

Bestuurlijke ontwikkeling Streekomroep 1Kempen (2026-2027)

Streekomroep 1Kempen wil uiterlijk eind 2027 beschikken over een professioneel en onafhankelijk bestuur dat de redactionele autonomie waarborgt, zichzelf transparant verantwoordt tegenover publiek en stakeholders en representatief is voor de negen Kempengemeenten. Deze ambitie sluit naadloos aan op de Governance Code Cultuur, de bepalingen van de Mediawet en het NLPO-keurmerk voor publieke lokale omroepen. Door nauw samen te werken met mentor-omroep Studio 040 benutten we best practices uit de regio, verkorten we de leercurve en voorkomen we kostbare misstappen.

Het uitgangspunt van het vernieuwde model is een strikte scheiding tussen toezicht, uitvoering en redactie. De Raad van Toezicht krijgt een controlerende én klankbordrol, de directeur-bestuurder wordt verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken en de hoofdredacteur stuurt het journalistieke proces aan zonder bestuurlijke inmenging. Daardoor ontstaat enerzijds een duidelijke rolverdeling en anderzijds een stevige basis voor journalistieke onafhankelijkheid.

Tijdens de eerste helft van 2026 staat het analyseren en herschikken van de governance centraal. Een zelfscan op basis van het NLPO-instrument brengt hiaten in kaart op juridisch, financieel, organisatorisch en redactioneel terrein. Parallel laat de organisatie een risicokaart opstellen door een externe adviseur, zodat toekomstige bestuurders hun beslissingen op feiten kunnen baseren. Wanneer de nulmeting is afgerond, worden de bestaande statuten, het directiestatuut en het redactiestatuut grondig herschreven. Deze documenten dateren uit de initiële fusiefase en voldoen niet meer aan de schaal van de nieuwe streekomroep. Een notaris en een mediajurist vertalen de vernieuwde missie, met nadruk op maatschappelijke waarde en het verbod op winstuitkering, in juridisch solide teksten. Conceptversies verschijnen op de website en staan gedurende een consultatieperiode open voor commentaar van inwoners, vrijwilligers en gemeentebesturen.

Gezien de complexiteit van dit traject wordt een gefaseerde aanpak gehanteerd waarbij per kwartaal concrete mijlpalen worden vastgelegd en waar nodig bijsturing plaatsvindt. De organisatie erkent dat juridische procedures langer kunnen duren dan gepland en heeft daarom een buffer van twee maanden ingebouwd voor alle statutaire wijzigingen. Wanneer de wet- en regelgeving om onvoorziene redenen wijzigt, stelt een externe juridische adviseur binnen vier weken een aangepast tijdspad op.

Zodra de statutaire kaders gereed zijn, begint de zoektocht naar vijf toezichthouders met complementaire achtergronden in journalistiek, financiën, distributietechniek, community-engagement en recht. Diversiteit in leeftijd, gender en geografische spreiding binnen de Kempen is nadrukkelijk onderdeel van het profiel. De wervingsstrategie houdt expliciet rekening met de mogelijkheid dat geschikte kandidaten schaars zijn. Daarom start de zoektocht zes maanden voor de gewenste startdatum en wordt een breed regionaal netwerk geactiveerd via universiteiten, beroepsorganisaties en culturele instellingen in de regio. Mocht de werving ondanks deze inspanningen niet volledig slagen, dan voorziet het plan in een tijdelijke invulling via externe adviseurs totdat permanente kandidaten beschikbaar zijn.

Tegelijkertijd loopt een selectieprocedure voor een directeur-bestuurder met aantoonbare ervaring in regionale media-innovatie. Ook hier geldt dat de arbeidsmarkt voor ervaren mediaprofessionals zeer competitief is. De organisatie heeft een realistisch salarisniveau vastgesteld dat concurreert met vergelijkbare functies in de regio. Als de screeningsfase is afgerond en de benoemingen wettelijk zijn geformaliseerd, volgt een symbolisch overdrachtsmoment waarbij de oude stichtingsbesturen het stokje overdragen.

Een cruciaal element in dit proces is de begeleiding van de cultuurverandering die gepaard gaat met professionalisering. Het is belangrijk alle vrijwilligers mee te nemen in dit proces! De organisatie investeert bewust in change management door een ervaren externe NLPO kwartiermaker(?) die gedurende het hele traject beschikbaar blijft voor coaching van zowel nieuwe als bestaande medewerkers. Weerstand tegen verandering wordt expliciet erkend als normaal onderdeel van het proces. Maandelijkse teambijeenkomsten en individuele gesprekken zorgen ervoor dat zorgen worden opgepakt voordat ze escaleren tot conflicten.

In 2027 verlegt de aandacht zich van ontwerp naar inbedding en borging. In het eerste kwartaal ziet een 1Kempen Programmabeleid-bepalend orgaan, kortweg PBO, het licht. Hierin krijgen burgers, ondernemers, maatschappelijke organisaties en cultuurinstellingen uit alle Kempengemeenten een stoel. Het PBO adviseert zowel de redactie als de Raad van Toezicht over programmatische prioriteiten en diversiteit. De waarde ervan zit niet alleen in representatie: het orgaan fungeert ook als klankbord voor innovatie-ideeën en monitort de maatschappelijke relevantie van de berichtgeving.

Om de dialoog verder te verdiepen, organiseert 1Kempen in het voorjaar van 2027 de eerste jaarlijkse 1Kempen Mediaraad. Tijdens dit publieke forum presenteert de omroep zijn jaarplan, de belangrijkste prestatie-indicatoren en de financiële kaders. Gemeenteraadsleden, wethouders, sponsors en burgers kunnen vragen stellen en feedback delen. Concrete meetbare doelstellingen worden hierbij gepresenteerd: dagelijks minimaal vijf nieuwsberichten per gemeente, wekelijks minimaal één diepgaand onderzoeksverhaal en maandelijks minimaal tien unieke stemmen uit elke gemeente. Het bereik wordt gekwantificeerd met een streefcijfer van zeventig procent van alle huishoudens per maand via alle kanalen gecombineerd. Aan het slot tekenen de Raad van Toezicht en de vertegenwoordigers van de Kempengemeenten een convenant waarin afspraken staan over wederzijdse informatie-uitwisseling en structurele financiële steun.

Transparantie krijgt niet alleen vorm in fysieke bijeenkomsten, maar ook via digitalisering. Het vierde kwartaal van 2027 staat in het teken van de uitrol van een cloudbased bestuursstelsel dat vergaderstukken, KPI-dashboards en besluitarchieven beheert. Gevoelige documenten blijven in een besloten deel, maar samenvattingen van besluiten, kwartaalrapportages en jaarrekeningen verschijnen publiek op de website. Hierdoor kan iedere geïnteresseerde burger de organisatie volgen en controleren.

Een cruciaal ijkpunt blijft het NLPO-keurmerk. Zodra alle processen op orde zijn, beoordeelt een externe auditor of de streekomroep voldoet aan de twintig governance-criteria. Bij een positieve uitslag ontvangt 1Kempen het keurmerk en presenteert gelijktijdig het eerste geïntegreerde jaarverslag waarin financiële resultaten, publieksbereik, maatschappelijke impact en duurzaamheidsdoelen samenkomen. Aansluitend voert de Raad van Toezicht een zelfevaluatie uit en legt de blik op verbeterpunten voor 2028 en verder.

De nieuwe bestuursstructuur is overzichtelijk maar robuust. De Raad van Toezicht opereert op afstand en richt onder meer een audit- en een remuneratiecommissie in. Onder de directeur-bestuurder vallen een bedrijfsbureau met financiën, HR, IT en sales, terwijl de hoofdredacteur rechtstreeks aan de Raad van Toezicht rapporteert over journalistieke kwesties. Daardoor kan de redactie onafhankelijk keuzes maken binnen een budgettaire bandbreedte die door de directeur-bestuurder wordt bewaakt.

De financiering van het traject is realistisch berekend. In 2026 bedragen de geraamde kosten voor juridisch advies, notariële diensten, werving en digitale tooling ongeveer tweëndertigduizend euro, iets hoger dan oorspronkelijk geraamd door de extra change management-begeleiding. In 2027 dalen de kosten naar ruwweg vijftienduizend euro, vooral bedoeld voor scholing en de auditkosten van het keurmerk. Deze posten passen binnen het reguliere exploitatiebudget doordat verouderde licenties vervallen en door gezamenlijke inkoop via de mentor-omroep schaalvoordelen ontstaan. Bovendien wordt een deel gecompenseerd met middelen uit de Innovatieregeling van het ministerie van OCW en door co-financiering van de Kempengemeenten.

Risicobeheersing blijft essentieel. Een potentieel knelpunt is het invullen van toezichthouder vacatures. Door de wervingscampagne vroegtijdig te starten en een breed regionaal netwerk aan te spreken, minimaliseert de omroep het gevaar van onderbezetting. Mocht dit scenario zich toch voordoen, dan voorziet het plan in een tijdelijke raad van adviseurs die dezelfde functie vervult tot permanente bezetting mogelijk is. Daarnaast kan een gebrek aan gemeentelijk draagvlak de financiering onder druk zetten. Dit risico wordt geadresseerd door het convenanttraject te koppelen aan de bredere culturele regiovisie, zodat gemeenteraden het belang van een sterke streekomroep expliciet erkennen. Voor het geval gemeentelijke steun onverwacht wegvalt, ontwikkelt de organisatie drie scenario's: een basisscenario met minimale nieuwsvoorziening, een groeiscenario bij stabiele financiering, en een krimpscenario waarbij binnen zes maanden een kostenreductie van dertig procent kan worden gerealiseerd zonder de continuïteit van de nieuwsvoorziening te doorbreken.

Spanningen tussen bestuur en redactie vormen een derde aandachtspunt. Heldere escalatieroutes, waar nodig begeleid door een externe mediator, moeten conflicten snel de-escaleren. Maandelijkse structurele overleggen tussen hoofdredacteur en directeur-bestuurder voorkomen dat meningsverschillen oplopen tot bestuurlijke crises. Tot slot hanteert de organisatie een contingentiepost van vijftien procent om onverwachte kostenoverschrijdingen op te vangen.

Een bijkomend voordeel van het model is de aandacht voor talentontwikkeling. Met het zogenoemde Young Board-Observer-programma krijgen twee jonge professionals uit de regio een jaar lang de kans om als niet-stemgerechtigde waarnemers mee te lopen met de Raad van Toezicht. Zo ontstaat een kweekvijver van nieuw bestuurlijk talent en legt de organisatie de basis voor duurzame vernieuwing.

Al deze elementen maken het plan kansrijk. De koers is gestoeld op erkende best practices, sluit aan op landelijke governance-normen en benut het netwerk en de ervaring van Studio 040. De strikte rolverdeling garandeert dat de journalistieke autonomie overeind blijft, terwijl het bestuur zich richt op strategie en verantwoording. Door de inbreng van het PBO en de jaarlijkse Mediaraad ontstaat regiobreed draagvlak, wat essentieel is voor een publieke omroep die een divers en betrokken publiek wil bedienen. Digitalisering verhoogt de transparantie en maakt de organisatie schaalbaar en efficiënt.

Op de korte termijn volgt na besluitvorming in januari 2026 een plenaire kick-off waarbij huidige bestuurders, toekomstige toezichthouders, vertegenwoordigers van Studio 040 en een externe adviseur de tijdslijn en deliverables afstemmen. In februari wordt de NLPO-zelfscan ingevuld, zodat alle partijen over een gemeenschappelijke nulmeting beschikken. Met de publicatie van de conceptstatuten in juni, twee maanden later dan oorspronkelijk gepland, en de start van de wervingscampagne in september neemt de omroep de eerste zichtbare stappen naar de nieuwe structuur. De formele installatie van de Raad van Toezicht in het eerste kwartaal van 2027 markeert het moment waarop de transitie van concept naar realiteit is voltooid.

Als alles volgens plan verloopt, beschikt Streekomroep 1Kempen in 2027 over een daadkrachtig, transparant en professioneel bestuur, erkend door het NLPO-keurmerk. De redactie opereert autonoom, maar binnen een stevig raamwerk van integriteit en kwaliteit. Burgers en gemeenten ervaren de omroep als een vertrouwd platform dat hun stem versterkt en hun verhalen zichtbaar maakt. Dankzij de combinatie van bestuurlijke vernieuwing, regionale verankering en technologische modernisering groeit 1Kempen uit tot een professioneel mediabedrijf dat de maatschappelijke opdracht met gezag en enthousiasme vervult, nu en in de toekomst.

Redactionele ontwikkeling Streekomroep 1Kempen (2026-2027)

Streekomroep 1Kempen staat aan het begin van een groeipad dat de redactie in twee jaar tijd moet brengen van de huidige twee voltijdsequivalenten naar een goed bezette newsroom van zes fte. Op dit moment werken er feitelijk drie mensen: een redacteur die drie dagen per week het online nieuws verzorgt, een tweede redacteur die vier dagen online nieuws verzorgt en een hoofdredacteur die drie dagen leidinggeeft maar door de krappe bezetting noodgedwongen ook regelmatig als meeschrijvende voorman optreedt.

De ambitie is om in 2027 te beschikken over een cross-mediaal team dat dagelijks eigen nieuws brengt, diepgravende verhalen maakt en de Kempengemeenten op alle relevante distributiekanaalen bedient. Die stap vergt niet alleen extra handen, maar ook nieuwe werkprocessen, verdere professionalisering en een zorgvuldige cultuurverandering richting digitaal-eerst. De ervaring leert dat dergelijke transformaties meer tijd kosten dan aanvankelijk wordt ingeschat, zeker wanneer het gaat om veranderingen in werkgewoonten die jarenlang zijn ingeslepen.

De eerste helft van 2026 is ingeruimd voor een grondige nulmeting en een scherp gedefinieerde redactionele strategie. Onder begeleiding van mentor-omroep Studio 040 voert de hoofdredacteur een inhoudelijke audit uit: welke thema's domineren de berichtgeving, welke doelgroepen bereiken we nauwelijks en hoe verhouden onze productiestandaarden zich tot de ICE-norm waarvoor de Mediawet ons verantwoordelijk houdt? De resultaten van die audit leveren het kompas waarmee we de personele groei vormgeven. Doel is een structuur die inhoudelijke specialisatie mogelijk maakt zonder de wendbaarheid van een kleine redactie te verliezen.

In dezelfde periode wordt een digitaal publicatieschema ontwikkeld dat prioriteit geeft aan online-publicatie, gevolgd door radio-bulletins en tenslotte televisie-items, zodat de newsroom zich in de praktijk gedraagt als één geïntegreerde cross-mediaal werkende eenheid. Deze omschakeling van traditionele naar digitale workflows vereist intensieve begeleiding. Een

externe coach met ervaring in mediaorganisaties begeleidt het team gedurende zes maanden bij het aanleren van nieuwe werkprocessen. Wekelijkse evaluatiesessies zorgen ervoor dat knelpunten snel worden geïdentificeerd en opgelost.

De personele uitbreiding wordt bewust gefaseerd om overbelasting te voorkomen. Vanaf juli 2026 start de uitbreiding van de formatie met de eerste aanwinst: een cross-media-producer die gewend is om van één onderwerp tegelijk tekst, video en social-media-formats te maken. Daarmee verdwijnt de huidige noodzaak om de redacteurs voortdurend tussen productievormen te laten schakelen en ontstaat rust om kwaliteitschecks te verankeren. De werving van deze functie start echter al in april, omdat de arbeidsmarkt voor ervaren mediaprofessionals zeer competitief is. Mocht de ideale kandidaat niet direct beschikbaar zijn, dan voorziet het plan in een tijdelijke invulling via freelancers terwijl de zoektocht voortgaat.

Tegelijk groeit de hoofdredacteur door naar een fulltime rol, maar deze overgang wordt gespreid over drie maanden om ervoor te zorgen dat de leidinggevende taken niet ten koste gaan van de dagelijkse productie. De uitbreiding naar fulltime is nodig om het groeiende team dagelijks te coachen, een lange-termijnagenda te bewaken en een netwerk in de regio te onderhouden dat tips en primeurs oplevert. De formatie komt dan op vier fte en kan de basisdienstverlening, snelle nieuwsduiding, achtergrondartikelen, kort video-bulletin en dagelijks radioblad, structureel waarmaken.

Het eerste kwartaal 2027 staat in het teken van verdieping en diversificatie, maar dan wel in een realistisch tempo. De redactie werft een onderzoeksjournalist met data-vaardigheden die gemeentefinanciën en regionale dossiers inzichtelijk kan maken. Zijn of haar komst fungeert tevens als vliegwiel om de rest van het team te trainen in datagedreven werken. Omdat specialisten op dit gebied schaars zijn, start de werving al in september 2026. Parallel wordt een social-media-coördinator aan het team toegevoegd die formatontwikkeling op TikTok en Instagram oppakt, communities modereert en het bereik onder jongeren vergroot.

Tegen het einde van 2027 bereikt IKempen de streefomvang van zes fte: twee multimediale generalisten, één videospecialist, één data-researcher, één social-media-coördinator en een voltijd hoofdredacteur. Deze samenstelling wordt echter alleen gehaald als alle wervingstrajecten succesvol verlopen. Voor het geval dat geschikt personeel niet of pas later beschikbaar is, houdt de organisatie contact met een pool van ervaren freelancers die op projectbasis kunnen inspringen. Vrijwilligers en stagiairs blijven welkom, maar zij vullen aanvullend specifieke niches zoals cultuurvlogs of sportverslag in plaats van structurele gaten op te vullen.

Door de uitbreiding verandert niet alleen de kwantiteit van de productie. De samenstelling van het team maakt het mogelijk om thematisch te gaan werken. Elk kwartaal krijgen twee collega's de lead op een regionaal thema, zoals woningbouw, zorg of energietransitie. Zij brengen beleid, burgerervaringen en een data gedreven factcheck samen in één narratief dat zich gedurende het kwartaal uitrolt over alle kanalen. De social-media-coördinator bouwt rond die thema's een dialoog op waarbij inwoners vragen kunnen insturen die de data-researcher vervolgens in cijfers toetst. Zo ontstaat een circulaire productiewijze waarin dialoog de agenda mede bepaalt en data de verhalen verdiept.

Deze werkwijze vereist een fundamentele mentaliteitsverandering. Traditionele journalistiek werkt vaak reactief, terwijl de nieuwe aanpak proactieve planning vraagt. Een externe trainer verzorgt daarom maandelijks workshops over projectmatig werken, waarbij telkens concrete

praktijkvoorbeelden uit de eigen regio worden gebruikt. De overgang naar deze werkwijze wordt geleidelijk doorgevoerd: in 2026 wordt geëxperimenteerd met één pilot-thema per kwartaal, in 2027 wordt het systeem volledig uitgerold.

Professionalisering van het werkproces loopt als rode draad door de groei. In 2026 schakelt de redactie over op een gedeeld cloud-based newsroom-systeem met digitale planningsborden en automatische rechtenverdeling. De implementatie hiervan wordt begeleid door een technische consultant die ervaring heeft met soortgelijke systemen bij regionale media. De workflow van idee tot publicatie wordt gestandaardiseerd met quality checkpoints voor bronverificatie, beeldrechten en diversiteitsmonitoring. Vrijwilligers doorlopen vóór publicatie een peer-review door een vaste eindredacteur.

In 2027 vult de hoofdredacteur dit systeem aan met een trainingskalender die maandelijks een kennissessie bevat, variërend van podcast-editing tot het analyseren van open data-sets. De relaties met externe opleiders en de journalistieke hogeschool Fontys worden aangehaald om telkens stagiairs met actuele vaardigheden binnen te halen. Deze intensieve scholingstrajecten zijn noodzakelijk omdat het huidige team vooral ervaring heeft in traditionele media-productie, terwijl de toekomst vraagt om digitale vaardigheden.

Kwaliteitsbewaking krijgt gestalte in een KPI-set die maandelijks in de newsroom wordt besproken. Naast bereikcijfers kijkt het team naar de verhouding eigen verhalen versus persberichten, de diversiteit aan stemmen en de mate waarin verhalen tot beleidsreacties of burgerinitiatieven leiden. Concrete streefgetallen zijn: minimaal zeventig procent eigen journalistieke content, minimaal drie verschillende bronnen per nieuwsbericht en minimaal één maatschappelijke reactie per week op gepubliceerde onderzoeksverhalen. Uit deze evaluaties volgen concrete redactiedoelen voor de maand erop, zodat de missie relevant én onafhankelijk continu naar meetbare acties wordt vertaald.

Personele groei vraagt vanzelfsprekend financiering. De extra salariskosten worden gefaseerd opgevangen door een combinatie van hogere gemeentelijke bijdragen, groeiende commerciële inkomsten en efficiëntiewinsten. De verwachting dat de nieuwe redactionele structuur tegelijk efficiënter produceert is echter mogelijk te optimistisch. Daarom wordt een financiële buffer van twintig procent aangehouden voor het geval dat kostenbesparingen tegenvallen. Mocht de financiering onder druk komen, dan kan de uitbreiding worden vertraagd zonder dat de continuïteit van de nieuwsvoorziening in gevaar komt.

De aandacht voor duurzame inzetbaarheid is expliciet onderdeel van het plan. Met vier extra collega's verdwijnt de permanente tijdsdruk die nu op de redactie rust, maar deze verbetering treedt pas geleidelijk in. In de transitieperiode kan de werkdruk tijdelijk juist toenemen door de combinatie van lopende productie en veranderende processen. Daarom houdt de organisatie nauw contact met de OR-vertegenwoordiging en wordt maandelijks een werkdrukmeting gehouden. Taken kunnen worden gespreid, specialisten krijgen tijd voor verdieping en vakantieperiodes kunnen zonder productie-gaten worden opgevangen.

In het nieuwe rooster valt elke collega minimaal één dag per week buiten de dagelijkse nieuwsstroom om. Die dag is gereserveerd voor research, formatontwikkeling of scholing. Dit principe wordt echter pas volledig ingevoerd als de formatie compleet is. Tegelijk voert de hoofdredacteur tweemaal per jaar loopbaangesprekken waarin ambities, werkdruk en leerdoelen worden vastgelegd en gekoppeld aan het opleidingsbudget.

De redactionele ontwikkeling is onlosmakelijk verbonden met de bestuurlijke vernieuwing. De Raad van Toezicht ontvangt per kwartaal een inhoudelijk verslag waarin zowel kwantitatieve KPI's als kwalitatieve casestudy's staan. Op basis daarvan kan zij koersvast toezien zonder op de stoel van de hoofdredacteur te gaan zitten. Het Programmabeleid-bepalend orgaan reflecteert halfjaarlijks op de inhoudelijke thema-agenda en op de mate waarin de redactie de Kempencultuur en de diversiteit van de streek weerspiegelt. Die feedback wordt transparant gedeeld via de website en in de jaarlijkse Mediaraad, zodat inwoners zien hoe hun input daadwerkelijk in het programmaplan landt.

Uiteindelijk leidt deze tweesporige agenda tot een redactie die groot genoeg is om een eigen journalistieke agenda te voeren, maar compact genoeg blijft om wendbaar te reageren op nieuwsgebeurtenissen en technologische innovaties. De transformatie van een traditionele lokale omroep naar een moderne cross-mediale organisatie vereist echter meer tijd dan aanvankelijk werd ingeschat. Daarom wordt het eindpunt van zes fte mogelijk pas in het tweede kwartaal van 2028 bereikt, een half jaar later dan oorspronkelijk gepland.

Dankzij een bredere mix van disciplines kan 1Kempen herkenbare thema-dossiers opbouwen, onder meer via data-gedreven explainers en interactieve social-formats, zonder de dagelijkse nieuwsvoorziening te verwaarlozen. De duidelijke cycli van planning, kwaliteitsmeting en scholing verankeren een cultuur van permanente verbetering. Zo groeit 1Kempen uit tot een streekomroep met journalistiek gezag, een consistent multichannel-bereik en, misschien wel het belangrijkste, een redactie die dankzij vakinhoudelijke diepgang en gezonde werkdruk trots is op het vak én op de streek die zij bedient.

Zakelijke ontwikkeling Streekomroep 1Kempen (2026-2027)

Streekomroep 1Kempen wil in 2027 financieel stevig genoeg zijn om een bredere journalistieke opdracht te dragen, maar zonder één stap buiten het publiekrechtelijke kader te zetten dat de Mediawet voor lokale omroepen uittekent. Dat betekent dat commerciële activiteiten nooit de onafhankelijkheid van de redactie mogen aantasten, dat reclame hooguit tien procent van de totale jaarlijkse zendtijd mag innemen – met een dagelijkse bovengrens van vijftien procent – en dat sponsoring strikt is verboden rond nieuws- en actualiteitenprogramma's, terwijl het alleen in uitzonderingsgevallen is toegestaan bij cultuur- en sportuitzendingen.

Tegelijk schrijft dezelfde wet voor dat elke publieke omroep, dus ook de streekomroep, zó wordt ingericht dat zij aantoonbaar onafhankelijk is van zowel commerciële als politieke beïnvloeding; die onafhankelijkheid moet zwart-op-wit staan in het redactiestatuut en in de governance-afspraken tussen bestuur en redactie. NLPO Binnen die grenzen formuleert 1Kempen voor de komende twee jaar een groei-strategie die zich richt op drie pijlers: solide publieke bekostiging, gecontroleerde commerciële neveninkomsten en een regionaal netwerk van partners dat in natura of via projectsubsidies bijdraagt aan journalistieke innovatie.

Het startpunt in 2025 is kwetsbaar. De drie oorspronkelijke lokale omroepen ontvangen samen per jaar ongeveer vierhonderdduizend euro instandhoudingssubsidie, gefinancierd door de negen Kempengemeenten op basis van het landelijke richtsnoerbedrag van 1,62 euro per huishouden. De fusie tot één streekomroep biedt schaalvoordelen, maar die worden

voorlopig opgeslokt door de geplande verdubbeling van de redactionele formatie. Daarnaast komt slechts een bescheiden bedrag binnen via lokale ether- en online-advertenties; de huidige limiet van tien procent zendtijd is ruim voldoende, want in de praktijk blijft het aandeel reclame onder de drie procent. Wie in 2027 het redactie-budget structureel wil opvoeren, moet dus zowel de publieke basisgelden zekerstellen als nieuwe, wettig toegestane inkomstenbronnen ontsluiten.

De eerste stap – voorzien voor het eerste kwartaal van 2026 – is het sluiten van een meerjarenconvenant met alle betrokken gemeenten. Daarbij committeren de raden zich om uiterlijk in het begrotingsjaar 2027 minimaal het richtbedrag uit het Gemeentefonds door te sluisen en indexaties jaarlijks te volgen. Het convenant koppelt de subsidie expliciet aan heldere prestatiedoelen: een dagelijkse crossmediale nieuwsservice, een maandelijkse onderzoeksproductie en aantoonbare publieksparticipatie in elke gemeente. Door prestaties te kwantificeren krijgt de streekomroep voorspelbare inkomsten zonder dat de redactionele vrijheid wordt ingeperkt; de inhoudelijke keuzes blijven immers exclusief bij de hoofdredacteur en zijn team. Die contractuele zekerheid is cruciaal, want zonder een stevige publieke basis staat elke andere inkomstenstroom op drijfzand.

Parallel aan dat traject ontstaan in 2026 de contouren van een compacte zakelijke eenheid binnen 1Kempen. Een ervaren accountmanager (0,8 fte) gaat pakketten ontwikkelen voor lokale adverteerders die geen programma-onderbrekende commercials willen, maar wel naamsbekendheid zoeken via prerolls bij web-video, banners op de site of korte aankondigingen rond cultuur- of sportcontent. Elk aanbod wordt vooraf getoetst aan de Mediawet-criteria; de accountmanager rapporteert aan de directeur-bestuurder, terwijl de hoofdredacteur een veto behoudt als hij vermoedt dat een voorstel het redactionele statuut schendt. De reclameblokken worden centraal geplaatst in de playout-software, zodat het maximum van tien procent zendtijd nooit overschreden kan worden en elke sponsorvermelding buiten nieuws- en debatprogramma's blijft. Tegen het eind van 2026 moet deze formule een eerste bruto-omzet van vijfenzeventigduizend euro opleveren, waarmee circa één extra journalistieke fte kan worden gefinancierd zonder dat de publieke opdracht wordt aangetast.

Een tweede commerciële lijn richt zich op diensten die in de wet als 'nevenactiviteiten' zijn toegestaan, omdat ze niet in strijd zijn met de publieke taak. 1Kempen ontwikkelt betaalde trainingen mediavaardigheden voor scholieren, verenigingen en kleine bedrijven, gebruikt daarvoor de kennis van de eigen redacteurs en produceert lesmateriaal dat de streekidentiteit benadrukt. De inkomsten worden geboekt in een aparte kostenplaats en blijven onder de drempel die de wet hanteert om ongeoorloofde kruisfinanciering te voorkomen. Elke cursus staat open voor alle partijen, zodat de omroep niet van één afnemer afhankelijk raakt en eventuele publiek-rechtelijke staatssteunrisico's vermijdt.

In 2027 verschuift het accent naar partnerschappen en projectsubsidies. De komst van een data-journalist en een social-media-coördinator maakt het mogelijk om thema-gerichte dossiers op te zetten in samenwerking met culturele instellingen, hogescholen en burgerinitiatieven. Voor een reeks thematische podcasts over de energietransitie in de Kempen vraagt de omroep bijvoorbeeld een bijdrage aan het provinciaal Klimaatfonds; tegelijk wordt de distributie gekoppeld aan debatten in de Kempense bibliotheken, die in ruil daarvoor productiefaciliteiten beschikbaar stellen. Omdat de Mediawet sponsoring van

actualiteitenprogramma's verbiedt, verschijnt de naam van de partner uitsluitend op de aftiteling van de live-debatten en in drukwerk, nooit in de podcast zelf. Zo ontstaat extra publiekswaarde met middelen van buiten, zonder dat de grenzen van de wet worden opgerekt.

Voor alle commerciële inspanningen geldt dat de inkomstenstroom nooit meer dan ongeveer twintig procent van de totale begroting mag bedragen. Die ratio is ruim onder de wettelijke citadel, maar biedt zekerheid dat een economische dip de redactionele continuïteit niet direct in gevaar brengt. Om die ratio te bewaken implementeert de omroep in 2026 een cloud-based financieel dashboard dat realtime laat zien hoe de publieke en commerciële baten zich tot elkaar verhouden. De Raad van Toezicht ontvangt elk kwartaal een overzicht, zodat zij kan ingrijpen als de commerciële lijn disproportioneel groeit. Net als bij de redactionele KPI's komen kerncijfers in samengevatte vorm online beschikbaar; het publiek kan zo controleren of de omroep zijn belofte van onafhankelijkheid waarmaakt.

De zakelijke groei vereist geen omvangrijk managementapparaat, maar wel enkele gerichte investeringen. In de begroting van 2026 staat een eenmalig bedrag van vijftienduizend euro voor een Customer-Relationship-Managementsysteem waarmee adverteerders, donateurs en subsidieverstrekkers worden gevolgd. Verder reserveert de omroep zesduizend euro voor juridische begeleiding bij het opstellen van standaard-reclamecontracten die volledig Mediawet-proof zijn. Operationele kosten, zoals commissie aan verkoopplatforms en hosting van podcast-advertenties, lopen mee in de reguliere exploitatie en worden gedekt uit de bruto-advertentieomzet. In 2027 dalen de externe kosten, omdat de systemen draaien en de accountmanager routine heeft opgebouwd; de zakelijke unit wordt dan netto kostendekkend. Het grootste risico in de gekozen route is reputatie-schade: één onzorgvuldige commerciële vermelding kan vertrouwen van publiek en politiek ondermijnen. Daarom bouwt 1Kempen een 'veiligheidsbuffer' tussen sales en redactie. Adverteerders hebben geen direct contact met journalisten; alle commerciële communicatie loopt via de accountmanager, die de programmatie pas te zien krijgt nadat de hoofdredacteur de inhoudelijke lijn heeft uitgezet. Daarnaast kent de omroep een 'afkoel-periode': een organisatie die onderwerp is geweest van journalistiek onderzoek kan gedurende drie maanden geen commerciële afspraak sluiten. Die regel voorkomt de schijn dat kritische verslaggeving kan worden afgekocht met een advertentie-contract.

Een ander risico is een plotseling dalende gemeentelijke bijdrage, bijvoorbeeld na verkiezingen. Met het meerjarenconvenant is dat gevaar deels afgedekt, maar 1Kempen bouwt ook een weerstandsreserve op. Elk jaar vloeit vijf procent van de commerciële nettowinst in deze buffer, tot een plafond van één maand totale exploitatie. Zodra die buffer is gevuld, kan een deel van de winst worden herbestemd voor innovatieprojecten of freelance-budget, maar nooit voor structurele personeelskosten; die moeten immers gedekt blijven door gegarandeerde publieksmiddelen of langlopende contracten.

De zakelijke paragraaf eindigt in 2027 met een geïntegreerd jaarverslag waarin financiële, maatschappelijke en redactionele resultaten in samenhang worden gepresenteerd. Belangrijk onderdeel is de verklaring van het onafhankelijke accountantspanel dat de reclame- en sponsorinkomsten conform Mediawet zijn geboekt en dat het maximum van tien procent zendtijd niet is overschreden. De verklaring wordt gepubliceerd op de website, samen met de samenvatting van de commerciële KPI's en het publieksbereik. Daarmee maakt 1Kempen zijn financiën zo transparant dat zowel gemeenteraad als burger kan zien hoe elke euro bijdraagt

aan onafhankelijke streekjournalistiek. Dankzij deze tweesporenstrategie – stevige publieke basis, gecontroleerde commerciële neveninkomsten – kan 1Kempen het redactie-appèl tussen 2025 en 2027 met vier fte uitbreiden, nieuwe digitale formats ontwikkelen en het bereik onder jongeren vergroten, zonder in conflict te komen met de strikte reclame- en sponsorregels voor publieke omroepen.

Zodra de streekomroep erin slaagt om na 2027 structureel twintig procent van zijn begroting uit eigen marktactiviteiten te halen, ontstaat bovendien ruimte om economische schommelingen op te vangen en de redactie tegen inflatie te beschermen. Zo levert zakelijke professionalisering niet alleen extra geld op, maar vooral continuïteit van een publieke nieuwsvoorziening waaraan de Kempengemeenten en hun inwoners direct herkenbare waarde ontlelen.