



Vereniging voor  
Experimenteel  
Radio Onderzoek  
in Nederland

Nederlandse sectie van de IARU

Voorstellen VR 2019

## Inhoud

VOORSTEL 1 HB .....	3
VOORSTEL 2 HB .....	4
VOORSTEL 3 HB .....	4
VOORSTEL 4 A32 MEPPEL .....	8
VOORSTEL 5 A67 ASSEN .....	9
VOORSTEL 6 A03 AMERSFOORT .....	11
VOORSTEL 7 A46 ZAA NSTREEK .....	13
VOORSTEL 8 A17 GOUDA.....	14
VOORSTEL 9 A03 AMERSFOORT .....	15
VOORSTEL 10 A37 ROTTERDAM.....	18



## Voorstel 1 HB

**Voorstel:** Het VERON HB stelt voor om de afdeling **54 Etten-Leur** op te heffen.

Bij aanname van dit voorstel moet de afdeling geografisch worden ingedeeld bij de afdeling A07 Breda of A 51 Bergen op Zoom. De onder de afdeling A54 vallende plaatsen worden als volgt nieuw ingedeeld:

Plaats	Indeling		
	A 54 Etten Leur	A07 Breda	A51 Bergen op Zoom
Achtmaal	X	X	
Bosschenhoofd	X	X	
Etten Leur	X	X	
Fijnaart	X		X
Lage Zwaluwe	X	X	
Langeweg	X	X	
Rijsbergen	X	X	
Standaardbuiten	X		X
St. Willebrord	X	X	
Wernhout	X	X	
Zevenbergen	X	X	
Zevenbergsche Hoek	X	X	
Zegge	X	X	
Zundert	X	X	

### Toelichting:

Het aantal bezoekende leden op een afdelingsbijeenkomst is de afgelopen jaren drastisch teruggegaan. Tijdens de laatste huishoudelijke vergadering is het niet mogelijk geweest om een nieuw bestuur samen te stellen. Het zittend bestuur is afgetreden. De lopende zaken worden op dit moment waargenomen door secretaris penningmeester Pascal Breugelmans PA1BR. Het aantal leden bedraagt 9. Het voldoet niet meer aan de statutaire eis dat het ledenaantal tenminste tien moet zijn. Zij zullen conform artikel 14 lid 2 van de statuten zullen worden overgeschreven naar andere afdelingen.



## Voorstel 2 HB

**Voorstel:** In verband met het op de VR van 2018 aangenomen geamendeerde voorstel 2, stelt het HB voor om de wijzigingen/aanvullingen op het AVG-beleidsplan welke tot stand zijn gekomen na de VR van 2018, bij deze vast te stellen. c.q. te bekrachtigen.

**Opmerking:** De afdelingsbesturen beschikken sinds 16-07-2018 over het actuele AVG-beleidsplan.

## Voorstel 3 HB

**Voorstel:** Het VERON HB stelt voor om het blad Electron op een andere wijze onder de aandacht te brengen. Het hoofdbestuur stelt voor om het aangenomen voorstel van de Afdeling 's-Hertogenbosch op de VR in 2018 om te zetten in een meer marketing gerichte campagne genaamd ElectronLine.

### Situatie naar aanleiding van het aannemen van het voorstel van de afdeling A25

Om meer bekendheid te geven aan onze radiohobby stelt afdeling 's Hertogenbosch (A25) tijdens de VR2018 voor om het verenigingsblad Electron gratis zo breed mogelijk te verspreiden. Als voorgestelde oplossing is aangedragen om de Electron van mei en november hiervoor als pdf online beschikbaar te stellen.

### Voortschrijdend inzicht naar aanleiding van de invoering van dit voorstel

Natuurlijk is het een goed plan om amateurradio bij een breder publiek onder de aandacht te brengen. Maar bij het online zetten van een pdf zien we de volgende problemen met het voorstel van A25 om de Electron zo breed mogelijk te verspreiden zoals:

- Alleen personen die bekend zijn met de VERON website kunnen de pdf. Ook het openbaar maken via sociale media leidt niet tot een gewenst resultaat.
- Uit cijfers hebben we geleerd dat in een maand tijd een pdf rond de 300x wordt gedownload. Dat is weinig te noemen en het blijft alleen binnen de kleine groep van leden of radiozendamateurs.
- Op het woord Electron zoeken in een zoekmachine lukt niet omdat Electron een te algemeen zoekwoord is. Vooral de natuurkundige uitleg wat een elektron is komt naar voren maar niet de VERON Electron of een link met amateurradio.



- Met andere zoekwoorden in een zoekmachine komt iemand die niet van deze radio-hobby weet in contact met onze vereniging of hobby.

### **Alternatieve promotie ten aanzien van het bekend maken van het blad Electron**

- Promotie op de sociale media komt niet verder dan de kleine doelgroep die al met amateurradio bekend is, de volgers.
- Pushen op sociale media levert nauwelijks extra downloads op.
- Het is niet mogelijk hierop enige online marketing te bedrijven.
- Behalve het aantal downloads levert een online pdf geen gegevens op waar we als VERON ons voordeel mee kunnen doen.
- Onze radiohobby wordt niet breed verspreid, waardoor onze maatschappij geen kennis kan nemen van de technische hobby, zoals gesteld wordt in het voorstel van A25.

### **Conclusie:**

Om amateurradio te promoten bij een breder publiek is het beschikbaar maken van een pdf (door het op de website te plaatsen) niet meer het geschikte middel. Dat is ook doorgedrongen bij de commerciële markt. Zij bewegen af van het elektronisch beschikbaar maken van enig maandblad via een pdf. Bedrijven/uitgevers geven aan het contact met de leden volledig te zijn verloren. Er zijn betere alternatieven met acceptabele kosten. Het is ook niet mogelijk om op een pdf een brede online marketing te doen. Bovendien hoeft het niet zo te zijn dat de mei of de november editie op dat moment geschikte edities zijn om te promoten.

Als vereniging met concurrerende partijen is het belangrijk om je te onderscheiden van de rest. Een papieren Electron is een echte USP (Unique Selling Point). Alle grote partijen, zowel bedrijven als verenigingen, die begonnen zijn aan een digitale uitgave willen hier inmiddels zo snel mogelijk vanaf. Het kost leden en het binnenhalen van nieuwe leden kost een veelvoud van de contributie.

### **Waarom?**

Omdat zij niet meer uniek zijn. En het contact met hun leden zijn verloren. Een elektronische uitgave lijkt leuk, maar het beeldscherm van een mobieltje is te klein, slechts 11% gebruikt een tablet en lezen op een PC of laptop wordt als onhandig ondervonden. Bovendien is de Electron ongeschikt voor elektronische weergave. Het is er eenvoudig weg niet voor gemaakt. De huidige marketing bij bedrijven toont aan dat het online zetten van een magazine niet veel meerwaarde heeft voor klanten.



### **Oplossing en motivering:**

Als oplossing biedt de PR Commissie de mogelijkheid om de actie “ElectrONline” voort te zetten. Dit in plaats van het beschikbaar maken van een pdf die onmogelijk met acties en promotie is te ondersteunen.

De ElectrONline is een pagina waarop een geheel nummer elektronisch beschikbaar is. Deze wordt per pagina in een hoge resolutie op de website getoond en is per pagina te downloaden. De pagina blijft permanent staan en loopt in elke toekomstige promotie opnieuw mee.

### **Neveneffecten:**

Het integrale document is nog steeds downloadbaar maar wel per pagina. Deze pagina is schaalbaar naar mobiel en tablet. De Electron is elk jaar opnieuw door zowel leden als niet leden in de webshop als cd aan te schaffen, dat weer goed is voor de verenigingskas.

### **Mogelijkheden met ElectrONline**

Met de uitgaven van ElectrONline is het mogelijk om meer marketing gerichte acties in gang te zetten. En een actieve marketing te bedrijven door bijvoorbeeld Google Ads.

De cijfers:

De advertentie via Google Ads voor de ElectrONline is 77.582 getoond en heeft 234 klikken op de advertentie opgeleverd. De pagina is 1.971 keer bekeken, dat 657% boven het publiceren van een pdf ligt. De PR commissie heeft januari 2019 een campagne uitgevoerd op de lid-woorden pagina. Deze promotie heeft 13 dagen gelopen, heeft tussen de 8000 en 17.000 vertoningen per dag opgeleverd met een totaal van 185.192. 347 hebben de lid-woorden pagina en de website bezocht. Daarbij hebben 8 nieuwe leden zich aangemeld, waarvan er 4 via een directe conversie. De totale kosten van deze campagne is € 69,84.

### **Overige promotie**

Door het unieke zoekwoord ElectrONline te gebruiken als #ElectrONline op de sociale media is het mogelijk nog meer uit de promotie te halen. Nu is elke editie van de Electron plotseling promotiemateriaal. Met elk bericht op de sociale media wordt de Electron en onze radiohobby gepromoot omdat meer en meer mensen het blad onder ogen krijgen. Hiermee is een groep ter grote van 200.000 personen te targetten die al affiniteit heeft met de radio. Met elke promotie met #ElectrONline worden onze zoekwoorden beter en worden ook de oude acties opnieuw actief, waardoor er opnieuw op alle ElectrONline pagina's wordt gekeken.



### **Voordelen zijn:**

- Marketing op de pagina mogelijk, zelf per pagina van de online zijde Electron.
- Er wordt een brede groep op basis van zoekwoorden op zoekmachines benaderd.
- 657% meer bekeken dan een pdf download.
- Actie blijft werken ook na de promotie zelf.
- Bij elke promotie opnieuw aandacht voor de Electron
- Met elke Electron die uitkomt opnieuw aandacht voor de promotie.
- Via sociale media op #ElectrONline te promoten, ook met de publicaties die nu gedaan worden. Zoals de aankondiging op de website van wat er in de Electron komt.
- Via alle zoekmachines vindbaar.
- Campagne levert waardevolle marketing gegevens op waardoor targetten op de doelgroep steeds beter wordt. Elke campagne levert Google gegevens aan waarmee zichtbaar is hoe mensen op het internet zoeken. Daar wordt de komende campagne weer op ingezet.
- Campagne breder inzetbaar o.a. voor het werven van leden.
- Webpagina's zijn van #ElectrONline te voorzien waardoor de ranking in de zoekmachine nog hoger wordt. Deze verbeterde ranking heeft als resultaat dat de VERON sneller zichtbaar wordt bij het zoeken naar informatie over amateurradio.

### **Implementatie:**

De PR commissie breidt de (#)ElectrONline actie verder uit en wil niet vast zitten aan een middel. Online marketing tools veranderen en op het moment dat er een beter alternatief is om de hobby te promoten wordt dit actief gedaan. De PR commissie doet deze actie 2x per jaar met een nummer dat zich op dat moment het beste leent voor de publicatie en het meeste uit de marketing actie te halen valt. Het maken van een ElectrONline is veel werk en neemt 2 dagen in beslag, maar daar krijgen we als vereniging en veel voor terug. Het maken van een Google Ads campagne neemt enkele uren in beslag verdeeld over 5 dagen voor het inregelen van de zoekwoorden. Maar door campagnes en voorgaande resultaten te kopiëren gaat dit op termijn steeds sneller.

### **Wat levert het op?**

De campagnes levert een aantal zaken op.

- Het bereik is enorm groot, en dan ook nog bij zoekwoorden die betrekking hebben op amateurradio.
- Levert aantoonbaar nieuwe leden op voor de VERON. Hoewel het niet het doel is van het VR voorstel van A25. Is in een vergelijkbare periode in 2017 het aantal nieuwe leden met



50% gestegen. 30 nieuwe leden hebben zich in deze periode ingeschreven in plaats van 20. Over het gehele jaar is het nieuwe leden aantal gestegen met 8%.

- De aanwezigheid op het internet wordt versterkt. Je moet constant aanwezig zijn op het internet om gezien te worden.
- Google toont de campagnes ook op andere zoekmachines.
- Kosten goed controleerbaar.
- Resultaten van de marketing acties zijn meetbaar via tools als Google Analytics en Google Ads. Door gebruik te maken van de Google resultaten is elke campagne beter af te stemmen op de doelgroep.
- Beter beeld van de doelgroep.
- Doelgroep wordt actief benadert.

**Hoe is de oplossing realiseerbaar: hoeveel ‘manpower’ is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten:**

Deze actie opzetten kost ongeveer 2 mandagen en wordt door de webredactie van de PR commissie uitgevoerd. Een Google Ads campagne is niet gratis en de kosten zijn flexibel instelbaar. Betalingen gaat op basis van klikken op de link en zijn weer afhankelijk van de veiling van de zoekwoorden. Zowel de kosten per dag als de gehele campagne instelbaar. Tot op heden komen we op een ledenwerf kosten van 0,2 x de contributie.

## Voorstel 4 A32 Meppel

**Voorstel:** gratis toegang voor iedereen tijdens de DvdRA

### Probleemomschrijving

Kosten: natuurlijk heeft alles een prijskaartje. Afgelopen jaren zijn veel van de bezoekers: genodigden / commissie leden / gouden spelddraggers / handelaren. Denk dat er maar ca. 2000 betalende bezoekers zijn ! Als we nu besluiten om niet dit jaar maar het volgende jaar de contributie met 1,50 euro te verhogen is het ook kostendekkend. En hebben we ook minder bemanning nodig voor de toegang etc.

De ruimte hoeft niet groter wordt alleen drukker maar dat is zeer goed mogelijk bij de IJsselhallen.

### Voorgestelde oplossing en motivering

Met het aannemen van dit voorstel zetten we de deuren open om kennis te maken met onze hobby in alle facetten. Immers op deze dag zijn alle commissies vertegenwoordigt en ook kunnen ze kennis maken met wat er allemaal mogelijk is bij de verschillende handelaren. Maar we hebben





natuurlijk meer voordelen hiermee doen we ook wat terug naar de genoemde handelaren immers meer publiek verhoogd ook de kans op meer omzet. Als we dit voorstel aannemen dit duidelijk ventileren naar de handel dan zijn we ervan verzekerd dat ook de handelaren staan te dringen voor een kraam.

Duidelijk maken ook aan de scouting welke nu mooi vertegenwoordigd is maar de scouts zelf 12-16 jaar hebben geen budget om ook een entreekaartje te moeten kopen, is toch ook een doelstelling van de Veron gezien de samenwerking, om meer scouts enthousiast te maken voor onze hobby.

### **Toelichting**

Natuurlijk zullen er reacties komen maar ik ga nooit naar de dag van de amateur moet ik dan voor een ander betalen? Wellicht ook eens een reden om zelf te gaan. En als iedereen zo denkt is er straks geen vereniging meer over.

Door dit te doen zet ook de VERON zich positief op de kaart zodat men dan denkt die Veron doet nog eens wat extra daar wil ik wel bij horen. (meer leden!)

Graag dit voorstel aannemen en zo veel mogelijk reclame hier voor maken zodat het ook storm gaat lopen.

**HB:** Het voorstel 4 bestaat uit 2 voorstellen, gratis toegang DvdRA en contributieverhoging. Bij voorstel 5 gaat het om gratis toegang voor uitsluitend VERON-leden. Een onderscheid is in de praktijk nauwelijks te maken. De kosten zullen met ongeveer € 16.000 stijgen zodat de totale kosten voor de vereniging rond de € 32.000 zullen worden. In het verleden is bij een soortgelijk voorstel al geconstateerd dat de leden een sigaar uit eigen doos niet op prijs stellen. De noodzakelijke contributieverhoging zal rond de € 3 worden per lid.

## **Voorstel 5 A67 Assen**

**Voorstel:** Gratis toegang DvdRA voor VERON leden.

### **Probleem omschrijving**

Steeds meer wordt door een aantal VERON leden aangegeven dat men de toegangsprijs ad. € 8,00 en de daarbij komende parkeerkosten ad. € 5,00 te hoog vindt om de DvdRA te bezoeken. Op het parkeerbeleid heeft de VERON weinig invloed, want deze wordt geregeld door de exploitant van de IJsselhallen. (Libéma) Waarom hebben jeugdigen onder de 16 jaar en leden van verdienste wel gratis toegang en leden niet? Deze negatieve opmerkingen worden in vergelijking met lagere toegangsprijzen van andere radiomarkten steeds meer gehoord, en brengen de DvdRA en daarmee de VERON, in een negatieve spiraal.



### **Voorgestelde oplossing en motivering**

*Gratis toegang voor VERON leden op vertoon van lidmaatschapskaart gekoppeld aan een contributieverhoging van € 3,00.*

De DvdRA is bij uitstek geschikt om interesse te kweken en te versterken bij een groot publiek. Middels lezingen over radioamateur relevante onderwerpen, nieuwe technische ontwikkelingen e.d. Door de aanwezigheid van commerciële handelaren, de radio onderdelen markt, zelfbouw projecten en de presentatie van diverse VERON commissies, kunnen mensen met interesse in de radiotechniek hun hart ophalen.

Velen zijn dan ook positief gestemd over de DvdRA in zijn opzet. Een dergelijke manifestatie te organiseren, is een kostbare zaak. Deze kosten worden vergoed door enerzijds de handelaren middels standplaats huur en anderzijds door entreegelden. De DvdRA wordt jaarlijks bezocht door gemiddeld 2.300 (betalende) leden. Dit brengt een inkomst op van € 18.400. Verder zijn er nog ongeveer 300 niet betalende bezoekers.(ereleden en jeugd) Door het wegvallen van de inkomsten van bezoekers (2.300 á € 8,00 = € 18.400) zal het dus ergens anders van bekostigd moeten worden. Door een verhoging van de ledencontributie met € 3,00 (wordt dan € 52,00 /jr.) wordt een extra bedrag van € 19.500 gegenereerd. (6.500 leden á € 3,00)

Door de steeds maar stijgende kosten, en het afnemende ledenaantal, geraken we op een negatief eindresultaat. Willen we de kwaliteit van de VERON waarborgen of aantrekkelijker maken, ontkomen we op termijn niet aan een contributie verhoging. Door de contributie verhoging van € 3,00 per lid heeft deze echter wel gratis toegang tot de DvdRA. Dit levert hem/haar op de DvdRA een voordeel van € 5,00 op. (€ 8,00 minus € 3,00) Van die € 5,00 kan zelfs het parkeergeld worden betaald, zodat hij uiteindelijk toch gratis toegang heeft tot de DvdRA. Door de leden gratis toegang te verstrekken bij de DvdRA zal er een positieve spiraal ontstaan, en zal men (nog) meer gemotiveerd raken om toch (maar eens) de DvdRA te bezoeken. Door de VERON leden gratis toegang te verlenen en de toegangsprijs voor bezoekers laag te houden(€ 5,00) hopen we dat meer leden en niet leden de DvdRA gaan bezoeken, meer mensen enthousiast worden in de radiohobby, wat wellicht zal leiden tot nieuwe leden.

### **Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing**

Aangezien alles om ons heen in prijs verhoogd gaat worden, zal er enig verweer tegen de contributie verhoging kunnen ontstaan, doch dit zal in mindere mate zijn, gelet op de algehele prijsstijgingen.



**Hoe is de oplossing realiseerbaar, hoeveel “manpower” is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten**

De oplossing ligt in het verhogen van de contributie. Voor deze oplossing is geen extra mankracht nodig. Voor kosten en opbrengsten zie **voorgestelde oplossing en motivatie**.

**Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar**

Deze werkzaamheid worden reeds door de Financiële afdeling van de VERON verricht en er is verder geen ondersteuning nodig vanuit de afdeling.

## Voorstel 6 A03 Amersfoort

**Voorstel:** In november 2018 hebben Scouting Nederland en de VERON een samenwerkingsovereenkomst getekend, met als doel de bestaande samenwerking verder te versterken. De getekende overeenkomst staat in het teken van:

- samenwerking bij de JOTA activiteiten,
- het delen van informatie hierover op beide websites,
- het actiever promoten van techniek bij Scouting Nederland,
- het actief onderhouden van operationele contacten tussen de VERON en Scouting Nederland
- Scouting Nederland zal op haar website vermelden dat de VERON een van haar partners is.
- Scouting Nederland stelt een kwalificatie teken ter beschikking voor scouts die zendamateur zijn geworden.

Vanuit de uitgesproken gewenste versterking wordt aan de VR gevraagd om in te stemmen met het voorstel om het HB van de VERON opdracht te geven om haar contacten binnen de IARU en met het Agentschap Telecom in te zetten om het mogelijk te maken dat Scoutinggroepen de beschikking kunnen krijgen over eigen roepletters (d.w.z. ‘clubcall’).

### Probleem omschrijving

Het doel van Scouting Nederland is primair “het bevorderen van het spel van Scouting in Nederland op grondslag van de ideeën van Lord Baden-Powell om daarmee een plezierige beleving van de vrije tijd te bieden aan meisjes en jongens, waardoor een bijdrage wordt geleverd aan de vorming van de persoonlijkheid.” Een jaarlijks terugkerend onderdeel binnen scouting Neder-



land is deelname aan het internationale Jota-Joti evenement. Vanwege het terugkerende karakter is het wenselijk dat scoutinggroepen, voor hun herkenbaarheid, gebruik kunnen maken van eigen (herkenbare) roepletters.

Verenigingen, stichtingen en onderwijsinstellingen kunnen bij het Agentschap Telecom inloggegevens voor het gebruikersregister aanvragen. Voor het kunnen aanvragen stelt Agentschap Telecom dat indien er sprake is van een vereniging (zoals dit bij Scouting Nederland het geval is) er sprake moet zijn van "... een rechtspersoonlijkheid bezittende vereniging van radiozendamateurs waarvan het ledental en de samenstelling voldoende representatief zijn voor de door de vereniging te behartigen belangen ten behoeve van de amateurdienst."

Omdat Scouting Nederland (en de aangesloten scoutinggroepen) zich niet primair richten op het behartigen van belangen van de amateurdienst, is het aanvragen van een eigen verenigingscall voor scouting groepen op dit moment niet mogelijk. Dit leidt tot een aantal problemen:

- Groepen zijn niet herkenbaar voor andere deelnemers aan Jota-Joti tenzij jaarlijks een overzicht verspreid wordt onder welke persoonlijke roepletters van een amateur in dat specifieke jaar gewerkt zal worden.
- Omdat jaarlijks sprake is van diversiteit van de amateurs die Jota-Joti ondersteunen met hun eigen persoonlijke roepletters én het aantal verbindingen beperkt is, is het laten produceren van call/J QSL-kaarten economisch onaantrekkelijk.

### **Voorgestelde oplossing en motivering**

Aan de VR wordt voorgesteld wordt in te stemmen met het voorstel om het HB van de VERON, vanuit de aangegane samenwerking met Scouting Nederland, zich te laten inzetten op nationaal en internationaal niveau, om het mogelijk te maken dat scoutinggroepen de beschikking kunnen krijgen over eigen roepletters, zonder dat daaraan de verplichting hangt dat in de statuten expliciet moet zijn opgenomen dat de (scouting-)vereniging ten doel heeft de belangen van de amateurdienst te behartigen.

### **Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing**

Wij voorzien een aantal positieve effecten als het voorstel wordt aangenomen: binnen Scoutinggroepen kan het radiozendamateurisme een belangrijker onderdeel van de activiteiten worden. Enerzijds omdat de groepen trots hun eigen roepletters kunnen gebruiken (*dat geeft een vaste binding met de amateurdienst*).

Anderzijds maakt deze aanpassing het mogelijk dat groepen ook buiten de Jota-Joti met de radiohobby actief kunnen zijn. Onder voorwaarde dat er een geregistreerde zendamateur aanwezig is bij de uitzendingen, kunnen scouts immer hiermee het hele jaar activiteiten met hun eigen roepletters ondernemen. Hiermee geven we ook invulling aan de wens van de overheid om meer jongeren iets met techniek te laten doen.



### **Hoe is de oplossing realiseerbaar: hoeveel ‘manpower’ is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten**

Het realiseren van dit voorstel begint in onze ogen met het bespreekbaar maken van deze gewenste ontwikkeling op het niveau van de IARU en het Agentschap Telecom door diegenen die bij deze partijen aan tafel zitten. Dat zijn binnen onze vereniging vooral de leden van ons HB.

Het lobbyen op dit onderwerp past in onze ogen binnen de reguliere lobby-werkzaamheden die plaatsvinden.

### **Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar**

Zie voorgaande beantwoording. Deze werkzaamheden kunnen uitsluitend uitgevoerd worden door diegenen die aanwezig zijn bij de overleggen, in casu de leden van het Hoofdbestuur. Wellicht dat vanuit het netwerk van Scouting Nederland ondersteuning kan plaatsvinden.

## **Voorstel 7 A46 Zaanstreek**

**Voorstel:** De afdeling Zaanstreek, A46 vraagt het HB een universele procedure te publiceren voor de afdelingen om het mogelijk te maken op eenvoudige en gestructureerde wijze te kunnen overstappen naar de Regiobank. Dit om de toenemende kosten die verbonden zijn aan de bestaande bankrekening te beperken.

### **Probleem omschrijving**

Er is onderzoek gedaan naar een goedkopere bankrekening, omdat de huidige kosten bij banken zoals de ING hoog zijn voor een afdeling van de VERON. Deze kosten drukken behoorlijk op de begroting van de afdeling. Het is een relatief groot bedrag voor weinig transacties. Het blijkt dat de Regiobank de laagste kosten heeft, maar het overstappen blijkt niet eenvoudig te zijn. Dit, omdat wij als afdeling geen zelfstandige vereniging zijn. Op dit moment moeten de afdelingen op eigen initiatief het HB en/of andere afdelingen die al overgestapt zijn, hulp vragen voor het volgen van de juiste stappen.

### **Voorgestelde oplossing en motivering**

Een universele procedure, waardoor de afdelingen niet meer op individuele wijze overal informatie bij het HB en/of de andere afdelingen hoeven te verzamelen, zodat iedereen de juiste procedure volgt en de overstap soepel verloopt.



**Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing:**

Geen.

**Hoe is de oplossing realiseerbaar: hoeveel “manpower” is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten:**

De oplossing is realiseerbaar door het maken van een universele procedure door het HB, eventueel met hulp van een afdeling die al overgestapt is. Er zijn geen kosten aan verbonden en de opbrengsten die dit met zich meebrengt komen ten goede aan de afdelingen.

**Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar:**

Het HB, eventueel met hulp van een afdeling die al overgestapt is. Het afdelingsbestuur van de afdeling Zaanstreek kan altijd helpen.

**HB:** *In voorkomende gevallen geeft het HB en de algemeen penningmeester individuele ondersteuning.*

## Voorstel 8 A17 Gouda

**Voorstel:** De vertegenwoordiging van de VERON in het Amateur Overleg verzoekt het AT om het bandplan voor de 30M amateurband te harmoniseren met de toewijzing voor IARU Regio 1. Dit betekent dat het huidige segment voor Digi-modus wordt vergroot met 10 kHz naar 10.130 MHz – 10.150 MHz.

### Probleemomschrijving

In Nederland mogen zendamateurs met een F licentie volgens “de regeling gebruik frequentieruimte met meldingsplicht” van het Ministerie van Economische Zaken niet met Digi-modes zoals FT-8 en WSPR op de daarvoor gebruikelijke frequenties 10.136 MHz en 10.1387 MHz uitzenden. Volgens deze regeling mogen zij alleen in het segment 10.140 MHz – 10.150 MHz met deze Digi-modes uitzenden.

### Voorgestelde oplossing en motivering

Digi-modus op de 30M amateurband toestaan in het segment van 10.130 MHz – 10.150 MHz. 10 MHz is juist een aangewezen band voor het uitzenden van Digi-modus en het doen van propagatie onderzoek.



Bijlagen: “de regeling gebruik frequentieruimte met meldingsplicht” <https://wetten.Overheid.nl/BWBR0036375/2017-04-01#Bijlagen>

10,14	–	10,15	s	Data, bandbreedte max, 500 Hz.
-------	---	-------	---	-----------------------------------

Het IARU regio 1 Bandplan <https://www.iau-r1.org/index.php/spectrum-and-band-plans/hf>

10 130 – 10 150	500	Narrow band modes – digimodes
-----------------	-----	-------------------------------

### **Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing**

Meer activiteit door Nederlandse zendamateurs op de 30M amateurband en meer DX mogelijkheden.

### **Hoe is de oplossing realiseerbaar: hoeveel ‘manpower’ is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten**

Het op de agenda zetten door de VERON vertegenwoordiging in het Amateuroverleg met Agentschap Telecom.

### **Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar**

n.v.t.

## **Voorstel 9 A03 Amersfoort**

### **Voorstel:**

De VERON heeft als één van haar concrete doelen: *“Uitwisselen van kennis en het opleiden van radiozendamateurs door het geven van lezingen en cursussen”*. De vereniging doet dit onder andere door het uitgeven van cursusmateriaal in boekvorm. Daarnaast worden er door een aantal afdelingen cursussen gegeven.

Het gebruik van ict is vandaag de dag belangrijk geworden in het leven, het werken én het leren van mensen. Onderzoek van de Radboud Universiteit heeft aangetoond dat cursisten tot hogere leeropbrengsten, verbeterde motivatie en meer plezier bij het leren komen, als er binnen een opleiding gebruik gemaakt wordt van ict en digitaal leer materiaal, zoals bijvoorbeeld filmpjes waarin de leerstof wordt gevisualiseerd.

### Onze stelling:

**Het zorgen voor een opleiding, op een wijze die aansluit bij de huidige tijd, is belangrijk voor de toekomst van onze radiohobby.**



Zonder aansprekende opleidingsmogelijkheden zullen steeds minder mensen geneigd zijn om te starten met de opleiding of deze af te ronden. Daarom is het noodzakelijk dat de VERON zich gaat inspannen om meer gebruik te maken van de mogelijkheden die ict biedt voor het geven van opleidingen en cursussen.

In dit voorstel vragen we daarom de leden van de VR om het onderwerp “Opleidingen” nadrukkelijker op de bestuursagenda van onze vereniging te krijgen door het opstellen van een toekomstvisie “Opleiden 2.0”.

### **Probleem omschrijving**

De huidige wijze waarop onze vereniging zorgdraagt voor opleidingen (via *papieren leerboeken en cursussen waar men fysiek aanwezig moet zijn*) past steeds minder bij deze tijd: in de huidige gedigitaliseerde maatschappij zijn mensen veel meer gericht op communicatie in beelden en voeren mensen meer zelf de regie over welke informatie ze op welk moment en waar tot zich nemen.

Fait is dat er steeds minder afdelingen zijn die cursussen organiseren. Enerzijds omdat ‘docenten’ stoppen en er geen vervanging beschikbaar is, anderzijds omdat steeds meer cursisten zich niet willen of kunnen vastleggen voor een vaste cursusavond, maar flexibel willen zijn in het moment waarop ze kunnen studeren.

Omdat wij onszelf een rol toedichten in het opleiden van radiozendamateurs, moeten we mee veranderen. Doen we dat niet, dan kunnen wij onze rol als opleider op termijn niet langer vervullen.

Willen we als vereniging niet mee met de verandering, dan moeten we ook eerlijk naar onszelf zijn en de doelstelling “*Uitwisselen van kennis en het opleiden van radiozendamateurs*” uit ons takenpakket halen.

Online leeromgevingen zoals DLZA en IWAB zijn geen vervanging voor de opleiding tot zendamateur: deze initiatieven zijn vooral gericht op examentraining door het oefenen van oude examens. De scope van deze leeromgevingen is dan ook (te) beperkt om mensen op te leiden tot ‘volwaardig’ radiozendamateur.

### **Voorgestelde oplossing en motivering**

Bij de opleiding tot radiozendamateur moet veel meer gebruik gemaakt worden van visuele middelen, zoals online filmpjes. En door het aanbieden van een online leeromgeving kan invulling gegeven worden aan de veel gehoorde wens van cursisten om in eigen tempo en op het zelf gewenste moment te kunnen studeren.

Wij beseffen dat deze wijzigingen in de manier van opleiden niet van de een op de andere dag





gerealiseerd zullen zijn. Daarom vragen wij aan de leden van de VR om aan het HB op te dragen om een visiedocument “Opleiden 2.0” op te stellen en deze in de VR van 2020 te bespreken.

In deze toekomstvisie dient in ieder geval terug te komen:

- welke initiatieven de VERON wil nemen om vanuit haar doel “opleiden van radiozendamateurs” een betere aansluiting te krijgen met hoe vandaag de dag cursisten willen leren;
- een plan van aanpak hoe de initiatieven gerealiseerd kunnen worden;
- een concrete planning waarbinnen deze initiatieven gerealiseerd kunnen worden;
- een inschatting van het benodigde budget om te komen tot modernisering van de opleiding.

Tijdens de VR 2020 kan de VR dan een besluit nemen over de voorgestelde maatregelen die er toe moeten leiden dat de vereniging ook in de toekomst haar doel “opleiden van radiozendamateurs” kan blijven uitvoeren.

### **Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing**

De lesstof aanbieden op een eigentijdse manier en die beschikbaar te maken op de momenten dat het een cursist uitkomt om te gaan studeren, zal leiden tot hogere leeropbrengsten, verbeterde motivatie en meer plezier bij het leren. Dit zal uiteindelijk leiden tot meer deelnemers aan de opleiding en daarmee tot meer radiozendamateurs.

### **Hoe is de oplossing realiseerbaar: hoeveel ‘manpower’ is er nodig en wat zijn de te verwachten kosten en opbrengsten**

In dit voorstel wordt gevraagd om een toekomstvisiedocument uit te werken. Onze inschatting is dat voor het opstellen van een visie (maximaal) vier ‘expertsessies’ van 3 uur nodig zijn en (maximaal) 8 uur voor het op papier zetten van wat in deze expertsessies is bedacht.

Het op deze manier opgestelde document leidt dan tot een in de VR 2020 te bespreken document, zodat de VR zich kan uitspreken over de gewenste richting voor de vereniging m.b.t. opleiden.

### **Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar**

Omdat er vanuit meerdere invalshoeken gekeken moet worden naar dit onderwerp, is het verstandig om leden uit een aantal bestaande commissies en werkgroepen, onder coördinatie van een HB-lid, te laten participeren in de expertsessies. In onze ogen gaat het hierbij om afgevaardigden uit de onderstaande commissies:

- Commissie Opleiding Zendexamens (COZ)
- ICT-Commissie (VIC)
- Jeugd en Jongerencommissie



Concrete ideeën die er binnen de afdeling Amersfoort zijn over hoe de opleiding verbeterd kan worden, stellen wij graag aan de experts beschikbaar als input.

## Voorstel 10 A37 Rotterdam

**Voorstel:** Het JOTA weekend zou zoveel mogelijk ontzien moet worden van contest activiteiten. Helaas is het ook dit jaar niet het geval en vragen we de VERON zijn invloed uit te oefenen.

**Probleemomschrijving:** In het komende JOTA weekend, dit jaar op 19 en 20 oktober, wordt er door de DARC een contest gepland, het afgelopen jaar was dit ook al het geval. Een DARC contest zit de JOTA stations in de weg. De overmacht van de vele Duitse amateurs veroorzaakt een situatie dat een aantal Nederlandse JOTA stations maar de ruimte moet zien te vinden er tussen door te komen. De JOTA is belangrijk voor radiozendamateurisme omdat we er potentiële leden mee kunnen werven. Zorg er dan ook voor dan het op een goede manier verloopt.

**Voorgestelde oplossing en motivatie:** Er zijn een aantal contests per jaar en de VERON heeft er al invloed op. Dit voorstel vraagt specifiek dat de VERON zich ook gaat bemoeien met de JOTA. Het VERON HB kan bv. aan de DARC vragen om er goed op te letten dat het bandplan op de 80 meter gerespecteerd wordt, en dus om de contest vrije zones te respecteren. In de praktijk blijkt dit een wassen neus, de contesters zitten overal. Beter zou zijn dat de VERON zijn invloed uitoefent op de DARC om de 80m band te ontzien tijdens het DARC contest in het weekend van de JOTA. De 2 meter is ook een band die veel gebruikt wordt, hier hoeven eigenlijk geen afspraken gemaakt te worden tijdens de JOTA. Het zou al mooi zijn als de Zaterdag b.v. aan de JOTA toegevoegd wordt.

**Welke neveneffecten zijn te verwachten van die oplossing:** Dit gaat afhangen van de opstelling van de DARC. Het neveneffect kan een verandering in de contest agenda zijn.

**Hoe is de oplossing realiseerbaar, hoeveel manpower is er nodig en wat zijn de verwachte kosten en opbrengsten:** Dit voorstel komt neer op het schrijven van bijvoorbeeld een of meer brieven, dan wel niet het onderwerp te bespreken met betrokkenen. De activiteit kan waarschijnlijk zonder enige noemenswaardige kosten, anders dan de gebruikelijk secretariale kosten, uitgevoerd worden.

**Wie gaat de noodzakelijke werkzaamheden verrichten, stelt de afdeling daarvoor menskracht beschikbaar?** Dit voorstel vraagt aan de secretaris van het HB van de VERON, dan wel niet de voorzitter van een commissie aan wie de taak gedelegeerd is, een brief te schrijven, een e-mail



te sturen, etc. Het is beter dat het HB dit doet, het kan verwacht worden dat een landelijke vereniging meer invloed heeft dan dat een lokale afdeling of een individu dit voorstel op zich neemt.





samen  
maken  
wij  
er  
wat  
moois  
van