

## Lokale omroep Boschtion

Jeroen Flamman

### Introductie

Boschtion is de lokale omroep van 's-Hertogenbosch en verzorgt in die regio de nieuwsvoorziening via radio, televisie, text-tv en internet. Boschtion FM zendt 24 uur per dag uit. Met behulp van een geautomatiseerd systeem wordt 's nachts non-stop uitgezonden, terwijl overdag en 's avonds voornamelijk live uitzendingen worden gemaakt. Alle uitzendingen hebben als doel: het informeren en vermaken van het publiek in en rond 's-Hertogenbosch. De omroep is onderdeel van het publieke bestel.

De lokale omroep is ontstaan vanuit de behoefte actuele lokale informatie te verzamelen en te verspreiden, en vanuit een persoonlijke interesse met radio bezig te zijn. Zo'n vijftien jaar geleden vormde zich een klein clubje mensen dat vanuit hun hobby radio wilde gaan maken. Vanwege het negenhonderdjarig bestaan van Den Bosch streek de KRO neer in de stad om vanuit een tijdelijke studio speciale uitzendingen te verzorgen. Een deel van de tijd kon het hobbyclubje de studio gebruiken om radio te maken. Na het afbouwen van de studio richtte het clubje een noodkeet in om van daaruit de uitzendingen voort te zetten. Dat was nog in de tijd dat er op exact het juiste tijdstip in een kastje aan de straat een schakelaar moest worden omgezet om 'in te prikken' op het net. Iedereen nam deel op vrijwillige basis, iedereen bracht eigen spullen en apparatuur in. Er ontstond een stichting, de Bossche Lokale Omroep Stichting (BLOS) met zogenaamde 'tientjes-leden', die periodiek voorzien werden van een eigen blad, 'Signaal'. Er werd opstartgeld van de gemeente ontvangen en al vrij snel kon de BLOS zich verder professionaliseren. Maar de noodkeet moest verdwijnen. Na enige tijd kreeg de stichting een oud schoolgebouw toegewezen, waarin ze tijdelijk als anti-kraak wacht de activiteiten voort konden zetten. Het gebouw moest opgeknapt en verbouwd worden, en omdat daar geen geld voor was, werd het televisieprogramma 'De Uitdaging' aangeschreven. Angela Groothuizen en consorten kwamen naar Den Bosch en ze kreeg het met haar programma voor elkaar om voldoende bijdragen van omstanders en bedrijven te verzamelen opdat de verbouwing door kon gaan. De oude gymzaal werd een TV-studio,

het theater schonk een hoeveelheid stoeltjes, en sindsdien kon de BLOS ook live tv-programma's gaan uitzenden.

Maar financieel liepen de zaken slecht, zo slechts zelfs dat in 1996 de BLOS failliet verklaard moest worden. In diezelfde periode gingen in het kader van gemeentelijke herindeling de gemeenten Rosmalen en Den Bosch samen. De Rosmalense Omroep Stichting (ROS) nam de activa van de BLOS over waarna de stations op de oorspronkelijke frequenties en onder de van oudsher bekende namen hun uitzendingen konden voortzetten. Vanaf 1 september, toen ook een nieuwe programmering inging, deden ze dat onder de gezamenlijk naam Boschtion.

Omstreeks 2000 ontstond een nieuwe organisatorische en financiële dip. Conflicten en stammenstrijd als gevolg van de fusie (ROS-ers versus BLOS-ers, televisie versus radio, vrijwilligers versus betaalde krachten) zorgden ervoor dat een nieuw faillissement op de loer lag. De directeur verliet Boschtion en een aantal weken lag de omroep stil. Er werd een interim aangewezen, Albert Jan Struik, die een verlaten kantoor aantrof met letterlijk een dikke laag stof. Sindsdien is alles op alles gezet de omroep weer draaiende te krijgen. En in ongeveer anderhalf jaar tijd heeft Boschtion een behoorlijk stabiele financiële ruggengraat gekregen.

### Vrijwilligers

De omroep heeft van oorsprong gewerkt met een zeer grote groep vrijwilligers naast een klein clubje betaalde krachten. Vrijwilligers dienen zich aan uit liefhebberij, om sociale contacten op te doen, om te leren als opstap naar betaald werk en vanuit ideëel oogpunt. Voor vrijwilligers bestaat de ruimte om zelf invulling te geven aan de werkzaamheden; mensen met een idee voor een programma (onderdeel) kunnen dit meestal uitproberen. Voorheen was vrijwel iedereen welkom als vrijwilliger; er was altijd wel een klusje dat gedaan kon worden. Tegenwoordig worden nog steeds geen strenge selectiecriteria gehanteerd, maar in een persoonlijk gesprek wordt met name gekeken of iemand past in het team en bepaalde werkzaamheden en/of verantwoordelijkheden aankan. Volgens Struik is de scheiding tussen betaald en

vrijwilligerswerk een van de oorzaken geweest van de teloorgang en financiële malaise. Hij heeft daar dan ook de bezem doorgehaald, en gezocht naar een vorm die meer rendement op zou leveren. De huidige formule is een mengvorm tussen vrijwillig en betaald werk, alsook het combineren van taken. Zoveel mogelijk mensen krijgen betaald, maar iedere betaalde kracht verricht ook vrijwillig werkzaamheden, directeur inclusief. Iemand krijgt voor het ene project betaald, en doet een ander project vrijwillig. Zo wordt recht gedaan aan de motieven van mensen om bij Boschtion te werken, blijven ze ruimte houden voor eigen invullingen, maar is de verantwoordelijkheid en betrokkenheid groter en kunnen duidelijke taakverdelingen worden gemaakt. Tegenwoordig zijn er zo'n 40 mensen actief bij Boschtion. Niemand verricht alleen betaald werk en slechts enkelen, met name de ouderen en al jarenlang betrokkenen, zijn volledig vrijwilliger.

Aan actieve werving van nieuwe krachten wordt zo min mogelijk gedaan, omdat dit een verkeerde profilering van Boschtion naar buiten toe teweegbrengt. Nieuwe plaatsen worden zoveel mogelijk intern opgevuld, via het eigen netwerk en via de eigen media.

### **Profijtgroepen & draagvlak**

Boschtion wil informeren en vermaken, en richt zich daarbij met een pluriforme programmering in principe op alle inwoners van Den Bosch en omstreken. Met Boschtion worden zoveel mogelijk maatschappelijke groeperingen bereikt. De naamsbekendheid onder de doelgroepen is groot en cijfers laten zien dat er een bereik van zo'n 55% is. De alternatieven voor het verspreiden van lokale informatie zijn dan ook gering: de krant, huis aan huis bladen en enkele internetsites.

Vanuit de gemeente wordt geen structurele subsidie verstrekt. Er waren opstartgelden en afbouw-gelden, die Boschtion tot ongeveer acht jaar heeft weten te rekken. Tegenwoordige inkomsten worden via reclamegelden verworven. Bedrijven maken dan ook graag en veelvuldig gebruik van de doelgroepgerichte reclamemogelijkheden die Boschtion hen biedt.

Onder de vooral oudere ambtenaren, die de lokale omroep nog uit de beginperiode kennen, bestaat een beeld van Boschtion als amateurclubje. Raadslieden en wethouders daarentegen zien het belang in de lokale omroep, om zichzelf onder de bevolking te profileren en te gebruiken voor politieke doeleinden.

Ook lokale verenigingen en instellingen maken gebruik van Boschtion, om leden te werven en activiteiten aan te kondigen.

Met radio-uitzendingen (Radiopoppodium) worden lokale en regionale popgroepen en artiesten een podium geboden zichzelf te presenteren. Via de contacten met ondersteunende instellingen als het popcollectief en Stichting Brabantpop worden lokale bands benaderd. Hoewel het in de beginperiode veel moeite heeft gekost bands te overtuigen dat een lokale omroep een rol kon spelen bij de promotie van hun muziek, komt er tegenwoordig steeds meer muziek materiaal binnen, en worden er veel interviews en af en toe ook live sessies gehouden. Het bereik hiervan strekt zich inmiddels uit tot bands in Rotterdam, Den Haag en zelfs in Leeuwarden.

### **Begeleiding**

Van begeleiding in de opstart en latere doorstart van de omroep is nooit sprake geweest. Het vallen en opstaan van de omroep illustreert dat. In Nederland bestaan inmiddels vele lokale omroepen, ieder met een eigen geschiedenis en ontwikkeling. De BLOS is voor velen daarvan een soort voorganger geweest die als voorbeeld heeft gediend. Tegenwoordig komen omroepen van ongeveer gelijke omvang nog steeds bij Boschtion langs om informatie en ervaringen uit te wisselen. Boschtion heeft als lokale omroep en onderdeel van het publieke bestel te maken met de Mediawet. Van daaruit worden belangen behartigd door de Organisatie Lokale Omroepen in Nederland (OLON). Zij geeft adviezen en representeert de lokale omroepen in overlegstructuren.

### **Werkwijze & organisatie**

Boschtion heeft de stichtingsvorm, wat bepaald is door de Mediawet. Beleid en besluitvorming ligt formeel in handen van het bestuur, bestaande uit een voorzitter, penningmeester, secretaris en woordvoerder. De directeur concretiseert het vastgestelde beleid en coördineert de dagelijkse gang van zaken; in de praktijk zijn deze verantwoordelijkheden gedelegeerd naar de verschillende groepen: radio, televisie en redactie.

Omdat Boschtion formeel een publieke omroep is, moet de programma-inhoud formeel vastgesteld worden door een raad, bestaande uit representanten uit alle geledingen van de samenleving. Samenstelling daarvan wordt door Boschtion voorgedragen aan de gemeenteraad die goed- of afkeurt. Deze raad van representanten komt vier maal per jaar bijeen en bepaalt officieel het programmabeleid. Maar tot op heden functioneert zij niet goed, overigens bij meerdere omroepen, vanwege moeizame communicatie en slechte opkomst. Sommige omroepen laten bestuur en raad van representanten dan ook samenvoegen.

Veel programma's komen tot stand door middel van coproducties met informatieaanbieders. Met de ziekenomroep worden mensen en materieel uitgewisseld, er wordt samengewerkt met audiovisuele producenten en informeel wordt contact onderhouden met andere stations van gelijke omvang. Qua leidinggevende stijl heerst er een losse, open cultuur; er wordt veel ruimte geboden voor eigen ideeën en invullingen, echter alleen zolang dit past binnen de doelstelling van Boschtion en het tot resultaten leidt. Deadlines worden strak gehanteerd, maar daadwerkelijke consequenties aan het niet nakomen daarvan zijn er niet. Dit vergt veel van de interne communicatie: er is ontzettend veel tijd en energie nodig om mensen aan te sturen en betrokken te houden. Aan externe communicatie en P.R. wordt bijna niets gedaan. Na de crisisperiode van Boschtion heeft de omroep vele negatieve publiciteit over zich heen gehad, wat het imago en de goodwill geen goed heeft gedaan. Er is grote behoefte aan investering in de P.R.: het draagt bij aan het imago, levert meer kijkers op en meer kijkers zorgt voor meer advertenties; maar het ontbreekt aan de mankracht om daar structureel aandacht aan te geven.

### Financiën

De directeur legt de jaarlijkse begroting voor aan het bestuur, die deze vaststelt. Vervolgens werkt de directeur conform begroting, in wekelijks overleg met de penningmeester, eindigend met balans en resultatenrekening, uiteindelijk vastgesteld door een accountant. De omvang van de jaarlijkse exploitatie bedraagt ongeveer driehonderdduizend euro. Grootste bron van inkomsten zijn de reclameopbrengsten, goed voor bijna tweederde van de begroting. Daarnaast worden inkomsten verworven door middel van coproducties, (materiële) sponsoring, kleine projectsubsidies en de voormalige omroepbijdrage voor lokale stations (ongeveer een euro per huishouden). De coproducties worden beschouwd als grootste groeimogelijkheid. Belangrijkste kostenposten zijn de personeelslasten, die bijna 90% van het totaal beslaan. Voorts zijn structurele kosten de rechten die aan BUMA-STEMRA betaald moeten worden en de lasten voor het materieel. Lange tijd zijn de financiën het grootste knelpunt voor de omroep geweest; er werd niet serieus en

structureel gewerkt aan het werven van reclameinkomsten, wat leidde tot een tonnengroot verlies in 1999 en 2000. Met de huidige inkomsten en activiteiten ten behoeve van reclamewerving wordt verwacht in 2003 een omzet van een miljoen te halen.

### Ontwikkeling en toekomst

Na een grote crisis begint Boschtion langzaam weer omhoog te krabbelen en met name een financieel gezonde basis te krijgen. De fusie van de twee kleine lokale stations is uiteindelijk de grootste bottleneck geweest; het werd een organisatorisch rommeltje, enkele individuele belangen voerden de boventoon, conflicten en stammenstrijd zorgden voor veel onrust en vooral het niet serieus, structureel en actief werven van reclameinkomsten deed de omroep bijna de das om.

Met een verwachte omzet van een miljoen in 2003, een structurele aanpak van externe communicatie en P.R. en een personeelsbeleid dat naar mengvormen tussen vrijwillig en betaald werk zoekt, kan Boschtion zich inmiddels weer meten met de middelgrote lokale omroepen van Nederland. Het organisatiebeleid is gebaseerd op de gedachte dat er geld verdiend moet worden om programma's te kunnen maken, en niet andersom. Individuele doelstellingen en motieven van vrijwilligers worden ten dienste gesteld van de belangen en doelen van de organisatie, opdat wildgroei voorkomen wordt.

### Informatie

Stichting Boschtion  
Albert Jan Struik (directeur)  
Gestelseweg 2B  
Postbus 11040  
5200 EA 's-Hertogenbosch  
Tel. (073) 644 11 55  
E-mail [boschtion@home.nl](mailto:boschtion@home.nl)  
Website [www.boschtion.nl](http://www.boschtion.nl)

OLON  
Postbus 441  
6500 AK Nijmegen  
Tel.: (024) 360 12 22  
E-mail [buro@olon.nl](mailto:buro@olon.nl)  
Website [www.olon.nl](http://www.olon.nl)