderzoek bij de radio had uitgewezen. Waar sommige berichten slechts enkele tientallen mensen bereikten, zijn er ook berichten die door duizenden mensen zijn gezien. Het gemiddelde bereik van een bericht op Facebook ligt boven de 900 mensen.

Totale bereik

Het aantal personen dat activiteiten van je pagina heeft gezien, inclusief je berichten, berichten op je pagina van anderen, advertenties voor pagina-vind-ik-leuks, vermeldingen en check-ins.

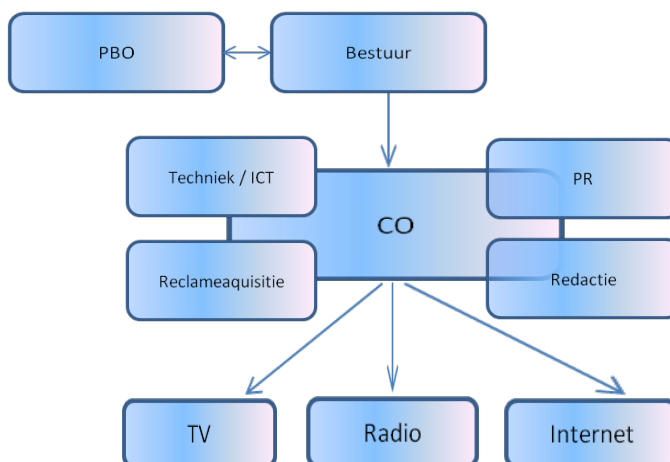


3. Stichting RTVI Zaanstreek

3.1 Organisatie

De organisatie van RTVI Zaanstreek wordt gevormd door het bestuur, het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO), het Centraal Overleg (CO) en meer dan 100 uitvoerende vrijwilligers. Om een organisatie van deze omvang goed te laten functioneren zijn een goede taakverdeling en taakomschrijving van groot belang.

Het bestuur stelt het beleid van de stichting vast. Tevens zijn binnen het bestuur onder meer de portefeuilles financieel en facilitair belegd. Het PBO toetst het door het CO voorgestelde programmabeleid. Het CO is tevens het gremium dat het (programma)beleid uitvoert, zoals opgesteld door respectievelijk het PBO en het bestuur. In het CO nemen sleutelfunctionarissen zitting, zoals de hoofdredacteur, een hoofd Techniek & ICT en functionarissen voor Marketing & PR. De positie van de redactie is gewaarborgd in het redactiestatuut.



3.2 Vrijwilligers

De vrijwilligers van RTVI Zaanstreek vervullen een cruciale rol binnen de organisatie. Nieuwe medewerkers zullen middels een zorgvuldige procedure vooral worden geselecteerd op enthousiasme, aanwezige capaciteiten en ervaring. Enthousiasme en motivatie zijn bij vrijwilligers de belangrijkste drijfveer en voor een vrijwilligersorganisatie als RTVI Zaanstreek van evident belang. De hoofdredacteur is de enige betaalde kracht bij RTVI Zaanstreek

De kwaliteit van de lokale omroep valt of staat met de capaciteiten en de inzet van de medewerkers. Mede omdat de motivatie van de medewerkers één van de meest belangrijke drijfveren is van de omroep zal de organisatiecultuur een zeer belangrijke rol spelen in de totstandkoming van een goed draaiende lokale omroep.

3.3 Financiën

Om de plannen voor de komende jaren te realiseren zijn er natuurlijk financiële middelen nodig. RTVI Zaanstreek wil door middel van de volgende mogelijkheden voldoende inkomsten genereren voor een financieel gezonde lokale omroep.

Met ingang van 2010 zijn gemeenten media wettelijk verantwoordelijk (zorgplicht) voor de bekostiging van de lokale publieke media-instellingen. In lijn met een door de Tweede Kamer aangenomen motie heeft de VNG daarbij aangegeven dat als uitgangspunt € 1,30 per woonruimte kan worden gehanteerd. Het staat iedere gemeente uiteraard vrij met een hoger bedrag bij te dragen aan het functioneren van de lokale media instelling.

Adverteerders op radio en Internet evenals sponsors zijn ook een bron van de financiering. Als publieke omroep heeft de omroep wel aan diverse regels te voldoen met betrekking tot advertenties. Zo is het aantal momenten en de wijze waarop geadverteerd mag worden beperkt en mogen adverteerders en sponsors geen invloed op de redactionele inhoud van programma's hebben. Het is daarom belangrijk om, binnen de door de mediawet en het redactiestatuut aangegeven kaders, zo goed mogelijk rekening te houden met deze groepen belanghebbenden en zoveel mogelijk in te spelen op hun wensen. Een goede benadering middels een gerichte marketingstrategie en -tactiek is daarom zeer belangrijk. Om die reden is er binnen RTVI Zaanstreek iemand speciaal met deze taak belast.

3.4 Huisvesting

De studio van RTVI Zaanstreek is sinds 2008 gevestigd aan de Molenwerf 42 in Koog aan de Zaan. De oorspronkelijke verwachting was dat de studio hier voor een periode van 5 jaar gevestigd zou zijn. Inmiddels is die verwachting bijgesteld tot 2019, wanneer het nieuwe Cultuurcluster in het centrum van Zaandam opgeleverd zal zijn.



3.5 Samenwerkingen

RTVI Zaanstreek heeft een samenwerkingsverband met naburige lokale omroepen, t.w. de LOL uit Landsmeer en Radio 9 uit Oostzaan. Daarnaast zijn er afspraken met de ziekenomroep ZZBO, die veel ervaring heeft met het maken van TV. Met de Regionale omroep RTVNH is een samenwerking op het redactioneel gebied. Als deze samenwerking geïntensiveerd kan worden, biedt dat kansen voor verdere verbetering van de kwaliteit van de uitzendingen.

Met diverse onderwijsinstellingen heeft RTVI Zaanstreek een stageovereenkomst, zoals de School voor Journalistiek Utrecht, de Hogeschool van Amsterdam, het Mediacollege Amsterdam en ROC's in de regio. Met deze overeenkomsten wordt een maatschappelijke verantwoordelijkheid genomen. Daarnaast wordt gestreefd naar een samenwerking met Heliomare, voor het bijdragen aan het integratietraject van hun cliënten.

Tot slot bestaan er ook samenwerkingen tussen individuele programma's en lokale organisaties. Zo werkt het programma 'Live & Puur' bijvoorbeeld samen met oefenstudio Jottem en 'De Weekend Ochtend Show' met podium 'De Flux'.

4. Externe ontwikkelingen

4.1 De publieke lokale omroep

Op 6 mei 2015 is vanuit de belangenorganisatie van lokale omroepen (OLON) de stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) opgericht met als doel de krachten te bundelen en het voortouw te nemen in de omvorming van 260 lokale omroepen naar 50 tot 80 streekomroepen.

RTVI Zaanstreek heeft al een samenwerkingsovereenkomst met de lokale omroep van Oostzaan en Landsmeer. In maart 2016 maakte de NLPO haar visie op de vorming van streekomroepen bekend. In het plan van de NLPO wordt de samenwerking niet alleen intensiever, maar ook uitgebreid met de lokale omroepen voor de gemeenten Purmerend, Beemster, Waterland en Edam-Volendam. Deze samenwerking zou al in 2017 moeten leiden tot de vorming van een administratieve organisatie voor de gehele regio. Inmiddels is bezwaar aangetekend en verzocht de regio op te delen in de Zaanstreek en Waterland. v



Alhoewel de plannen pas onlangs bekend zijn gemaakt, maken ze onderdeel uit van een langer traject waar de OLON al enkele jaren aan werkt en waar ook het convenant uit 2013 tussen de OLON en de Vereniging Nederlandse Gemeenten onderdeel van uit maakt. Belangrijke punten uit het convenant zijn onder meer een Lokaal Toereikend Media-aanbod, een professioneel geborgde bedrijfsvoering en een begroting van minimaal 500.000 euro. De vorming van een brede streekomroep zal noodzakelijk zijn om aan de punten uit het convenant te voldoen.

4.2 Mediagebruik

Regelmatig verschijnen er berichten over het mediagebruik van de gemiddelde Nederlander. Vaak gaan deze berichten over trends die gesignaleerd worden en de groeiende rol van Internet en bijvoorbeeld online muziekdiensten als Spotify. Maar betekent dit dat er bijna geen radio meer geluisterd wordt?

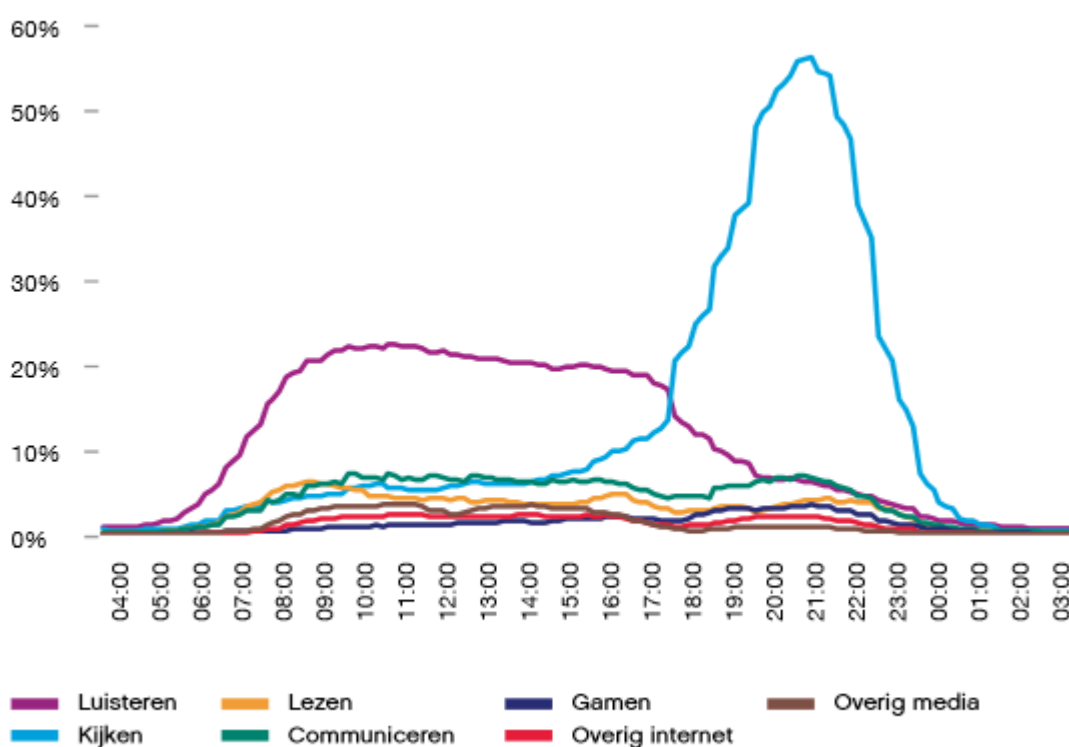
Het Sociaal Cultureel Planbureau doet jaarlijks onderzoek naar het mediagebruik. Hieruit blijkt dat er nog altijd veel radio geluisterd wordt. Het aantal minuten dat men via Internet naar audio luistert (zoals Spotify) neemt wel toe, maar komt niet in de buurt van de tijd die er naar de radio geluisterd wordt. Wel is het zo dat een kwart van de luisteraars geen gebruik maakt van een klassiek radiotoestel, maar van bijvoorbeeld een smartphone, tablet of PC.

In 2015 luisterde 62% van de Nederlanders, volgens de cijfers van het Centraal Plan Bureau, van 13 jaar en ouder naar live radio en die groep deed dat gemiddeld 3 uur en 26 minuten per dag. Daarbij

moet wel worden opgemerkt dat de luisteraar 95% van de tijd met andere dingen bezig is terwijl er ook naar de radio geluisterd wordt.

Uitgesteld luisteren (Uitzending gemist) wordt met 2 minuten per dag bijna niet gebruikt. Het aantal minuten dat de gemiddelde luisteraar via Internet naar muziek luistert is wel verdubbeld sinds 2013, maar is minder dan 15 minuten per dag. Hierbij geldt wel dat jongeren hier veel vaker gebruik van maken.

Participatie aan media-activiteiten in % deelnemers over een etmaal (2015)



Bron: Media:Tijd 2015

Naar de TV werd door totaal 85% van de deelnemers gekeken en daarvan keek deze groep mensen 2 uur en 49 minuten per dag naar live TV. Uitgesteld TV kijken wordt met 22 minuten per dag duidelijk meer gebruikt dan uitgesteld radio luisteren.

Daar waar de radio luisteraar via diverse nieuwe manieren naar de radio luistert (zoals via de smartphone), kijkt meer dan 91% van de kijkers nog altijd via het klassieke TV toestel.

4.3 Technische ontwikkelingen

De toenemende digitalisering heeft ook gevolgen voor RTVI Zaanstreek. Steeds meer mensen maken gebruik van digitale TV via de kabel en daarmee ook digitale radio-ontvangst.

Zaanradio maakt op dit moment nog geen onderdeel van het digitale zender pakket, omdat de zender vanwege de kosten het signaal nog niet digitaal aanlevert aan de kabelmaatschappijen. Met de komst van het TV kanaal zullen er investeringen gedaan moeten worden om het signaal op de juiste wijze aan te leveren bij de kabelmaatschappijen. Dit schept mogelijkheden om de nieuwe TV zender en Zaanradio ook op te laten nemen in het digitale zenderpakket.

Niet alleen op de kabel, maar ook in de ether is er sprake van digitalisering. In Nederland zijn veel landelijke zenders al te beluisteren via DAB (Digital Audio Broadcasting). Op dit moment is er echter geen ruimte voor de lokale omroepen om ook via DAB uit te gaan zenden en het is niet duidelijk of deze ruimte er zal komen. Wel is bekend dat het de bedoeling is dat analoge FM-zenders op termijn worden uitgezet om frequentie-ruimte vrij te maken voor andere doeleinden. Dit zal echter niet voor 2023 gebeuren.



De digitalisering beperkt zich niet tot de distributie van het radio signaal. Ook radiostudio's digitaliseren in toenemende mate. De studio's van RTVI Zaanstreek zijn tot op heden niet in deze ontwikkeling meegegaan, omdat de bestaande apparatuur nog niet vervangen hoefde te worden. Echter, het is de verwachting dat onderhoud en reparatie van deze verouderde apparatuur wel steeds lastiger zal worden.

5. Keuzes voor de komende jaren

RTVI Zaanstreek staat de komende jaren voor flinke uitdagingen. De omroep wil het aanbod verbreden, een breder publiek bereiken, de kwaliteit verbeteren en de organisatie versterken, terwijl er ondertussen ook een streekomroep gevormd moet worden en de studio zal verhuizen naar het Cultuurcluster.

Hieronder wordt per jaar beschreven welke uitdagingen er aangepakt zullen worden. De programmering van de zender loopt traditiegetrouw van september tot en met juni. In juli en augustus wordt er een afwijkende zomerprogrammering aangehouden. Om daarbij aan te sluiten gaan we in dit beleidsplan uit van periodes die aansluiten bij het ritme van de programmering, waarbij elke periode wordt afgesloten met het ingaan van de zomerprogrammering.

2016 - 2017: Verbreding van het aanbod en versterking van de organisatie

Op korte termijn zal de omroep van start gaan met een lokale TV zender. Het opbouwen van een zender kost tijd en daarom zal in deze fase bewegend beeld mogelijk worden afgewisseld met Tekst TV. Een deel van de inhoud zal zelf geproduceerd worden, maar een ander deel zal afkomstig zijn uit samenwerkingen met minimaal 2 andere organisaties. Programma's zullen via Internet ook "on demand" beschikbaar zijn.

| |
|--|
| benodigde programmakosten 2017 zijn begroot op € 28.400,00 |
|--|

Voor de radio zullen er geen grote veranderingen plaatsvinden. De zender voldoet aan de eisen voor het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) en dat zal zo blijven. De inspanningen op het gebied van PR en Marketing zullen in het najaar van 2016 geïntensiveerd worden om de naamsbekendheid van de omroep te verhogen naar 60%. Voorjaar 2017 zal er een nieuw bereiksonderzoek gehouden worden om de resultaten van deze inspanningen te meten. Dit stond in eerste instantie gepland voor eind 2016, maar is verplaatst naar het eerste kwartaal van 2017 in verband met alle werkzaamheden rond de implementatie van de TV.

| |
|-------------------------------------|
| benodigde kosten hiervoor € 4000,00 |
|-------------------------------------|

De website van de omroep zal de gehele periode minimaal 5 dagen per week ververs worden met actueel nieuws. Tevens zal er een agenda op de site te vinden zijn waarin Zaankanters een overzicht kunnen vinden van grote evenementen in de streek. Programma's zijn zowel live als on demand te zien en te beluisteren. Daarmee voldoet de website aan de eisen voor een Lokaal Toereikend Media Aanbod.

In 2016 zal er een app voor de smartphone gelanceerd worden. Deze app voorziet Zaanse kijkers van actueel nieuws en maakt het mogelijk zowel live als on demand te kijken en te luisteren.

De groei van het aantal volgers op social media neemt toe en aan het eind van de periode zijn het van alle kanalen gecombineerd meer dan 5.000 mensen.

benodigde kosten 2017 vallen binnen het TV budget

De omroep zal via zowel TV als radio en Internet advertentie inkomsten vergaren. De inkomsten uit TV zullen begin 2017 de inkomsten van de andere twee kanalen overstijgen. De advertenties op de website zullen bestaan uit een mix van reclames van grote advertentie-netwerken en lokale adverteerders.

verwachte opbrengsten 2017 € 12.265,00

De periode 2016-2017 staat in het kader van verbreding van het media aanbod. Om dit mogelijk te maken zal ook de structuur van de organisatie versterkt moeten worden. Voor het eind van 2016 zal iedere functie binnen de omroep duidelijk omschreven zijn. Tevens zullen de leden van het CO afspraken maken met het bestuur over de te behalen doelen en binnen welke kaders deze gerealiseerd moeten worden. Ook zal de relatie met externe partijen die programma maken bij Zaanradio geformaliseerd worden.

Het bestuur zal versterkt worden met een bestuurslid voor personele zaken en, afhankelijk van de hoeveelheid werkzaamheden die dit met zich meebrengt, een bestuurslid dat zich bezig gaat houden met de vorming van een streekomroep. De organisatie zelf zal in deze periode groeien met minimaal 10 nieuwe vrijwilligers, die zich met name met TV en Internet zullen bezighouden. Het bestuur en de organisatie zullen onder meer op basis van het beleidsplan concrete doelen voor het jaar vaststellen.

benodigde kosten opleiding 2017 hiervoor € 2250,00

In de tweede helft van 2016 zal er contact gelegd worden met andere lokale omroepen voor de vorming van een streekomroep. Medio 2017 zal er een plan van aanpak liggen voor het realiseren van deze nieuwe omroep.

Onderstaand overzicht laat zien dat de verbreding en versterking van de omroep een kosten vermeerdering laat zien:

2017 – 2018: Verbetering van de kwaliteit en vorming van de streekomroep

In deze periode wordt de streekomroep gevormd. In 2017 gaat het nog om een bestuurlijke fusie, maar in de loop van 2018 wordt er ook gekeken hoe er kosten bespaard kunnen worden door

bepaalde activiteiten gezamenlijk uit te voeren en welke programma's er uitgewisseld kunnen worden of welke redacties er samen kunnen werken. Dit alles leidt tot een cross mediale werkwijze en is een grote omslag voor RTVI Zaanstreek.

De TV zender groeit door en in 2018 is er geen Tekst TV meer. De zender brengt minimaal 4 dagen per week actuele content, mede verzorgd door een professionele journalist die parttime voor de omroep werkt. Deze wordt grotendeels gefinancierd uit de reclame inkomsten van de omroep. Verder hebben programma's rond sport, politiek en lokale historie een vaste plek in de programmering.

Het aantal organisaties waarmee we samenwerken is minimaal 5. Op TV wordt van zeker 4 bijzondere gebeurtenissen, zoals de gemeenteraadsverkiezingen, live verslag gedaan. Mede dankzij die speciale uitzendingen kent halverwege 2018 meer dan de helft van de Zaankanters de naam van de Tv-zender en ligt het weekbereik van het TV kanaal op boven de 7%.

| |
|---|
| verwachte meerkosten t.o.v. 2016 € 5.200,00 |
|---|

Op de radio is meer lokaal nieuws te vinden en meer sport. Dit komt onder meer door een nieuw ochtendprogramma, de samenwerking met het TV kanaal en de samenwerking met de andere zenders binnen de streekomroep. Dankzij de toegenomen naamsbekendheid groeit het weekbereik van de zender tot boven de 7% en ligt de waardering boven de 7.

| |
|--|
| verwachte meerkosten t.o.v. 2016 € 8.000,00,00 |
|--|

De website van de omroep wordt iedere dag van actuele berichten voorzien. Zaankanters kunnen via de site, app en sociale media reageren op de berichten. Daarnaast is er een goedgevulde agenda die voor ieder weekend en diverse doordeweekse dagen laat zien wat er allemaal te doen is in de Zaanstreek. Niet alleen grote publiekstrekkingen staan erin, maar ook activiteiten voor een kleiner publiek. De app van de omroep is op meer dan 1.500 toestellen geïnstalleerd en wordt door deze groep minimaal 1 keer per maand actief gebruikt. Het aantal gezamenlijke volgers op social media groeit door naar 7.000.

In de studio van de omroep is minimaal 5 dagen per week een redactie aanwezig, die gevormd wordt door stagiaires en vrijwilligers en onder leiding staat van een betaalde hoofdredacteur. De redactie verzorgt content voor alle drie de kanalen (TV, Internet, radio) op cross mediaal niveau.

Dankzij een gerichte wervingscampagne komen er 10 nieuwe vrijwilligers meer bij dan er dit jaar afscheid nemen. Voor nieuwe vrijwilligers wordt in deze periode een opleidingsprogramma samengesteld. Onderdeel hiervan zal onder meer een basiscursus journalistiek zijn, zodat elke

medewerker instructie krijgt over de belangrijkste principes van de journalistiek. Ook de bestaande vrijwilligers die content verzorgen zullen deze basis cursus moeten volgen. Tevens zal er voor hen een aanbod van gevorderde cursussen komen, zodat zij zich verder kunnen ontwikkelen als programmamaker en journalist.

| |
|--|
| benodigde kosten 2018 hiervoor € 3750,00 |
|--|

De omroep zal in deze periode ook een medewerkersbeleid ontwikkelen dat zich richt op twee pijlers. Enerzijds het opbouwen van een hechte band tussen de medewerkers en de omroep en anderzijds het voortdurend stimuleren van verdere ontwikkeling van de medewerkers. Dat laatste beperkt zich niet tot het uitwerken van een cursusaanbod voor medewerkers. Er zullen op regelmatige basis evaluatie gesprekken met individuele medewerkers en programmeers teams georganiseerd worden om hen feedback te geven en samen te kijken hoe het product dat zij leveren verder verbeterd kan worden.

De reclame inkomsten nemen toe dankzij het succes van de TV zender. Acquisitie en relatiebeheer is een professioneel ingevulde functie, al dan niet in samenwerking met andere zenders binnen de streekomroep.

2018 – 2019: De omroep groeit

De lokale TV zender die in 2016 van start ging groeit in deze periode uit tot een volwassen TV zender, die 5 dagen per week actueel nieuws uitzendt en verschillende malen per maand live uitzendt. Dit mede dankzij een professionele journalist die full time voor de zender werkt. Hij werkt nauw samen met de redactie die 7 dagen per week aanwezig is. Dit alles gebeurt onder leiding van een professionele, full time werkende hoofdredacteur.

| |
|---|
| benodigde kosten 2018 hiervoor € 28.800 |
|---|

De redactie werkt ook voor de andere kanalen (Internet en radio). Verder leveren partners van de omroep content direct aan in het plansysteem van de omroep, zodat dit snel en eenvoudig in de programmering verwerkt kan worden. De redactie van de omroep maakt gebruik van een online redactiesysteem waarin informatie over onderwerpen wordt bijgehouden en de gegevens van contactpersonen.

De naamsbekendheid zowel de TV als de radiozender liggen rond het landelijk gemiddelde en de waardering voor de programmering op 7,5. Mede dankzij deze resultaten groeien ook de inkomsten uit acquisitie met dubbele cijfers.

De organisatie draait nog steeds voornamelijk met vrijwilligers, maar heeft een duidelijk medewerkersbeleid ontwikkeld. Een gestructureerd wervings- en opleidingsprogramma, helder omschreven functies, regelmatige evaluatiegesprekken en het blijf geven van waardering maken allemaal deel uit van het medewerkersbeleid van de omroep. Alle medewerkers hebben een basiscursus journalistiek gehad en iedere medewerker volgt minimaal 1x per jaar een cursus of workshop.

| |
|---|
| benodigde kosten 2018 hiervoor € 3.750,00 |
|---|

De resultaten van de verschillende programma's en alsmede de evaluaties zijn allemaal gedocumenteerd, zodat het bestuur van de omroep inzicht in de resultaten en de effectiviteit van de programma's heeft.

Naast het medewerkersbeleid zal er in deze periode beleid geformuleerd worden met betrekking tot de kwaliteit van de producten die de omroep levert. Er zullen kwaliteitsnormen opgesteld worden, welke gebruikt worden in de evaluatiegesprekken met de medewerkers. Op basis van deze normen worden er doelen gesteld voor individuele medewerkers en programmateams en worden er afspraken gemaakt over het behalen van die doelen. Er zullen ook duidelijke richtlijnen zijn over de gevolgen van het niet halen van deze doelen.

2019 – 2020: Verhuizing

In 2019 betreft de Zaanse tak van de nieuwe streekomroep haar nieuwe studio in het centrum van Zaandam. De radiostudio is volledig digitaal ingericht, wat de geluidskwaliteit van de programma's ten goede komt. Daarnaast is er ruimte voor TV opnames en is er een nauwe samenwerking met de andere partijen in het Cultuurcluster.

| |
|-----------------------------------|
| gereserveerd is 2018: € 37.500,00 |
|-----------------------------------|

De TV zender biedt 7 dagen per week actueel nieuws en er zijn wekelijkse live uitzendingen. De naamsbekendheid en het weekbereik van zowel TV als radio liggen iets boven het landelijk gemiddelde.

Meer dan 5% van de Zaanse kanters maakt minimaal een keer week gebruik van de app van de omroep. Het aantal volgers is gestegen tot boven de 10.000. Naast de bekende digitale kanalen worden er nieuwe digitale diensten ontwikkeld die aansluiten op de behoeften van de Zaanse kanters.

De omroep is over de jaren uitgegroeid tot een bekende, vertrouwde en gewaardeerde bron van lokaal nieuws voor de Zaanse kanters. Er wordt nauw samengewerkt met diverse organisaties binnen en

buiten de streek. De omroep wordt, ondanks het grote aantal vrijwilligers, op professionele wijze geleid en voldoet aan alle eisen van het Lokaal Toereikend Media Aanbod.