



Update beleidsnotitie 2018-2021



December 2020

A1 Mediagroep

Vanaf het samengaan in 2019 van de lokale omroepen van Barneveld en Nijkerk als streekomroep, zijn belangrijke stappen gezet. Deze omvatten onder meer de omvorming van het typische programma-aanbod van een lokale omroep (veel muziek en relatief weinig informatieve programma's) naar dat wat verlangd wordt van een streekomroep, zoals bedoeld in het masterplan van OLON/NLPO.

Omdat de rijksweg A1 door het verzorgingsgebied loopt, is gekozen voor de benaming A1 Mediagroep, bestaande uit de disciplines Radio, Regio TV en Online.

De oprichting van een overkoepelende stichting voor A1 Mediagroep is nog niet gerealiseerd, mede vanwege de lastige juridische aspecten en de Mediawet, die nog altijd niet is aangepast op het bestaan van streekomroepen. De oprichting van de stichting moet in februari 2021 gerealiseerd zijn.

De omroep kan inmiddels bogen op een goed resultaat in de vorm van verbeteringen in de programmering van zowel Radio als TV en een website met nieuws en informatie uit de gemeenten Barneveld, Nijkerk en de dorpen daar omheen. Dit staat echter nog ver af van hetgeen gewenst is, wat voor een belangrijk deel te wijten is aan financiële middelen om te kunnen investeren in kennis en techniek.

De programmering voldoet aan de eisen die de Mediawet hieraan stelt, maar er blijft ruimte tot verdere verbetering. Daarnaast zal op een aantal punten in de programmering nog verdere stappen moeten worden gezet, willen de doelstellingen uit het masterplan OLON/NLPO daadwerkelijk worden waargemaakt.

De focus van de omroep ligt nog teveel op de gemeente Nijkerk, terwijl de aandacht voor Barneveld achterblijft, hetgeen weer een gevolg is van een gebrek aan medewerkers die zich bezighouden met nieuwsgaring in Barneveld. In de praktijk blijkt dit tot op heden teveel gebonden aan de woonplaats van de medewerkers.

Huisvesting

Waar er in de vorige beleidsnotitie nog werd gezocht naar een geschikte locatie, kunnen wij nu vol trots onze nieuwe huisvesting laten zien. Een schitterend kantoorpand, gelegen aan de Venestraat in Nijkerk. Deze locatie stelt de omroep in de gelegenheid om niet alleen volwaardig radio te maken, maar om ook op het gebied van TV en Online serieuze stappen te maken. Daarnaast is er voldoende ruimte voor redactionele medewerkers.

Veranderingen

Zowel het medialandschap, als het mediagebruik door consumenten is onderhevig aan snelle veranderingen. Het consumentengedrag ten aanzien van publieke media, de komst van commerciële zenders, de mogelijkheden die internet biedt, minder lineaire programmering, meer podcasts en apps. Al deze veranderingen zijn zowel in personele zin als op het vlak van benodigde voorzieningen van invloed op de organisatiestructuur en de (toekomstige) rol van A1 Mediagroep.

Door de opkomst van mobiel internet is de snelheid van nieuwsconsumptie enorm toegenomen. Bij bepaalde *calamiteiten* en *'breaking news'* geldt inmiddels dat een journalistieke organisatie die het nieuws een kwartier later meldt dan een ander, "traag" en "oninteressant" wordt gevonden. Voor een kleine organisatie als A1 Mediagroep is het lastig hier tegenop te boksen. Als gevolg van de grote betrokkenheid van een aantal medewerkers, lukt dit toch met enige regelmaat.

De omroep moet haar toegevoegde waarde vooral zoeken in het brengen van *ander*, meer ‘eigen’ nieuws en vaker verdieping aanbrenge in de reportages, zodat die toegevoegde waarde hebben ten opzichte van de online-nieuwtjes. Het is daarbij zinvol - en in zekere zin ook onontkoombaar - om samenwerkingsverbanden aan te gaan voor het snelle nieuws, met name met andere publieke omroepen zoals Omroep Gelderland. Op dat vlak voeren A1 Mediagroep en Omroep Gelderland reeds gesprekken. Daarbij is de kern dat de omroepen elkaar moeten versterken en aanvullen zonder de doelgroep uit het oog te verliezen. De gesprekken hierover verkeren in een vergaand stadium en omvatten onder meer het inzetten van elkaars redacteurs voor nieuwsitems en reportages die voor beide omroepen van belang zijn.

Toekomst

Voor dit moment betekent dit desondanks dat het bestuur van A1 Mediagroep zich beraadt over de positie van de omroep in de komende jaren en welke strategische keuzes daarbij horen. Investerings in apparatuur of in de organisatie moeten gericht zijn op een toekomstbestendige omroep die goede inhoudelijke content brengt, zonder uit het oog te verliezen dat ook de traditionele kant van de media nog geruime tijd een belangrijke plaats zal innemen. Het is een vereiste dat de omroep voor een belangrijk deel zelf in eigen inkomsten voorziet, waardoor er ruimte ontstaat om geleidelijk één of meer journalisten in dienst te nemen. Ook dient de omroep in de toekomst te blijven investeren in kwaliteit van apparatuur, materialen en (vrijwillige) medewerkers.

Inhoudelijk zullen stappen moeten worden gezet op het vlak van verdere professionalisering. Dit zal moeten gebeuren door uitbreiding van het journalistieke aanbod, de uitbouw van het televisiekanaal, de lokale nieuwspagina's op de website en de Social Media kanalen als Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc.

Hiervoor zullen financiële middelen gegenereerd moeten worden, bijvoorbeeld door verkoop van Radio en TV commercials. Met ingang van januari 2021 heeft de oproep de beschikking over een ‘dedicated’ verkoopkanaal, die in het gehele verzorgingsgebied actief zal zijn.

Een belangrijk aspect voor het bepalen van de programmering voor komende jaren zou een kijk- en luisteronderzoek moeten zijn, dat in beide gemeenten gehouden zou moeten worden. Op grond daarvan zou een goed beeld verkregen kunnen worden van hoe de luisteraars / kijkers A1 Mediagroep nu ervaren en wat zij inhoudelijk verwachten van een streekomroep.

Echter, op dit moment is de naamsbekendheid van de omroep buiten Nijkerk te laag. Middelen voor grote marketingacties zijn niet voorhanden, zodat ook hiervoor naar alternatieven moet worden gezocht. In de loop van 2020 is er voor het eerst contact geweest met Merit Veldhuijzen, de beleidsmedewerkster Cultuur van de gemeente Barneveld, die een aantal kennismakingsgesprekken heeft geïnitieerd, waar nieuwe en veelbelovende relaties uit zijn voortgekomen. De eerste resultaten daarvan moeten op korte termijn te verwachten zijn. Hiermee hopen wij de naamsbekendheid in de gebieden buiten Nijkerk aanzienlijk te verhogen.

Missie

Om de koers voor organisatie en alle stakeholders duidelijk te maken, heeft het bestuur nagedacht over de missie van de omroep. Zonder een duidelijke missie bestaat het gevaar dat beslissingen genomen worden, die niet bijdragen aan de beoogde doelstellingen en dat daarmee spaarzame financiële middelen verloren gaan.

Missie statement

“In 2025 is A1 hét mediaplatform voor Barneveld en Nijkerk, waar de consument naar toe gaat voor lokale cultuur, informatie, nieuws en de achtergronden bij het nieuws. A1 is daarbij hét faciliterende platform voor inwoners, verenigingen, stichtingen, de gemeente en andere belanghebbenden die, - op niet commerciële basis - informatie of vermaak willen delen. De omroep richt zich daarbij op de directe woonomgeving van de kijkers en luisteraars. De omroep voert de eindredactie en filtert eventuele aanstootgevende content uit. De omroep streeft ernaar landelijke, regionale en commerciële omroepen aan te vullen en koestert haar publieke karakter.”

Organisatie

Bestuur

Het huidige bestuur van Stichting A1 Mediagroep bestaat uit zes personen, bijna allemaal woonachtig in de gemeenten Barneveld en Nijkerk. De bestuursleden ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden en hebben geen persoonlijke belangen bij de activiteiten van de omroep. De leden van het bestuur zijn geselecteerd op basis van hun ervaring op bepaalde gebieden. Voor de invulling van hun bestuurlijke taken wordt zoveel mogelijk aansluiting gezocht bij hun expertise.

Het bestuur heeft als zodanig geen bemoeienis met uitzendingen van de omroep, waardoor de redactionele onafhankelijkheid gewaarborgd is. Het bestuur bestaat uit de volgende personen:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| • Ari-jan van de Bunt, voorzitter | <i>Externe relaties, relatiebeheer</i> |
| • Siep de Graaf, alg. bestuurslid | <i>Marketing en Communicatie</i> |
| • Lex Durlacher, alg. bestuurslid | <i>Samenwerking / streekomroep</i> |
| • Leen Kraal, secretaris | <i>Secretariaat en fondsenwerving</i> |
| • Nico Nijhoff, penningmeester | <i>Financieel beheer Stichting B.O.S.A</i> |
| • Jose Proper, penningmeester | <i>Financieel beheer Stichting OmroepN</i> |

Medewerkers

In alle takken van de organisatie wordt momenteel gewerkt met vrijwilligers, in totaal op dit moment ca. **80!** Hoewel vrijwillig niet vrijblijvend is, kan het plotseling wegvallen van programmamakers - om wat voor reden dan ook - de continuïteit bedreigen.

Daarnaast zal uitbreiding van het budget nodig zijn om ruimte te creëren voor het aanstellen van betaalde krachten op cruciale functies, niet alleen met een journalistiek karakter. Dit beschouwt het bestuur ook als één van de speerpunten binnen het beleid voor de komende jaren.

De kaderfuncties (coördinator radio, coördinator TV, coördinator Social Media, coördinator techniek) worden allen door vrijwilligers vervuld. Hier is eveneens sprake van een wankelende situatie, omdat niet voor elke functie de meest geschikte persoon te vinden is onder de huidige medewerkers. Daarom zullen deze functies komen te vervallen en worden ingevuld door één 'station manager'.

De nieuwsredactie wordt momenteel ingevuld door vrijwilligers, die daarvoor niet persé de juiste opleiding hebben. Om hier een belangrijke stap te zetten naar verbeterde continuïteit en verdere professionalisering van de nieuws-site, moet de omroep op niet al te lange termijn een journalist in dienst te nemen, die de functie van hoofdredacteur zal gaan bekleden. Het profiel hiervoor moet nog worden vastgesteld.

A1 Radio

Radio als medium

Hoewel al geruime tijd het idee bestaat dat de tijd voor radio als medium langzaam ten einde loopt, blijkt steeds weer het tegendeel. Vanzelfsprekend zal de rol van radio kleiner worden, naarmate de technologische ontwikkelingen op het gebied van beeldoverdracht voortschrijden. Toch blijft er de komende jaren nog genoeg belangstelling voor nieuws, informatie, interviews en muziek in de vorm van audio. A1 Radio zal dan ook de komende jaren blijven inzetten op een volwaardige programmering en blijven investeren in de hiervoor noodzakelijke apparatuur en infrastructuur.

Programmering

A1 Radio zendt 24 uur per dag een eigen programmering uit en maakt geen gebruik van een 'raamprogramma' van derden. Overdag bestaat de programmering uit een brede muziekkeuze zonder extremen, afgewisseld met nieuws en informatie. Tussen 08:00 en 24:00 uur is dagelijks een grotendeels gepresenteerde programmering; in de nachtelijke uren is er een non-stop muziekprogrammering met ook de nieuwsbulletins.

Op het hele uur wordt het landelijke nieuws gebracht en op de halve uren is er een nieuwsbulletin met lokaal nieuws. Om continuïteit te borgen in de nieuwsvoorziening, wordt dit momenteel bij externe redacties ingekocht. Het landelijke en regionale nieuws wordt verzorgd door Flexmedia Producties uit Haarlem, de ANWB verzorgt de verkeersinformatie op de hoofd en secundaire wegen in het verzorgingsgebied.

In de programmering zal de komende jaren een grotere plaats ingeruimd moeten worden voor informatieve programma's, gericht op de streek. Eerdere pogingen daartoe blijken goed te worden ontvangen, maar de continuïteit staat of valt met de beschikbaarheid van geschikte medewerkers. Aan ideeën ontbreekt het doorgaans niet en ook het concreet maken van het programma hoeft geen probleem te zijn. De inhoudelijke kwaliteit vraagt wel om een grondiger redactionele voorbereiding.

In de avonduren is er ruimte voor doelgroep programma's zoals Countryland, X-Podia, Sterk Werk, NoNameShow, Club106.8, Soul Express, etc. In het weekend is er op zaterdag aandacht voor actualiteit en sport en is er het jongerenprogramma 'Jo & Flo'. De zondagochtend biedt jazz en kerkelijke muziek, dan wel een kerkdienst.

Studio's

Voor de radio-uitzendingen heeft de omroep twee radiostudio's in gebruik, waarbij de A studio een 'open' studio is waar gasten ontvangen kunnen worden. Deze studio is voorzien van een aantal webcams, die het beeld uit deze studio live streamen naar de website van A1 Mediagroep. (Visual Radio)
Dit vanzelfsprekend met in acht name van de voorwaarden binnen de wet op de privacy.

Radio-automatisering

Om 24 uur non-stop programma's te kunnen aanbieden is een automatiseringssysteem operationeel, Zenlex genaamd, dat circa drie jaar geleden in gebruik werd genomen. Hiervoor is destijds vanuit de bestemmingsreserve geld vrijgemaakt. Zenlex biedt voor de komende beleidsperiode vrijwel zeker voldoende mogelijkheden. De bestaande hardware-configuratie waarop het is geïnstalleerd, raakt echter in technische zin verouderd, waardoor er zich (on)regelmatige storingen beginnen voor te doen. Dit is een punt van aandacht voor de nabije toekomst, teneinde een ongestoorde uitzending te waarborgen.

Muziekaanbod

Zenlex maakt gebruik van een muziekdatabase, waaruit ook tijdens live-programma's kan worden geput. Omdat de doelgroep van A1 Radio vooral bestaat uit wat oudere luisteraars, is er gekozen om geen extreme muziek te brengen, tenzij het de themaprogramma's in de avonduren betreft.

Toekomstige ontwikkeling radio

Net als andere media, heeft ook onze omroep te maken met een veranderde kijk- en luisterbehoefte. Daar waar men vroeger op vaste tijden naar de radio luisterde of televisie keek, gebeurt dat tegenwoordig op de momenten die de consument zelf uitkiest: On Demand. YouTube, Spotify en de 'uitzending gemist' optie op de website van de omroep, maken dat het publiek op elk gewenst moment over de content kan beschikken.

De organisatie zal in de komende beleidsperiode moeten investeren om de transitie te kunnen maken van traditionele lineaire media (directe uitzending) naar non-lineair: radio-uitzendingen, nieuws en interviews welke online beschikbaar gesteld gaan worden.

DAB+

Ook technologische ontwikkelingen stellen de omroep voor grote uitdagingen. Al enige tijd is er sprake van dat de stekker uit de huidige (analoge) FM-band wordt getrokken. Hiervoor in de plaats zou DAB+ komen, wat een wezenlijk andere technologie is. Zou, want op dit moment is dat nog niet zeker.

Station Manager

De nieuw aan te stellen Station Manager dient toe te zien op de programma's, hun reikwijdte, format, kwaliteit, balans in de programmering (ICE), etc. Ook coacht en begeleidt hij/zij de programmamakers voor zover dit relevant is en ziet hij/zij er op toe dat de programmamakers zich houden aan de eisen en de normen en waarden die het bestuur stelt aan de omroep als geheel en de programma's in het bijzonder.

A1 Televisie

Televisie als medium

Televisie is het medium dat de meeste impact heeft. Ondanks de opkomst van internet en streaming diensten neemt het gebruik van het medium televisie nog steeds toe. Opvallend daarbij is dat zowel bij de jeugd als bij de ouderen het gemiddeld aantal uren televisiekijken per dag stijgt tot 156 minuten per dag, voor zowel 'live' als uitgesteld kijken.

Providers

Het televisiekanaal van de omroep is te ontvangen via de kanalen van Ziggo, KPN, XS4all, Telfort en T-Mobile. KPN en Ziggo hebben daarbij als grootste providers een 'Must Carry' verplichting.

Het televisiekanaal is te ontvangen in het gebied tussen Amersfoort, Apeldoorn, Ede en Zwolle. In totaal is het televisie signaal te ontvangen op meer dan 150.000 huis aansluitingen.

Uitzendingen

Lange tijd bestonden de televisie-uitzendingen van de omroep hoofdzakelijk uit nieuws (tekst tv) en beelden (foto's) van sportevenementen of gebeurtenissen. Allengs wordt het aantal speciaal voor televisie gemaakte uitzendingen steeds groter. Voor een deel wordt gebruik gemaakt van extern gemaakt materiaal, dat niet specifiek op de streek is gericht, maar het aandeel eigen reportages, en speciaal gemaakte uitzendingen neemt geleidelijk toe. Daaronder ook live verslagen van diverse evenementen in de gemeente, zoals Boerenmaandag, Intocht van Sint Nicolaas, en zelfs voetbalwedstrijden tussen de Nijkerkse clubs Sparta en NSC. Recent werd nog ter gelegenheid van de herdenking van 75 jaar bevrijding van Nijkerk een dag lang programma's rond dit thema uitgezonden. Ook de dodenherdenking op 4 mei 2020 in Nijkerk werd live uitgezonden.

De impact van het medium kabelkrant is de afgelopen jaren in hoog tempo afgenomen. De rol van dit medium, met snelle berichtgeving in tekstvorm, is grotendeels overgenomen door (mobiel) internet, social media en apps. De doelgroep voor dit medium wordt snel kleiner. Vooral ouderen vinden de kabelkrant echter nog steeds een toegankelijk medium, vandaar dat hiervoor op bepaalde tijden van de dag ruimte wordt gemaakt op het televisiekanaal.

Uitzendstraat / apparatuur

Voor de televisie-uitzendingen maakt de omroep gebruik van eigen camera's, een regie module en montage software. De software en camera's zijn vrij recent en zijn mogelijk gemaakt door een donatie van de Van den Tweel Groep en Konst BV. Zonder deze donaties was dit niet mogelijk geweest.

De uitzendserver en encoder waarmee de programma's uitgezonden worden zijn echter ruim 10 jaar oud en zijn technisch gezien afgeschreven. Dankzij een aantal technisch goed onderlegde medewerkers functioneert dit nog, maar hier ligt voor de omroep ook prioriteit om gericht te investeren.

Aansturing televisie

De Station Manager is ook verantwoordelijk voor de televisieafdeling: productie, technisch beheer, aansturing van (externe) leveranciers en presentatie.

Toekomst televisie

Televisie is voor de omroep een zeer belangrijk medium. Dit belang wordt steeds groter in vergelijking met radio, omdat visuele media een veel effectievere vorm is om nieuws en informatie te brengen. In vergelijking met radio liggen de productiekosten voor televisie echter fors hoger.

Om de televisieafdeling een boost te kunnen geven, zou geïnvesteerd moeten worden in een nieuwe uitzendserver en mobiele beeldverbinding waardoor de forse kosten van inhuur van deze faciliteiten omlaag gebracht kunnen worden.

Het is de ambitie van de omroep om het aantal minuten televisie per jaar verder uit te breiden. Gelukkig dalen de prijzen voor hardware zoals camera's en statieven, maar met name kosten voor doorgifte en transport van het tv-signaal naar de providers is een forse kostenpost en die kosten nemen jaarlijks toe. Anderzijds constateren we ook dat er, met name op het gebied van televisie, kansen liggen om meer inkomsten te genereren. Adverteerders zijn bereid om voor televisie hogere bedragen te betalen per minuut zendtijd, dan voor radio.

A1 Online

Social media als medium

De omroep is al geruime tijd actief op de diverse social mediakanalen. Daarbij heeft de omroep al een flinke hoeveelheid 'volgers en vrienden' aan zich weten te binden. Toch worden de mogelijkheden van social media nog niet ten volle benut. Ook dit heeft te maken met het ontbreken van vaste redactie medewerkers

Website

Bij de start van A1 Mediagroep, begin januari 2019, is de website www.a1mediagroep.nl online gegaan. Deze doet primair dienst als nieuwssite, maar biedt daarnaast de mogelijkheid om met één muisklik te schakelen naar de live-uitzendingen van A1 Radio en A1 TV en live mee te kijken naar wat er in de studio gebeurt. (Visual Radio)

A1 Online gebruikt een redactiesysteem dat ons in staat stelt op een efficiënte wijze verschillende versies van teksten te maken voor de diverse platforms. De website van A1 Mediagroep is in de statistieken van Google in de regio één van de best bezochte sites met ruim 150.000 unieke (!) bezoeken per jaar.

Facebook

Op Facebook is A1 Mediagroep actief met meerdere pagina's. Naast een algemene omroep pagina zijn er ook diverse programma gerelateerde pagina's. Deze pagina's worden vooral gebruikt voor interactie met het publiek. De Facebook pagina van A1 Mediagroep heeft bij elkaar ruim 2300 volgers en ruim 2200 likes en beiden zitten nog altijd in een stijgende lijn.

Twitter

A1 Mediagroep publiceert al haar nieuws op Twitter. Echter wordt er een afname van het aantal bezoekers die via een Twitter link de website bezoeken geconstateerd, maar juist weer een stijging op bezoekers via Facebook.

You tube

De omroep heeft net als veel andere omroepen een YouTube kanaal. Op dit kanaal zijn filmpjes en fragmenten van uitzendingen terug te kijken. Ook in de toekomst zullen producties hier terug te vinden zijn.

Instagram

De omroep is niet actief op dit platform.

Samenwerking

Verschraling journalistiek

Het motto van A1 Mediagroep is nog steeds “Samenwerken en Verbinden”

Er heeft een enorme verschraling opgetreden ten aanzien van lokale journalistiek: landelijke uitgeverijen kopen lokale kranten, sluiten redacties en het nieuws op lokaal niveau dreigt te verdwijnen.

A1 Mediagroep is in staat het lokaal toereikend media aanbod te blijven verzorgen, hoewel niet alle vrijwilligers, ondanks hun enthousiaste inzet, voldoende gekwalificeerd zijn om op professionele wijze een journalistiek verantwoord product neer te zetten. Ook hier is een vaste redactie noodzakelijk!

De omroep wil graag het platform zijn, dat ruimte biedt aan partijen om hun content bij de kijker en luisteraar aan te bieden. Die samenwerking zou met gesloten beurzen plaats moeten kunnen vinden. Het verankeren van de specifieke berichtgeving over Barneveld, Nijkerk en directe omgeving, inclusief het nieuws uit wijken en buurten, is daarbij een harde voorwaarde.

Een aantal omroepen in Nederland heeft al bewezen dat dit concept werkt. Zo heeft het bestuur gekeken bij Salto Amsterdam, OOG in Groningen en Studio040 in Eindhoven en overall werkt het.

Kweekvijver voor talent

A1 Mediagroep wil graag een kweekvijver zijn voor talent. In de afgelopen jaren werkten we samen met de Christelijke Hogeschool Ede (CHE) en Windesheim Zwolle. Vanuit de CHE liepen studenten journalistiek stage bij de omroep. Een aantal studenten is na deze stage actief gebleven bij de omroep, wat voor de omroep een mooie ontwikkeling is. Helaas is aan deze samenwerking een einde gekomen omdat de eisen voor begeleiding van deze studenten (terecht) hoger werden.

Wellicht kunnen deze samenwerkingen weer nieuw leven in worden geblazen, als kan worden voldaan aan de eis van de scholen dat er een professionele kracht beschikbaar is voor begeleiding en aansturing en er voldoende fysieke werkplekken beschikbaar zijn. Met name aan de laatste eis is voldaan na de verhuizing naar het huidige onderkomen, aan de eerste kan pas voldaan worden wanneer een gekwalificeerde redacteur aanwezig is.

Innovatie

In voorgaande paragrafen is bij diverse punten de roep om meer financiële armslag beschreven, zodat de omroep de komende jaren kan investeren in de vervanging van apparatuur en de werkgelegenheid voor de medewerkers.

Ontwikkelen personeel & organisatie

Bij dit alles is het zaak dat ook de organisatie van de omroep zich ontwikkelt. Zo heeft het bestuur de specifieke afdelingen benoemd, de bijbehorende taken omschreven en zijn verantwoordelijken aangesteld om zaken in gang te zetten en dat te coördineren. Hierbij wordt met name goed gekeken naar borging van functies, aangezien het werken met vrijwilligers een aantal kwetsbaarheden met zich meebrengt.

Verder zal meer dan vroeger een kritisch acceptatiebeleid moeten worden ontwikkeld bij aanmeldingen van vrijwilligers. Het gaat er niet meer alleen om dat er voldoende medewerkers zijn die een plaatje kunnen draaien en een praatje kunnen houden. De nieuwe medewerkers moeten bij voorkeur ook daadwerkelijk iets concreets kunnen toevoegen aan het informatieve karakter van de omroep.

Naast het ontwikkelen van de organisatie is ook persoonlijke ontwikkeling van medewerkers en bestuurders een belangrijk item. De omroep neemt daarom actief deel aan workshops en kennissessies van de OLON en kijken we regelmatig bij collega omroepen om gezamenlijk 'best practices' te delen. Daarnaast organiseert de omroep zélf workshops voor de medewerkers op het gebied van verslaggeving, presentatie en techniek.

Financieel

Algemeen

A1 is een ondernemende omroep, maar met een publieke verantwoordelijkheid. Het is niet mogelijk en niet wenselijk grote ondernemersrisico's te lopen. Het is de ambitie om een substantieel deel van de begroting in de toekomst via commerciële verkoop van advertentietijd en sponsoring te dekken. Toch zal de bekostiging vanuit de mediawet voor de omroep onverminderd belangrijk blijven. De omroep is op dit moment 'gezond'.

Overheidsbijdrage

De primaire bron van inkomsten vormt de overheidsbijdrage, welke € 1,31 per huishouden van de betreffende gemeente bedraagt. Deze wordt vanuit het Rijk via de gemeente ter beschikking gesteld aan de lokale omroep. Het staat gemeenten vrij om - in positieve zin - af te wijken van dit normbedrag, meestal ingegeven vanuit een gewogen maatschappelijk belang van de omroep. In ons geval loopt dit nog altijd via Barneveld voor wat betreft de Stichting B.O.S.A en via Nijkerk voor wat betreft Stichting OmroepN. Beide stichtingen zijn met instemming van beide gemeentebesturen opgegaan in de stichting steekomroep A1 Mediagroep, wat in februari 2021 zal resulteren in de officiële presentatie van de nieuwe stichting.

Financiële steun uit overheidsfondsen

Een andere mogelijkheid biedt financiële steun door overheidsfondsen. We maakten daar tijdens de coronacrisis voor het eerst mee kennis en hebben daar ook zoveel als mogelijk gebruik van gemaakt. Het wegvallen van inkomsten uit reclame kon daarmee goed worden opvangen. Het valt te verwachten dat dergelijke fondsen weer zullen verdwijnen, naarmate de coronacrisis naar de achtergrond verdwijnt.

Financiële steun particuliere fondsen

Er is ook een flink aantal particuliere fondsen in het land, dat bereid is tot het steunen van non-profit organisaties die op het culturele vlak werkzaam zijn. Het is de bedoeling dat voor specifieke afgeronde projecten binnen de omroep deze fondsen worden aangeschreven met de vraag of zij bereid zijn dergelijke projecten financieel te steunen. Ook hier speelt de coronacrisis op dit moment een belemmerende rol, omdat de meeste fondsen hun besluitvorming op een laag pitje hebben gezet, tot het leven in ons land weer een beetje op normale snelheid is.