



# van Hoorn zeggen

Lokale Omroep

**'Heb je de laatste "van Hoorn zeggen" video al gezien!?'**

## Inhoud

Hoofdstuk 1: Missie, visie en doelstellingen .....	4
H1.1 Missie .....	4
H1.2 Visie .....	4
H1.3 Doelstellingen .....	4
Hoofdstuk 2: Concept-programmering .....	5
H2.1 Video-formats .....	5
H2.2 Non-video-formats .....	6
H2.2.1 Nieuwsartikelen .....	6
H2.2.2 Podcasts .....	6
Hoofdstuk 3: Non-lineair .....	7
3.1 Huidige informatievoorziening .....	7
3.2 Algoritmes .....	7
3.3 Video On Demand .....	7
Hoofdstuk 4: Organisatie .....	8
H4.1 Stichting .....	8
H4.2 PBO .....	8
H4.3 Redactie .....	8
H4.4 Vrijwilligers .....	9
H4.5 Marketeers .....	9
H4.6 Organisatiestructuur .....	9
Hoofdstuk 5: Benodigdheden .....	10
H5.1 Uitwerking Benodigdheden .....	10
Hoofdstuk 6: Begroting .....	12
H6.1 Kosten benodigdheden .....	12
H6.2 Begroting eerste 3 jaar .....	12
Hoofdstuk 7: Van regionaal naar lokaal .....	14
7.1 Interesse .....	14
7.2 Dekking .....	14
7.3 Binding .....	14
7.4 Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018 .....	14
Hoofdstuk 8: Slot .....	15

# Inleiding

Van Hoorn zeggen is een video-platform dat is ontstaan vanuit de drang om lokale content te creëren. Vanaf de start is het ons doel geweest om zoveel mogelijk verschillende programma's te ontwikkelen die de lokale mediavraag dienen. Sinds oktober 2021 maken wij audiovisuele content. Daar waar wij merkten dat het aanbod van actuele en informatieve video's in Hoorn nihil was, is bij ons de ambitie gegroeid dit gat te vullen.

Eenmaal van start gegaan, bemerkten wij al snel dat onze content zeer positief werd ontvangen. De vraag naar méér content van onze hand, groeide door. Zodoende zijn we gaan experimenteren met andere formats/programma's. Dit heeft erin geresulteerd dat we middels samenwerkingen reeds verschillende formats hebben kunnen uitvoeren.

Dion Swart (de te benoemen hoofdredacteur) is medeoprichter van "van Hoorn zeggen" en heeft in Saida Voet, Jannelies Blommaert & Pamela Tamminga betrouwbare partners gevonden om een volgende stap te zetten. Zodoende vragen wij de licentie aan voor de lokale omroep in de gemeente Hoorn. Met het budget wat we aanvragen kunnen we ons volledig potentieel benutten en bijdragen aan het aanzien van Hoorn voor zowel inwoners als buitenstaanders.

Wij schrijven dit verslag om concrete inzage te geven in onze plannen en ambities. Dit doen wij aan de hand van onze missie en visie, die belichten hoe wij de nieuwe lokale omroep voor ons zien. Ook lichten we door middel van heldere doelstellingen toe hoe we dit willen bereiken.

Tevens gaan we iets dieper in op onze overtuiging betreffende nieuwe media en waarom het oude lineaire denken achterhaald is.

## Hoofdstuk 1: Missie, visie en doelstellingen

In dit hoofdstuk worden de missie, visie en doelstellingen behandeld. Dit wordt gedaan om een beter beeld te schetsen van de kernwaarde en de strategie van de lokale omroep. Verder volgen er doelstellingen om aan te duiden waar wij naar streven.

### H1.1 Missie

Het is onze missie om zo veel mogelijk mensen te bereiken en te voorzien van een interessant, uitdagend en informatief media aanbod over Hoorn. Niet alleen voor mensen in Hoorn, maar ook erbuiten. Het draagt bij aan het doel om ook aan iedereen buiten de stad te laten zien wat Hoorn in huis heeft.

### H1.2 Visie

Om onze missie te realiseren zetten wij in op vlotte content in de breedste zin van het woord. Zo gaan wij diverse programma's maken die op hun eigen manier allemaal hetzelfde doel dienen: de stad verbinden en etaleren.

Door vrijwilligers aan ons te binden, kunnen er meer programma's gemaakt worden. De lokale omroep "van Hoorn zeggen" heeft na het eerste jaar al een flink aanbod van allerlei soorten programma's die gepresenteerd worden door verschillende vrijwilligers. Na het tweede jaar is "van Hoorn Zeggen" niet meer weg te denken uit Hoorn. Iedereen weet ons te vinden en ziet onze content zeer regelmatig passeren in zijn/haar algoritmes.

### H1.3 Doelstellingen

#### Korte termijn

- Binnen het eerste half jaar na het bemachtigen van de licentie willen wij met behulp van vrijwilligers minimaal drie keer week een programma publiceren.
- Binnen het eerste half jaar hebben wij een volwaardige redactie op orde, die kritisch en bevlogen inhoudelijke invulling geeft aan onze content.

#### Middentermijn

- Binnen het eerste jaar beogen wij minimaal 10.000 views per gepubliceerd videoprogramma.
- Binnen het eerste jaar willen wij gedreven vrijwilligers aan de organisatie binden die, net als wij, de ambitie hebben om te laten zien wie en wat Hoorn in huis heeft.

#### Lange termijn

- Over drie jaar zijn wij een solide omroep die alle benoemenswaardige gebeurtenissen in Hoorn weet te verslaan, door middel van een breed scala aan diverse programma's.
- In vijf jaar tijd willen wij dat 75% van de inwoners van Hoorn regelmatig, al dan niet dagelijks, onze content weet te vinden.

## Hoofdstuk 2: Concept-programmering

Hieronder volgt een uiteenzetting van een concept-programmering, die bestaat uit video- en non-video-formats.

### H2.1 Video-formats

- **Actueel**  
*Het huidige format, zoals Arwin Tamminga en Dion Swart deze maken over bijvoorbeeld de Van Ree Baai en de opening van The Saint & Heavens.*
- **In Gesprek Met**  
*Het huidige format met Robert-Jan Knook, waarin Knook in gesprek gaat met gasten zoals bijvoorbeeld wethouders, de burgemeester en .....*
- **Reportage**  
*Een videoreportage van gebeurtenissen in Hoorn. Denk aan een officiële opening van bijv. het stadsstrand en andere actuele officiële momenten.*
- **Mini-docu**  
*Een meer uitgebreide informatieve video over grotere thema's die in Hoorn spelen. Zie bijvoorbeeld mini-docu woningnood & Pelmolenpad*
- **Studiogesprek op actualiteit**  
*In een ingerichte studio met desk, waar we snel kunnen reageren op recent nieuws. Hier wordt over gesproken door een interviewer + relevante gast over dit onderwerp. Duur: ongeveer 4 minuten.*
- **Voice-over's (LuckyTV)**  
*Zoals de reeds gemaakte raadsvergaderingen die van andere stemmen worden voorzien. Het verkleint de kloof tussen inwoners en gemeentepolitiek. Tevens kan dit op meerdere actualiteiten in Hoorn worden toegepast.*
- **Op de Koffie**  
*Laagdrempelig op bezoek bij een karakteristiek persoon. De presentator komt op de koffie en we leren de persoon in kwestie in zijn/haar thuis sfeer kennen.*
- **Muziek Kip**  
*De Kip caravan gaat op pad en strijkt neer in alle uithoeken van Hoorn, waar we onder de luifel van de caravan spreken met artiesten/muzikanten uit Hoorn over hun werk.*
- **Meelopen met beroep van Horinees/Hoorneraar**  
*We lopen mee met het beroep van iemand uit Hoorn. We leren de persoon in kwestie beter kennen in combinatie met zijn/haar beroep.*

- **Wist je dat?! (gebaseerd op De Ridders van Gelre)**  
*Opmerkelijke historische bijzonderheden die op een luchtige manier verteld worden door een stadsgids. We verklaren en geven antwoord op lokale geschiedenisvragen.*
- **Wa kost da!?**  
*Financieel inzichtelijk maken van diverse zaken in Hoorn. Zowel infrastructuur als kunst als bijv. een evenement als de kermis.*

*Dit betreft een concept-programmering.  
Er zullen nog vele andere programma's volgen.*

## H2.2 Non-video-formats

Ook delen we nieuws in en over Hoorn in de vorm van online artikelen. Denk hierbij aan de nieuws-feed, zoals we deze kennen van bijvoorbeeld RTL-Nieuws en de NOS. Daarnaast gaat “van Hoorn zeggen” ook andere contentvormen creëren. Zo gaan we podcasts en radioshow's (**on demand**) maken.

### H2.2.1 Nieuwsartikelen

Op de website en de sociale mediakanalen wordt een nieuwsfeed weergegeven, die bestaat uit lokale nieuwsartikelen. Deze wordt wanneer mogelijk ondersteund door audiovisuele content.

### H2.2.2 Podcasts

Podcasts\* zijn helemaal van deze tijd en daarom ook razend populair. Tijdens het stofzuigen of het autorijden, mensen luisteren podcasts wanneer het hen uitkomt. Door podcastprogramma's te produceren die te streamen zijn via de gebruikelijke podcast kanalen, kunnen we nóg meer mensen bereiken. Ook willen we op deze manier radioshow's maken.

\* Podcast: het in audio opnemen van een gesprek/show. Deze wordt vervolgens online aangeboden, zodat men deze op elk gewenst moment eenvoudig kan beluisteren.

## Hoofdstuk 3: Non-lineair

In dit hoofdstuk leggen we uit waarom wij enkel en alleen nog non-lineaire kanalen gebruiken.

### 3.1 Huidige informatievoorziening

We leven in een snelle tijd, waarin iedereen te allen tijden voorzien is van informatie. Waar we vroeger veel geduld konden opbrengen voor een nieuwe aflevering op televisie of de nieuwste videoclip van je favoriete artiest, worden we tegenwoordig van alle gewenste informatie voorzien. We zijn allemaal in onze eigen online bubble beland en kunnen nog maar heel weinig geduld opbrengen. We banen ons een weg door een oerwoud aan gemakkelijke en informatieve content, die door een perfect algoritme gevormd is tot een eigen online bubble. Iedereen heeft zo'n bubble, dankzij deze algoritmes. De één z'n Facebook- en YouTube-homepage is de ander niet. Omdat we allemaal gepersonaliseerd aanbod voorgeschoteld krijgen op basis van wat wij interessant vinden.

### 3.2 Algoritmes

Wij erkennen het bestaan van algoritmes en vinden dat een lokale omroep zich daarnaar moet vormen. Met de oude manier van informatievoorziening bereikt men allang niet meer zo veel mensen als voorheen. Daarom gaan wij ons op alle sociale mediaplatformen manifesteren om in zoveel mogelijk algoritmes te belanden. Alleen dán kunnen we het grootst mogelijke bereik halen.

### 3.3 Video On Demand

**VOD:** Denk aan "Video-On-Demand"-diensten zoals Netflix.

Definitie: het tot je kunnen nemen van content op het moment dat de kijker wenst.

De lineaire tv en radio weet zich door de hoeveelheid "On demand"-diensten, steeds lastiger staande te houden en vindbaar te maken voor zowel jong als oud.

Daarom zetten wij volledig in op "on demand" en maken wij geen gebruik van de lineaire tv- noch de FM-zender. Wij hebben als maatschappij onze informatievoorziening helemaal aangepast naar onze hand. Lineaire tv en radio past hier niet meer bij.

**We wachten niet meer op die aflevering van vanavond om 20:30 uur.**

**We sturen elkaar een linkje: "Deze moet je zien, mam!"**

## Hoofdstuk 4: Organisatie

In dit hoofdstuk wordt ingezoomd op de mensen die betrokken zijn bij “van Hoorn zeggen” We noemen de stichting en de PBO-leden (programmabepalend orgaan) en diens te vertegenwoordigen stroming. Daarbij visualiseren wij hoe de organisatiestructuur eruit ziet.

### H4.1 Stichting

Saida (M.M.) Voet – Voorzitter

Pamela Tamminga - Penningmeester

Jannelies Blommaert - Secretaris

### H4.2 PBO

Patricia Kusters – (Voorzitter PBO) Strategisch adviseur participatie bij SED organisatie

- Maatschappelijke zorg en welzijn

Arwin Rood – Creative director bij Vind magazine

- Cultuur en kunst

Linne van Straten – Ondernemer en voorzitter van OSH (ondernemers stad Hoorn)

- Werkgevers

Roswitha Fens - Teamleider tweetalig HAVO/VWO. te Werenfridus Hoorn

- Onderwijs en educatie

Hafsa Abdellaoui - Sociaal werker Stichting Netwerk

- Etnische en culturele minderheden

*De stichting en het PBO zijn eenvoudig bereikbaar. [www.vanhoornzeggen.nl](http://www.vanhoornzeggen.nl)*

### H4.3 Redactie

De redactieleden staan midden in de Hoornse samenleving en fungeren als de voelsprietten op inhoudelijk gebied. Zij bespreken potentiële onderwerpen en sparren met de makers van alle programma's over de inhoud.

De hoofdredacteur (Dion Swart) is eindverantwoordelijk voor alles wat “van Hoorn zeggen” publiceert. De hoofdredacteur stelt een redactie samen die als hoofdtaak het ordenen, structureren en filteren van informatie heeft. Het begeleiden van programmamakers of editors kan ook een taak zijn van de redactie. De redactie komt minimaal eens per week samen om inhoudelijk sturing te geven aan de omroep.

Deze redactie bespreekt alle actualiteiten en programma's op inhoud. De programmamakers (presentatoren en camerapersonen) kunnen items aandragen, maar deze dienen goedgekeurd te worden door de redactie. Eenmaal geproduceerd en gemonteerd is het wederom de redactie die het item goedkeurt voor publicatie.

#### H4.4 Vrijwilligers

We willen een organisatie zijn waar vrijwilligers zich kunnen ontwikkelen. Van jong tot oud moet zich kunnen verenigen met onze passie om content te maken voor Hoorn: op het gebied van redactionele werkzaamheden, filmen, monteren, presenteren en nog veel meer. Wij zetten in op het motiveren en inspireren van ieders talenten. Aanvullend sluiten we ons aan bij het NLPO (Nederlandse Lokale Publieke Omroepen) en kunnen we alle vrijwilligers van “van Hoorn zeggen” workshops aanbieden om hun vaardigheden te verbeteren. Zo blijft het voor iedereen uitdagend en dat komt de kwaliteit van de omroep ten goede. Bovendien zijn er veel jongeren die na de middelbare school nog geen idee hebben welke vervolgstudie ze willen doen. Het kan dus een mooie springplank zijn voor jongeren die zoekende zijn naar waar hun passie ligt.

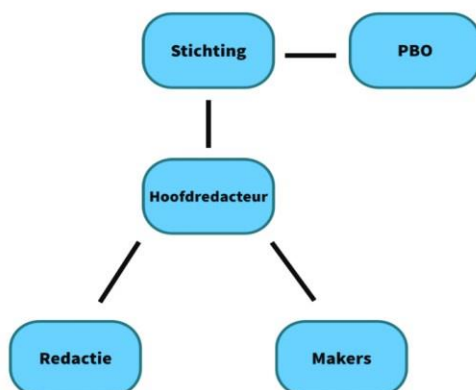
#### H4.5 Marketeers

Wanneer de subsidie is bemachtigd, dan wordt er door marketeers binnen het netwerk een marktonderzoek uitgevoerd. Door middel van marktonderzoeken ontstaat er een duidelijker beeld omtrent de vraag van de inwoners van Hoorn. Hierdoor kan er ingespeeld worden op deze vraag om zodoende meer betrokkenheid te creëren. Bij een marktonderzoek kan er gedacht worden aan enquêtes, zowel online als offline.

Verder zullen de vrijwillige marketeers hun expertise inzetten om in kaart te brengen waar in het digitale speelveld, hoeveel tractie ontstaat. Alles wat we publiceren, is meetbaar en dus kunnen we op termijn een duidelijk beeld krijgen van onze tractie op het Hoornse publiek en daarbuiten.

#### H4.6 Organisatiestructuur

Onderstaande afbeelding geeft de organisatiestructuur weer.



## Hoofdstuk 5: Benodigdheden

In dit hoofdstuk geven we inzicht in alle benodigdheden om onze plannen goed uit te kunnen voeren.

### H5.1 Uitwerking Benodigdheden

#### **Parttimer (Dion Swart)**

- Binnen een organisatie van vrijwilligers heb je een motor nodig die de boel draaiende houdt. Dion Swart is als medeoprichter van “van Hoorn zeggen” de aangewezen persoon hiervoor. Hij is als een duizendpoot begonnen met dit project, waarbij hij verantwoordelijk is geweest voor redactie, planning, productie, filmen en montage. Bovendien heeft Dion veel kennis opgedaan tijdens zijn studie aan de Nederlandse Filmacademie en in het werkveld, denk aan grote filmsets van bioscoopfilms en series. Daarom hebben wij er alle vertrouwen in dat Dion de juiste persoon is om de kar te trekken. Tevens gaat hij met zijn opgedane kennis de vrijwilligers begeleiden in bijvoorbeeld filmen en editen.

#### **(Kantoor)pand**

- Als lokale omroep hebben wij een pand nodig om van daar uit te werken.

#### **Inboedel**

- Denk aan bureaus, vergadertafels, koffiemachine.

#### **Decor voor studio**

- Het decor hebben we nodig om ook inpandig strakke content te kunnen creëren.

#### **verzekeringen pand**

#### **Gas/water/licht**

#### **Edit pc x3**

- Omdat we meerdere producties tegelijk gaan maken, hebben wij meerdere montagecomputers nodig.

#### **Monitoren x6**

#### **Camera x4**

- We hebben meerdere camera's nodig om meerdere programma's tegelijk te filmen, maar ook om een registratie (multi-cam) opstelling te maken.

#### **Rode Wireless Go x3**

- Dit is een kwalitatief goed microfoon-setje dat enorm handzaam is. Momenteel werken we met een zo'n setje en hier zijn er meer van nodig.

### **Statieven x6**

- Voor het realiseren van een registratie hebben wij meerdere camera's die niet per se bemand hoeven te zijn. Dan maken we altijd gebruik van een filmstatief.

### **onkostenvergoedingen vrijwilligers**

- Om de kosten die de vrijwilligers maken te kunnen vergoeden. Denk aan brandstofkosten of een broodje tijdens een lange dag.

### **Jaarlijkse vrijwilligersfeest**

- Vrijwilligers wil je graag betrekken en voornamelijk betrokken houden. Een jaarlijks feest voor vrijwilligers helpt enorm om de mensen aan je te binden. Het moet vooral een gezellige club worden, waar een ieder graag bij wil horen en iets aan wil bijdragen.

### **Autocue x2**

- Een autocue is nodig op lange teksten goed en efficiënt op te kunnen nemen zonder dat het te veel tijd in beslag neemt vanwege versprekingen of het vergeten van de tekst.

### **(Studio)lampen x8**

- De lampen hebben we nodig om het beeld mooi uit te lichten. Zowel binnen in de studio als op locatie. Voor op locatie zijn lampen op accu vereist.

### **Drone x1**

- Een drone is een fantastische aanvulling op het camera-arsenaal. Hiermee kunnen we Hoorn van boven in beeld brengen ter ondersteuning van allerlei soorten producties.

### **Studiomicrofoons**

### **Zoom H6 opnameapparatuur**

### **Randapparatuur**

## Hoofdstuk 6: Begroting

In dit hoofdstuk leest u welke kosten moeten worden gemaakt om te starten. Tevens treft u hier de begroting aan voor de eerste drie jaar.

### H6.1 Kosten benodigdheden

Om de benodigdheden uit H5.1 te kunnen aanschaffen, hebben wij een startbedrag van minimaal € 27.635,- nodig.

### H6.2 Begroting eerste 3 jaar

Op de volgende bladzijde vindt u de begroting voor de eerste drie jaar. Hierbij moet worden aangetekend dat het voor ons nog niet duidelijk is wanneer het eerste jaar begint. Dit omdat de licentie van de huidige lokale omroep afloopt in april 2023.

#### Enige aanvullingen en verduidelijkingen

Inkomsten: wij verwachten een groei in het aantal huishoudens in Hoorn en dien ten gevolge een verhoging van de subsidie (deze is in 2022 € 1,39 per huishouden). Voor 2023 zijn we uitgegaan van het inwonersaantal zoals in 2022, namelijk 33.434. Voor 2024 en 2025 hebben we een toename aangenomen van 2.200 per jaar (verwachting aantal nieuwbouwhuizen bij onder andere Rozenbuurt, Bangerd Oosterpolder en Holenkwartier) Tevens verwachten wij een groeiend aantal kijkcijfers in de eerste drie jaar, waardoor wij ook hogere inkomsten vanuit reclame en sponsoring kunnen genereren.

Bij de kosten kunnen wij de kosten van huur nog slecht inschatten. Dit omdat we hier pas over in gesprek kunnen wanneer de licentie aan ons gegund wordt. Ook de huisvestingskosten zijn in de huidige situatie, zonder locatie, nog slecht in te schatten. Daarbij is de energiemarkt ten gevolge van met name de oorlog tussen Oekraïne en Rusland ontploft en kunnen we niet inschatten hoe dit in de loop van 2023 is.

Duidelijk is dat wij verwachten het eerste 'jaar' negatief te eindigen, maar al in het tweede jaar geen extra subsidie meer nodig te hebben voor de exploitatie.

			2025			2024			2023		
			€	%	€	%	€	%			
Subsidie gemeente Hoorn			52.589		49.531		46.473				
reclame inkomsten			12.000		10.000		6.000				
			64.589	100,0	59.531	100,0	52.473	100,0			
inkoopwaarde											
van de omzet			180	0,3	168	0,3	156	0,3			
<b>Bruto-omzetresultaat</b>			64.409	99,7	59.363	99,7	52.317	99,7			
<b>Kosten</b>											
oprichtingskosten							650	1,2			
Lonen			34.000	52,6	33.000	55,4	32.700	62,3			
vrijwilligerskosten			3.000	4,6	2.750	4,6	2.500	4,8			
vergaderkosten bestuur/PBO			550	0,9	525	0,9	500	1,0			
afschrijving mat											
vaste activa			4.927	7,6	4.927	8,3	4.927	9,4			
reservering mat activa			2.500	3,9	2.500	4,2	2.500	4,8			
contributie NLPO			935	1,4	930	1,6	923	1,8			
vervoerskosten			600	0,9	500	0,8	400	0,8			
huur *			4.800	7,4	4.800	8,1	4.800	9,1			
huisvestingskosten			6.400	9,9	6.200	10,4	6.000	11,4			
website / platform			500	0,8	400	0,7	360	0,7			
algemene kosten			2.000	3,1	1.500	2,5	1.000	1,9			
<b>Totaal kosten</b>			60.212	93,2	58.032	97,5	56.610	107,9			
<b>Bedrijfsresultaat</b>			4.197	6,5	1.331	2,2	-4.293	-8,2			
<b>Financiële b/l</b>			0	0,0	0	0,0	0	0,0			
<b>Resultaat</b>			<b>4.197</b>	<b>6,5</b>	<b>1.331</b>	<b>2,7</b>	<b>-4.293</b>	<b>-8,2</b>			

## Hoofdstuk 7: Van regionaal naar lokaal.

In dit hoofdstuk lichten we toe waarom wij geloven in een lokale omroep, in tegenstelling tot een regionale omroep zoals in de huidige vorm.

### 7.1 Interesse

Het lokale nieuws uit de dorpen verderop is vaak te klein en te ver om voldoende interesse te wekken bij de inwoners uit onze stad. Hoorn is groot en interessant genoeg voor een eigen lokale omroep. We zijn een stad die de ambitie heeft uitgesproken om door te groeien naar 80.000 inwoners. En daarom mogen we onszelf niet te kort doen door de focus van het huidige lokale media-aanbod te delen met de omliggende dorpen.

### 7.2 Dekking

Bovendien is het bestrijken van een dusdanig grote regio als West-Friesland een behoorlijke opgave. Door uit te zoomen worden we namelijk kleiner. Wij zien grote kansen voor Hoorn, wanneer wij ons kunnen focussen op enkel onze eigen stad en alles wat deze te bieden heeft.

### 7.3 Binding

Tot slot wordt de content van “van Hoorn zeggen” gemaakt door betrokken mensen die binding hebben met de stad én de mensen. Om het verhaal van Hoorn goed te vertolken, is dit een absolute must. Wij horen de verhalen, wij zien de mensen en wij voelen de stad.

### 7.4 Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018

Er is een convenant getekend door de VNG (Vereniging Nederlandse Gemeenten), OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) en de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen. Dit convenant heet “Vernieuwingsconvenant Gemeenten-Lokale Omroepen 2015-2018”

Hierin wordt het doel genoemd voor regionale samenwerking van de lokale omroepen uit verschillende gemeenten. Zogenoemd ter bevordering van de kwaliteit en het verlagen van de productiekosten.

Zo staat in hoofdstuk 6.4 van dit convenant:

“Bovendien leiden een landelijke dekkende lokale omroepsector en samenwerkende omroepen tot een kwaliteitsniveau, dat niet alleen een hogere maatschappelijke meerwaarde, maar ook betere mogelijkheden biedt om geld “uit de markt” te halen.”

Verderop in hoofdstuk 6.4:

“Samenwerken op landelijk niveau en in de streek is het sleutelwoord voor gelijktijdige verhoging van de kwaliteit en maatschappelijke waarde en verlaging van de productiekosten daarvan”

Wij zien in het huidige regionale media-aanbod geen des genoemde maatschappelijke meerwaarde ten opzichte van een lokale media-aanbieder.

Net zo min herkennen wij het beeld dat een lokaal media-aanbod structureel meer geld nodig

zou hebben. Wij kunnen lokaal voor hetzelfde bedrag exploiteren. Enkel hebben wij een eenmalige bijdrage nodig om op te starten. (zie begroting) Wij denken door juist lokaal te opereren een grotere opbrengst vanuit reclame te kunnen genereren (de bakker adverteert liever lokaal dan regionaal)

***“Hoorn is groot en interessant genoeg voor een eigen lokale omroep”***

## Hoofdstuk 8: Slot

In dit verslag hebben wij ons plan voor een levendige, actieve en betrokken lokale omroep uiteen gezet. We hopen onze motivatie voldoende duidelijk te hebben overgebracht. Mochten er nog vragen zijn, dan willen we die graag van een antwoord voorzien. De stichting en het PBO zijn eenvoudig te bereiken via de overzichtelijke website [vanhoornzeggen.nl](http://vanhoornzeggen.nl).