

STRATEGISCHE VISIE 2021
STREEKOMROEP UNITY.NU



Stichting Lokale Media Wassenaar

INHOUD

INLEIDING	3
MISSIE.....	4
DOELEN.....	5

Luister of kijk je naar Unity.NU, dan weet je wat er gebeurt in

Wassenaar.

Iedere dag brengen wij het nieuws uit de regio via radio, televisie en online.

INLEIDING

De streekomroep van de toekomst is een professionele organisatie. Een organisatie die vanuit een weloverwogen beleid zijn nieuwsvoorziening en lokale journalistieke content op orde heeft binnen een goed gestructureerde organisatie met een duidelijke begroting. Een streekomroep die een lokaal toereikend media aanbod (LTMA) kan verzorgen, voor iedereen in het verzorgingsgebied.

De omroep, nu beter geduid als media-instelling, is er voor inwoners om lokale onderwerpen terug te zien, lezen en horen. De komende jaren willen wij, met de naam Unity.NU voor de streekomroep, in een nog altijd snel veranderende omgeving, onszelf inzetten als bron voor nieuws, actualiteiten en met name dialoog. Daarvoor moeten wij blijven leren, delen en groeien.

Om deze toekomst voor te bereiden, presenteren wij u onze strategische visie voor 2021. Hierin geven we bondig aan vanuit welke overtuigingen en waarden we inhoud zullen geven aan de belangrijkste pijlers van de streekomroep: positionering, programmatische inhoud, financieel welzijn en organisatorische effectiviteit.

Onder de naam Unity.NU zullen willen we onze programma's voor Wassenaar produceren, dit doen we vanuit Stichting Lokale Media Wassenaar. Deze stichting vormt een streekomroep met Stichting Agglomeratie Omroep Holland Centraal (Zoeterwoude, Voorschoten en Oegstgeest) en RTV Leiderdorp (Leiderdorp). Door in Wassenaar actief te zijn via een aparte stichting, zorgen wij voor een programmering die zich bovenal richt op Wassenaar en de Haagse regio. Daarnaast zullen de stichtingen af en toe programma's uitwisselen of gezamenlijk produceren.

MISSIE

Onze missie komt vanuit en is gebaseerd op het Nederlandse publieke omroepbestel. Daarnaast kijken wij naar de dynamiek van onze regio.

Unity.NU verbindt en verrijkt haar publiek met producties die informeren, inspireren en amuseren. Dit sluit aan op de belevingswereld van mensen in Wassenaar.

De producties zijn toegankelijk, onafhankelijk en van hoge kwaliteit. Ons aanbod toont de veelstemmigheid en veelkleurigheid van onze gemeente en regio en moet zoveel mogelijk mensen bereiken.

DOELEN

De koers van Unity.NU is gebaseerd op de bestuurlijk ontwikkelde en vastgelegde strategie voor de langere termijn. De strategie gaat uit van een zich versterkende media-instelling. Gaandeweg worden dan ook veranderende omstandigheden zichtbaar en komen er vanuit de dagelijkse praktijk nieuwe inzichten.

De doelen die Unity.NU zich voor de komende jaren stelt, tonen de ambitie en datgene waar zij voor staat.

- Unity.NU bereikt met haar uitingen álle inwoners van de samenwerkende gemeenten.
- Unity.NU is, via haar cross-channel programmering, ruim bekend als dé publieke media-instelling van de regio.
- Unity.NU is de partij in diverse samenwerkingen op mediagebied in de regio.
- Unity.NU wordt gezien als dé relevante, professionele partij in het medialandschap.
- Unity.NU is bestuurlijk, organisatorisch en financieel een gezonde organisatie.

I POSITIONERING

Unity.NU moet bekend staan en ondersteund worden als een onmisbare bron voor de inwoners en belangstellenden in de Wassenaar. In het begin zal de organisatie veel tijd steken in het opbouwen van een lokaal netwerk. Hiervoor gebruiken we onze bestaande contacten in het netwerk. Door dagelijks continuïteit te bieden, willen we bouwen aan een stabiele en betrouwbare omroep, met wortels in de lokale haarvaten.

De omroep is erbij als er nieuws is en zet in op meerdere platforms om zoveel mogelijk mensen in het verzorgingsgebied te bereiken. In ieder geval produceren we het nieuws op televisie en produceren we radiobulletins. Nieuwsberichten plaatsen we op www.unity.nu.

De site brengt dagelijks het actuele nieuws uit Wassenaar en de regio en is zo ingericht dat ook video en audio een belangrijk element zijn. Daar bovenop is het gebruik van social media hierin belangrijk. Tevens volgen we de lokale politiek, middels een vaste verslaggever en zenden we maandelijks de raadsvergadering uit op televisie.

Merkpositionering

Stichting Lokale Media Wassenaar gebruikt voor alle uitzendkanalen de publieksvriendelijke en eenvoudig te activeren merknaam Unity.NU. De essentie van het merk is zonder meer dat Unity.NU het lokale nieuws op frisse wijze presenteert en het op een makkelijke, toegankelijke en unieke manier aan het publiek presenteert.

De archetypen van Jung zijn weergaven van verschillende type mensen en eigenschappen. In totaal zijn er 12 archetypen. Ieder mens of bedrijf heeft 12 verschillende archetypen in zich, maar wordt vaak gekenmerkt door een specifiek archetype. Dit archetype kan voor organisaties voornamelijk gebruikt worden om zich te identificeren met haar klanten of gebruikers.

Unity.NU kan het beste geïdentificeerd worden met het archetype 'everyman'.

De everyman kenmerkt zich door een vriend te zijn van iedereen. Iemand die voor je klaarstaat. Daarnaast is het een erg toegankelijk persoon. Voor een organisatie vertaalt

dit zich in een 'likeable brand' waar de luisteraar of kijker deelnemer wordt van het concept. Hoewel de everyman een vriend van iedereen is, heeft hij wel zijn eigen mening en probeert met een verstandige en kritische kijk zijn omgeving te analyseren.

Ten slotte is de everyman een nuchter persoon die met beide benen op de grond staat, maar wel van een verrassing houdt.

Omgeving

Unity.NU is mediapartner van de belangrijkste sociaal-culturele evenementen en organisaties. Met het 'Unity on Tour' programma doen we winkelcentra, evenementen en festivals aan. Waar dat voor een breed publiek relevant is, dragen we bij aan het verenigingsleven, met name in de sport.

Voor het midden- en kleinbedrijf in de regio is Unity.NU een betrouwbare en effectieve partner om het publiek te bereiken.

Samen met Omroep Holland Centraal en RTV Leiderdorp vormt Stichting Lokale Media Wassenaar een streekomroep. Met de (nieuwe) omroep voor Leidschendam-Voorburg zoeken we hierin de samenwerking ook op.

Publieksprofielen

De producties dienen ten minste voldoen aan de interesses van de volgende profielen:

Profiel	DRUKKE FORENZEN	ONBEZORGDE TRENDBEWUSTEN	TRADITIONELE STREEKBEWONERS
Leeftijdsgroep	gemiddeld 41 jaar	gemiddeld 27 jaar	gemiddeld 56 jaar
Burgerlijke staat	alleenstaand, samenwonend of ouder in een gezin met jonge kinderen	alleenstaand of wonen samen met een partner	ouder in een gezin met oudere kinderen
Opleidingsniveau	hoog opgeleid	gemiddeld opgeleid	laag opgeleid
Mediagebruik	gemiddelde radio en televisiegebruikers en zware internetters	zware internetters, gemiddelde radioluisteraars, en relatief lichte televisiekijkers	gebruiken vooral traditionele media: radio en televisie

II PROGRAMMATISCHE INHOUD

Unity.NU werkt verder aan de uitvoering van het lokaal toereikend media-aanbod. Om hedendaags publiek, adverteerders en nieuwe programmamakers te boeien en te binden wordt een mix van kanalen en schermen gehanteerd.

Het media-aanbodbeleid wordt jaarlijks door de Programmaraad vastgesteld en door de programmaleiding en medewerkers uitgevoerd. Op basis van uitkomsten van kijk- en luisteronderzoek zal de nadruk (nog) meer komen te liggen op lokaal nieuws en politiek. Een secundaire focus ligt op sport, cultuur en welzijn.

De nadruk ligt op internet, met video en nieuwsberichten. Televisie behoudt haar grote belang omdat het in het consumentengedrag leidend is en als kruiwagen fungeert voor de content op andere schermen (on demand en social). Een dagelijks nieuwsbulletin versterkt de rol van de media-instelling.

De producties worden dagelijks gemaakt door een team, bestaand uit betaalde krachten, stagiairs en vrijwilligers. Voor Stichting Lokale Media Wassenaar geldt dat er nog weinig vrijwilligers actief zijn, zodra wij de zendmachtiging krijgen zullen wij actief vrijwilligers uit Wassenaar gaan werven. Wij zijn er voor nu trots op te kunnen melden dat Alice Hooft zich als vrijwilliger heeft aangemeld, met haar bestaande programma 'Aan tafel met Alice'.

III FINANCIEEL WELZIJN

Een gezonde financiële organisatie betekent naast een grotere eigen vermogen positie (voldoende om continuïteit te waarborgen) dat er een omvang wordt bereikt die recht doet aan de ambities voor een lokaal toereikend media-aanbod.

Voor die regiofunctie ligt de ondergrens van de jaarlijkse begroting op € 400.000,- waarvan 50% door de overheid wordt bekostigd. Besparing door gebruik van gezamenlijke NLPO-faciliteiten zit naast commerciële inkomsten, in het andere deel van de begroting, het deel van de omroep. Dit is een streven van Unity.NU.

Prognose 2021 Stichting Lokale Media Wassenaar

	2021
OPBRENSTEN	
Wassenaar	15.926
(op basis van gemiddelde bekostiging)	
Omzet Mediacampagnes	1.250
Tijdelijk steunfonds Lokale	0
Informatievoorziening*	
Overige opbrengsten	2.000
Totaal opbrengsten	19.176
Productiekosten	10.000
KOSTEN	
Zenderkosten	4.000
Antennekosten	1.000
Kosten zendvergunning	700
NLPO (OLON/BUMA/SENA)	1.000
Huur	1.000
Administratiekosten	750
Afschrijvingen	500
Totaal kosten	18.950
PROGNOSE RESULTAAT	226

* onder voorbehoud van goedkeuring

2021 (conform VNG circulaire)

Wassenaar: 11.458 huishoudens x 1,39 EURO = 15.926,00 EURO

IV ORGANISATORISCHE EFFECTIVITEIT

Unity.NU verhoogt haar effectiviteit op het gebied van haar productieniveau. Deze wordt zo optimaal mogelijk afgestemd op de wensen van het publiek, de geldende regelgeving en de eigen productiecapaciteit en -middelen.

Een belangrijk onderdeel om dit op continue basis te bereiken, is een verbeterd informatie- en datamanagement vanuit het bestuur.

Technisch

Unity.NU is toonaangevend in het gebruik van technische communicatiemiddelen. Een maximale distributie van de mediaproducten is van evident belang. Inhoudelijk zijn te onderscheiden: live, on demand en data.

Samenwerkingen

Unity.NU werkt graag samen met andere publieke omroepen, de speerpunten liggen in eerste instantie op het gebied van opleidingen en gemeentegrens-overstijgende programma's. Bij evenementen maken we gezamenlijke registraties.

Met de communicatie afdelingen van de gemeenten zijn volwassen professionele relaties. Een ambitie is om deze relatie ook op te bouwen met de communicatie afdeling van Gemeente Wassenaar.

V WAARDEN-ABC

Bij een sterke positie in de regio horen verschillende verantwoordelijkheden. Dat verschilt van de verantwoordelijkheid naar het publiek om gedegen over actualiteiten te berichten tot de verantwoordelijkheid voor de verdere ontwikkeling van de lokale audiovisuele branche. Deze verantwoordelijkheden nemen wij op ons vanuit drie waarden: Aandacht, Binding en Connectie.

Waarde	Focus	Uitwerking
AANDACHT	Aandacht voor het publiek	Kennis door polls en enquêtes en ingaan op verzoeken
	Aandacht voor de regio	Onze natuurlijke habitat volledig vatten
	Aandacht voor de medewerkers	Prettige en stimulerende werkomgeving
	Aandacht voor het nieuws en actualiteiten	Compleet zijn in nieuwsvoorziening
	Aandacht voor de onderneming	Gezonde continuïteit bewerkstelligen
BINDING	Binding met het publiek	Programma's dichtbij publiekswensen
	Binding met de regio	Deelname aan overleggen en netwerken
	Binding met de medewerkers	Gezamenlijk groeidoelen nastreven
	Binding met partners	Publieke / commerciële samenwerkingen
CONNECTIE	Connectie met het publiek	Organiseren publieksevenementen
	Connectie met de regio	Onderdeel van besluitvorming en communicatie
	Connectie met fysieke omgeving	Aanwezigheid op technische platforms

