

WEEFF

Samen in West-Friesland



Missie, doel, visie en programma

2023



Versie 15 november 2022
Jan de Jong en Erik Bout



Goedgekeurd op vergadering PBO dd 28 november 2022 // 15.30

- WEEFF MISSIE

- WEEFF DOEL

- WEEFF PROGRAMMA

Kader voor het programma-aanbod

Uit te werken formats

- RANDVOORWAARDEN

- WEEFF VISIE

BIJLAGE 1: WEEFF SMART DOELSTELLINGEN 2022-2023

BIJLAGE 2: ANTWOORDEN OP GESTELDE VRAGEN

BIJLAGE 3: BEGROTING 2023

BIJLAGE 4: PROGRAMMERING 2022

WEEFF is een betrouwbaar multimedia platform voor en door bewoners van West-Friesland

Betrouwbaar

Met als kernwaarden: WEEFF is (journalistiek) integer en onafhankelijk.

Multimedia

WEEFF biedt een relevant, volledig, goed toegankelijk aanbod op alle kanalen. Debewoners van West-Friesland kunnen kiezen; altijd en overal.

Radio

Programmering 2022: **zie bijlage > bedoeld als voorzet 2023**

› Verbetering van content door toevoeging van meer nieuws en informatie.

Online

Website en Socials (Facebook en Instagram).

- › Interactief; dus ook de mogelijkheid om te reageren en nieuws te delen.
- › Op de website worden podcasts aangeboden.

Televisie

› Optimaliseren van de mogelijkheden.

Platform

Voor nieuws, informatie, verpozing (entertainment).

Voor

Alle inwoners en groepen van inwoners (verenigingen, organisaties, instellingen, overheden, groepen, enz.) van West-Friesland.

Door

WEEFF is een hybride organisatie die voornamelijk/grotendeels wordt bemenst door vrijwilligers. Dit met de aantekening dat WEEFF vrijwilligers medewerkers of makers noemt.

WEEFF-makers zijn stads- en streekreporters, radiomakers, bloggers, podcastmakers, technici, vlogjo's, productiemedewerkers, verslaggevers, fotografen, tektschrijvers, regisseurs, etc. Ze zijn goed geïnstrueerd en opgeleid. Ze zijn op de hoogte van de WEEFF uitgangspunten van (journalistieke) integriteit. Makers kunnen groeien binnen WEEFF, maar WEEFF biedt ook kansen om te kunnen doorstromen naar andere (grotere) organisaties. WEEFF-makers worden ondersteund door (enkele) professionals om continuïteit en kwaliteit te borgen.

WEEFF werkt nauw samen met inwoners en groepen van inwoners en is zowel actief als reactief.

WEEFF werkt redactioneel samen met NH-Media.

WEEFF faciliteert lokaal goed ingevoerde programmamakers en nieuwtjesjagers die als eenmans-team te werk gaan en een eigen, simpele uitrusting bedienen. Dit soort programmamakers moet (heel) flexibel en snel (kunnen) werken. Ze zijn initiatiefrijk, gaan zelf op pad en zijn actief (ze wachten niet tot het nieuws naar hen toe komt).

- › Vlogjo's > journalistieke vloggers
- › Camjo's > journalisten met videocamera.
- › Mojo's > journalisten met mobiele telefoon.

Dit soort reportages wordt pas gepubliceerd op/in de diverse platforms na een kwaliteitscheck door de relevante eindredacteur. Voor alle producten van WEEFF geldt het 'vier ogen principe'.

West-Friesland

WEEFF is DE streekomroep voor West-Friesland.

WEEFF brengt de nieuwtjes van de straten, buurten, wijken, dorpen en steden van West-Friesland op al haar platforms

Content

Accent op.

Bondig geformuleerde, nieuwswaardige items en 'burgerjournalistiek'. Nieuws en informatie van 'onderop', dicht bij de mensen. De informatie en de journalistieke content van WEEFF voldoet aan de criteria van 5WH (Wie, Wat, Waar, Wanneer, Waarom, Hoe) & KISS (Keep it stupid simple).

Actief.

Zie ook hiervoor 'actieve nieuwsgaring'. Wat betreft nieuws en informatie werkt WEEFF met nieuwtjesjagers die er op uit gaan. Voor die doelstelling werft en onderhoudt WEEFF goede banden met contactpersonen (bronnen), reporters en correspondenten uit diverse lagen van de bevolking; uit bestuur en politiek, verenigingen, culturele centra, ouderenbonden, clubs, sociale initiatieven, 'intrinsieke' economie (bijvoorbeeld: niet vertegenwoordiger Syngenta > maar zaadveredeling). WEEFF biedt deze reporters en correspondenten toegang tot haar platforms.

In dit kader wil WEEFF tevens een tweezijdig communicatiekanaal zijn.

Een gegeven dat, bijvoorbeeld, tot uitdrukking moet komen in het aanbieden van Ombudsjournalistiek en het vervullen van een rol tussen bewoners, organisaties en de diverse besturen in West-Friesland.

De diepte in?

De langere items en onderzoeksjournalistiek vallen onder verantwoordelijkheid van de redactionele samenwerking met NH-Media.

› De grondgedachte van deze samenwerkingen is dat zij leidt tot kennisuitwisseling, innovatie en kwalitatieve verbetering van de programma's van WEEFF en versterking van de positie van de samenwerkingspartners als media-aanbieder in West-Friesland.

› Het specifieke doel van de samenwerking is om elkaar op redactioneel niveau te versterken en (waar mogelijk) synergievoordelen te behalen.

› De criteria van het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) en de norm voor het aan te bieden percentage van programma's van informatieve, culturele en educatieve aard (ICE-norm) vormen het redactionele kader van deze samenwerking.

- Hierin stuurt NH haar eigen mensen aan.
- WEEFF/NH stuurt gedetacheerde NOS- mensen inhoudelijk aan.

› In het WEEFF/NH samenwerkingsverband werken medewerkers van twee uitdrukkelijk onafhankelijke organisaties met elkaar samen in groepsverband, maar zij vormen niet één organisatie: ze blijven onderdeel uitmaken van de eigen organisatie.

› Het WEEFF/NH samenwerkingsverband heeft een duidelijke, herkenbare, eigen identiteit die het samenwerkingsverband recht doet en zich – ondermeer – manifesteert in een gecombineerd WEEFF/NH logo op plopappen en kleding.

Opleiden van makers en correspondenten

Middels scholing, cursussen, coaching, stages / ook ism NH-Media

Kandidaten worden klaargestoomd om bij WEEFF als maker aan de slag te gaan. De intake van makers is gericht op inclusiviteit en diversiteit, jong en oud en is laagdrempelig. Met haar opleidingen borgt WEEFF tevens de kwaliteit en integriteit van haar makers.

Kansen.

Bij WEEFF kan je snel beginnen en kan je doorgroeien binnen de eigen organisatie, maar kan je ook doorstromen naar andere, professionele mediaorganisaties.

Diversiteitsplan.

Bewoners van West-Friesland moeten zich vertegenwoordigd voelen door WEEFF. Daarom moet WEEFF intern ook pluriform zijn. Ook wat betreft makers en correspondenten dient de diversiteit aan gemeenschappen binnen ons verzorgingsgebied vertegenwoordigd te zijn. Dat is nu beperkt het geval, vooral als het gaat om culturele achtergrond. In 2023 zal WEEFF hiertoe een plan formuleren en implementeren.

› De criteria van het Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) en de norm voor het aan te bieden percentage van programma's van informatieve, culturele en educatieve aard (ICE-norm) vormen het redactionele kader van deze samenwerking.

- Hierin stuurt NH haar eigen mensen aan.
- WEEFF/NH stuurt gedetacheerde NOS- mensen inhoudelijk aan.

› In het WEEFF/NH samenwerkingsverband werken medewerkers van twee uitdrukkelijk onafhankelijke organisaties met elkaar samen in groepsverband, maar zij vormen niet één organisatie: ze blijven onderdeel uitmaken van de eigen organisatie.

› Het WEEFF/NH samenwerkingsverband heeft een duidelijke, herkenbare, eigen identiteit die het samenwerkingsverband recht doet en zich – ondermeer – manifesteert in een gecombineerd WEEFF/NH logo op plopkappen en kleding.

Opleiden van makers en correspondenten

Middels scholing, cursussen, coaching, stages / ook ism NH-Media

Kandidaten worden klaargestoomd om bij WEEFF als maker aan de slag te gaan. De intake van makers is gericht op inclusiviteit en diversiteit, jong en oud en is laagdrempelig. Met haar opleidingen borgt WEEFF tevens de kwaliteit en integriteit van haar makers.

Kansen.

Bij WEEFF kan je snel beginnen en kan je doorgroeien binnen de eigen organisatie, maar kan je ook doorstromen naar andere, professionele mediaorganisaties.

Diversiteitsplan.

Bewoners van West-Friesland moeten zich vertegenwoordigd voelen door WEEFF. Daarom moet WEEFF intern ook pluriform zijn. Ook wat betreft makers en correspondenten dient de diversiteit aan gemeenschappen binnen ons verzorgingsgebied vertegenwoordigd te zijn. Dat is nu beperkt het geval, vooral als het gaat om culturele achtergrond. In 2023 zal WEEFF hiertoe een plan formuleren en implementeren.

Programma's op

Radio.

Momenteel de belangrijkste activiteit met meer dan 40 makers. Entertainment, nieuws, informatie, sport, cultureel erfgoed en interviews.

Online.

Website: <https://weeff.nl>

Doelgroepen

Algemeen

WEEFF heeft nog geen specifiek doelgroepenbeleid. Makers maken hun programma's omdat vanuit hun eigen gevoel van relevantie voor het brengen van inhoud. Daarbij houden zij zich wel aan de ICE en LTMA normen.

Maar doelgroepdenken – zelfs niet in de meest elementaire zin (bijvoorbeeld leeftijd) – is op het moment van schrijven nog geen onderwerp van eigen onderzoek en dientengevolge ook nog geen sturende invloed op het genereren van content. Volgens planning zal eigen onderzoek in de loop van 2023 kunnen plaatsvinden als onderdeel van een marketingplan.

Wel kan uit onderzoek¹ in opdracht van de NLPO een aantal conclusies - deels in afwijking van ander onderzoek (zoals dat van I. Costera-Meijer, zie blz. 8, onderaan) - kunnen worden getrokken die in grove lijnen ook op WEEFF van toepassing zijn:

- Van de Nederlanders van 18 jaar en ouder heeft **34%** de afgelopen 7 dagen gebruik gemaakt van een lokale omroep in hun natuurlijke habitat. Dit kan de onderzochte omroep zijn, maar ook een nabijgelegen lokale omroep.

- De gemiddelde cijfers van de 6 onderzochte omroepen zijn:

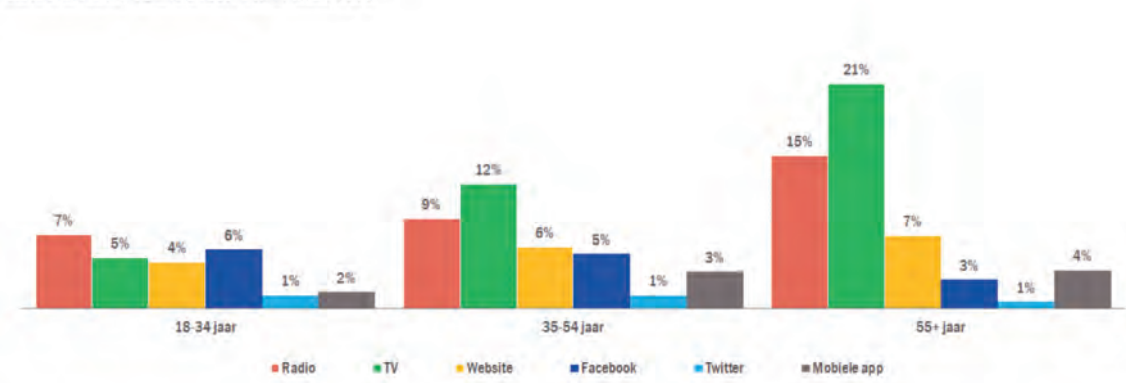
Medium	Jaarbereik	Week	Dagbereik
Overall	42%	25%	14%
Televisie	29%	15%	8%
Radio	24%	11%	6%
Internet	12%	6%	3%

- De cijfers variëren per omroep. Een van de onderzochte lokale omroepen behaalt zelfs een weekbereik van 50%.

Bron: Inzicht in bereik en beleving van de lokale omroep in Nederland, Januari 2019

De website is het grootste online bereiksmiddeel voor alle onderzochte lokale omroepen. Het gemiddeld online dagbereik blijft nog achter ten opzichte van radio en tv.

GEAGGREGEERD WEEKBEREIK NAAR LEEFTIJD



Bron: Inzicht in bereik en beleving van de lokale omroep in Nederland, Januari 2019

Motieven om de omroep te gebruiken

- De jongste doelgroep gebruikt de lokale omroep met name voor informatie over de sportactiviteiten in de buurt en omdat de inhoud in de streektaal is. Daarnaast speelt de mogelijkheid om te participeren (bijdragen/meedoen/reageren) een rol.
- Lokaal nieuws is het belangrijkste motief bij de oudere doelgroep. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek.

	18-34 JAAR	35-54 JAAR	55+ JAAR
prettige muziek		++	+
voorziet mij van landelijk nieuws			
voorziet mij van nieuws uit mijn regio		++	
informeert mij over wat er te doen is in mijn regio		+++	+++
informeert mij over sportactiviteiten in mijn regio	+++		
informeert mij over de lokale politiek		++	+++
voorziet mij van achtergronden bij het nieuws			
gebruik ik uit gewoonte	++	++	
gebruik ik omdat de inhoud in mijn (streek)taal is	+++		
voorziet mij van relevante reclame		--	
gebruik ik om aansluiting te vinden/ omdat het bij me past	++		
gebruik ik omdat zelf kan bijdragen/meedoen/reageren	++		

Bron: Inzicht in bereik en beleving van de lokale omroep in Nederland, Januari 2019

Uit deze statistieken kan worden afgeleid dat in het (nationaal) algemeen geldt:

- › Gebruikers van de lokale omroep zijn vaker man, ouder en lager opgeleid;
- › De behoefte aan informatie is de grootste drijfveer om de lokale omroep te gebruiken;
- › Maar ook ontspanning en gezelligheid spelen een belangrijke rol;
- › In het algemeen geldt dat TV is het meest dominant is (bij WEEFF is dat niet het geval);
- › De jongste doelgroep gebruikt de lokale omroep met name voor informatie over de sportactiviteiten in de buurt;
- › De mogelijkheid om te participeren (bijdragen/meedoen/reageren) speelt een rol;
- › Bij de oudere doelgroep speelt lokaal nieuws de belangrijkste rol. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek;

Daarbij blijkt uit onderzoek van Irene Costera Meijer dat bewoners grote behoefte hebben aan "realistische verhalen uit de wijk. Zij willen hun wijk en de bewoners ervan, inclusief de problemen die er spelen, herkennen in de berichtgeving".

Volgens Costera Meijer zijn lokale media bij uitstek geschikt om “diverse leefstijlen, alledaagse rituelen en routines en culturele waarden van wijkbewoners in beeld te brengen en te duiden”.

Zoals ook blijkt uit dit document, wordt bij WEEFF sterk vanuit de eigen perceptie van functie, doel, visie en missie gedacht, dus meer vanuit de rol die WEEFF wil vervullen. Vanuit die rol – en de eerder genoemde tweezijdigheid, wil WEEFF dat bewoners - vanuit alle platforms - toegankelijke informatie ‘krijgen’ maar ook ‘brengen’, waardoor burgers, organisaties, beleidsmakers en bedrijven kunnen beoordelen ‘wat er leeft’, maar ook hoe de impact van hun handelen en beleid wordt ervaren.

Een belangrijke doelgroep voor WEEFF is dan ook de groep bewoners die hun omgeving wil begrijpen, maar ook willen dat die omgeving hén begrijpt.

WEEFF richt zich op journalistiek en informatie, op sport en entertainment, op cultuur, op levensbeschouwing en op (maatschappelijke) participatie.

Pay of

Samen in West-Friesland

Programma

Na kaderstelling (zie blz. 13: gevraagd aan PBO) interactief te bepalen met input van:

- › Hoofredacteur
- › Eindredacteurs
- › Redactieraad
- › Bestuurslid Mediazaken Jan de Jong

KADER

Journalistiek

WEEFF bericht over wat de mensen bezighoudt. Wat raakt ze? Wat zijn de nieuwtjes van het dorpsplein? Maar ook; wat stelt mensen in staat om te participeren in maatschappij en democratie.

- › Nu 5 nieuwsberichten per dag. Streven naar 15 nieuwsberichten per dag.

Soorten journalistiek

WEEFF nieuwsbericht: kort, actueel artikel. Het is informatief en bevat feiten. Het is opgebouwd volgens de 5WH-elementen: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe. Het bericht kort en gesteld in de tegenwoordige tijd.

WEEFF Achtergrond- en context: langer item dat één of meerdere perspectieven op het nieuws benadrukt. Ook Interview / vraaggesprek / groepsgesprek. Ook Opinieartikel / commentaar (betoon waarin stelling wordt genomen). Ook column (WEEFF commentaar op een actueel onderwerp).

Informatie

Informatie. Aankondigingen over wat er te doen is in West-Friesland. Cultuur, clubs, verenigingen, etc.

Entertainment

- › Radioprogramma's met muziek.

UIT TE WERKEN FORMATS

- › (Interactief) uit te werken formats voor 2023
- › Presentatieformat nieuwsberichten tijdens radioprogramma's (KISS: keep it stupid simple).
- › Goede instructies/handleidingen voor makers. Ook presentatieformat voor socials en een eenduidig format 'hardcore' journalistiek
- › Meer Vlogjo / Mojo / Camjo.
- › Meer aanwezigheid in West-Friesland. Bijvoorbeeld met het 7 Pleinenplan (roulerend, iedere zaterdag, 2 uur live radio van één van de West-Friese pleinen).
- › Meer burgerjournalistiek (stads- en buurtreporters en actieve werving van reporters en correspondenten vanuit culturele centra, bejaardentehuizen, clubs & verenigingen, sociale initiatieven, etc.
- › Meer 'verhalende journalistiek': Verhalen bekijken. WEEFF wil verhalende journalistiek bevorderen, zowel voor de radio, online als televisie.
- › Nadere uitwerking 'op pad / nieuwtjesjagers' > uitwerking inspiratiepilot door samenwerkingsverband WEEFF / NH Media.
- › Uitwerken 'Nico's historische verhalentafel'. Audioverhalen uit de archieven van West-Friesland.
- › Aandacht voor gezondheid en gezonde voeding.

Onderwerpen 2023²

1. Natuur en Milieu
2. Veiligheid
3. Geschiedenis
4. Kwaliteit van de zorg
5. Verkeer
6. Actuele evenementenagenda
7. Economie en werkgelegenheid
8. Wonen
9. Top en amateursport
10. Kwaliteit van onderwijs

► Specifieke aandacht voor 'Politiek en Bestuur' zit in al deze onderwerpen besloten

- › Correspondentennetwerk. Samenwerking met De Andijker, De Streker, etc.
- › Vrijwilligerspunt West-Friesland. Die komen elke maandag in de radiuitzending 'Maandagavondshow'. Daarbij wordt een vacature uitgelicht en uitgediept.
- › Pact van West-Friesland
Inhoudelijk aansluiting zoeken bij de gemeentelijk verantwoordelijken, bedrijven en organisaties die het pact inhoud geven. Dat kan zeer gericht door aandacht te geven aan de ontwikkelingen binnen de zes belangrijkste thema's van het pact, te weten:
 - Wonen, Leefbaarheid en bereikbaarheid
 - Energietransitie en klimaatadaptatie
 - Ondernemen en economie
 - Arbeidsmarkt en onderwijs
 - Vrije tijd
 - Sociaal domein
- › Levensbeschouwelijke organisaties en instellingen.
- › NLPO
- › NH-Media
- › Westfriese Bedrijven Groep.
- › Tot de strategische allianties die WEEFF wil aangaan, behoren ook scholen als Tabor d' Ampte en het Mediacollege Amsterdam.

WEEFF voldoet aan de voorwaarden van LTMA en ICE

Aanbod

Is informatief
Is opiniërend
Is van acceptabele kwaliteit.

Media

Radio
Televisie
Online: website en social media.

Met

Nieuws en levendige aanwezigheid op social media.

Van

Goede technische kwaliteit van producties en uitzendingen

En

- Goed bereik in West-Friesland.
- Goed geleide organisatie

Gevraagd aan PBO › akkoord op de volgende speerpunten (deze zijn SMART gemaakt in de bijlage SMART Doelstellingen WEEFF Organisatie en Operationeel Plan 2022/2023)

› **Verbetering van inhoudelijke kwaliteit**

Inzetten op verbetering content door:

- Bevordering inhoudelijke WEEFF journalistieke kwaliteit en 'professional met accent op kort en bondig en duidelijke formats.
- Actieve houding: nieuwtjesjagers gaan 'op pad'.
- Reactieve houding: het nieuws wordt teruggebracht naar de bron voor beoordeling van de impact.
- Inzetten op burgerjournalistiek en verhalende journalistiek.
- Werving contacten, reporters en correspondenten vanuit de haarvaten van West-Friesland.
- Streek brede en regionale samenwerkingen nastreven.
- Vormgeven gezamenlijke redactie WEEFF/NH-Media met goede en verdiepende nieuwsvoorziening als hoofddoel.

Opleidingsplatform

- › WEEFF biedt makers opleiding en coaching.
- › Werving van makers is laagdrempelig en gericht op inclusiviteit en diversiteit.
- › WEEFF biedt haar makers doorgroeikansen binnen eigen organisatie en in uitstroom naar andere media-organisaties.

Missie, doel, visie en programma

2023