



**Beleidsplan DitisHelmond  
2020-2025**

**Samen het verhaal van Helmond vertellen**

**Januari 2020**

# 1 Inhoud

2	Samenvatting: “Samen het verhaal van Helmond vertellen” .....	3
2.1	Waarom voor Helmonders een omroep? .....	3
2.2	Wat betekent de keuze voor een omroep in Helmond?.....	3
2.3	Professionalisering en kwaliteitsverbetering .....	4
2.4	Wat betekent het voor de bedrijfsvoering en financiën? .....	5
3	Het medialandschap in Nederland.....	6
3.1	Het veranderende medialandschap op landelijk, provinciaal en lokaal niveau.....	6
3.1.1	Landelijk niveau.....	6
3.1.2	Regionaal niveau .....	6
3.1.3	Lokaal niveau.....	6
3.2	De situatie van Helmond in het lokale medialandschap .....	7
4	Visie en missie van DitisHelmond .....	9
4.1	De bouwstenen van de visie.....	9
4.2	Crossmediaal onafhankelijk communicatieplatform voor alle betrokkenen.....	9
4.2.1	Aanbod .....	9
4.2.2	Bijdrage leveren aan de sociaal maatschappelijke cohesie .....	10
4.2.3	Continue ontwikkeling van de medewerker/vrijwilliger.....	10
4.2.4	Creëren van een herkenbare cultuur .....	10
4.3	De missie van DitisHelmond .....	11
5	Het strategisch bedrijfsplan van DitisHelmond.....	12
5.1	Besturingsfilosofie. ....	12
5.2	Activiteiten en programmamodel .....	12
5.2.1	Het programmamodel.....	12
5.2.2	Lokaal Toereikend Media-aanbod LTMA .....	12
5.2.3	Technologische ontwikkelingen .....	13
5.2.4	Opzetten van nieuwe samenwerkingsvormen .....	13

## 2 Samenvatting: “Samen het verhaal van Helmond vertellen”

### 2.1 Waarom voor Helmonders een omroep?

#### Missie:

DitisHelmond is hét onafhankelijke multimedialplatform van Helmond, dat iedereen die interesse heeft in Helmond op betrouwbare wijze informeert en verbindt door inzet van radio, TV, website en social media en bevordert actieve deelname aan het platform door inwoners, organisaties, bedrijven en gemeente Helmond.

Hoofdtaken van onze lokale omroep zijn:

- brengen van lokaal nieuws en daarmee het bevorderen van de communicatie en sociale cohesie tussen inwoners, bedrijven en organisatie (“Helmonders kennen elkaar”).
- bieden van een laagdrempelig, gemakkelijk toegankelijk platform aan inwoners, bedrijven, instellingen en verenigingen om elkaar te informeren (“Helmonders vinden elkaar”);
- het geven van journalistieke duiding aan het nieuws in en uit Helmond o.a. door achtergrond nieuwsuitzendingen, live uitzendingen en documentaires. Versterken van de lokale democratie door de betrokkenheid van de burger te vergroten bij de stad en de lokale politiek (“Helmonders zijn betrokken en discussiëren met elkaar”).
- toevoegen van economische waarde. Sterke lokale journalistiek kan een positieve bijdrage leveren aan de beleving van inwoners (“Helmonders zijn trots op hun stad”) en de profilering en marketing van de stad Helmond

Onderscheidende kenmerken van de lokale omroep:

- Onafhankelijk lokaal multimedialplatform. We houden ons aan de mediawet en de reclamecodes.
- Volledig platform door inzet van alle media, alle kanalen. Alle Helmonders worden hiermee op maat bediend en kunnen eigen keuzes maken.
- Vrijwilligersorganisatie. Met, voor en door Helmonders. Het samen uitvoeren van alle activiteiten met zoveel mogelijk vrijwilligers, verenigingen, organisaties en bedrijven. Helmonders (“Helmonders werken samen en zetten talenten in”) ondersteund door een beperkt aantal betaalde professionals.
- Organisatie zonder winstoogmerk. Opbrengsten komen ten goede aan kwalitatief beter en frequenter produceren.

### 2.2 Wat betekent de keuze voor een omroep in Helmond?

De omroep is via alle mediakanalen overal en altijd voor Helmonders en anderen die interesse hebben voor Helmond, te bereiken. Dit realiseren we door op een actieve, continu actuele en eenvoudig hanteerbare manier nieuwsfeiten te melden en een verbinding te leggen naar allerlei achterliggende content op diverse mediakanalen. In deze digitale tijd in onze Digitale Stad zou momenteel een Helmond-app op de smartphone de meest actuele manier van werken zijn.

De omroep werkt via alle mediakanalen:

- Telefoon (smartphone)
- Internet
- Radio
- Televisie

De omroep wil zoveel als mogelijk alle Helmonders betrekken, door:

- vrijwilligers in te zetten die content verzamelen, posten, nieuws journalistiek duiden, evenementen verslaan e.d.
- een platform op stad- en wijkniveau te bieden waar commerciële en niet commerciële partijen (verenigingen stichtingen, bedrijven, instellingen, gemeente, politieke partijen etc.) Helmonders kunnen bereiken door eigen content te kunnen plaatsen.
- de jongeren betrekken bij hetgeen in Helmond gebeurt o.a. door in het onderwijs met hen, content te verzamelen en producties te maken.

### **2.3 Professionalisering en kwaliteitsverbetering**

- Meer professionaliteit = meer kwaliteit van werken.
  - Bij de tijd en snel. Altijd, overal op alle mediakanalen.
  - Vrijwilligers kunnen en willen enorm veel en zijn de basis van onze organisatie. In de nieuwe omroep krijgen ze professionele coördinatie en redactie om samen de kwaliteit te leveren die je van een omroep in een stad als Helmond zou mogen verwachten.
  - Stagiaires en mensen op een leerwerkplek kunnen van grote betekenis zijn, maar om wederzijds succesvol te kunnen zijn krijgen ze bij de nieuwe organisatie professionele leiding.
  - Voor goede kwaliteit zijn adequate materialen nodig. De omroep vraagt een eenmalige investering voor materialen, die vervolgens door een gezonde bedrijfsvoering op orde gehouden worden door o.a. in een systematiek van afschrijvingen tijdig geld beschikbaar te hebben voor vervangingen.
- Meer journalistieke duiding van het nieuws. Een lokale omroep vervult een belangrijke taak in het betrekken van burgers bij samenleving en politiek. Met een professionele redactie kan de nieuwe omroep aan hogere journalistieke normen voldoen.
- Waarborging van continuïteit.  
De nieuwe organisatie is niet meer uitsluitend afhankelijk van vrijwilligers, waardoor continuïteit van uitvoering geborgd kan worden.
- Meer en betere productie = meer kwaliteit op inhoud.

## 2.4 Wat betekent het voor de bedrijfsvoering en financiën?

Een vrijwilligersorganisatie heeft professionele ondersteuning van betaalde krachten voor algemene zaken (accent op coördinatie inzet vrijwilligers en acquisitie) en voor journalistieke redactie (accent op inhoudelijke aansturing vrijwilligers). Daarvoor is een jaarlijkse structurele subsidie nodig van de gemeente Helmond.

Daarnaast een huisvestingslocatie met de volgende eisen:

- Ruimte waar de vrijwilligers met elkaar een “thuishonk” hebben.
- Werkruimte voor 2 -4 professionele krachten.
- Ruimte met faciliteiten voor montage en productie o.a. interviews
- Het gebouw (we gaan uit van onderdeel van een verzamelgebouw) is representatief om gasten te kunnen ontvangen. In het gebouw bestaat de mogelijkheid om ‘grote’ bijeenkomsten te organiseren en te filmen.
- Eenvoudig toegankelijk met openbaar vervoer.

## 3 Het medialandschap in Nederland

### 3.1 Het veranderende medialandschap op landelijk, provinciaal en lokaal niveau.

#### 3.1.1 Landelijk niveau

Er zijn veel maatschappelijke en sociale ontwikkelingen die van grote invloed zijn op het medialandschap. De nieuws- en informatievoorziening wordt al jaar en dag vorm gegeven via radio, tv en de krant. Voor het vinden van nieuws en andere informatie verschuift het kijk en luistergedrag van de burger steeds meer van radio, tv en krant naar de mogelijkheden die computer, tablet en mobiele telefoon in zich hebben. Deze verschuiving wordt mede veroorzaakt door de enorme populariteit van het maken van en het kijken naar korte filmpjes/video's en deze uploaden naar online platforms (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, enz.). Het kijken naar filmpjes/video's op andere apparaten dan de tv vertoont een exponentiële groei. De videoconsumptie op mobiele apparatuur stijgt ook fors.

#### 3.1.2 Regionaal niveau

Praktijk en onderzoek hebben uitgewezen, dat commerciële partijen zoals regionale dagbladen zich steeds verder terugtrekken uit de dorpen en wijken en meer grote gebieden, vaak een hele provincie, bestrijken. Regionale omroepen zoals Omroep Brabant richten zich meer op de grotere steden in hun gebied en staan vaak ver weg van de lokale praktijk in een wijk of dorp. Nieuwe commerciële en particuliere media kunnen noch online noch offline op eenzelfde kwalitatief niveau deze leemte opvullen. Politici geven steeds vaker aan, dat het gebrek aan lokale journalisten een groot risico is voor de betrokkenheid van inwoners bij hun directe omgeving. Het leidt tot minder interesse in de plaatselijke politiek en is daarmee een risico voor ons democratische bestel.

*Minister van basis- en voortgezet onderwijs en media, de heer A. Slob, in zijn brief aan de tweede Kamer dd 25 juni 2018:*

"Lokale publieke omroepen informeren u en mij over het beleid van onze gemeenten. Zij doen echter meer. De omroepen bieden ook een podium voor lokale cultuur en sport. Creatieve makers en journalisten uit onze directe omgeving vertellen de verhalen uit ons dagelijks leven, vanuit de plaatsen waar wij elke dag wonen, werken en leven. Daarmee dragen omroepen bij aan gemeenschapszin en sociale betrokkenheid.

Ook acht ik de controlerende functie van lokale omroepen van belang. Het is belangrijk dat er journalisten zijn die lokaal beleid controleren, tegels lichten en problemen aan de kaak stellen. Kwesties die wellicht over het hoofd worden gezien door regionale of landelijke media, maar er wel degelijk toe doen voor inwoners. Dit belang neemt toe nu gemeenten door de decentralisaties meer verantwoordelijkheden hebben gekregen"

#### 3.1.3 Lokaal niveau

Door de schaalvergroting van de persgroepen staat de lokale journalistiek onder grote druk. In sommige gemeenten is deze nagenoeg of geheel verdwenen. Zeker nu de landelijke overheid veel taken aan de gemeente geeft is het van belang dat gecontroleerd wordt "of het allemaal wel klopt". De welbekende waakhond van de democratie is er op lokaal niveau bijna niet meer. Uit een studie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek over de "Nieuwsvoorziening in de regio" (2014) blijkt dat veel lokale omroepen louter met vrijwilligers werken, omdat door gebrek aan financiële middelen de noodzakelijke professionele sturing en begeleiding ontbreekt. Gemeenten

investeren vaak meer in eigen communicatiekanalen dan in de lokale omroepen. Er is een vicieuze cirkel ontstaan met over en weer slecht afgestemde verwachtingspatronen. Immers door gebrek aan geld is er bij de omroep gebrek aan continuïteit en professionaliteit en is de gemeente minder tevreden en vervolgens nog minder geneigd te investeren. De omroep kan daardoor weer niet groeien in kwaliteit en de gemeente maakt de cirkel rond door, vanwege gebrek aan kwaliteit bij de omroep, te kiezen voor meer inzet op de eigen communicatiekanalen.

Vanuit democratisch oogpunt is dit geen gewenste situatie, omdat onafhankelijke journalistieke duiding van de gemeentelijke politiek op lokaal niveau daarmee volledig verdwijnt.

De lokale omroepen zijn vanwege bovenstaande veranderingen in de mediawereld de laatste jaren sterk in beweging gekomen. De Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland (OLON) ijvert samen met de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) voor een kwaliteitsslag van het publieke omroepbestel.

Op basis van die gewenste kwaliteitsverbetering zoals omschreven in het Lokaal Toereikend Media Aanbod<sup>1</sup>(LTMA) hebben de leden van de OLON in mei 2015 gekozen om de Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) op te richten om daarmee naast de OLON- verenigingsstructuur de technische, facilitaire en administratieve ontwikkelingen te versnellen.

Naast allerlei collectieve zaken houdt de NLPO zich bezig met het opstellen van een keurmerk waarbij uitgegaan wordt van de eisen die beschreven zijn bij dat LTMA.

Er is vooralsnog becijferd dat jaarlijks € 64 miljoen nodig is, waarvan de helft, € 32 miljoen, afkomstig zou moeten zijn van de verschillende overheden en dus niet alleen van de gemeenten in Nederland. OLON pleit voor streekomroepen, omdat de ambitie van de lokale publieke omroep in de huidige kleinschaligheid niet te verwezenlijken is.

Voor de omroep in Helmond betekent dit, dat naast de samenwerking in de stad deze ook gezocht zal worden met de omliggende omroepen in de Peel (Siris en Deurne Media Groep) om samen zo doelmatig mogelijk te kunnen blijven opereren.

### **3.2 De situatie van Helmond in het lokale medialandschap**

Het is de wens van DitisHelmond om in Helmond uit te groeien naar een omroep die zo georganiseerd is, dat ze haar mediataak aan kan.

De belangrijkste vraag in deze is in welke mate de gemeenteraad van Helmond een sterke publieke zender wenst. Lokale omroepen vormen steeds vaker de enig overgebleven journalistieke, en dus onafhankelijke, waakhond van de lokale democratie. Lokale omroepen kunnen een betrouwbaar en professioneel netwerk voor burgerjournalistiek bieden. DitisHelmond kan dit voor Helmond zijn. Alle medewerkers zullen iedere dag weer aan een onafhankelijke en kritische nieuwsvoorziening over bestuurlijke en maatschappelijke onderwerpen werken, ook wanneer deze niet langer in het middelpunt van de belangstelling staan. Ze volgen de politieke agenda en attenderen burgers op vraagstukken die van lokaal belang zijn.

DitisHelmond streeft ernaar om nieuws en actualiteiten crossmediaal via al haar kanalen (tv, radio, website en social media) aan te bieden op alle niveaus in de gemeente.

Het media-aanbod van DitisHelmond zal voldoen aan de wettelijke eisen die door het Commissariaat voor de Media gesteld worden en daarmee ook aan de ICE-norm en de productienorm zoals gesteld in de Mediawet.<sup>2</sup>

Conform de wettelijke bepalingen is DitisHelmond een onafhankelijke en vrij van overheidsinvloeden opererende publieke mediadienst. Het media-aanbod wordt conform wetgeving gecontroleerd. Door de Programmaraad Helmond, die in Helmond de wettelijke taak invult van het Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO) en door het Commissariaat voor de Media zelf.

DitisHelmond produceert programma's in eigen beheer en in samenwerking met partners, dan wel besteedt zij het maken hiervan uit aan derde partijen. DitisHelmond blijft verantwoordelijk voor de redactionele voorbereiding, de samenstelling en heeft beslissingsbevoegdheid om wel of niet tot uitzending over te gaan.

Het maken van producties voor organisaties aangevuld met reclame en sponsoring, is een belangrijke bron van inkomsten. Het leidende principe bij het maken van producties, het uitzenden van reclame en aanvaarden van sponsoring, is de scheiding van programma-inhoud en de commercie conform wetgeving en vertaald in een redactiestatuut.

DitisHelmond is een publieke omroep met een publieke verantwoordelijkheid en met een ondernemend karakter.

Relevante mediawetgeving op hoofdlijnen:

- Gebonden aan de regels in Mediawet en het Mediabesluit, bijvoorbeeld t.a.v. hoeveelheid en duur van reclame op radio en tv.
- Programmabeleid en reclame/sponsoring dienen strikt gescheiden te zijn.
- Voor alle media: reclame- of telewinkelboodschap moet als zodanig herkenbaar zijn.
- Voor alle media: tonen van producten en diensten is toegestaan mits het past binnen het programma, niet overdadig is en niet oproept tot koop of gebruik.
- Voor alle media: bij sponsoring dienen aan het begin of einde van het programma, sponsors op neutrale wijze vermeld te worden
- Nevenactiviteiten moeten verband houden met de publieke mediaopdracht, en kostendekkend en marktconform worden verricht; geen dienstbaarheid aan winst door derden
- Inkomsten nevenactiviteiten moeten gebruikt worden voor de uitvoering en/of verbetering van eigen activiteiten

---

<sup>2</sup> De ICE norm houdt in dat De Streekomroep minimaal 50% van haar zendtijd tussen 07:00 en 23:00 uur besteedt aan informatieve, cultuur, en educatieve programma's. Het gaat om lokaal nieuws welke gericht is op de inwoners van de streek. Het Commissariaat voor de Media controleert in hoeverre De Streekomroep vorm en inhoud geeft aan deze wettelijke norm.



## 4 Visie en missie van DitisHelmond

### 4.1 De bouwstenen van de visie

DitisHelmond levert een betekenisvolle bijdrage aan de Helmondse samenleving en haar omgeving. We vertellen het “verhaal van Helmond” via internet en op radio en televisie. Wij bieden een onafhankelijk multimediatplatform en zijn door de onderlinge verbindingen die we leggen een dynamische communicatiepartner voor de inwoners en andere belanghebbenden in de stad Helmond. Wij brengen sociale, culturele, educatieve en regionale informatie op stad-en wijkniveau samen inclusief de journalistieke duiding van (achtergrond)nieuws over hetgeen in Helmond gebeurt. De programma’s worden gemaakt met inzet van vrijwilligers die professioneel worden ondersteund, waardoor de programma’s een professionele uitstraling hebben, met aandacht voor journalistieke kwaliteit en met kennis van de stad. De informatie verzamelen en verwerken onze vrijwilligers samen met de Helmonders waardoor we een belangrijke schakel zijn in de sociale binding in de stad. De betrokkenheid van inwoners en belanghebbenden bij de stad vergroten wij door verenigingen, organisaties, bedrijven, instellingen en de gemeente Helmond een multimediatplatform te bieden voor hun berichten, presentaties, nieuwe ontwikkelingen en activiteiten.

DitisHelmond is zichtbaar en herkenbaar, met nieuws (en duiding daarvan) en informatie, afkomstig uit de wijken in de stad.

DitisHelmond wil voorop lopen om de kijker, luisteraar en lezer goed op de hoogte te houden, in een tijd waarin terugkijken en online luisteren steeds belangrijker worden en ‘traditionele televisie en radio’ terrein verliezen. DitisHelmond wil ondernemend zijn, continu op zoek naar verdienmodellen, die verder gaan dan de verkoop van advertenties, zonder zich te laten verleiden de noodzakelijk onafhankelijkheid uit het oog te verliezen.

Op termijn zal DitisHelmond de gesprekken aangaan met Siris en Deurne Media Groep (DMG) om gezamenlijk te voldoen aan alle eisen voor een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LMTA) waardoor het in de toekomst mogelijk extra gelden van de landelijke overheid kan verwachten wanneer deze, zoals in het coalitieakkoord is meegenomen, daarover positief besluit. Gesprekken hierover tussen de ministeries van Binnenlandse zaken, Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG), OLON en NLPO zijn reeds gaande.

De visie van DitisHelmond leidt tot vijf samenhangende bouwstenen die nodig zijn om de strategische doelen te realiseren.

### 4.2 Crossmediaal onafhankelijk communicatieplatform voor alle betrokkenen.

#### 4.2.1 Aanbod

DitisHelmond biedt voor en in samenwerking met alle partners nieuws, achtergrondinformatie en aanvullende programma's over onderwerpen die spelen in de gemeente Helmond en daarbinnen de verschillende wijken. En dat via alle kanalen waarbij zo veel mogelijk de Helmonders zelf, bedrijven, stichtingen, instellingen, enz. worden ingeschakeld. Door deze werkwijze wordt de lokale identiteit geborgd. Het totale aanbod bestaat uit zowel een live als een on-demand aanbod op alle mediakanalen (telefoon, tv, radio, internet, apps). Andere mogelijkheden, zoals narrowcasting<sup>3</sup> (zichtbaar op schermen in bijvoorbeeld bibliotheken, gemeentehuizen en andere openbare

---

<sup>3</sup> Narrowcasting: is een vorm van communicatie waarbij publiek op een bepaalde locatie wordt bereikt door middel van een beperkt netwerk van audiovisuele displays (televisieschermen).

gelegenheden), delen van content op andere platforms/websites, dienen nog ontwikkeld te worden en zijn vooral afhankelijk van de vraag in Helmond en het kunnen verwerven van voldoende financiële middelen.

DitisHelmond signaleert, registreert en informeert over zaken welke onderwerp van beleving, meningsvorming of besluitvorming zijn binnen de gemeente of geeft anderen door middel van het communicatieplatform de mogelijkheden daartoe. Voor de gemeente kan de omroep een aanvulling zijn op haar informatie- en communicatiemix richting inwoners, bedrijven en organisaties. Alle partijen binnen de stad, verenigingen, bedrijven, wijkcentra, instellingen etc. wordt, al dan niet tegen betaling, de mogelijkheid geboden het professionele communicatieplatform van DitisHelmond te gebruiken als een communicatieplatform richting de verschillende doelgroepen.

#### **4.2.2 Bijdrage leveren aan de sociaal maatschappelijke cohesie**

DitisHelmond staat op een (pro)actieve wijze midden in de samenleving. Die samenleving bestaat uit haar cultuurhistorische ontwikkeling, de tradities die hieruit zijn ontstaan, de voor de gemeente authentieke aspecten die zich laten zien in haar verschijningsvorm op alle zeven leefgebieden: wonen, werken, cultuur, sport, zorg, onderwijs en levensovertuiging. DitisHelmond heeft zich de afgelopen jaren een goede positie verworven in relatie tot maatschappelijke organisaties en wil dat in de komende jaren verder uitbreiden.

#### **4.2.3 Continue ontwikkeling van de medewerker/vrijwilliger**

Naast vrijwilligers en stagiairs is een professionele kern een noodzakelijk onderdeel van DitisHelmond. Het trainen, opleiden, coachen, etc. van de vrijwilliger is een essentieel onderdeel van de organisatie en staat in het teken van kunnen leveren van journalistieke, technische en/of ondersteunende vaardigheden. DitisHelmond is daardoor hét beginstation voor medewerkers/vrijwilligers/stagiairs/mensen met afstand tot de arbeidsmarkt/mensen met een beperking, waar het gaat om een loopbaan in de media. Tevens kunnen mensen die hun carrière achter de rug hebben hun kennis, ervaring en vaardigheden ten dienste stellen van de gemeenschap.

Ook de NLPO kan hierbij ondersteunen. Zij bieden een training E-learning aan waarin omroepmedewerkers de basis principes van de journalistiek leren zoals het belang van een goede lokale nieuwsvoorziening, de nieuwsladder, hoor- en wederhoor, invalshoeken kiezen en een kritische houding.

DitisHelmond werkt samen met het VO scholen in Helmond, ROC Ter AA en de scholen voor journalistiek in Utrecht en Tilburg. Naast het opzetten van gezamenlijke projecten geeft DitisHelmond ook plaats aan stagiairs van deze onderwijsinstellingen. Voor alle instellingen is DitisHelmond een erkende stageplaats.

Met opleidingen voor voortgezet onderwijs, met name het Mediahuis (OMO scholengroep) en Jan van Brabant TV (Jan van Brabant College), wordt actief gezocht naar samenwerking waar het gaat over het samen maken van programma's met jongeren.

#### **4.2.4 Creëren van een herkenbare cultuur**

De omroep wil de stem van de complete gemeente zijn. Deze relevantie uit zich door een zelfstandige en vrije manier van werken, een wijze van onafhankelijke berichtgeving en een wijze van omgaan met alle doelgroepen en aansturing van de organisatie.

Ten behoeve van de gemeente wil DitisHelmond op een onafhankelijke manier de verbinding faciliteren (cohesie verbeteren) tussen burgers onderling, burgers en overheid en de faciliteiten bieden om zowel lokale als streekgebonden identiteit vorm en inhoud geven. Op termijn ontstaat hierdoor een herkenbaar “wij-gevoel”, het dient “van ons” te zijn.

#### **4.3 De missie van DitisHelmond**

De missie van de DitisHelmond luidt:

**DitisHelmond is hét onafhankelijke multimediatplatform van Helmond, dat iedereen die interesse heeft in Helmond op betrouwbare wijze informeert en verbindt door inzet van radio, TV, website en social media en bevordert actieve deelname aan het platform door inwoners, organisaties, bedrijven en gemeente Helmond.**

## 5 Het strategisch bedrijfsplan van DitisHelmond

### 5.1 Besturingsfilosofie.

- Bestuur (onbetaald) is gescheiden van operationele werkzaamheden (bestuur op afstand).
- Onafhankelijke Programmaraad (Programma Beleidsbepalend Orgaan PBO) ziet toe op programma-inhoud en eisen mediawetgeving.
- Betaalde medewerkers leggen verantwoording af aan de algemeen coördinator. De algemeen coördinator legt verantwoording af aan het bestuur.

DitisHelmond blijft in de kern een vrijwilligersorganisatie, maar heeft een basis van enkele betaalde professionals waarmee continuïteit, kwaliteit en continue levering gegarandeerd kunnen worden.

### 5.2 Activiteiten en programmamodel

DitisHelmond produceert voor de gehele gemeente een Lokaal Toereikend Media Aanbod LTMA met televisie, radio, tekst-tv, social media en haar app en website. Dit programma-aanbod zal tevens op uitzending gemist en YouTube worden aangeboden.

#### 5.2.1 Het programmamodel

Het programma-aanbod van DitisHelmond voldoet aan alle wettelijke eisen zoals beschreven in de Mediawet 2008 en wordt beleidsmatig gecontroleerd door de Programmaraad. Het programma-aanbod wordt geproduceerd door DitisHelmond en derden, waaronder collega omroepen en andere samenwerkingspartners, waarmee een samenwerkingsovereenkomst is gesloten. Naast de programma's die voor de gehele gemeente van belang zijn krijgen items uit de verschillende wijken een plaats binnen het programma-aanbod. In bijlage 1 wordt per onderscheiden medium het programma-format weergegeven. In het gewenste scenario is DitisHelmond iedere werkdag op alle mediakanalen present. In het minimale scenario is dat veel beperkter. De distributie zal zo maximaal mogelijk geautomatiseerd worden, zodat iedere inwoner ons via radio en/of tv kan ontvangen. Alle samenwerkingspartners kunnen, indien hun techniek daarvoor geschikt is, via DitisHelmond hierop aangesloten worden.

#### 5.2.2 Lokaal Toereikend Media-aanbod LTMA

Basis van de toekomstplannen is dat DitisHelmond zo goed mogelijk wil voldoen aan de eisen van het LTMA om zich daarmee tot een toekomstbestendige omroep te kunnen ontwikkelen. Het LTMA stelt strakke eisen.

Lokale omroepen voorzien burgers van informatie over zaken die hun dagelijkse leefomgeving spelen. In de mediawet is vastgelegd dat het aanbod van lokale omroepen voor ten minste vijftig procent van de uitzendduur moet bestaan uit aanbod van informatieve, culturele en educatieve aard dat in het bijzonder betrekking heeft op de gemeente waarvoor het aanbod bestemd is (artikel 2.70). Om zijn publieke functie echt goed uit te kunnen voeren moet dit aanbod echter ook op alle platforms beschikbaar zijn en van goede kwaliteit zijn. Zeker in het licht van de veranderingen in mediagebruik van consumenten en de toegenomen concurrentie moeten lokale omroepen hun toegevoegde waarde kunnen bewijzen. Daarom hebben de NLPO en VNG in een convenant in 2013 vastgelegd wat minimaal verstaan moet worden onder een LTMA: aanbod dat gericht is op de omgeving waarin de mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen;

- aanbod dat voor iedereen in de gemeente bereikbaar en vindbaar is;
- aanbod dat beschikbaar is op alle relevante platforms;
- aanbod (audio, video, tekst en foto's) dat wordt gepubliceerd op ten minste de (lineaire, digitale) radiozenders en (lineaire, digitale) televisiekanalen bij alle must-carry pakketaanbieders, en via eigen internetkanalen, waaronder sociale media, mobiele apparaten;
- op alle kanalen en in alle mediatypen minimaal vijf dagen per week nieuws brengt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten.

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

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

### **5.2.3 Technologische ontwikkelingen**

Het verder uitwerken van technologische mogelijkheden is van eminent belang voor de verdere ontwikkeling van mediaproducten en diensten voor de gehele gemeente. Door een structurele meerjarige financiering kan vervolgens door gezonde bedrijfsvoering gezorgd worden dat tijdig aangesloten wordt bij nieuwe applicaties en technieken zoals HDTV en DAB+.

### **5.2.4 Opzetten van nieuwe samenwerkingsvormen**

Er zal vorm gegeven worden aan uitbreiding van en nieuwe samenwerkingsvormen met zowel onderwijs, bedrijfsleven als (lokale) overheid en tevens met organisaties op het gebied van sport, welzijn, cultuur en levensovertuiging. Hierbij wordt in eerste instantie gedacht aan de volgende organisaties:

- Kunstkwartier
- Bibliotheek
- Onderwijs
- Senzer
- (Sport)verenigingen
- Zorginstellingen