

Aan

De leden van de werkgroep jeugdparticipatie

Kopie aan**Uw contactpersoon**

A. Raphet Meeng

AD/STG

Bijlagen:

- AT5 NH Media - bereik Whats Next serie 2
- Whats Next 2 social media provincie
- bijlage bereik AT5 NH Media - What's Next serie 1

rapheta@noord-holland.nl

16 februari 2022

1 | 7

Betreft: Evaluatie pilot Whats Next Jongerenparticipatie

Memo

Inleiding

Eind 2020 startte het mediaprogramma 'Whats Next', een pilot op het gebied van jeugdparticipatie. Het presidium stelde € 26.500 , – beschikbaar en Communicatie € 20.000,–. Dit is een evaluatie van de pilot, met een beschrijving van het project, een overzicht van de ervaringen, verbeterkansen, een overzicht van het bereik en aanbevelingen.

Whats Next is een programma voor social media en tv, voor en door jongeren met een zelfstandige redactie waarbij de jongeren zelf vorm hebben gegeven aan het format en de verschillende items waaruit dat bestaat. Met de pilot is zo ook uitvoering gegeven aan een 'door jongeren te ontwikkelen pilot' (memo Activiteiten jeugdparticipatie 2020–2023) vanuit de gedachte dat jongeren zelf beter weten wat jongeren aanspreekt. Dit sluit ook aan bij de aanbeveling van de

jongeren die bij het Jeugddebat 2021 de casus over Jeugdparticipatie uitwerkten: het is goed als jongeren zelf met jongeren communiceren.

Whats Next

Whats Next is een mediaprogramma over provincieonderwerpen voor social media én tv, gemaakt voor en door jongeren. AT5 en NH-media zonden de tv-afleveringen uit. Verschillende onderdelen (items) daarvan zijn los gedeeld via social media van AT5, NH-nieuws, de provincie Noord-Holland en van de jongeren zelf.

Whats Next is uitgevoerd door AT5/NH-media in samenwerking met de provincie. Eind 2020 startte Whats Next met 6 studenten van Hogeschool In Holland. Het bereik van de afleveringen van december 2020 was goed (bijlage). Serie 1 werd echter geplaagd door coronamaatregelen: de studenten werkten vooral vanuit huis en werden op afstand begeleid, met gevolgen voor de betrokkenheid van de studenten en de vorm en inhoud. De conclusie was dat er ruimte was voor verbetering. AT5/NH stelde voor een nieuwe serie te maken binnen de opdracht.

Deze evaluatie gaat vooral in op serie 2 van [Whats Next](#) die in het najaar van 2021 startte aan de hand van de bevindingen van serie 1: breder jongeren werven, selecteren en een gedetailleerde opdracht meegeven. Daarbij sloot AT5 voor Whats Next aan bij het interne opleidingstraject van AT5. AT5 zocht en vond 4 jongeren die deze opleiding volgden. Zij werden getraind en begeleid door professionals van AT5, waaronder een ervaren producer. Hun opdracht: maakt rapportages over wat de provincie doet en de relevantie daarvan voor jongeren. Geeft als zelfstandige redactie zelf vorm aan de rapportages.

Ervaring en resultaat positief

In de afgelopen 1,5 jaar liepen 10 jongeren voor Whats Next stage bij AT5/NH-media en maakten intensief kennis met de provincie, deden waardevolle ervaring op en konden zich ontwikkelen. PS, Statenleden en de provincie kwamen via tv en social media in beeld. Aan serie 2 namen 4 jongeren deel waarvan 2 als stage en 2 als afstudeeropdracht. Totale uitgaven van de provincie (serie 1 en 2): € 46.500,-.

Ervaring provincie

De ervaring met serie 2 was zeer positief. De samenwerking en communicatie tussen AT5 en de medewerkers van de provincie verliep goed (Geneviève Arends, scholierenprogramma / Eva Meier, social media / Arthur Raphet Meeng, communicatie STG/PS). De producer en de jongeren waren zeer betrokken, hadden goede ideeën, gingen direct aan de slag, toonden daadkracht en waren goed bereikbaar. Ze presenteerde een format met veel verschillende items en stelden voor om afleveringen te maken over onderwerpen die relevant zijn voor jongeren: wonen, mobiliteit en de toekomst van jonge boeren in Noord-Holland.

De reacties op de uitzendingen van serie 2 waren zeer positief. De afleveringen kwamen professioneel over, creatief, met een hoog tempo en levendige gesprekken. Vorm en inhoud sloten aan bij de verwachtingen. De jongeren presenteerden het programma zelf, duidelijk, met plezier en vlot. Daarnaast brachten ze andere jongeren in beeld, zoals een jonge boerin en een woningzoekende. De relatie met de provincie komt goed naar voren, door de keuze van de onderwerpen en doordat in iedere aflevering een Statenlid aan het woord kwam. Uit de reacties op het programma bleek dat Whats Next ook voor oudere kijkers leuk is om te kijken.

Ervaring AT5/NH

Iedereen die namens AT5 bij het project betrokken was, is zeer enthousiast. Vooral door de groep jonge makers: leuke en enthousiaste Noord-Hollanders. Zij hebben de tijd en ruimte gekregen om waardevolle ervaring op te doen in de media. De leuke dynamiek leverde voor AT5 goede reportages op. Hun begeleider Tess Kanter

stak veel tijd en energie in de begeleiding, wat zich vertaalde in goede reportages. De groep heeft de samenwerking met de provincie als heel positief ervaren. Ze kregen ruimte hun creativiteit aan te spreken en mooie dingen te maken.

Succesfactor

Een belangrijke succesfactor was volgens AT5 dat bij serie 2 aan de voorkant voldoende tijd is genomen aan de 'voorkant'. Dat is van belang voor het werven van geschikte jongeren, voor een goede screening en selectie uit. Er was veel interesse voor deelname. Daarnaast kan met voldoende tijd aan de voorkant een goede content-strategie bedenken, afgestemd en uitgevoerd worden, bijvoorbeeld met vaste publicatiemomenten voor socials of 'nieuws'.

Verbeterkansen en aandachtspunten

- AT5/NH-media informeert de provincie actief over alle momenten, uitzendingen en social media berichten, zodat de provincie daarop kan aanhaken in de communicatie, richting inwoners en Statenleden en het bereik nog groter wordt. Dit bereik kan ook groter worden door bij social posts altijd Statenleden en de provincie te mentionen, zoals met #PSNH bij Twitter. Ook rondom de werving van de deelnemers lagen er nog communicatiekansen.
- Het kan politiek spannender en informatiever door aandacht voor verschillen tussen Statenleden van diverse verschillende politieke partijen, in aanloop naar de verkiezingen van 2023.
- De losse onderdelen voor social media missen soms context of een intro over de relatie met Whats Next. Zoals bij het item over de Hyperloop.
- Een goede spreiding van Statenleden met daarin een 'links-rechtsbalans'.

Bereik social media

De jonge makers gebruikten ook hun eigen social media netwerk om de diverse items van Whats Next te verspreiden en ook om te werven voor de afleveringen. Zo vonden ze bijvoorbeeld de jonge boerin Flora. Wat sociale media betreft zijn in de bijlagen zijn alleen bereikcijfers te vinden van de provincie Noord-Holland, AT5 en NH, dus exclusief het bereik met social media van Statenleden en de jonge makers van Whats Next. Het bereik met tv en social media was heel groot maar hoe groot het bereik specifiek onder jongeren was is niet te zeggen.

Bereik social media provincie Noord-Holland

Het bereik met de social media van de provincie was niet heel hoog (zie bijlage Whats Next 2 social media provincie), maar ook niet slecht in vergelijking met andere berichten van de provincie (facebook gemiddeld rond de 2000). De post over Wonen deed het op Twitter relatief goed. Het bereik van de post over de Hyperloop op Insta was redelijk goed en een bereik van 4000 daarmee op LinkedIn was opvallend hoog. Het lijkt erop dat vooral de onderwerpen Wonen en de Hyperloop (innovatie) interessanter gevonden werden.

Bereik AT5/NH uitzendingen

In de bijlage 'AT5 NH Media – bereik Whats Next serie 2' staat een uitgebreid overzicht van het bereik van AT5 en NH met onder andere de tv-uitzendingen, online, met YouTube en het bereik via Instagram. Serie 2 is in totaal 420 keer op tv te zien geweest. In de periode van 06-12-2021 tot 31-01-2022 is Whats Next 373 uitgezonden door AT5 en 47 keer door NH. Het bereik via social media was veel groter dan bij de provincie. Via Instagram had AT5 meer dan 100K impressies.

De achtergrond van het verschil tussen het bereik en het aantal uitzendingen van AT5 en NH, is de focus van NH op een online strategie. Daarnaast hanteert NH voor tv een vaste blokken van een half uur. Een blok wordt eens per etmaal wordt uitgezonden. AT5 programmeert daarentegen flexibel. Whats Next kon bij AT5 op verschillende momenten geprogrammeerd worden, met meer uitzendingen en daardoor ook een divers publiek (de kijker die 's nachts

is een ander dan degene die overdag kijkt). Het bereik van NH is goed en het bereik van AT5 is nog een stuk hoger.

Conclusie en aanbevelingen

Conclusies

- De provincie, provincieonderwerpen en PS zijn breed onder de aandacht gebracht met Whats Next
- De uitzendingen kwamen professioneel over
- Tijd nemen aan de voorkant voor werving en selectie van jongeren en voor een goede contentstrategie is een succesfactor
- 10 jongeren hebben met Whats Next intensief kennis gemaakt met de provincie en waardevolle ervaring opgedaan, onder andere met presenteren
- Het bereik was zeer groot, zowel op met tv als met social media.
- Door communicatiemomenten beter te gebruiken kan het bereik via de (social media) kanalen van de provincie groter worden.
- Het bereik is met Whats Next was veel breder dan alleen de volgers van de provincie
- Afgezet tegen het bereik waren de kosten laag
- De samenwerking tussen de provincie en AT5/NH verliep goed
- De pilot is geslaagd, ging door corona moeizaam van start maar is toch heel succesvol afgerond
- AT5/NH kan zich vinden in bovenstaande evaluatie

Aanbeveling

Whats Next is geschikt om een regulier onderdeel te zijn van de jongerenactiviteiten vanuit de werkgroep Jongerenparticipatie. Het bereik is met Whats Next veel breder dan alleen de volgers van de provincie en levert veel voor jongeren geschikte content voor social media. Met de Provinciale Statenverkiezingen in zicht is er een extra aanleiding om Whats Next voort te zetten. Een goede volgende stap is het doen van een verzoek aan AT5/NH om een voorstel te maken voor

een vervolg van Whats Next, voor de periode van half maart 2022 tot de verkiezingen van 2023, aan de hand van de verbeterkansen uit de pilot, met speciale aandacht voor deze verkiezingen.