



Meerjarenbeleidsplan 2022-2026

Stichting Lokale Omroep Midden-Nederland

Inhoud:

1 Samenvatting	3
2 Inleiding	4
3 Voorgeschiedenis en context	5
4 Missie en visie Midland	6
5 Governance en bedrijfsvoering	7
6 Programmabeleid Bepalend Orgaan	8
7 Mediamix	9
8 Programmering	10/11/12
9 Midland Lab en Midland Academie	13/14
10 Samenwerking	15
11 Huisvesting	16
12 Medewerkers	17/18
13 Techniek en distributie	19
14 Marketing	20
15 Financiën	21/22/23/24
16 Mediawet	25

Bijlagen:

1 Organigram	26
2 PBO	27

1. Samenvatting

De Stichting Lokale Omroep Midden-Nederland / Radio Midland is de lokale omroep voor de plaatsen Veenendaal, Renswoude, Scherpenzeel en Woudenberg. Door deze schaalvergroting van 4 plaatsen vormt zich de streekomroep onder de naam Radio Midland. Doel is verdere professionalisering en grotere journalistieke slagkracht. Verder wordt in dit beleidsplan gesproken over Midland.

Midland wordt omgevormd naar een moderne, multimediaal werkende omroep, die zal beschikken over een relevante mediamix (radio, tv, online) om een lokaal en in de streek toereikend media-aanbod te realiseren.

De programmering voldoet aan de ICE-norm en voorziet in speciale aandacht voor de 'kernen' in het verzorgingsgebied. Midland staat midden in de maatschappij en continueert of zoekt samenwerking met publiek, gemeenten, maatschappelijke en culturele organisaties en bedrijven.

Daaronder zijn zeker ook andere mediaorganisaties, binnen de grenzen van de wettelijke mogelijkheden. Ook de eigen governance, PBO en geldstromen volgen uiteraard de wettelijke voorschriften.

Daarnaast werkt Midland sinds jaar en dag nauw samen met Stilok uit Veenendaal die de christelijke programma's verzorgd, en hebben we een intentieverklaring voor samenwerking met RTV Rijnstreek uit Wageningen opgesteld.

Gesprekken voor samenwerking met andere lokale omroepen in onze regio als 90FM en overige media instellingen lopen op dit moment nog.

Tevens is een samenwerking opgezet met Let Op uit Woudenberg en Scherpenzeel, zij gaan bijdragen aan de lokale nieuwsvoorziening van de omroep.

Professionalisering van de vrijwillige medewerkers en innovatie zijn kernpunten voor Midland. Hiertoe wordt in eerste instantie een professionele leiding benoemd en krijgen de vrijwilligers mogelijkheden voor relevante scholing aangeboden.

Ter bevordering van de kennis en vaardigheid van de vrijwillige medewerkers wordt hiertoe de Midland Academie opgezet.

Verder wordt een Midland Lab gevormd als plek voor innovatie en scholing van nieuwe professionals, in samenwerking met regionale onderwijsinstellingen.

Zakelijk en financieel gezien wil Midland een sluitende begroting overleggen en wil daarmee een financieel gezonde organisatie vormen, met ook in financieel opzicht realistische doelen.

Tot slot: Midland heeft als unieke eigenschap dat ze een verbindende rol in de samenleving kan spelen vanuit de journalistieke opdracht.

Omdat ze zo dichtbij en dicht op de inwoners zit en ze er heel direct deel van uitmaakt. Daar onderscheidt de omroep zich van andere lokale, maar ook regionale en nationale media. En Midland heeft de afgelopen 30 jaar bewezen dat verbinding, nog beter samen, hét toverwoord is waarop wij draaien. Midland wordt gezien en het wordt erkend.

2. Inleiding

Dit beleidsplan is bedoeld als een blauwdruk voor een vernieuwde omroeporganisatie die binnen haar programmering ruimte biedt voor de eigenheid van de vier samenstellende kernen, zodat de worteling in de plaatselijke gemeenschappen voelbaar en authentiek blijft bestaan.

Journalistieke versterking ten opzichte van de huidige situatie is daarbij essentieel. Het beleidsplan beschrijft hoe Midland de volle breedte van de snel veranderende samenleving wil bereiken, boeien en binden. Een gezonde financiële basis is hierbij onontbeerlijk om de ambities te kunnen waarmaken.

Na een schets van de voorgeschiedenis en huidige ontwikkelingen in de mediawereld beschrijft hoofdstuk 4 missie en visie van Midland.

In de hoofdstukken 5 tot en met 7 komen de governance, het PBO, de bedrijfsvoering en de mediamix van Midland aan bod, de essentie van besturing, borging en verspreiding. Een en ander leidt tot de programmering van de streekomroep, het aanbod aan de consument.

Innovatie is het onderwerp van hoofdstuk 9, dat het Midland Lab en de Midland Academie introduceert in samenwerking met regionale onderwijsinstellingen. Vervolgens wordt ingegaan op externe relaties, Midland werkt niet vanuit een ivoren toren maar staat midden in de samenleving.

Daarna wordt ingegaan op de huidige en toekomstige huisvesting, waarbij Midland (op termijn) streeft naar onderdak in een mediacentrum.

Hoofdstukken 12 en 13 gaan over de medewerkers en de techniek en distributie, de 'backbone' van de organisatie. Ook hierin staan innovatie en professionalisering voorop. De hoofdstukken over marketing en financiën ronden dit beleidsplan af.

3. Voorgeschiedenis en context

De afgelopen jaren is er enorm veel veranderd in medialand. Nieuws gaat sneller dan ooit en ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op.

We lezen de krant op onze PC, mobiel of tablet, kijken TV wanneer we dat willen en luisteren, dankzij Spotify en internetradio op ieder moment naar de muziek die we leuk vinden.

Met Facebook, YouTube, WhatsApp en Instagram delen we ook al onze persoonlijke belevenissen. Het zijn tevens platforms die ook door de burgerjournalist zijn ontdekt en waar gretig gebruik van wordt gemaakt.

Het nieuws verspreidt zich op die manier ook snel en kan een groot publiek bereiken.

Toch kleven er ook nadelen aan deze nieuwe kanalen van journalistiek. De kennis die nodig is om een goed journalistiek product te maken is vaak beperkt of zelfs niet aanwezig.

Het is voor een mediaconsument vaak ook niet duidelijk wie of wat er achter een site of blog schuilgaat, of er een verdienmodel achter zit, waardoor er geen sprake is van onafhankelijkheid.

Tegelijkertijd zien kranten, radio en tv-stations hun inkomsten ieder jaar verder dalen. De concurrentie is groot, marktaandelen nemen af met als gevolg dat ook de inkomsten teruglopen. Lokale omroepen hebben ook te maken met deze ontwikkelingen.

De budgetten zijn laag en de doelstelling om dagelijks nieuws op alle kanalen te brengen, is een stevige uitdaging. Daarom moeten we omdenken.

Door een ruimer budget zouden professionals in dienst genomen kunnen worden. Het publiek profiteert van deze keuze, omdat het aanbod gevarieerder wordt en er meer ruimte ontstaat voor verdieping.

Het zal ook leiden tot samenwerking met andere media, zoals de regionale omroep en lokale nieuwsproducenten, omdat er een meer gelijkwaardig speelveld ontstaat.

4. Missie en Visie Midland

Missie voor de Streekomroep Midland (waar staan wij voor?)

Midland is een streekomroep voor de regio Foodvalley (Veenendaal, Renswoude, Scherpenzeel en Woudenberg) met als doel voor het gehele verzorgingsgebied een lokaal toereikend media-aanbod te realiseren, met oog voor de eigenheid van de onderscheidende kernen binnen deze regio.

Visie Midland (waar gaan wij voor?)

Midland wil een omroep zijn voor alle burgers, bedrijven, instellingen en overheden in onze streek. Midland biedt in haar regio een lokaal toereikend media-aanbod via radio, tv en internet met een dagelijks nieuws- en informatieaanbod op de verschillende kanalen. Dit aanbod vindt zowel plaats op het niveau van het gehele verzorgingsgebied, als op het niveau van de verschillende locaties. Hierbij is het doel tenminste 50% van de mediaproducties informatief, cultureel en/of educatief van aard.

Kwalitatief en innovatief aanbod

Midland streeft naar een modern en kwalitatief goed media-aanbod. Dit betekent dat zowel op journalistiek niveau (kwalitatief en onafhankelijk, lokale samenwerking met bijvoorbeeld onderwijs, bibliotheken etc., publiek toegankelijk) als op organisatieniveau (professionele organisatie, planning- en control-cyclus, regiefunctie, media-hub, goed functionerend PBO) wordt voldaan aan kwaliteitseisen zoals die in de mediawet (2008) zijn opgenomen.

Midland wil een overlegpartner zijn voor de betrokken gemeenten en staat open voor samenwerking met andere aanbieders van informatie (papier, beeld, radio, online) binnen de regio en dicht bij de burgers, maatschappelijke organisaties en bedrijven staan.

Iedereen moet gemakkelijk toegang hebben tot de omroep voor het ontvangen en leveren van informatie. Midland streeft naar een innovatief cross-mediaal platform voor de productie, uitwisseling en uitzending van programma's, van ideeën en opinie. Dit platform is flexibel en kan zich snel aanpassen aan maatschappelijke en technologische ontwikkelingen.

Midland wil een omroep zijn waarin professionele vrijwilligers en professionals nauw samenwerken om samen mooie producten te maken en waar (vrijwillige) medewerkers worden gestimuleerd om hun professionaliteit voortdurend verder te ontwikkelen (Midland Lab en Midland Academie).

Financieel gezond

De samenwerking tussen alle betrokkenen in het verzorgingsgebied van Midland is van groot belang om een omroep te realiseren die binnen het verzorgingsgebied van toegevoegde waarde is.

Dit maakt het mogelijk om een gezonde financiële basis op te bouwen door middel van de verkoop van advertenties en het werven van donateurs en sponsors. Midland streeft naar het opbouwen van een gezonde en transparante financiële organisatie, waarbij de inkomsten in balans zijn met de uitgaven.

5. Governance en bedrijfsvoering

Midland heeft een transparante, ‘platte’ governance-structuur.

Het hoogste bestuurlijke orgaan is het bestuur van de Stichting Lokale Omroep Midden-Nederland dat fungeert als een Raad van Toezicht, die toeziet op alle aspecten van de vernieuwde streekomroep.

Het bestuur van Midland bestaat uit minimaal drie en maximaal vijf leden.

Minimaal een voorzitter, penningmeester en secretaris.

De bestuurlijke portefeuilles worden steeds in onderling overleg vastgesteld.

Naast een goedwerkend PBO wordt er ook een medewerkers klankbordgroep in het leven geroepen.

Er komt een hoofdredacteur die eindverantwoordelijk is voor de volledige gang van zaken binnen zijn/haar eigen “portefeuille”.

Daarnaast wordt er binnen het bestuur iemand specifiek verantwoordelijk voor financiën, commerciële (neven)activiteiten, administratie, in- en externe communicatie en personele zaken.

Onder hem / haar heeft het hoofd techniek de functionele verantwoordelijkheid over alle aspecten van de techniek.

De hoofdredacteur is specifiek verantwoordelijk voor de programmatische en journalistieke zaken. Deze functionaris stuurt de samenstellers aan die op hun beurt de redacties per kern (functioneel) aansturen.

Midland wil zich gaan profileren als een organisatie die bedrijfsmatig opereert.

Dit betekent dat de doelen die de organisatie zich stelt op basis van een planmatige aanpak zullen worden gerealiseerd. Het bestuur, aangevuld met een hoofdredacteur werken als managementteam op basis van “plan – do – check – act.

De invloed van medewerkers op de organisatie, wordt gezien als een kritische succesfactor voor Midland. In deze geldt: “Horen en gehoord worden”.

Voorgaande laat zich vertalen in een organigram zoals in bijlage 1 is weergegeven.

6. Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO)

De onafhankelijkheid, kwaliteit en diversiteit van de informatievoorziening zijn wettelijk beschermd, onder meer in de Mediawet en het Mediabesluit. Het Commissariaat voor de Media (CvdM) ziet er als zelfstandig bestuursorgaan op toe dat deze regelgeving wordt nageleefd.

De Mediawet schrijft voor dat lokale omroepen een representatief orgaan hebben dat het beleid voor het media-aanbod bepaalt. Dit Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) is, naast het bestuur en de redactie, een afzonderlijk orgaan binnen de omroep.

Het PBO stelt het media-aanbodbeleid vast en controleert in dit kader of met de programma's wordt voldaan aan de ICE-norm. De leden van het PBO vertegenwoordigen elk een stroming binnen de streek. Zo heeft het PBO een sterke binding met het publiek waar de omroep zich op richt.

De leden van dit PBO worden voor de eerste keer benoemd door het bestuur van Midland. Vervolgens benoemt het PBO de eigen leden.

Het Programmabeleid Bepalend Orgaan wil haar beleid herkennen in de invulling van de programma's via alle middelen die Midland ter beschikking heeft. De inhoud moet aansluiten bij de ontwikkelingen die zich voordoen in het verzorgingsgebied, waarbij de focus dient te liggen op transparantie en verbinding.

Onze regio is op allerlei gebieden een streek met een eigen identiteit, die tot uiting komt in dit orgaan. Tegelijkertijd adviseert het Commissariaat voor de Media met het oog op de slagvaardigheid, het PBO niet te groot te maken.

Het minimumaantal leden bedraagt volgens de statuten vijf. In elke kern zal worden gezorgd voor voldoende structurele afstemming binnen de bestaande maatschappelijke stromingen, zodat het PBO niet los komt te staan van de stromingen in de verschillende kernen.

Het vernieuwde PBO en bestuur van Midland komen formeel en informeel bij elkaar. Door "drempelloos contact" kunnen PBO en bestuur elkaar tippen over actuele nieuwsverhalen en het bestuur benaderen voor netwerk- en contentvragen.

En hoewel PBO en het bestuur zich niet bezighouden met dagelijkse nieuwsvoorziening is al gebleken dat in de praktijk deze "extra ring" van informanten een bruikbare aanvulling kan zijn op de nieuwsvoorziening.

Het overzicht van de leden van het PBO en de stromingen die zij vertegenwoordigen is opgenomen in bijlage 2.

7. Mediamix

Midland wil een moderne, multimediale streekomroep zijn. Dit betekent dat de verschillende platforms waarop Midland actief is / wordt (radio, televisie, internet, sociale media, online) elkaar moeten versterken.

Een programma(onderdeel) is in beginsel niet bedoeld voor gebruik op één platform, maar -in aangepaste vorm- op alle platforms.

Website:

Midland website is een content driven platform. Regionaal nieuws, regionale events en alles over en met de regio. In samenwerking met diverse partners, vrijwilligers brengen wij het nieuws. Daarnaast werken we ook aan alternatieve verdienmodellen: advertorials & bannering via de website.

Tevens is de website de basis voor de verspreiding van de andere kanalen. Van een interactief Youtube platform tot social media. De crossmediale aanpak vindt zijn basis op ons platform.

Youtube:

Waar radio wordt gemaakt, kan prima een camera mee. De content gaan wij verder uitbouwen met video producties.

Dat kan op locatie zijn bij belangrijke regionale events, maar kan ook een platform zijn voor regionaal talent, een extra verdienmodel door bedrijfspresentaties en een locatie waar wij verder kunnen bouwen aan het merk.

Hoe groter het bereik, hoe interessanter voor alle betrokken partijen.

Met interactieve afspeellijsten op de website, goede SEO op de video's en een heldere content planning zullen onze video's groeien in views, ons kanaal in subs en daarmee het bereik.

Ook lokale/ regionale vloggers kunnen zich aanmelden en content brengen via onze kanalen!

Social Media:

Story's op locaties? Reels van video's? Social Media takeover via regionaal talent? Onze social media kanalen zullen een actieve bron zijn van regionale content, events, nieuws en andere leuke uitingen.

Een interactief platform waarbij de volgers kunnen engagen met onze content en er wordt gewerkt met echte beelden.

Extra verdienmodel voor Midland is het bereik inzetten voor ads op de socials. Dit is de basis van het nieuwe Midland.

Een crossmediaal mediatool dat werkt vanuit de focus op radio, maar een totaal bereik creëert van relevante regionale content.

8. Programmering

De programmering van Midland voldoet aan de eisen in de Mediawet, de zogeheten ICE-norm. Het Commissariaat voor de Media zegt hierover het volgende:

“Deze norm bepaalt dat ten minste vijftig procent van de toetsingstijd een informatief, cultureel of educatief karakter moet hebben, gericht op de eigen gemeente.”

Van deze vijftig procent moet vervolgens ten minste zestig procent een lokaal informatief of educatief karakter bezitten. Daaronder vallen:

- Programma's met ten minste dertig minuten aan lokale informatie of educatie per uur. Denk aan nieuwsprogramma's, sportprogramma's, informatievoorziening over kunstactiviteiten of over de gezondheidszorg, deel raadsvergaderingen en interviews met kunstenaars
- De verslaglegging van belangrijke gebeurtenissen of festiviteiten in de gemeentes. Voorbeelden hiervan zijn de wielerrondes, avondvierdaagse, de lampegietersavond, haantjesdag, de intocht van Sinterklaas en de benoeming van de burgemeester. De overige veertig procent van de ICE-tijd mag bestaan uit programma's met een lokaal cultureel karakter. Denk aan:
 - De registratie van culturele voorstellingen (zoals cabaret, concerten en toneelvoorstellingen) en kerkdiensten vanuit de gemeentes via Stilok
 - Verstrooiende programma's zoals verzoekplatenprogramma's en spelprogramma's met lokale kandidaten'.

De programmering bestaat deels uit content die specifiek gericht is op de eigenheid van de 'kernen' binnen het verzorgingsgebied van Midland. Dit sluit aan bij de missie van Midland.

Voor optimale herkenbaarheid en vindbaarheid is de programmering horizontaal van opzet. Van dit uitgangspunt kan uiteraard kan worden afgeweken als dat nodig of wenselijk is, bijvoorbeeld voor live-verslagen van evenementen.

Online (internet, sociale media) speelt dit geen rol.

De kern van de programmering ligt in de ICE-norm. Dit is in grove lijnen te vertalen in enkele categorieën:

- Actueel (nieuws en de bijbehorende achtergronden waarbij sport en cultuur kunnen ook actueel zijn)
- Lokaal (content die specifiek is voor elk van de vier kernen in het verzorgingsgebied)
- Gevarieerd (een containerbegrip, denk aan human interest, geschiedenis, verenigingsleven, politiek, religie, specifieke minderheden enz.)
- Cultuur
- Sport
- Muziek

De hoofdredacteur bepaalt het schema en de invulling daarvan en heeft daarvoor bij Midland de mogelijkheid te kiezen uit bestaande programmatitels en die aan te vullen met nieuwe.

Op deze manier kunnen bestaande programma's samen met nieuwe in een uniforme schemastructuur worden geplaatst.

Door titels te harmoniseren of te vernieuwen ontstaat een herkenbare uitstraling.

Actualiteiten vormen een essentiële categorie binnen de programmering. De informatievoorziening is een belangrijk deel van het bestaansrecht van de streekomroep. Hiervoor wordt de bestaande titel Midland Actueel zowel voor radio en toekomstig tv / online gehanteerd.

Onder die vlag levert elk van de plaatselijke kernen bijdragen. Het programmablok hiervoor is dagelijks prominent aanwezig op de radio en online en sociale media. Naast het lokale- en streeknieuws wordt (inter)nationaal nieuws op de verschillende media gebracht. Dit nieuws kan worden ingekocht bij derden (bijv. ANP, NOS).

De kracht van de streekomroep ligt vooral bij de verhalen achter het nieuws. Wat betekent de actualiteit in de concrete lokale situatie voor de burgers in onze regio? Voor deze voeling met de dagelijkse werkelijkheid is de maatschappelijke verankering van Midland, nu al bijna 30 jaar, met bijna 70 vrijwilligers (Midland en Stilok samen) en een geschiedenis binnen de streek belangrijk. Van belang zijn verder de 'nieuwe' media: internet en sociale media.

Programma's en onderdelen daarvan (zoals actualiteitenitems) kunnen zelfstandig worden gepost. De website van Midland biedt daarvoor een structuur, zodat het publiek niet de weg kwijtraakt.

Verder biedt het gebruik van bijvoorbeeld YouTube en podcast de mogelijkheid om content op thematische wijze te presenteren, en specifieke content een platform te geven.

Daarnaast is het belangrijk om de mogelijkheden van de verschillende platforms te combineren, zodat ze elkaar kunnen versterken.

De content is het uitgangspunt, de spil waar alles om draait. Om dit volledig tot zijn recht te laten komen, is een digitale werkwijze nodig. Van planning tot en met play-out en archivering gaat alles digitaal.

Hiervoor wil Midland een digitaal redactiesysteem implementeren en is de omroep aangesloten op een play-out-systeem.

Werkwijze

De hoofdredacteur is eindverantwoordelijk voor de samenstelling van het media-aanbod. Per kern is er een samensteller, die de overige medewerker(s) functioneel aanstuurt.

De hoofdredacteur stelt, samen met de samenstellers, een content-planning op (voor de lange en de korte termijn, bijv. per jaar en per week). De planningen staan in het redactiesysteem, zodat iedereen er kennis van kan nemen. Ook persberichten, tips, ideeën etc. komen in het redactiesysteem terecht.

Het systeem wordt verder gevoed met productie, ruwe audio, video, foto's en tekst, gemonteerde items, draaiboeken, muziek en alles wat verder voor het maken van de content relevant is.

Items, interviews, reportages, teksten enzovoort worden zo gemaakt, dat ze los van elkaar als zelfstandige eenheden te gebruiken zijn.

Ze worden bovendien voorzien van een vaste set metadata, zodat ze na archivering eenvoudig terug te vinden zijn.

Vanuit het redactiesysteem gaat het eindproduct naar de play-out.

Vanuit het redactiesysteem wordt de content op de verschillende platforms geplaatst. Op radio en online gaat het uiteraard om (onderdelen van) programma's.

Op internet gaat het om het plaatsen op de website en op sociale media.

Voor zover nodig wordt de content per platform toegesneden op de specifieke eigenschappen van dat platform (op radio gebruik je geen geschreven tekst bijvoorbeeld, op de website, online en Facebook wel).

Als multimediale omroep bedient Midland zijn publiek via verschillende platforms: digitaal via internet en sociale media, lineair via radio en online platvorm.

Lineaire kanalen zijn nog steeds relevant en zullen dat nog vele jaren blijven.

Belangrijke gebeurtenissen, live uitzendingen trekken nog steeds een groot publiek.

Op streekniveau is dat niet goed te vergelijken met nationaal niveau, maar het principe is gelijk: het gaat om verbondenheid.

Online is anders: op website en sociale media kan zowel live als uitgesteld worden gelezen, gekeken en geluisterd.

Dit is de basis van het nieuwe Midland. Een crossmediaal mediatool dat werkt vanuit de focus op radio, maar een totaal bereik creëert van relevante regionale content.

9. Midland Lab en Midland Academie

De wereld van de journalistiek verandert door de ontwikkeling van steeds meer online media-platforms, globalisering van content, de opkomst van burgers als 'journalist', het gebruik van data en algoritmen, de enorme vlucht van 'fake news' etc. etc.

Door de opkomst van nieuwe media-technologieën en -platforms verandert ook de consumptie van nieuws door burgers; vooral onder jongeren.
Er worden om die reden steeds meer en andere eisen gesteld aan bestaande journalisten en talentvolle journalisten in opleiding.

Het journalistieke bereik van een traditionele publieke omroep is om die reden al lang niet meer vanzelfsprekend.

Het is dus voor Midland enorm belangrijk dat er hoge prioriteit wordt gegeven aan innovatie, experimenten en talentontwikkeling.

In het Midland Lab willen wij intensief en structureel samenwerken met het onderwijs binnen onze regio.

Wij dagen studenten/leerlingen in het Lab uit om te innoveren en te experimenteren samen met bestaande journalisten en de redactie van Midland.

Op deze manier stimuleren we tegelijkertijd de vernieuwing van Midland en de talentontwikkeling van jonge media-professionals.

Onderwijsprogramma in de praktijk

Het Midland Academie / Lab is een broedplaats, die in de eerste fase aansluit bij het onderwijsprogramma van ROC Midden-Nederland (Media & ICT / Beeld & Geluid)

In een volgende fase staan we open voor meerdere samenwerkingen.

In het Midland Lab werken studenten aan concrete projecten, doen onderzoek, voeren pilots uit en lopen ze stage in de redactionele en journalistieke praktijk.

Naast zelfstandige experimenten op het eigen platform Midland Lab.nl zal er ook kruisbestuiving plaatsvinden tussen ervaren journalisten van de redactie van Midland, zodat de vernieuwing ook zichtbaar en hoorbaar zal zijn op televisie, radio en online van Midland .

Het Midland Lab heeft de ambitie om extra financiële middelen te verwerven dankzij subsidies van o.a. het Fonds voor de Journalistiek, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, etc.

Innovatieprogramma Midland Lab: vernieuwing door experiment

Het Midland Lab is opgebouwd uit diverse programma-lijnen waarbinnen wordt geleerd en geëxperimenteerd door studenten en bestaande journalisten van Midland.

Het programma bestaat uit de volgende thema's:

- Innovatieve technologie
- Data en fake news
- Journalistiek door burgers
- Participatie en bereik jongeren

Het is de ambitie van Midland om de programmalijnen binnen het Midland Lab ook te gebruiken voor de Midland Academie, zodat de medewerkers en vrijwilligers in alle facetten worden opgeleid en ondersteund om samen beter te worden.

10. Samenwerking

Midland heeft te maken met een groot aantal externe relaties.

De belangrijkste daarvan is die met de kijkers/luisteraars: het publiek.

Zonder publiek geen streekomroep. Midland stelt daarom het publiek centraal, zoekt actief mensen of doelgroepen op en betreft hen bij beleid en producties (inbreng in PBO, Open Dagen, opiniepeilingen, verzoekplaten, etc.).

Midland wil zoveel mogelijk ruimte bieden aan burgerparticipatie.

Het wordt voor burgers steeds eenvoudiger om met hun mobiele telefoons kwalitatief goede opnames te maken van gebeurtenissen.

Wij willen deze burgers een platform bieden om hun opnames, mits zij aan de minimale kwaliteitseisen voldoen, voor een breder publiek zichtbaar te maken via de kanalen van Midland.

Tevens zoeken daarvoor ook naar samenwerkingsprojecten met tal van organisaties binnen onze gemeentes.

Daarnaast is de relatie met de gemeenten (politici, ambtenaren) van groot belang voor o.a. nieuwsgaring en journalistieke controle op het democratisch proces.

Veel gemeenten hechten waarde aan het uitzenden van o.a. raadsvergaderingen met belangrijke thema's. Dit kan via digitale middelen worden gerealiseerd.

Of daarbij de gehele vergadering wordt uitgezonden of slechts een gedeelte en reacties via verslaggevers daarop achteraf hangt van de te bespreken thema's af.

Speciale aandacht verdienen bibliotheken, scholen en andere educatieve en culturele organisaties zoals theaters.

Samenwerking daarmee is belangrijk om het bereik en de bekendheid van Midland te vergroten en te voldoen aan de normen van het Commissariaat voor de Media (invulling van de programmering in het licht van de ICEnorm).

Andere organisaties waarmee Midland betrekkingen onderhoudt, zijn ondernemersorganisaties, werknemersorganisaties, sportclubs, verenigingen, maatschappelijke en religieuze organisaties etc.

Natuurlijk heeft Midland ook te maken met andere mediabedrijven, zoals kranten en omroepen. Hierbij kan zowel gedacht worden aan regionale (bijvoorbeeld RTV Utrecht en omroep Gelderland) en landelijke omroepen (bijvoorbeeld NOS) alsmede aan kleinere lokale producenten van (nieuws-)programma's.

Rond evenementen en andere speciale projecten kan goed worden samengewerkt (gezamenlijke verslaggeving, zoals reeds met Omroep Gelderland tijdens de gemeenteraadsverkiezingen 2022 etc.).

Structurele samenwerking met private partijen (zoals krantenuitgevers) is nog altijd moeilijk, als gevolg van de Mediawet die het Midland verbiedt om dienstbaar te zijn aan het maken van winst door derden. Toch gaat Midland actief onderzoeken waar eventuele mogelijkheden liggen en eerste samenwerkingen zijn inmiddels opgezet.

Met een breed scala aan organisaties in Veenendaal, Renswoude, Scherpenzeel en Woudenberg zal worden samengewerkt.

Met een aantal organisaties zijn inmiddels de eerste, concrete afspraken gemaakt. De verwachting is dat deze afspraken ultimo 2022/23 met alle partners zijn uitgewerkt. Met deze organisaties zullen intentie verklaringen overeenkomsten worden opgesteld.

De huidige samenwerking met de Stilok Veenendaal en RTV Rijnstreek en verdere uitbreiding met omroepen uit onze regio als 90FM zullen prioriteit hebben om het totale aanbod en slim samenwerken te bevorderen.

11 Huisvesting

Midland wil op termijn een nieuwe centrale huisvesting realiseren. Als omroep willen we graag in de haarvaten van de samenleving zitten en contact houden met plaatselijke vrijwilligers, lokale gemeentebesturen en andere organisaties.

Een ideale huisvesting voldoet aan de volgende kenmerken:

- centraal in het verzorgingsgebied
- goed bereikbaar, zowel per fiets, auto als openbaar vervoer
- voldoende parkeerruimte
- gelijkvloers, of voorzien van een lift
- ruimte voor alle activiteiten (studio, radio, tv, online, redactie)
- eigen opgang en 24/7 beschikbaar
- mogelijkheden en ruimte om een Mediacentrum op te zetten

Er wordt naar verschillende locaties binnen onze regio gekeken. Uiteindelijk doel is een multifunctionele ruimte te hebben waar radio/tv studio, montage, redactie en ruimte is voor het op te zetten Midland Lab & Academie.

In Veenendaal zou de Cultuurfabriek zo'n locatie kunnen zijn. (direct in het centrum). Echter zijn in de andere gemeentes ook goede locaties aan te wijzen, te denken valt aan de Breehoek Scherpenzeel, Cultuurhuis Woudenberg en Podium Renswoude, of indien mogelijk uitbreiding huidige studio in Renswoude

Uitgangspunt moet 1 centrale locatie zijn voor de verschillende gemeentes, uiteraard ook uit kostenoverwegingen.

In de overige gemeentes zal Midland volgens een bepaald schema aanwezig zijn met de mobiele studio waar we inmiddels over beschikken. Daar kunnen zowel programma's worden opgenomen als mede live uitzendingen gedaan worden. Zo staan we als omroep midden in de samenleving van de gemeentes waarvoor we de omroep zijn.

12. Medewerkers

Op dit moment beschikt Midland over circa 35 actieve medewerkers die gemotiveerd zijn om mee te werken aan de vernieuwing van de omroep.

Daarnaast heeft Stilok ook circa 35 actieve medewerkers zodat we gezamenlijk over 70 actieve medewerkers beschikken.

Naast de vrijwillige medewerkers zal een beperkt aantal medewerkers een dienstverband ontvangen, mede afhankelijk van de financiële mogelijkheden.

Dit is nodig om de continuïteit van de omroep en de nieuwsvoorziening te waarborgen.

Dit kunnen ook ter zake kundige zzp'ers zijn die we voor een x-aantal uren per week gaan vastleggen. Eerste concrete gesprekken zijn daarover al gevoerd.

Vrijwillige medewerkers ontvangen een overeenkomst waarin de rechten en de plichten van de medewerkers zijn vastgelegd. Vrijwilligerswerk is in onze optiek wel vrijwillig, maar niet vrijblijvend, noch van de kant van de organisatie, noch van die van de vrijwilliger.

De vrijwillige medewerkers kennen de streek van binnenuit en dragen daardoor bij aan het verzamelen van relevante content voor Midland.

Zij zitten als het ware in de 'haarvaten' van de lokale en regionale samenleving.

Om Midland te kunnen positioneren als semiprofessionele streekomroep die een lokaal toereikend media aanbod verzorgt, is daarom nadere professionalisering van medewerkers noodzakelijk.

Zij kunnen opleidingen/trainingen volgen op een aantal relevante gebieden, zoals:

- Techniek / Camera / Filmen
- Tekstschrijven
- Presentatie
- Interviewen
- Multimediaal werken

Voor het ontwikkelen en uitvoeren van deze opleidingen wordt het Midland Academie /Lab ingericht.

Om de medewerkers bij de streekomroep te betrekken, worden ze uitgenodigd om mee te denken in de verschillende nog in te stellen commissies en werkgroepen.

Midland kent een Medewerkers Klankbordgroep.

De medewerkers Klankbordgroep overlegt tenminste drie keer per jaar met (een afvaardiging van) het bestuur of een vertegenwoordiger namens het bestuur over zaken die de medewerkers van Midland betreffen.

De samenstelling van de medewerkers Klankborggroep is zodanig dat zowel medewerkers vanuit de verschillende sectoren van de organisatie als medewerkers vanuit de verschillende plaatsen binnen de streek vertegenwoordigd zijn. De medewerkers Klankbordgroep bestaat uit tenminste 5 leden.

Programmastaf

De gezamenlijke programmamedewerkers vormen de programmastaf. Deze programmastaf kiest periodiek uit zijn midden een afvaardiging voor de redactieraad, zodanig dat deze een afspiegeling vormt van de diverse bij de samenstelling van het omroepprogramma/media-aanbod betrokken geledingen van de programmastaf. De programmastaf vergadert tenminste eenmaal per jaar (zie ook redactiestatuut).

Redactieraad

De redactieraad is de door de programmastaf uit zijn midden aangewezen vertegenwoordiging die bestaat uit minimaal 3 en maximaal 9 personen.

De samenstelling van de redactieraad is zodanig dat daarin zoveel mogelijk de verschillende disciplines die direct betrokken zijn bij de programmering en de verschillende plaatsen in de streek, vertegenwoordigd zijn.

De redactieraad ondersteunt de hoofdredacteur bij de vormgeving van de uitgangspunten van het te voeren redactioneel beleid. De redactieraad kiest uit zijn midden een voorzitter en een secretaris.

De hoofdredacteur kan de vergaderingen van de redactieraad bijwonen; de hoofdredacteur heeft in die vergadering geen stemrecht (zie ook redactiestatuut).

13. Techniek en distributie

Er komt een redactiesysteem waarin alle content wordt verzameld en van waaruit de content geselecteerd kan worden en vervolgens via de verschillende media (radio, tv, internet) op efficiënte wijze verspreid kan worden.

Daarnaast bestaat al de mogelijkheid om de livestream van bijvoorbeeld gemeenteraadsvergaderingen of kerkdiensten 'op te pakken' en via de eigen kanalen (radio, online, youtube) live uit te zenden.

Naast internet zal gebruik gemaakt worden van een radiokanaal en mogelijk een tv-kanaal voor heel de hele regio. Zo worden alle burgers in de gelegenheid gesteld om kennis te nemen van de informatie uit de streek. Daarbij is zowel aandacht voor de lokale gebeurtenissen als aandacht voor gebeurtenissen in de hele regio.

Het radiokanaal / tv kanaal is via internet te ontvangen. Dit signaal wordt door middel van een stream aangeboden aan Hilversum.

Voor de verspreiding via het FM-kanaal wordt al gebruik gemaakt van een intelligent distributiesysteem waardoor met meerdere etherfrequenties een goede dekking gerealiseerd wordt met daarnaast DAB ontvangst in geheel regio.

Het toekomstige tv-signaal wordt vanuit een locatie van Midland verzonden naar het centraal distributiepunt in Hilversum. Van daaruit wordt dit signaal verdeeld naar de verschillende providers (bijv. Ziggo, KPN, T-Mobile) die er zorg voor dragen dat een goede verdeling plaatsvindt van het signaal van Midland naar de relevante postcodegebieden.

Technische ontwikkelingen

Met de beperkte middelen die wij als lokale omroep respectievelijk streekomroep ontvangen, proberen wij een zo goed mogelijke technische omgeving te creëren. Door gebruik te maken van innovatieve technische ontwikkelingen ontstaan nieuwe mogelijkheden.

Met innovatieve software kunnen tv-programma's verder zodanig worden voorbereid, dat onderdelen van het programma attractief verpakt naar sociale media (bijv. Facebook, Twitter en Instagram) kunnen worden gezonden.

Gebruikers van deze media kunnen zo getriggerd worden om de volledige uitzendingen via de traditionele kanalen of internet te bekijken en/of terug te kijken.

14. Marketing

Midland is het merk voor de streek. Het staat voor 1 onafhankelijke streekomroep en is tegelijkertijd een mooie naam als 1 kanaal, radio, tv, online internet waarop “uitzenden”. De huisstijl en branding van de verschillende kanalen zullen wij consequent doorvoeren door middel van leaders, promo’s en vormgeving.

Ook zal het merk Midland consequent worden doorvertaald naar onze programmering. Zo zullen bijvoorbeeld in de programmering titels als Midland Actueel, Midland Cultuur, Midland Sport, Midland Politiek etc. worden gebruikt.

Verder bestaan er in de merkvoering mogelijkheden om in de programmering (Bijvoorbeeld op internet) per kern verdiepingen te maken: Midland/Veenendaal, Midland/Renswoude etc. Midland wil daar zijn waar het nieuws en de actualiteit is.

Wij zullen dan ook met onze verslaggevers en onze mobiele studio als Midland goed zichtbaar zijn op de belangrijke momenten in elke kern van de streek.

Ook zullen wij door middel van sociale media onze bestaande communicaties gaan uitbouwen en ze dankzij actuele nieuws en achtergronden blijven binden en boeien aan het platform.

Midland zal een professionele uitstraling hebben en structureel werken aan haar relatie met de betrokken gemeenten en andere samenwerking met partners.

Door middel van de Midland Academie / Lab willen wij aparte aandacht geven aan het innovatieve karakter van onze vernieuwde streekomroep en tevens een impuls geven aan talentontwikkeling en verjonging.

15. Financiën

Midland heeft de afgelopen jaren steeds een sluitende begroting kunnen overleggen. De aflossing op openstaande posten zijn bijna voldaan en de recente boekjaren zijn met een gezonde balans afgesloten.

Inkomsten en uitgaven 2022

Midland ontvangt in de huidige situatie vanuit elke gemeente de wettelijke lokale omroepbijdrage, ook wel de basisvergoeding genoemd. Daarnaast heeft de omroep inkomsten uit reclame en (barter)sponsoring.

Inkomsten op basis begroting 2022

Gemeente Veenendaal	€ 38.000,00
Gemeente Renswoude	€ 2.500,00
Gemeente Scherpenzeel	€ 5.000,00
Gemeente Woudenberg	€ 6.000,00
Reclame	€ 1.500,00
Totaal	€ 53.000,00

Uitgaven op basis begroting 2022

Huisvestiging	€ 14.000,00
Aflossing Nijborg	€ 5.000,00
Communicatie / internet DAB	€ 5.500,00
NLPO	€ 4.500,00
Accountant	€ 2.750,00
Mediachoice stream	€ 2.500,00
Onderhoud	€ 2.500,00
Vrijwilligers	€ 2.000,00
Aanschaf apparatuur	€ 4.250,00
Redactie / ZZP'ers	€ 7.500,00
Overig, onvoorzien	€ 2.500,00
Totaal	€ 53.000,00

Om alle plannen uit dit beleidsplan voor de komende jaren te kunnen uitvoeren is er een meerjarenplan begroting opgesteld.

Hierbij bestaat de mogelijkheid dat toekomstig de basissubsidie voor lokale publieke omroepen weggehaald worden bij de gemeenten en verlegd worden naar de Mediabegroting van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

De Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) en de Raad voor Cultuur (RvC) adviseren in dat kader dat de bijdrage van € 1,34 p/huishouden te verhogen naar € 2,00 p/inwoner. Dat zou betekenen dat landelijk voor lokale omroepen een bedrag 31,5 miljoen euro ter beschikking komt.

Afhankelijk of en op welke termijn bovenstaande besluitvorming daarover gaat plaatvinden hebben we te maken met de huidige wetgeving.

Om het beleidsplan uit te kunnen voeren stellen wij voor de basissubsidie per gemeente te verhogen naar € 2,00 p/huishouden.

Daarnaast wordt er voor 2023 en 2024 een extra bijdrage voorzieningen gevraagd.

Deze extra investering vanuit de gemeentes zal worden gebruikt voor de nieuwe huisvesting, ombouw studio, aanschaf apparatuur, en het inrichten van de infrastructuur om alle mediaplatformen te gaan gebruiken.

Begrotingsvoorstel 2023

	Veenendaal	Renswoude	Scherpenzeel	Woudenberg	Totaal
Basissubsidie	€ 56.750,00	€ 3.750,00	€ 7.500,00	€ 9.000,00	€ 77.000,00
Reclame inkomsten	€ 4.250,00	€ 1.250,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 10.500,00
Basis Totaal	€ 61.000,00	€ 5.000,00	€ 10.000,00	€ 11.500,00	€ 87.500,00
Extra bijdrage	€ 32.500,00	€ 2.500,00	€ 7.500,00	€ 7.500,00	€ 50.000,00
Totaal 2023	€ 93.500,00	€ 7.500,00	€ 17.500,00	€ 19.000,00	€ 137.500,00

Begrotingsvoorstel 2024

	Veenendaal	Renswoude	Scherpenzeel	Woudenberg	Totaal
Basissubsidie	€ 56.750,00	€ 3.750,00	€ 7.500,00	€ 9.000,00	€ 77.000,00
Reclame inkomsten	€ 7.500,00	€ 2.500,00	€ 5.000,00	€ 5.000,00	€ 20.000,00
Basis Totaal	€ 64.250,00	€ 6.250,00	€ 12.500,00	€ 14.000,00	€ 97.000,00
Extra bijdrage	€ 32.500,00	€ 2.500,00	€ 7.500,00	€ 7.500,00	€ 50.000,00
Totaal 2024	€ 96.750,00	€ 8.750,00	€ 20.000,00	€ 21.500,00	€ 147.000,00

De vorming van de nieuw opgezette structuur zal in positieve bijdragen aan het beeld van Midland. Aan de inkomstenkant zal er een stijging zijn, omdat er een actief gewerkt gaat worden aan acquisitie waardoor de reclame/evenementen-inkomsten gaan groeien.

Door een cross mediale benadering zal er bij meer potentiële adverteerders interesse gewekt kunnen worden, ook voor die ondernemingen die het verder zoeken dan enkel de lokale markt. Te denken valt aan videoproducties voor ondernemingen waarbij Midland samen met partners de juiste verbindingen tot stand brengt en daarvoor commissie ontvangt.

Op landelijk niveau zijn er diverse mogelijkheden om extra ondersteuning voor de journalistieke taak te krijgen. Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek is hier een van de bekendste van. Midland zal ook bij het SVDJ aankloppen.

Ook bij de betrokken gemeenten zullen we onderzoeken welke mogelijkheden er zijn voor aanvullende (project)subsidies bijv. voor onderzoeksjournalistiek.

De extra middelen die dan beschikbaar zijn, zullen worden ingezet in journalistieke menskracht.

In het verleden behaalde Midland reclameomzetten van ongeveer € 15.000 per jaar, een bedrag dat in de nieuwe vorm ook zeker haalbaar zal zijn omdat in de afgelopen jaren geen actieve verkoop van reclamezendtijd heeft plaatsgevonden. In het startjaar 2023 hebben we € 10.500,00 in de begroting opgenomen.

Tegenover de inkomsten staan uitgaven, zoals huisvesting, distributie, programmakosten, onderhoud, Buma/Stemra, verzekeringen enz. Voor Midland gold dat de uitgaven de afgelopen jaren nagenoeg gelijk waren aan de inkomsten.

Er zal in de begroting ruimte zijn om in de eerste fase twee personen via urencontract aan te nemen. Dit zal in hoofdzaak een journalistieke hoofdredacteur zijn, aangevuld met redactionele / productietechnische ondersteuning.

Het inzetten op efficiëntie van de middelen zal ook actief nieuwe inkomsten aanboren.

Daarnaast zal de m/v/d het 'merk' Midland bewaken.

De hoofdredacteur zal zich richten op inhoud en continuïteit, de journalistieke kernwaarden bewaken en een team van vrijwilligers ondersteunen en opleiden.

De gehele organisatie zal worden ingericht om zoveel mogelijk professionals in te zetten. Dat kunnen parttimers zijn, maar wel professionals.

Zodra de kwaliteit van de omroep groeit door de aanwezigheid van professionals zal ook de aantrekkelijkheid voor adverteerders groeien. Dit rechtvaardigt hogere tarieven en dus hogere inkomsten. Deze inkomsten zullen ingezet worden om de eerder benoemde betaalde krachten uit te breiden. Met de aangegeven berekening komt Midland uit op een sluitende begroting.

Voor het jaar 2023 en 2024 hebben we een uitgave basisbegroting opgesteld

Kosten uitgaven begroting 2023	Bedrag	
Huisvesting	€ 15.000,00	
Aflossing Nijborg	€ 5.000,00	laatste termijn
Communicatie / internet DAB	€ 6.500,00	
NLPO	€ 4.500,00	
Accountant	€ 2.750,00	
Mediachoice stream	€ 12.500,00	
Onderhoud	€ 2.500,00	
Vrijwilligers	€ 2.500,00	
Aanschaf apparatuur	€ 15.000,00	
Redactie / ZZP'ers / Projectkosten	€ 18.750,00	
Overig, onvoorzien	€ 2.500,00	
Totaal 2023	€ 87.500,00	
Extra bijdrage voorziening	€ 50.000,00	Infrastructuur
Totaal 2023	€ 137.500,00	

Kosten uitgaven begroting 2024	Bedrag	
Huisvesting	€ 20.000,00	
Aflossing Nijborg	€ 0,00	
Communicatie / internet DAB	€ 6.500,00	
NLPO	€ 4.500,00	
Accountant	€ 2.750,00	
Mediachoice stream	€ 12.500,00	
Onderhoud	€ 2.500,00	
Vrijwilligers	€ 2.500,00	
Aanschaf apparatuur	€ 10.000,00	
Redactie / ZZP'ers / Projectkosten	€ 33.250,00	
Overig, onvoorzien	€ 2.500,00	
Totaal 2024	€ 97.000,00	
Extra bijdrage voorziening	€ 50.000,00	Infrastructuur
Totaal 2024	€ 147.000,00	

16. Mediawet

Midland werkt conform de regels van het Commissariaat voor de Media als een volwaardige streekomroep die zendgemachtigde is voor 4 gemeentes. De Mediawet schrijft voor dat de houder van de zendmachtiging alle beschikbare kanalen inzet om de inwoners van het gebied op de hoogte te houden. Dat wil zeggen, via radio, televisie en online dus cross mediaal.

Om het geheel in goede banen te leiden, zal er minimaal een huisvesting moeten zijn waar vanuit de redactie werkt, waar gasten voor de radio kunnen worden ontvangen en waar tv/online-producties kunnen worden gemaakt en gemonteerd. Tevens zal de ruimte dienstdoen als lokaal waar stagiaires en vrijwilligers hun opleiding kunnen volgen.

Gemeenten kunnen verder structureel een extra bijdrage aan de lokale of streekomroep toekennen. Hierdoor zijn omroepen beter in staat hun taak uit te voeren. Deze extra middelen kunnen ook door de gemeenten worden geoormerkt, waardoor er van tevoren afspraken kunnen worden gemaakt hoe en waarvoor deze extra subsidie(s) moeten worden ingezet. Midland gaat met de gemeenten in gesprek over de mogelijkheden.

De aangegeven begrotingen zijn gebaseerd op 2023 en 2024, waarbij de kostenpost huisvesting een optelsom is van huur en gas/licht/water kosten. De eventuele huisvesting naar een nieuwe locatie en/of uitbreiding bestaande locatie brengen verbouwkosten met zich mee. Deze worden gedekt door de aanvraag extra bijdrage voorziening. De huur zal daarna vermoedelijk hoger liggen dan in de huidige situatie. Ook zal dat indirect gevolgen hebben voor algemene kosten zoals verzekeringen en abonnementskosten voor internet en telefoon.

Midland heeft als unieke eigenschap dat ze een verbindende rol in de samenleving kan spelen vanuit de journalistieke opdracht. Omdat ze zo dichtbij en dicht op de inwoners zit en ze er heel direct deel van uitmaakt. Daar onderscheidt de omroep zich van andere lokale, maar ook regionale en nationale media.

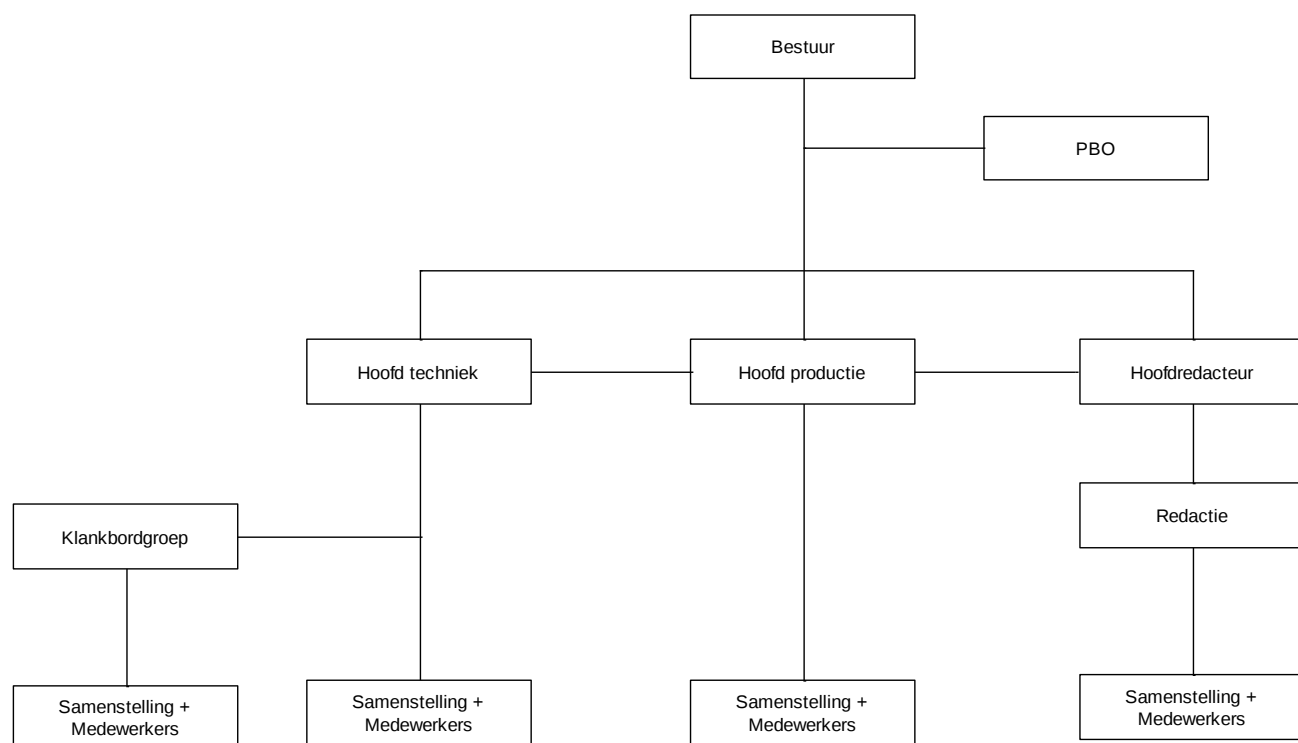
En Midland heeft de afgelopen 30 jaar bewezen dat verbinding, nog beter samen, hét toverwoord is waarop wij draaien. Midland wordt gezien en het wordt erkend.

Bijlagen (overzicht)

1 Organigram 26

2 PBO 27

Bijlage 1: Organigram;



Leden van het Programmabeleidsbepalend Orgaan (PBO)

Stroming	Naam en adresgegevens	Organisatie/instelling en adresgegevens
Maatschappelijke zorg en welzijn	Werner Brouwer	Veens Welzijn / Veenendaal
Cultuur en kunst	Sanne Heyman	Cultuurfabriek / Veenendaal
Kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag	Teus Veldhuizen	Kerk / Renswoude
Werkgevers & verenigingsleven	Arno Vink	Ondernemers Woudenberg & diverse verenigingen
Werkgevers / Onderwijs en educatie	Daan Diepeveen	BOV Bedrijvenkring Veenendaal / CSV Het Perron Veenendaal
Sport en recreatie	Martin Veenendaal	VV Valleivogels Scherpenzeel
Sport en recreatie	Johan Blad	VV DOVO / Veenendaal