



**DenBoschTV**



# INHOUDSOPGAVE

1	Voorwoord - Den Bosch Televisie, Radio & Internet .....	2
2	Bossche Media Groep.....	3
3	Missie – Visie - Doelstelling .....	3
4	Wettelijke verankering .....	4
5	Maatschappelijke verankering .....	5
5.1	Televisie - DenBoschTV (DBTV).....	7
5.2	(Tekst) Televisie .....	7
5.3	Internet.....	7
5.4	Crossmedia .....	8
6	Doelgroepbeleid .....	9
6.1.1	CIJFERS MEDIABEREIK.....	10
6.1.2	TRENDS MEDIABEREIK .....	10
6.1.3	TSOCIALMEDIA EN GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH .....	11
7	Vacatures.....	12
8	Samenwerkingsverbanden .....	13
9	Financiën .....	14
9.1	Begroting Eerste Jaar.....	15
9.1.1	TOELICHTING EXPLOITATIE INKOMSTEN EERSTE JAAR .....	16
10	Slotwoord .....	16

## 1 VOORWOORD - DEN BOSCH TELEVISIE, RADIO & INTERNET

---

Voor u ligt het **Masterplan DenBoschTV**. Een initiatief van de **Bossche Media Groep** om te komen tot een lokale publieke zender in de gemeente 's-Hertogenbosch.

Het Nederlandse medialandschap verandert snel onder invloed van met name technologische ontwikkelingen. Oude en nieuwe mediavormen volgen elkaar in een adembenemend hoog tempo op en verbinden zich op alle mogelijke manieren. Men kan tegenwoordig televisiekijken via het internet en gebruik maken van crossmedia via de mobiele telefoon. Kranten introduceren een digitaal abonnement.



Telecombedrijven ontwikkelen zich als concurrerende aanbieders met een explosief groeiend digitaal en interactief media-aanbod, enz.

Ook ontwikkelingen van sociaal-culturele, economische en bestuurlijk-juridische aard spelen mee. Dat maakt het medialandschap onrustig; veel is nog onzeker. Zeker is wel dat het medialandschap in hoog tempo verandert, sneller dan velen kunnen en willen bijbenen. Toch blijven de fundamentele waarden die de basis vormen van het medialandschap onaangetast: vrijheid, pluriformiteit, onafhankelijkheid en toegankelijkheid.

Omdat 's-Hertogenbosch en omgeving niet kan en niet mag stilstaan bij deze veranderingen heeft een aantal Bosschenaren het initiatief genomen om een nieuwe organisatie op te richten specifiek met het doel lokale uitzendingen te maken ván, vóór en dóór de inwoners van 's-Hertogenbosch.

Dit initiatief heeft inmiddels geleid tot het ontstaan van de "**Bossche Media Groep**" (BMG). Deze stichting heeft specifiek ten doel lokale publieke uitzendingen te verzorgen onder de naam "**DenBoschTV**" oftewel kortweg **DBTV**. In het kader van dit initiatief wordt onderhavige licentieveraanvraag bij het Commissariaat van de Media ingediend.

## 2 BOSSCHE MEDIA GROEP

---

De **Bossche Media Groep** is een stichting die in 2015 is opgericht specifiek met het doel uitzendingen te verrichten voor de inwoners van de **gemeente 's-Hertogenbosch**

De **Bossche Media Groep** zal de zender "**DenBoschTV**" conform plan vanaf begin januari 2016 operationeel activeren. De zender werkt volgens een vastgelegd redactiestatuut en conform de door het PBO van de **Bossche Media Groep** bepaalde programmastatuut.

## 3 MISSIE – VISIE - DOELSTELLING

---

**DBTV** heeft als **MISSIE** de inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch actueel te informeren over, en zoveel mogelijk te betrekken bij, alle belangrijke ontwikkelingen binnen en rondom de gemeente.

**DBTV** heeft als **VISIE** dat TV meer moet zijn dan kijken en luisteren alleen. Via de inzet van moderne middelen (Internet, Social media) denkt **DBTV** via interactiviteit de betrokkenheid van de inwoners bij activiteiten en ontwikkelingen binnen de gemeente te kunnen vergroten.

Als **DOELSTELLING** heeft **DBTV** het leveren van kwalitatief hoogstaande programma's vastgelegd waarbij het streven is dat de programma's voldoende impact op de inwoners van de gemeente hebben dat zij een merkbare en meetbare positieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid van de gemeente.



**DBTV** zal 365 dagen per jaar, 24 uur per dag via haar mediakanalen bereikbaar zijn.

**DBTV** richt zich wat haar radio- en tv-programma's betreft op alle inwoners van de gemeente maar zal zich in eerste instantie specifiek op de doelgroep richten die traditioneel nog veel radio luistert en TV kijkt n.l. het publiek in de leeftijdscategorie 40 tot 60+.

Jongeren zullen met een tweerichtingsbeleid via internet en social media via specifieke programma's betrokken worden. **DBTV** luistert naar de behoeften van de jongeren en zij zal met de jongeren een interactieve relatie onderhouden.

Daarnaast wil **DBTV** de jongerendoelgroep met een eigentijds beleid bedienen (zie o.a. paragraaf 7).

**DBTV** wil en zal een kweekvijver zijn voor nieuw mediatalent en zal er alles aan doen om het huidige team te professionaliseren.

**DBTV** streeft naar samenwerking met andere lokale omroepen en media-instellingen in het kader van optimale dienstverlening en efficiency in de regio.

**Lange termijn DOELSTELLING.** Op termijn wil **DBTV** uitgroeien tot een vooraanstaande lokale zender met een voorbeeldfunctie die landelijk gezien kwalitatief tot de top-3 gerekend zal worden.

In het kader van de samenwerking met andere lokale omroepen, is er gezocht naar een uitzendplatform en formule die aansluit bij de ideeën van de initiatiefnemers.

Resultaat daarvan is dat **DBTV** gebruik gaat maken van een revolutionair platform dat de komende jaren de toekomst van alle lokale omroepen zal veranderen en waarborgen.

Binnen de kaders van dit unieke platform stelt **DBTV** zich hoofdzakelijk ten doel de taak van een all-round mediadienst te verzorgen die gericht is op bevrediging van de in de gemeente 's-Hertogenbosch levende maatschappelijke en culturele behoeften en die zich ten doel stelt van algemeen nut te zijn voor de inwoners.

Uiteraard is er ook plaats voor andersoortige programma's die een minder informatief karakter hebben en meer amusementswaarde bevatten. Echter ook hierbij blijft de nadruk liggen op datgene wat een lokale mediadienst uniek maakt; lokale berichtgeving en maatschappelijke betrokkenheid.

## 4 WETTELIJKE VERANKERING

---

**DBTV** gaat als lokale publieke omroep functioneren en houdt zich daarbij aan de voorschriften van de Mediawet. De omroep houdt zich daarbij dan ook strikt aan de voorschriften zoals o.a. bepaalt in art. 13C waarin staat dat een gevarieerd programma aanbod uitgezonden moet worden.

De maatschappelijke functies waaraan een publieke omroep invulling dient te geven zullen alle door **DBTV** worden ingevuld en wel als volgt:

- a) Nieuws en voorlichting
- b) Opinievorming en achtergronden



- c) Vermaak
- d) Kunst en cultuur
- e) Specifieke informatievoorziening
- f) Reclame en voorlichting
- g) Versterking van de mediawijsheid. Het omgaan met de ontwikkelingen in de social media

De **Bossche Media Groep** wil via haar zender **DBTV**:

- Zorgen voor onafhankelijke nieuws- en informatieprogramma's en voor een educatief programma-aanbod ten dienste van de lokale gemeenschap.
- Een bijdrage leveren aan de sociale cohesie in de Bossche gemeenschap.
- Bewust acteren in het kader van een brede culturele verantwoordelijkheid voor de gemeenschap.
- Een drijvende kracht zijn in de vernieuwing van het medialandschap.
- Een kweekvijver vormen voor nieuw talent in medialand.

Kernwaarden die **DBTV** hanteert zijn:

- Integriteit en betrouwbaarheid.
- Onafhankelijkheid, vrijheid, toegankelijkheid.
- Streven naar hoge kwaliteit en actualiteit van het lokale programma-aanbod.
- Helder, transparant en compleet communiceren over het gevoerde beleid.
- Het verankeren van belangrijke in de gemeenschap voorkomende maatschappelijke, culturele en levensbeschouwelijke stromingen binnen de organisatie.

## 5 MAATSCHAPPELIJKE VERANKERING

---

**DBTV** heeft als doel een zender te zijn "**ván, vóór en dóór de Bosschenaren**". Vanaf het begin van de oprichting is hieraan invulling gegeven door mensen uit diverse lagen van de Bossche bevolking bij het zenderinitiatief te betrekken. De verankering van de zender vindt derhalve niet alleen plaats via de bezetting van de programmaraad maar vooral ook door de inzet van vele vrijwillig betrokkenen als afgevaardigde van vaak zeer uiteenlopende organisaties. **DBTV** kan op warme steun rekenen van vele organisaties die diep in de maatschappij van het Bossche geworteld zijn. Dit geldt voor een aantal culturele-, sport-, educatieve-, muziek-, bedrijfs- en maatschappelijke-organisaties. Zowel ouderenorganisaties als jongerenorganisaties hebben steun toegezegd als **DBTV** tot uitzending overgaat.

**DBTV** vindt het belangrijk een springplank te zijn voor talent en zal derhalve er alles aan doen dit talent tot wasdom te brengen. Samenwerking met het Media Leer Park 's-Hertogenbosch (Van Maerlant College/Koning Willem I College/Unlimited Vision & Sound) staat derhalve hoog op de agenda en niets staat een harmonieuze samenwerking in de weg. **DBTV** is een omroep **ván, vóór en dóór de Bosschenaren**. We vinden dat programma's voor jongeren bijvoorkeur gemaakt moeten worden dóór jongeren om een juiste verbinding te leggen met het publiek.



## RADIO - DEN BOSCH RADIO (DBR)

**DBR** wil in jong talent investeren. Door samenwerkingsverbanden aan te gaan met scholen maar ook door het opzetten van eigen opleidingstrajecten. En verder is het bijzonder dat er tussen de projecten ook programma's zitten die al vele tientallen jaren met een grote inzet van vrijwilligers worden gemaakt.

Opvallend is wel dat veel radioprogramma's nog steeds traditioneel van opzet zijn. Er wordt te weinig actief gezocht naar interactie met het publiek. **DBR** denkt dat voor het voortbestaan van radio het belangrijk is om luisteraars actief op te zoeken. Het media-aanbod is tegenwoordig zo groot dat het noodzakelijk is om sociale media te gebruiken om contact te maken en programma's onder de aandacht te brengen. Op deze manier kun je luisteraars actief betrekken bij de inhoud van een uitzending. Maar het is ook een manier om een nieuw publiek aan te boren.

- De radiozender is 24/7 in de lucht.
- Maandag t/m vrijdag van 7.00 tot 19.00 uur kent een horizontale programmering met vaste programma's. Tussen 19.00 tot 23.00 uur worden enkele terugkerende vaste programma's uitgezonden. Tussen 23.00 en 7.00 uur worden muziekprogramma's uitgezonden gericht op de 's nachts werkende mensen afgewisseld met praat- of discussieprogramma's.
- In het weekeinde komt er een selectie van informatieve programma's over o.a. sport, uitgaan en muziek voor jong en oud.
- Op zondagavond om 22.00 uur zal er een programma van één uur over 's-Hertogenbosch uitgezonden worden waar Bossche thema's besproken zullen worden: Geschiedenis, verhalen, anekdotes, samenvatting van de week, agenda, enz. Dit om de identiteit en betrokkenheid van de Bosschenaren te bevorderen.
- In de algemene radioprogrammering staat:
  - Ieder uur lokaal nieuws
  - Dagelijks agenda met informatie over evenementen en activiteiten
  - Wekelijks een informatief programma over ontwikkelingen en gebeurtenissen in de gemeente en omgeving
  - Wekelijks een sportprogramma met achtergrond informatie, agenda en zo mogelijk live-verslagen van wedstrijden.
  - Live uitzendingen op locatie van populaire evenementen zoals o.a. concerten, Jheronimus Bosch 500, sport, carnaval, enz.
  - Deze programmering wordt afgewisseld met passende muziek.

**DBR** zal (als het zover is) deelnemen aan het DigitalRadio+ platform om een stabiele dekking te krijgen van de zenders. Dit wordt samen met andere lokale radiostations gedaan om zodoende een bundel van radiozenders in Digital Audio Broadcasting multiplex (DAB+) actief te hebben.



## 5.1 TELEVISIE - DENBOSCHTV (DBTV)

Voor televisie geldt hetzelfde als voor radio. Er wordt te weinig gedaan met het veranderende medialandschap. In televisieprogramma's wordt nauwelijks verwezen naar andere media (internet om een uitzending terug te kijken) of manieren voor kijkers om over een programma na te praten. Hier ligt een belangrijke opdracht voor de toekomst. **DBTV** hoopt dat omroepen in de regio bereid zijn samenwerkingsverbanden aan gaan op het gebied van nieuwe uitzendtechnieken en het uitwisselen van programma's en 'formats'. Zonder daarbij haar eigen lokale kleur te verliezen.

- Dagelijks journaal met het belangrijkste nieuws van de dag uit de gemeente. Met een selectie van de door de crossmedia-gebruikers ingestuurde items. Nieuws voor de regio en vanuit de regio.
- Wekelijks aandacht voor lokale sport, culturele activiteiten en evenementen.
- Structurele aandacht voor gemeentelijk overheidsbeleid en politieke ontwikkelingen.
- Achtergrond en actualiteitenprogramma's van algemeen belang.
- "Specials" mogelijk in samenwerking met lokale instellingen, organisaties en bedrijven.
- Live uitzendingen van evenementen zoals de carnavalsintocht, het Kwekfestijn, Maritiem, Jazz in Duketown, de aankomst Sinterklaas en andere belangrijke evenementen zoals o.a. Jheronimus Bosch 500.

## 5.2 (TEKST) TELEVISIE

Bij **DBTV-Tekst** zal het nieuws worden afgewisseld met agendaberichten, gemeentelijke info, programma info en reclame. Tijdens de uitzending van **DBTV-Tekst** is **DBRadio** te beluisteren. Onderin het beeld loopt een zogenaamde 'tickertape' met het laatste nieuws van onze website.

## 5.3 INTERNET

- De internet programmering op de nieuwssite zal o.a. de volgende informatie aanbieden:
  - Lokaal en regio nieuws
  - Programmering
  - DBTV Uitzending gemist
  - Agenda
  - Weer
  - Gids
  - Sport
  - Reclame
  - Webshop
  - Social Media (Publishing)

Hier ligt een grote kans voor de lokale omroep. **DBTV** zal een lokaal internetplatform ten behoeve van de lokale nieuws- en informatievoorziening creëren om de sociale cohesie in de Bossche samenleving te bevorderen en om extra inkomsten voor de omroep te genereren. Dit platform moet uitgroeien tot een uitermate interessant reclamedienst voor het regionale bedrijfsleven is.

- **DenBoschTV-livestream** waar Bosschenaren zelf gemaakte “content” van gebeurtenissen in de stad ter beschikking stellen aan de zender ter uitzending. Dit materiaal wordt door de redactie beheerd en op het DBTV-youtube-kanaal geplaatst. De beste verhalen worden in het journaal en in programma’s gebruikt.
- **DBTV** zal speciaal ruimte geven voor nieuwe ontwikkelingen die de interactiviteit en inbreng van kijkers versterken. We zien veel in de snelle ontwikkelingen rondom Periscope- en Meerkat-livestream toepassingen en zullen dat in de programmering integreren.
- Periscope- / Meerkat-livestream
- You-tube
- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- enz.



## 5.4 CROSSMEDIA

**DBTV** definieert het begrip crossmedialiteit als volgt:

*Onder crossmedia wordt verstaan het gebruik van meerdere media (TV, Internet, mobiel, evenementen, print, radio) in de communicatie. Zodra verschillende media worden ingezet in het overbrengen van een boodschap of verhaal dringt de vraag zich op naar de ‘orkestratie’ van de verschillende media: Welke content op welk medium? Hoe verhouden de verschillende media zich tot elkaar? Waar is onderlinge versterking mogelijk? Welke eigenschappen van de verschillende media worden gebruikt in relatie tot de doelgroep?*

Crossmediaal werken en denken staat nog steeds in de kinderschoenen bij lokale omroepen. En dat is ontzettend jammer want op deze manier dreigen omroepen de boot te missen. **DBTV** zal in de programmering genoeg ruimte voor participatie van het publiek creëren en stimuleren.

**DBTV** denkt dat om zichtbaar te blijven binnen het enorme aanbod op radio, televisie en internet het noodzakelijk is dat omroepen nieuwe manieren vinden om programma’s onder de aandacht te brengen. Door een geïntegreerde benadering waar nieuws en infotainment, die via de verschillende op elkaar aansluitende platforms worden aangeboden, zullen deze elkaar gaan versterken. In het samenwerkingsverband met andere lokale omroepen zal het crossmediaal werken een belangrijk rol spelen.



## 6 DOELGROEPBELEID

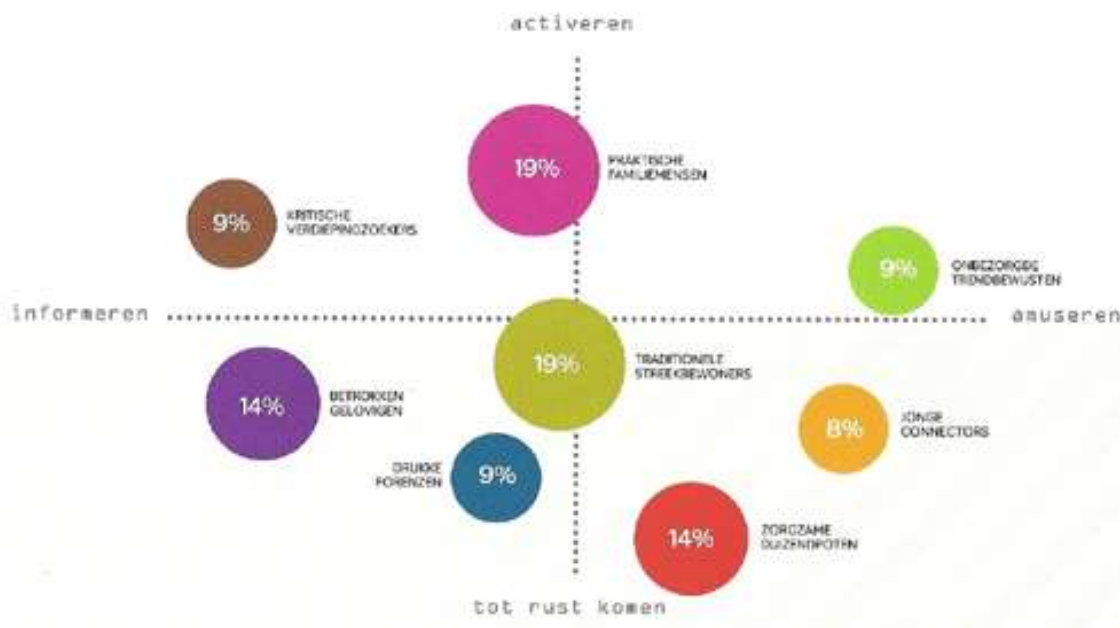
Om een adequate programma-inhoud te kunnen bepalen is het nodig de interesses en behoeftes van de kijkers, luisteraars en website bezoekers te kennen.

Uit cijfers van het **NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP (NPO)** onderzoek van 2010 blijkt dat er 8 verschillende leefstijlgroepen zijn. De volgende leefstijlgroepen hebben de meeste behoefte aan een lokale omroep:

- Traditionele streekbewoners: gemiddeld 65 jaar oud, 74% vrouw, laag tot hoger opgeleid, 19% van de bevolking.
- Praktische familiemensen: gemiddeld 47 jaar oud, 87% man, middelbaar tot hogere opleiding, 19% van de bevolking
- Betrokken gelovigen: gemiddeld 61 jaar oud, 66% vrouw, laag tot middelbaar opgeleid, 14% van de bevolking.

Toch zijn er twee andere groepen die een enorme behoefte aan internet, social media en streaming video hebben. Ze zijn gemiddelde radioluisteraars en lichte televisiekijkers (meestal commerciële zenders). De 'digital natives' zijn :

- Onbezorgde Trendbewusten: gemiddeld 27 jaar oud, 79% man, gemiddeld opgeleid, 9% van de bevolking.
- Jonge connectors: gemiddeld 15 jaar oud, 57% vrouw, laag opgeleid, 9% van de bevolking.



### Cijfers mediabereik

**JES Marketing onderzoek** heeft in februari 2014 een communicatieonderzoek uitgevoerd i.o.v. de Gemeente 's-Hertogenbosch) bestaande uit een kwantitatief deel (telefonisch onderzoek onder 600 inwoners uit 's-Hertogenbosch) en kwalitatief deel (diepte-interviews met 30 burgers over de verschillende communicatiemiddelen). Het doel van het onderzoek is het verbeteren van de communicatie met burgers en het meten van de effectiviteit van de ingezette communicatiemiddelen. Hier enkele resultaten:

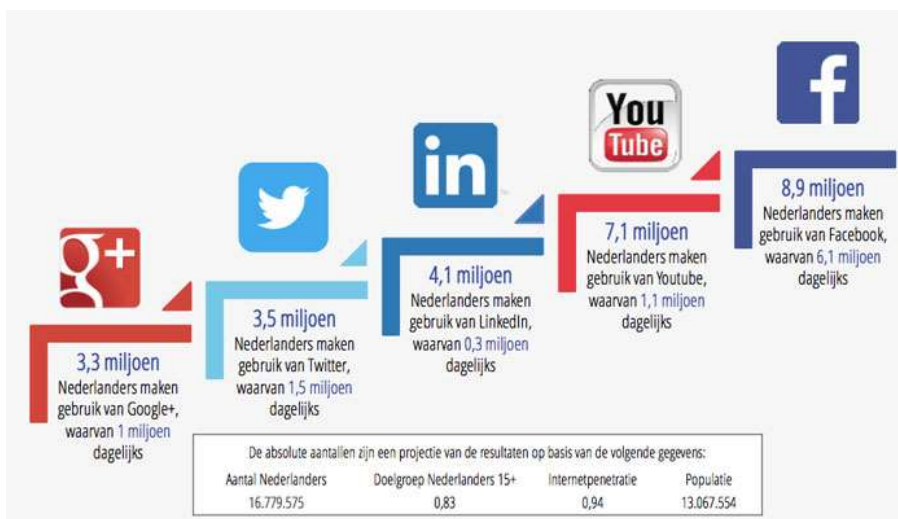
### 6.1.1 CIJFERS MEDIABEREIK

Bossche Omroep	46%
Brabants Dagblad	36%
Omroep Brabant TV	14%
<b>Boschtion TV</b>	<b>9%</b>
TV73	6%

### 6.1.2 TRENDS MEDIABEREIK

- Traditionele media staat verder onder druk door bezuinigingen en afnemend bereik.
- Laatste jaren snelle daling tevredenheid info eigen gemeente.
- 50% jongeren is ontevreden
- 54% meer info via Social media, vooral Facebook en Instagram

**DBTV** zal dit soort gegevens gebruiken om zowel de radio- als tv-programma's beter af te stemmen op haar algemeen kijk- en luisterpubliek. Om de jongeren te bereiken zullen we duidelijke keuzes maken in de invulling van de programmering. **DBTV** zal goed luisteren naar de behoeften van deze doelgroep.



### 6.1.3 SOCIALMEDIA EN GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH

In een recente enquête van de gemeente blijkt dat de website de meest gebruikte nieuwsvoorziening is om informatie te ontvangen en zoeken over de gemeente (69%). De socialmedia-gebruikers zijn het meest actief op facebook (66%) en op twitter (12%). Uit deze cijfers kunnen we concluderen dat 31% van de Bossche bevolking nog steeds gebruik maakt van de traditionele media: Televisie, radio en krant. Bijna één derde van de Bosschenaren wordt door **RTV/krant** op de hoogte gehouden van actualiteiten.





## 7 VACATURES

---

**Nota Bene:** Mocht DBTV de licentie krijgen toegewezen dan zullen een aantal extra vacatures worden geopend.

**Draagt u Den Bosch een warm hart toe en wilt u zich inzetten als vrijwilliger voor de lokale TV? Meldt u dan aan via het sturen van een e-mail naar: [omroep@dbtv.nu](mailto:omroep@dbtv.nu) en wij nemen contact met u op!**

**Wij zijn momenteel t.b.v. de digitale uitzendingen via onze website naarstig op zoek naar vrijwilligers die de volgende vacatures zouden kunnen invullen.:**

**Vacatures vrijwilligers:**

- **Livestream reporters.** We zoeken Bosschenaren die regelmatig beelden en verhalen over de stad/gemeente via periscoop voor [www.DBTV.nu](http://www.DBTV.nu) wil uitzenden.
- **Journalisten**
- **Radio commentatoren**
- **Redacteurs**
- **Internet Bloggers**
- **Fotograaf**
- **Cameraman**

**De hoeveelheid tijd die een vrijwilliger aan het uitvoeren van de functie besteed wordt in onderling overleg bepaald.**

**DBTV** wil een dynamische, professioneel opererende netwerkorganisatie zijn met heldere bestuurlijke lijnen, gebaseerd op de voorgeschreven ICE-norm: Het dagelijks bieden van informatie, cultuur en educatie. DBTV zal van een crossmediale redactiestructuur met als spil de nieuwsredactie gebruik maken.

VERDER:

De redacties komen onder leiding te staan van een **HOOFDREDACTEUR**. Deze draagt managementverantwoordelijkheid voor de totale bedrijfsvoering en opereert op basis van een mandaat van het bestuur. De hoofdredacteur is de man die dicht bij de werkvloer de lijnen uitzet, het nieuwe, wettelijk voorgeschreven beleid naar vorm en inhoud conditioneert en bewaakt. Hij geeft direct leiding aan alle programmamakers.

Op termijn zal er een **TV MANAGER** aangesteld worden. De TV manager geeft direct leiding aan alle tv makers en staat binnen de organisatie direct onder de leiding van de Hoofdredacteur.



Op termijn zal er een **WEB MANAGER** aangesteld worden. Ook de Web manager staat onder directe leiding van de hoofdredacteur. De taken van de webmanager zijn: het onderhouden en updaten van de internetsite en het totaal beheer van de website.

De functie **HOOFD TECHNIEK** houdt het vervullen van verschillende taken in. Deze kunnen worden gesplitst in taken die vooral in de beginfase gelden en zaken die in de operationele fase van belang zijn.

Vervolgens zullen betrokken, enthousiaste, loyale **medewerkers** met de vereiste kwaliteiten, ambities en potentie nodig zijn om de omslag en kwaliteitsslag maken.

De vele enthousiaste en toegewijde **VRIJWILLIGERS** die al geruime tijd aan de omroep verbonden zijn, zullen uitgenodigd worden om afhankelijk van hun kwaliteiten en voorkeuren deel te nemen aan het programma productie proces. Een permanent cursus en opleidingsprogramma zal volgen om de vaardigheden van de vrijwilligers te verhogen en actualiseren.

Op deze manier zullen alle betrokkenen gemobiliseerd worden om uit eigen kracht en waarde-innovatie een kwalitatieve omroep van hoog niveau in stand te houden op het niveau dat de Gemeente 's-Hertogenbosch verdient.

## 8 SAMENWERKINGSVERBANDEN

---

**DBTV** vindt het van uitermate groot belang om zoveel mogelijk samen te werken met andere lokale omroepen. Het delen van informatie via crossmedia, het maken van co-producties en het verzorgen van live-uitzendingen zijn voorbeelden die in de toekomst steeds meer van toepassingen zullen zijn als het zover is dat een sterke regionale omroep gevormd moet worden.

**DBTV** zal ook intensief samenwerken met organisaties, instellingen, bedrijven en verenigingen in de gemeente en omstreken. Dit niet alleen om aan de wettelijke taak en opdracht te voldoen, maar ook om co-producties te realiseren. Dit is goed voor het maatschappelijk belang maar ook om de kijkers- en luisteraarskrediet op te bouwen.

**DBTV** streeft ernaar een dynamische netwerkorganisatie te worden, waar en waaromheen altijd iets interessants te beleven valt. Dit vereist ook een open, toegankelijke omgeving. Kennis delen en informatie verschaffen worden dan als vanzelfsprekend beschouwd.

De **GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH** heeft hier een bijzondere positie. Niet alleen omdat de gemeente de omroep bewaakt via de programmaraad (PBO) en verantwoordelijk is voor het doorgeven van de omroep subsidie, maar vooral omdat de gemeente een representatieve bestuurlijk taak vervult voor de Bossche samenleving.

Communicatie is daarbij een essentieel instrument om de burgers te informeren over en te betrekken bij voorgenomen beleid om daarvoor draagvlak te creëren. Helaas maakt de gemeente nauwelijks gebruik

**DenBoschTV (DBTV) – De omroep ván, vóór en dóór Bosschenaren**

Licentieaanvraag van de Stichting Bossche Media Groep

's-Hertogenbosch, 2015 Definitieve versie



van de lokale omroep. Vooral het medium televisie biedt enorme mogelijkheden om burgers inzicht te geven in het werk van de gemeente(raad), om plannen en wijzigen in de sociale wetgeving toe te lichten, voor het bevorderen van de stembus-opkomst, voor het schoonhouden van de stad, enz.

Bij een effectief gebruik van de lokale omroep en zijn mogelijkheden zal de omroep voor de gemeente een belangrijk steun kunnen worden bij het bekendmaken van hun voorstellen en bij de uitvoering van haar plannen.

Het bestuur van de **Bossche Media Groep** is in gesprek met het **MEDIA LEER PARK** 's-Hertogenbosch om krachten te bundelen en de continuïteit van het samenwerkingsproject te garanderen. Dit om een praktische leerrijke omgeving voor leerlingen te bieden waar professionaliteit, kwaliteit en mediatechnieken en –technologieën aanwezig zullen zijn.



Het Van Maerlant College, het Koning Willem I College, het mediabedrijf Unlimited en Omroep Brabant werken samen om leerlingen via échte praktijkopdrachten, zoals het maken van radio- en tv-uitzendingen en het organiseren van evenementen hun theoretische kennis uit te laten voeren.

***“Kennis is macht, maar kennis delen is kracht”.***

**DBTV** wil de professionele samenwerkingspartner zijn om als opdrachtgever voor leerlingen en studenten te fungeren. Als **DBTV** de officiële status van Leerbedrijf krijgt, dan kan het normale lesprogramma van ‘ondernemend onderwijs’ uitgebreid worden zodat de studenten zich gaandeweg via de praktijkervaring op een natuurlijke manier zullen ontwikkelen tot ‘media ondernemende medewerkers’.

Binnen het concept Media (Leer) Park voldoet **DBTV** volledig aan de wettelijke eisen van de ICE-norm en voldoet zij ook ruim aan de norm die ten grondslag ligt aan de opdracht tot het opleiden van mediatalent. Om dit te verzekeren zal **DBTV** een **manager productie** benoemen. Hij/zij zal zowel inhoudelijke als technische mediakennis hebben en tevens pedagogisch-didactische onderlegd zijn. Deze gaven zijn nodig om leerlingen en studenten de gewenste kennis bij te brengen en te zorgen voor inhoudelijk, kwalitatief uitstekende programma’s.

## 9 FINANCIËN

---

In dit gedeelte worden alle 'ins en outs' omtrent de financiën nader toegelicht. Hierbij wordt gebruik gemaakt van statistische gegevens verstrekt door de al eerder genoemde OLON, bijdragen van de voormalige Boschtion omroep en andere lokale omroepen en eigen onderzoeken met professionele leveranciers. Het is natuurlijk zeer moeilijk om in deze beginnende fase financiële prognoses te doen maar met behulp van genoemde bronnen zijn we er toch ingeslaagd een gedetailleerd meerjarenplan op te stellen.



De begroting is gebaseerd met als uitgangspunt dat de samenwerking met het **Media Leer Park** definitief gerealiseerd wordt.

## 9.1 BEGROTING EERSTE JAAR

Omdat ervaringcijfers uit voorgaande jaren ontbreken is van sommige posten een schatting opgenomen die gebaseerd is op uitgaveposten van vergelijkbare omroepen.

<b>Exploitatie Inkomsten eerste jaar</b>	<b>Inkomsten</b>	<b>Uitgaven</b>
Gemeente - Subsidie	€ 250.000	
Gemeente - Startlening	€ 100.000	
Sponsors	€ 10.000	
Donateurs	€ 5.000	
Reclame-inkomsten	€ 20.000	
	<b>€ 385.000</b>	





### 9.1.1 TOELICHTING EXPLOITATIE INKOMSTEN EERSTE JAAR

#### GEMEENTE

Gemeenten hebben op basis van de Mediawet de zorg voor bekostiging van de lokale omroep in hun gebied. De omroep moet daarmee een toereikend media-aanbod kunnen bieden via televisie, radio, internet en sociale media. De gemeentelijke bijdrage geldt voor zover de kosten niet op andere wijze zijn gedekt op een zodanige manier dat de continuïteit van de omroep is gewaarborgd. De reguliere programma's dienen vrij te zijn van overheidsinvloed, wel kan de gemeente extra zendtijd inkopen voor speciale communicatie. Vanaf 2015 is er een bedrag vastgesteld per huishouden van minimaal € 1,14.

De middelen in het gemeentefonds zijn niet geormerkt. Een gemeente is dus, met inachtneming van de Mediawet, vrij in het bepalen van de hoogte van de gemeentelijke bijdrage aan de lokale publieke omroep. **DBTV** gaat uit van een jaarlijkse subsidie bijdrage van de gemeente 's-Hertogenbosch van €250.000. Daarnaast wordt voor het eerste jaar ivm opstartinvesteringen een lening gevraagd van €100.000 (looptijd 5 jaar).

#### DONATEURS

Zodra **DBTV** haar eigen kabelfrequentie heeft kan het werven van (particulieren) donateurs gaan beginnen en verwachten wij in alle redelijkheid 200 donateurs te vinden die het **DBTV** initiatief willen steunen met een vrijwillige bijdrage van € 25,00 per jaar.

#### SPONSOREN

Het marketingplan maakt onderscheid tussen drie type sponsors. Hoofdsponsor, Premiumsponsor en Subsponsor. Bij het opstellen van dit plan (zie hoofdstuk 13.1) zijn we er in alle voorzichtigheid vanuit gegaan dat we bij de opstart twee Premiumsponsors en twee Subsponsors zullen vinden.

#### RECLAME INKOMSTEN

Voor het eerste jaar is er een introductie campagne opgesteld. Deze is tot stand gekomen door een inventarisatie die vooraf aan verschillende ondernemers in de gemeente is voorgelegd. Daarbij is gevraagd wat het maximale bedrag per week zou zijn waarbij ze zouden instappen en **DBTV** het voordeel van de twijfel zouden geven. De ondernemers noemden bedragen tussen de € 10,- en € 25,- per week als maximaal haalbaar. Derhalve hebben wij de introductie campagne gesteld op een bedrag van € 20,- per week bij een jaarovereenkomst. Bij deze bijzonder laagdrempelige instapkosten, verwachten wij dat het meer dan reëel is dat wij tenminste 20 ondernemers bereid zullen vinden hierin mee te gaan.

## 10 SLOTWOORD

---

**DBTV** zal door een kwalitatief hoogstaand programma aanbod binnen het verzorgingsgebied een behoefte opvullen van een snelle vorm van lokale informatie via diverse eigenstijdse mediakanalen,





waarbij de inwoners binnen het gebied grotendeels en direct betrokken worden door het unieke concept en platform waarop **DBTV** draait.

Tevens zal voor ondernemers uit de gemeente de mogelijkheid worden geboden om op dit brede platform reclame te maken, dan wel zich te kunnen presenteren als sponsor. Door de combinatie van relatief lage kosten in combinatie met gemeentelijke subsidie, inkomsten uit sponsoring en reclame zal **DBTV** vanaf het begin kostendekkend kunnen uitzenden.

**DBTV** denkt door het verwezenlijken van haar doelstellingen binnen twee jaar een vaste plaats te hebben verworven binnen de Bossche gemeenschap en verwacht een significantie rol te gaan spelen.



# DenBoschTV

## Ván, vóór en dóór de Bosschenaren