

Beste gemeenteraadslid,

Op onze 10-jarige verjaardag bied ik je graag de beantwoording aan van de aanvullende selectiecriteria die door de raad zijn vastgesteld, aangevuld met een hoofdstuk over de toekomst van de lokale mediavoorziening. Hoewel de beantwoording in losse hoofdstukken wordt gedaan dient dit document wel in samenhang te worden gelezen.

Ik wens je veel leesplezier. Ben je meer een type van het beluisteren dan is er ook een podcast versie beschikbaar via -deze link-.

Met vriendelijke groet,

Bestuur Stichting GoudaFM

Aanwezigheid van markt-, luister-/kijk- en klanttevredenheidsonderzoek

Het kijk- en luisteronderzoek is iets dat zijn oorsprong kent in de jaren 80. De overheid richtte een aparte organisatie op die onafhankelijk moest gaan onderzoeken waar mensen naar luisterden (radio) en keken (TV). Tegenwoordig zijn er diverse manieren om te luisteren (radio, podcast, Spotify, Internet e.a.) en kijken (kabelTV, YouTube, Netflix, Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram, LinkedIn etc.). Het oorspronkelijke kijk- en luisteronderzoek heeft nooit op lokaal niveau bestaan. Simpelweg om dat landelijk werkt met 1200 meetkastjes en het puur toeval is als er eentje in Gouda staat (wat dan uiteraard niets zegt over het gedrag van de Gouwenaars).

Wellicht zit er een gedachte achter de vraag naar een kijk- en luisteronderzoek. Namelijk de vraag “luisteren en kijken Gouwenaars nog wel naar de lokale omroep, is de lokale RTV nog wel relevant”? Het antwoord luidt: nauwelijks, als het gaat om puur de radio- en tv-uitzendingen. Dat is niet iets typisch Gouds. Het media-aanbod is zo veranderd de afgelopen 15 jaar waardoor mensen veel minder lineaire TV kijken (de jongere onder de 45 al bijna helemaal niet meer) maar in plaats daarvan heel veel onlinevideo’s consumeren en Netflixen (of Videoland, NLZiet, Disney+, Amazon Prime, Discovery+, Pathé Thuis, Apple TV, YouTube Premium, HBO Plus, ESPN Compleet, GCN+, HBO Max en NPO Plus).
Radio heeft zijn eigen issues door de komst van alle streaming platforms zoals Spotify, Apple music, Google music, SoundCloud en nog 20 anderen. De kijkers en luisteraars zijn dus online actief en hebben allemaal een eigen consumptiepatroon ontwikkeld.

De lokale mediavoorziening zal dus ook online actief en zichtbaar moeten zijn met een eigen plekje in het medialandschap. Online kan een lokale mediavoorziening echt “shinen” met video’s speciaal gemaakt voor de verschillende online platformen, podcasts over lokale thema’s en natuurlijk livestreams van Goudse evenementen.

Onze online-activiteiten en bereik meten wij wel actief (al vele jaren). Onderstaand het overzicht van ons Facebook-bereik wat betreft berichten over lokale onderzoeksjournalistiek. Hierbij is een vergelijk weergegeven tussen 2019 en 2021.

	2019					2021				
Maand	# publicaties op Facebook:	Likes:	Reacties:	Kliks:	Bereik:	# publicaties op Facebook:	Likes:	Reacties:	Kliks:	Bereik:
Januari	35	1074	196	12311	115270	56	1597	806	43278	168288
Februari	16	564	52	6589	54606	78	2029	624	29017	199635
Maart	34	1032	219	13836	113707	64	1021	263	17961	129061
April	29	986	221	14779	110180	66	1613	551	17788	132930
Mei	34	913	183	13027	100324	46	1729	535	18881	121099
Juni	23	970	179	10906	72284	50	1045	315	21674	112540
Juli	17	431	45	5137	52282	44	1328	1162	32986	143961
Augustus	32	653	248	14169	95432	42	560	205	17108	116209
September	33	771	176	10967	79334	64	1150	650	23442	145808
Oktober	36	744	234	12014	72671	39	590	466	15688	93086
November	24	835	214	11053	99703	36	451	167	12616	100747
December	31	1166	200	14225	94138	39	854	322	15015	89291
Totalen	344	10139	2167	139013	1059931	624	13967	6066	265454	1552655

Groei 2021 t.o. v. 2019				
# publicaties op Facebook:	Likes:	Reacties:	Kliks:	Bereik:
81,40%	37,76%	179,93%	90,96%	46,49%

Ook meten wij de impact die ons journalistieke werk heeft op de maatschappij. Dit bespreken we wekelijks binnen het team en publiceren we in ons journalistieke jaarverslag. Het afgelopen jaar (2021) hebben we gekozen voor een jaarverslag bestaande uit artikelen die veel impact hebben gehad op de Goudse samenleving. De digitale versie is bijgevoegd via - deze link - maar we hebben deze uiteraard ook in drukvorm ;-).

De term “klanttevredenheid” kan ik niet plaatsen in een lokale mediavoorziening. Wordt hiermee bedoeld dat we alleen een bepaald soort content moeten brengen die de lezer/luisteraar/kijker leuk vindt, zoals Google en Facebook dat doen? De zogenaamde bubbelstrategie. Dit is niet wat wij willen doen. We willen de inwoners al het nieuws tonen, de “klant” pikt er uit wat hem aanstaat. Zo blijf je een brede informatiestroom houden en worden nieuwe interesses geprikkeld. Wat we ook doen is luisteren naar de Gouwenaars en peilen waar ze behoefte aan hebben. Dit doen we door het organiseren van ontmoetingen met de journalisten in bijvoorbeeld de Chocoladefabriek. Maar ook zijn we een plek waar klokkenluiders veilig hun verhaal kwijt kunnen en gehoord worden. Sturen we brieven aan inwoners in een bepaalde straat of wijk om hen te betrekken bij ons onderzoek.
Een significant deel van de onderwerpen waarover we spreken, schrijven of filmen zijn aangedragen door de “klanten” oftewel de inwoners van de stad Gouda. Hierdoor hebben we verbinding met onze achterban en weten we wat er speelt.

Samenwerking met lokale partners/organisaties

Alvorens te beginnen met het opsommen van de verschillende initiatieven en samenwerkingen die wij hebben ontplooid, wil ik eerst even stil staan bij de voor ons belangrijkste samenwerkingspartner: de Goudse inwoners. Zoals in het voorgaande hoofdstuk genoemd betrekken wij de Goudse inwoners bij ons journalistieke werk. We stellen ze vragen via sociale media, organiseren ontmoetingsmomenten of benaderen ze rechtstreeks. Maar het is een tweerichtingscommunicatie, de inwoners zoeken ons ook op. Elke dag ontvangen wij tips, verhalen en zorgen van de inwoners. Het aantal geschreven reacties op Facebook van meer dan 6000 afgelopen jaar maakt dit ook zichtbaar. Bij Gouwenaars met persoonlijke verhalen over issues met lokale organisaties proberen we achter de schermen de juiste mensen met elkaar te verbinden zodat men het onderling kan oplossen. Burgerparticipatie in ons journalistiekwerk staat voorop. Het is ook een van de motivaties om door te gaan als publieke lokale mediavoorziening na 10 jaar te hebben gehuisd onder de categorie “commercieel”.

GoudaFM is voor haar journalistieke activiteiten in 2018 samen gaan werken met de Goudse Stichting Lokale Verbinding (SLV). Bij SLV werken de journalisten autonoom en volledig onafhankelijk aan nieuws en onderzoek. Het kernteam van de SLV-redactie bestaat uit 6 personen. De journalisten zijn Goudse ZZP’ers die onze stad tot in de haarvaten kennen en proeven. Dit zorgt niet alleen voor lokale journalistieke producties maar biedt lokale ondernemers ook werk.

Na 10 jaar als lokale mediaorganisatie (GoudaFM) actief te zijn in Gouda weten alle organisaties ons te vinden. Van bibliotheek tot schouwburg, van thuiszorg tot sportvereniging. Ons platform geeft hun extra bereik naast de eigen kanalen die de meeste organisaties ontwikkelen.

Afgelopen jaar hebben we Koningsnacht mogen verzorgen (i.s.m. het Goudse bedrijf Mass Events) voor de gemeente Gouda. Door corona kon het feest op de markt niet doorgaan. In een kort tijdsbestek hebben we een megaproductie uit de grond gestampt. Dit resulteerde in een 4 uur durende radio- en tv-productie live vanuit onze studio in Gouda. Meer dan 10.000 Gouwenaars hebben hiernaar gekeken of geluisterd.

Al vele jaren werken we samen met de Goudse binnenstadondernemers. Eerst via de SOG en nu met het nieuwe SBG. We overleggen en brainstormen samen hoe we Gouda nog beter op de kaart kunnen zetten. Samen maken we de stad.

In januari 2021, tijdens de eerste volledige lockdown, hebben we ‘Gouda Geeft Door’ georganiseerd. De Goudse winkeliers gaven producten uit hun winkel aan ons in ruil voor advertentieruimte in de krant en op de radio. Deze producten gaven wij weer door aan inwoners in de stad die het niet zo breed hebben. We werkten hierbij samen met de Goudse voedselbank. De Rabobank, Mokveld en de SOG hebben bijgedragen aan ‘Gouda Geeft Door’ via sponsoring.

Bij de start van de coronapandemie (maart 2020) hebben we het idee ontwikkeld voor het platform “KiesVoorLokaal”. Via dit platform kunnen de inwoners eenvoudig de webwinkel van hun favoriete Goudse winkel vinden zodat een deel van de bestedingen toch lokaal blijft (en niet wegvloeit naar de grote landelijke websites). We hebben de realisatie geheel belangeloos en kosteloos gedaan en de ondernemers staan gratis op de website. Het KiesVoorLokaal platform bestaat nog steeds en heeft ondertussen al meer dan 100.000 bezoekers naar hun favoriete Goudse winkel geleid.

Voor de Goudse sector “cursus, training, coaching en opleidingen” hebben we het platform “KiesJeCursus” bedacht en ontwikkeld. Gouda kent vele individuele opleiders en coaches maar ze zijn nogal versnipperd en daardoor lastig te vinden voor de inwoners. Door deze sector samen te brengen op één plek online is het een stuk eenvoudiger voor de Gouwenaars om de gewenste cursus in Gouda te vinden. We hebben dit platform uit eigen beweging gebouwd en de bedrijven staan voor een heel klein bedrag op KiesJeCursus.

De afgelopen jaren hebben vele studenten van het MBO of HBO bij ons stagegelopen of zijn afgestudeerd. We hebben samengewerkt met het Grafisch Lyceum Rotterdam, de Hogeschool Rotterdam, de Erasmus Universiteit, MBORijnland, de Christelijke Hogeschool Ede, het Hoornbeeck College, het MBO Utrecht en de Hogeschool Utrecht. Met trots kan Ik zeggen dat alle stagiairs met succes hun stage hebben volbracht en de afstudeerders allen zijn geslaagd. Een aantal van hen is bij ons gebleven als vrijwilliger voor of achter de schermen.

Ook bieden we aan de Goudse lokale politiek een platform. Tijdens de afgelopen twee gemeenteraadsverkiezingen (2014 en 2018) hebben we live debatprogramma’s geproduceerd waarbij iedere partij werd uitgenodigd. Dit kon live beluisterd of gekeken worden. Op deze wijze proberen we aan de inwoners van Gouda zichtbaar te maken “wat er te kiezen valt”. Door deze ambitie is het een productie die veel tijd en aandacht vraagt van onze vrijwilligers. Ook voor de komende verkiezingen in maart, staat dit weer op het programma (je krijgt nog bericht).

Afstemming met andere omroepen en media-initiatieven

Samenwerkingen tussen lokale media bestaan al tientallen jaren, vaak in de vorm van vage afspraken op papier (intentieverklaringen) die vooral opgesteld zijn omdat de omgeving het roept (bijvoorbeeld nu). Deze intentieverklaringen benadrukken dat elke omroep autonoom blijft, men elkaar gaat helpen met opleiding, faciliteiten gaat delen (als je eens in de buurt bent) en programma’s gaat uitwisseling. Zaken die nimmer het stadium van papier verlaten, uitzonderingen daargelaten.

Wat betreft onze samenwerkingsactiviteiten eerst even dit: natuurlijk werken we samen met de vele technische faciliteitenbedrijven zoals de KPN’s, of lokaal de Rekams van deze wereld. Dit spreekt voor zich en dus zullen we die niet verder benoemen.

Onderstaand een overzicht van onze concrete operationele samenwerkingen in medialand.

DAB+ Regio Zoetermeer
Wij werken samen voor digitale radio (DAB+) in de regio Den Haag- Rotterdam met de Stichting Zoetermeer FM, BAR Media, Stichting Omroep Pijnacker-Nootdorp, Stichting RTV Lansingerland, RTV Krimpenerwaard en Stichting Haagse Radio Erfgoed.

DAB+ Midden-Holland
Wij werken samen voor digitale radio in de regio Gouda-Woerden met Stichting Haags Radio Erfgoed, Gouwestad, Stichting Lokale Omroep Woerden, RTV Waddinxveen, Omroep Bodegraven-Reeuwijk, Stichting Radio Stad Montfoort, Pako Media, Stichting Masalsa, Stichting RTD Radio, Stichting Radio 82 Midden-Holland, Camdactor Media Group en Stichting Radio Excellent.

Lokale Mediavoorziening gemeente Zuidplas
Wij werken samen met de lokale mediavoorziening van de gemeente Zuidplas. We delen onze studio's en redactie. Stichting Gouda Media is licentiehouder van de lokale mediavoorziening in Zuidplas.

Landelijk nieuws
Voor het verkrijgen van landelijk en internationaal nieuws werken we samen met de World News Company. Zij bieden het landelijke nieuws aan voor grote commerciële zenders in Nederland en andere landen. Het lokale nieuws spreken we zelf iedere dag live in.

Lokale media
Wij werken samen met de lokale kranten deGouda en het Kontakt en andere lokale media zoals de websites IndeBuurt en Goudsdagblad. Afgelopen decembermaand hebben we gezamenlijke meer dan 10 producties gemaakt over de binnenstad van Gouda en deze via elkaars mediakanalen verspreid.

De RedactieHub
Wij werken samen met Stichting Lokale Verbinding. Samen met deze stichting hebben we in 2021 de RedactieHub opgericht.
In de RedactieHub kunnen journalisten uit de regio samenwerken en gezamenlijk redactievoeren. Dit biedt betere mogelijkheden voor zelfontplooiing, steun aan elkaar, inhoudelijk overleg, inspiratie en structuur. De RedactieHub staat open voor alle media in onze regio. Ook Gouwestad zou zich hierbij kunnen aansluiten.

De grote broers
Doordat verschillende van onze vrijwilligers zich bij GoudaFM hebben kunnen ontwikkelen zijn de afgelopen 10 jaar vele van onze talenten doorgestoomd naar landelijke organisaties als RTL, Talpa, ANP, 3FM etc. Hierdoor hebben wij ook warme contacten met deze landelijke mediabedrijven.

Agentschap Telecom
Ook op het gebied van technologische ontwikkelingen zijn we betrokken. In 2017 en 2018 hebben we meegewerkt aan de proef van het Agentschap Telecom om de werking van regionale DAB+ zenders te onderzoeken. Hieruit is het huidige regionale DAB+ netwerk ontstaan.

Mediabeleid en ontwikkeling
Verder zetten wij ons in voor de beleidsmatige kant van de journalistiek en lokale media. De afgelopen 3 jaar hebben we samen met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) in opdracht van het ministerie van OCW gewerkt aan de ontwikkeling van de lokale (onderzoek)journalistiek. We geven lezingen over de ontwikkeling van lokale mediavoorzieningen, hebben gesprekken gevoerd met verschillende lokale omroepen in de regio over dit thema en waren recent nog te gast in uw raad om over onderzoeksjournalistiek te praten. Deze “trekkersrol” zullen wij ook in de toekomst blijven vervullen.
We zijn verheugd om te lezen dat in het nieuwe regeerakkoord het belang van lokale onderzoeksjournalistiek expliciet wordt genoemd en dat de financiering van de Lokale Media Voorziening wordt overgeheveld van de gemeente naar het rijk. Zodat de onafhankelijke lokale journalistiek nog beter kan worden gewaarborgd.

Brede gerichtheid ook voor jongeren

De term “brede gerichtheid” dient vermoedelijk gelezen te worden als een veelzijdig programma-aanbod met voor elke kijker of luisteraar wat wils. In het huidige medialandschap vertaal ik hem dat bedoeld wordt dat je op zoveel mogelijk platforms zichtbaar en bereikbaar bent waardoor je een zo groot mogelijk bereik hebt binnen de Goudse community.
Zoals eerder aangegeven is radio en TV niet meer de dominante factor om inwoners te bereiken. Dit zien wij in de toekomst ook niet meer groeien (alleen maar dalen). GoudaFM is nu actief op de online platformen Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

Onze podcasts staan op Spotify, Apple Music, Google en YouTube.

Daarnaast hebben we natuurlijk onze eigen website en streaming radio en streaming videoservice. Ook zijn we te beluisteren via DAB+ en de kabel (en mogelijk binnenkort nog via de analoge FM-band) en te zien online en op de kabel.

Als lokale mediavoorziening willen we dit verder uitbreiden naar bijvoorbeeld Tik Tok.
Ten overvloede, podcasts zijn voor ons niet een herhaling van een radioprogramma, maar specifiek voor dit doel ontwikkelde content. De "Goudse Journalisten” is een podcast die een kijkje geeft achter de schermen van de lokale journalistiek.

Je “klant” is niet meer honkvast. Gisteren zat ie nog op Facebook, morgen op Tik Tok en over 2 jaar op een platform dat we nog niet kennen. In het licht hiervan vraag ik je aandacht voor de nieuwste ontwikkeling genaamd “Spaces” (onderdeel van Twitter).
Dit zijn, door inwoners geïnitieerde, online praatgroepen waar inwoners van Gouda issues met elkaar bespreken. Vaak gaat dit over zaken waarin de gemeente en de gemeenteraad een rol kunnen spelen. Wij zien deze nieuwe ontwikkeling als een mogelijke kans om de inwoners verder te betrekken in ons journalistieke werk. Maar als gemeente kun je dit ook zeker benutten. De eerste proeven zijn veelbelovend.

In onze producties geven we nu al aandacht aan alle maatschappelijke thema's, van politiek tot Croda en van de zakkende bodem tot de kwaliteit van de Goudse sportvelden. Worden wij de lokale mediavoorziening van Gouda dan zullen we dit pallet nog verder kunnen uitbreiden. Uit de in hoofdstuk 3 genoemde samenwerkingen binnen Gouda blijkt eveneens dat wij ons zeer breed richten op Gouda en onze kennis en kunde inzetten voor de stad.

Wat betreft het aandeel "jongeren" hanteren wij het peer-principe. Dus om jongeren te bereiken moet je ook jongeren in je team hebben. Het grootste deel van onze vrijwilligers is onder de 30 jaar. Ook bij het "oude medium" radio. Daarnaast hebben we in onze journalistenploeg van iedere leeftijdscategorie (20-30, 30-40 etc.) een vertegenwoordiger. De jongste is 20 en de oudste 84 jaar. Jongeren bereik je door hun taal te spreken en aanwezig te zijn op de online platformen waar zij verblijven. Ook jongeren zijn geïnteresseerd in nieuws en actualiteiten. Wellicht is de onderwerpkeuze en presentatie iets anders dan voor een 70-plusser. Hier houden we dan ook rekening mee in onze producties. We zijn er trots op dat we bijna iedereen via een of andere route kunnen bereiken in Gouda.

Media is al lang niet meer voorbehouden aan de lokale omroep, krant of een landelijke omroep. Ieder individu is 'zijn eigen mediabedrijf' die met een druk op de knop de hele wereld kan bereiken. Vele organisaties hebben hun eigen "knop" ontwikkeld om hun leden rechtstreeks te bereiken. Daar hebben ze de "zender" van de lokale omroep (of een postbode) niet meer voor nodig. Voorbeelden ten over bij de kerken (online kerkdiensten) en vele sportverenigingen. De uitdaging die voor ons ligt zit hem meer in het zoeken naar een samenwerking zodat bepaalde informatie die breder relevant is toch ontsloten kan worden voor deze bredere doelgroep.

De Toekomst

Vijf jaar geleden bestond Tik Tok nog niet. Afgelopen jaar was de website van Tik Tok de meest bezochte website ter wereld, nog boven die van Google. Dat zegt iets over de snelheid waarmee de ontwikkelingen in de media gaan.

GoudaFM is onderdeel van een goed geoliede machine die samen de lokale mediavoorziening van Gouda vormt. En toch kiezen we ervoor om ons aan te melden als publieke lokale mediavoorziening. Dit doen we omdat wij de lokale journalistiek verder willen ontwikkelen en hiervoor een duidelijke rol zien weggelegd voor de publieke licentiehouder. Hier kan een lokale mediavoorziening het verschil maken in het mediaspectrum en haar plekje voor de toekomst veiligstellen.

Met de beschikbare subsidie kunnen we meer nieuwsproducties maken, onze vrijwilligers beter faciliteren en ons mediabereik uitbreiden door te gaan experimenteren met nieuwe online platformen (bijvoorbeeld Tik Tok en Twitch). Hierdoor blijven we ook voor nieuwe generaties zichtbaar met lokale journalistiek en daarmee ook over 10 jaar nog relevant in Gouda.

Wat is precies lokale (onderzoek)journalistiek? Een korte uitleg:

Er zijn verschillende vormen van lokale journalistiek. Deze verdelen we gemakshalve in 3 categorieën:

1) Het doorplaatsen van ontvangen persberichten;
2) Het melden/verslag doen van een gebeurtenis;
3) Als redactie zelf een vraag stellen en het antwoord onderzoeken.

Nummer 1 en 2 zijn reactief (berichtgeving/verslaglegging) en nummer 3 is proactief. Punt 1 en 2 worden door vele initiatieven verzorgd maar bovenal door de inwoners zelf via hun sociale media-activiteiten. Er is altijd een inwoner die als eerste bij een ongeluk is en dit online zet. Daarna volgt de media.

Alleen nummer 3 verrijkt het nieuwsspectrum met nieuwe informatie die niemand anders heeft. Informatie die er anders dus niet zou zijn. Dit is de definitie van onderzoeksjournalistiek. Het op eigen initiatief (of op aangeven van een inwoner of klokkenluider) een onderzoeksvraag stellen en gaan beantwoorden.

Lokale onderzoeksjournalistiek wordt ook wel de vierde macht genoemd en is een fundamenteel onderdeel van onze democratie. Het bestrijdt excessen en houdt een samenleving scherp.

Wij zijn van mening dat lokale journalistiek één van de hoofdtaken is van de toekomstige lokale mediavoorziening. Wij zijn dan ook voornemens om minimaal 50% van het subsidiegeld voor de lokale mediavoorziening, te besteden aan (onderzoek)journalistieke producties. Hiermee kunnen we de lokale journalistiek flink versterken en maken we een eerste stap richting de doelstellingen zoals deze in het regeerakkoord zijn verwoord.

Talentontwikkeling

Talentontwikkeling hebben en houden wij hoog in het vaandel. De jongste vrijwilliger is op dit moment 13 jaar de oudste is 84 jaar. Deze diversiteit zorgt dat mensen van verschillende generaties met elkaar samenwerken waardoor ieder onderwerp vanuit verschillende gezichtspunten kan worden bezien. GoudaFM wordt in medialand gezien als een kweekvijver voor talent. Er is niets mooiers dan te zien hoe iemand zicht ontwikkelt tot een professional. Interne begeleiding, ruimte en een creatieve omgeving blijken een goede voedingsbodem om op te groeien.

Bereik is de sleutel

Een lokale mediavoorziening heeft pas zin of nut als deze ook in staat is om de mensen te bereiken. Dit kun je doen via eigen platformen of door samen te werken met anderen waardoor je bereik vergroot. Dit is een van de effecten van de RedactieHub waarbij nieuws gedeeld wordt op de platformen van alle deelnemers.

Bereik krijg je door altijd actueel te zijn. Nieuws ontwikkelt zich 24h per dag en je moet het melden als het gebeurt en niet na een dag of week. De lat ligt hoog, de afnemers zijn gewend aan een hoge snelheid en kwaliteit, geleverd door grote internationale bedrijven. De lokale mediavoorziening wordt langs diezelfde lat gehouden en op grond hiervan beoordeeld

door de “klant” op zijn waarde, nut en noodzaak. Een grote opgave voor een vrijwilligersorganisatie met een zeer klein budget.

Online is waar je moet zijn
Bereik creëer je door je onlineactiviteiten. Daar waar de inwoners in hun vrije tijd informatie ophalen moeten ze GoudaFM kunnen vinden. Radio en TV zijn een aanvulling hierop. Het snoepje, de kers op de taart. Lekker, maar niet noodzakelijk. De kurk waar het bereik van de lokale mediavoorzienig op drijft is online. Voor lokale media heeft online de “old school” radio en televisie al lang verslagen. Er is natuurlijk ook een reden dat de huidige mediawet lokale mediavoorzieningen niet meer verplicht om een radiostation of TV-station te beginnen.

Lokale online media is niet alleen maar tekst, online media omvat ook video’s over lokale onderwerpen, podcasts, cartoons, muziek en vele andere uitingsvormen. Wij hebben dit de mediaparaplu genoemd. Je stopt er boven content in en het resulteert in diversie uitingsvormen gericht op een eigen doelgroep en mediakanaal.



Het maken van radio zal wel altijd blijven bestaan. Het wordt namelijk gemaakt door vrijwilligers die zeer gepassioneerd zijn van hun hobby en met veel liefde en toewijding hun (radio)programma maken. Net als andere mensen een passie hebben voor paardrijden, tennis of bijvoorbeeld vrijwilliger zijn bij een lokale politieke partij.
Wij zijn zelf ook van die gepassioneerde liefhebbers van het oudste medium. Maar we beseffen ook dat we dit delen met een kleiner wordende groep andere liefhebbers.
Om die reden dragen we zelf financieel bij aan onze hobby en vinden we het vanzelfsprekend dat een groot deel van het (toekomstige) subsidiebudget aan andere relevante en noodzakelijk media-uitingen wordt besteed. Radio levert wel weer spontane nieuwe content/nieuws op die weer op alle andere platforms kan worden ingezet.

Het overgrote deel van de inwoners in je werkgebied is vooral gediend bij goede lokale journalistieke berichtgeving en eigen onderzoeksjournalistiek. Waarbij de inwoners de journalisten kunnen bereiken om samen aan het nieuws te werken. Hierdoor zorgt de lokale mediavoorziening dat het mediaspectrum wordt verreikt met nieuwe informatie en blijf deze in de toekomst relevant. Immers, niemand anders kan dit doen binnen het huidige mediastelsel.

Onze vrijwilligers

Niet in de criteria vermeld of gevraagd toch even tot slot aandacht voor onze vrijwilligers. GoudaFM wordt gemaakt door een prachtig team van vrijwilligers. Mensen die met hart en ziel zich inzetten om van GoudaFM een goed platform te maken. Bij ons geen ego's of onderlinge competitie. Geen "eigen programma's die belangrijker zijn dan die van anderen". Maar een sfeer van "samen maken we GoudaFM elke dag een beetje beter". We zijn als een familie samen aan het bouwen. Het is deze filosofie die ervoor gezorgd heeft dat we al 10 jaar binnen GoudaFM als een hecht team met elkaar werken, met de blik vooruit.

Voor mensen die graag in aantallen denken, het zijn er zo'n 35 die voor of achter de schermen zich inzetten voor de radio, redactie, online en natuurlijk de stad.

Creativiteit, inspiratie, talentontwikkeling en samenwerken zijn kernbegrippen binnen GoudaFM. Nieuwe vrijwilligers worden door ons achter de schermen opgeleid en begeleid om hun dromen waar te maken. Vaak stromen ze door naar een professionele carrière in de media of bijvoorbeeld als Goudse journalist. Van je passie je werk maken, wie wil dat nu niet.