



**DE STADSZENDER
VAN ZWOLLE**

ADRES

Stadkamer - 3e etage
Zeven Alleetjes 1A
8011 CV Zwolle

CONTACT

Tel. 038 - 2340777
rtvfocuszwolle@gmail.com
www.rtvfocuszwolle.nl

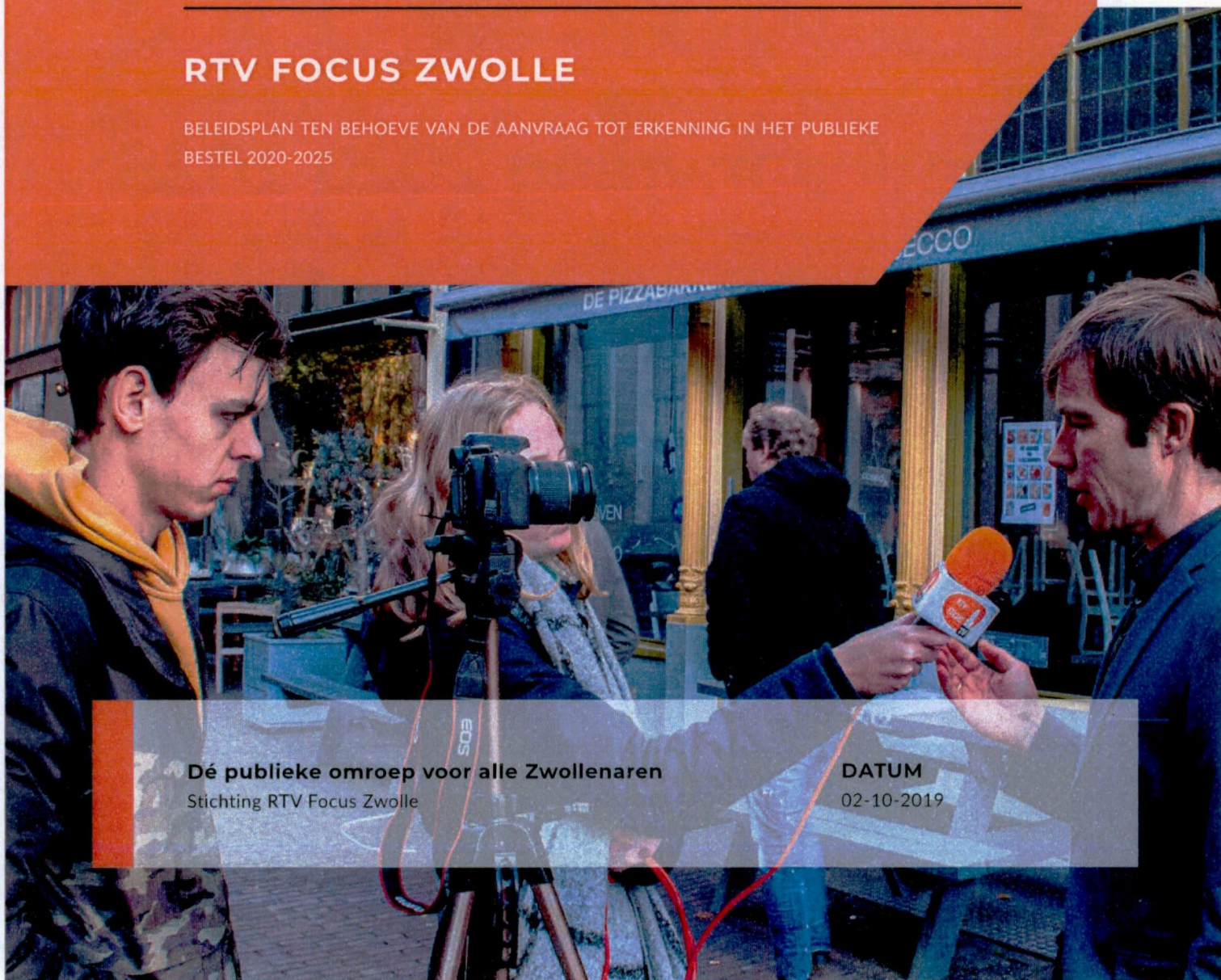
Beleidsplan 2020-2025

RTV FOCUS ZWOLLE

BELEIDSPAN TEN BEHOEVE VAN DE AANVRAAG TOT ERKENNING IN HET PUBLIEKE
BESTEL 2020-2025

Dé publieke omroep voor alle Zwollenaren
Stichting RTV Focus Zwolle

DATUM
02-10-2019





Licentieaanvraag 2020-2025

In 2013 zag Radio Focus het levenslicht. Een jaar later misten we de slag om de licentie. Toch hadden we de moed en het geloof dat er ruimte was voor een goed RTV station in Zwolle. We gingen door en kregen gelijk. We groeiden samen met onze kijkers en luisteraars uit tot de Stadszender van Zwolle. Met trots dien ik dan ook de licentieaanvraag in voor de jaren 2020-2025.

De afgelopen 6 jaar waren jaren van groei. De kennis, passie en de ervaring waren er. Het budget niet. Dat maakt je als organisatie enorm creatief. We filmde en fotografeerden in de beginjaren met de mobiele telefoon. We werden dan ook wel gekscherend de mobiele brigade genoemd. Het was nieuw in medialand. Wennen voor het publiek. Later kwam er een naam voor. MoJo. Mobile Journalism. Overall in de wereld kreeg je steeds meer journalisten die MoJo werkten. Er kwamen apps die handig waren voor de mobiele journalist. Ze kosten nagenoeg niks en het was een manier van snel werken.

Ook voor de redactie werd er gezocht naar goedkope oplossingen. Gratis e-mail, gratis agenda, een relatief voordelige website, en iedereen werkte met zijn eigen laptop. De afgelopen jaren zijn we gegroeid in allerlei opzichten. In het aantal mensen uit de stad dat zich als vrijwilliger inzet, in het aantal stagiaires, in de enorme hoeveelheden positieve contacten die we als organisatie hebben opgebouwd, in de behuizing van de redactie maar vooral ook in ons contentaanbod en bereik. De aankomende licentieperiode willen we dat graag uitbouwen door journalistiek nog verder te professionaliseren. Meer ver-

dieping, context en duiding. Daar is geld voor nodig. Ook willen we de officiële FM zender en het TV kanaal dat bij de licentie hoort inzetten om het wat oudere publiek te bereiken dat niet zo veel online is. Publiek dat juist de TV en radio met lokale informatie erg weet te waarderen. De lokale omroep is van en voor iedereen. Met onze toekomstplannen houden we ook verdiepend nieuws gratis bereikbaar voor de stad en regio.

Paul Oosterbaan
Voorzitter RTV Focus Zwolle

Inhoudsopgave

1 OMROEP

PAGINA 1 - 10

2 PROGRAMMABELEID

PAGINA 11 - 28

3 ORGANISATIE

PAGINA 29 - 41

4 MARKETING

PAGINA 42 - 44

5 TECHNIEK

PAGINA 45 - 48

6 FINANCIEEL

PAGINA 49 - 51

OMROEP RTVFOCUS

burgemitteler
Radio Focus NL
Radiostation kantoor
Mareniestraat

naamswijziging in
RTV Focus Zwolle

oprichting
stichting

aanvraag licentie
lokale omroep

Opzetten redactie en
nieuwswebsite

afwijzing licentie
lokale omroep

go no go moment
werd een go

Nieuws fase 2.0
Eigen content

Eerste dagelijkse video
reportages

2013

2014

2015

2016

STATUTEN



RTV Focus Zwolle is een stichting als bedoeld in artikel 2.61 lid 2 van de gewijzigde Mediawet 2008. De stichting heeft tot doel:

1. het verzorgen van media-aanbod bestemd voor de gemeente Zwolle, hierna te noemen de gemeente;
2. het op lokaal niveau uitvoeren van de publieke mediaopdracht door het verzorgen van media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in de gemeente waarop de instelling zich richt leven, en het verrichten van alle activiteiten die nodig zijn om daarmee een publieke taak te vervullen.
3. De stichting gebruikt haar zendtijd geheel voor een media aanbod dat in het bijzonder betrekking heeft op de gemeente.
4. Zij tracht dit doel en al hetgeen daarmee in de ruimste zin verband houdt te verwezenlijken door het aanwenden van alle geoorloofde middelen, welke voor de verwezenlijking van het doel van de stichting bevorderlijk zijn.

OORSPRONG & ONTWIKKELING

Verhuizing redactie naar Willemsvaart

Eerste mediareactie en audiovisueel stagiaires

1e TV-programma formats

Coördinator talk-radio aangetrokken

Nieuwswase 3.0 context, duiding en achtergrond

Verhuizing redactie en studio naar Stadkamer

Uitbreiding redactie en Studio Stadkamer radio

Nieuwswase 4.0 cross-mediaal, nieuwsgaring en -opvolging
Aanvraag licentie 2020 - 2025

2017

2018

2019

2020

KERNWAARDEN



1

MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

We zijn geïnteresseerd in anderen en de samenleving. We willen een inclusieve organisatie zijn met kansen voor iedereen, vanuit eigen kracht en mogelijkheden.

2

CONSTRUCTIEF

We leveren een positieve bijdrage aan de samenleving. Soms kritisch, maar vooral constructief. We zijn betekenisvol in ons werk.

3

BETROUWBAAR

We zijn verantwoordelijk, respectvol, integer, we laten mensen in hun waarde. We conformeren ons aan de Code voor de journalistiek.

4

VERBINDEN & SAMENWERKEN

We werken samen met de kijkers, luisteraars en anderen voor een grotere impact. We willen mensen prikkelen en in beweging krijgen, activeren. Samen maken we de stad.

5

JOURNALISTIEKE VAARDIGHEDEN

We zijn journalistiek vaardig. We hebben oog voor journalistieke vormen en de verschillende platformen. We zijn in staat om effectief en efficiënt crossmediaal te werken. We zorgen dat onze medewerkers, vrijwilligers en stagiaires zich voortdurend on the job en via workshops kunnen ontwikkelen.

6

INNOVATIEF

Innovatie zit in onze genen. We zijn voorlopers, vanaf het allereerste begin. Altijd op zoek naar oplossingen waardoor het werk beter en makkelijker kan. We zijn gek op kostenefficiënte oplossingen. We trainen onze mensen in innovatieve oplossingen.

MISSIE

RTV Focus streeft ernaar om Zwolle en regio zo goed mogelijk te informeren over nieuws, sport en gebeurtenissen van lokaal en regionaal belang.

Mensen die in Zwolle wonen, werken of studeren, maar ook bedrijven en organisaties, moeten met deze informatie beter in staat zijn een mening te vormen over de ontwikkelingen in stad en regio. We doen dat met zoveel mogelijk eigen en unieke verhalen. Journalistiek die transparant is, die tot stand komt met behulp van, of met oog voor het publiek.

We bieden naast kort snel nieuws, ook duiding, context en verdieping voor het publiek. We gaan voor verbinding, niet voor tegenstellingen in de samenleving. Mensen moeten zich warm en prettig voelen bij het merk RTV Focus Zwolle. We streven in de tot standkoming van ons aanbod naar de hoogste journalistieke waarden: waarheidsgetrouw, onafhankelijk, pluriform, fair en met open vizier.

Met onze programma's op radio en tv willen we informeren, inspireren en amuseren. We sluiten in ons programmabeleid aan bij wat er speelt in het leven van onze kijkers, luisteraars en volgers.

VISIE

Onze droom is het om iedereen in de regio Zwolle *kosteloos* toegang te geven tot *goede journalistiek*. Journalistiek die bijdraagt aan de democratie door meningsvorming en publieke opinie.

We willen een positieve bijdrage leveren aan de samenleving. Een samenleving waarin iedereen meetelt en waar mensen niet tegenover elkaar staan maar naast elkaar. Maar ook die samenleving waarin we constructief mee willen denken over grote toekomstige opgaven.

We gaan dit doen door in te zetten op journalistieke producties die naast snel nieuws, juist ook duiding, context en verdieping geven. We gaan een zo groot mogelijke groep Zwollenaren bereiken, jong en oud, door inzet van producties met de juiste tone of voice die



PLANNEN

We laten al ruim 5 jaar zien dat we niet alleen plannen maken, maar ze ook uitvoeren. Voor de komende 5 jaar staat wat RTV Focus betreft het volgende op stapel. In het beleidsplan worden deze hoofdpunten verder uitgewerkt.



BEREIK



Uitbreiding van ons bereik met speciale aandacht voor bereik onder jongeren en senioren. Borging o.a. via PBO, cross-mediale content mix, contentplan, een nieuwsapp en marketing-activiteiten.

KWALITEITSJOURNALISTIEK



We gaan voor meer context en duiding in onze journalistieke items, een evenwichtige verdeling in thema's en we betrekken meer bronnen.

PERSONEEL



We ontwikkelen een compleet trainingsaanbod voor vrijwilligers, stagiairs en medewerkers. We zetten in op meer professionele krachten.

INNOVATIE



We hebben plannen voor een project 'Innovatiecentrum lokale media'. Het centrum doet onderzoek, test, brengt in de praktijk en rapporteert over recente of upcoming wereldwijde innovaties en nieuwe werkmethoden / organisatiestructuren, die de lokale media instellingen (RTV Stations) kunnen helpen.

SAMENWERKING



We zoeken de samenwerking in de stad met wijkkranten, onderwijs en andere partners in de stad (Newsroom). Maar ook met nieuwspartners in de streek, regio en op interlokaal niveau. Samenwerking binnen de streek- en regio kan alleen met extra budget.

TECHNIEK



We willen investeren in goede nieuwe apparatuur voor de redactie en de studio's.

MARKT LOKALE OMROEPEN

MARKT

Wie maken er gebruik van de lokale omroep en waarom?

De jongste doelgroep (18 - 34 jaar) 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 (35 - 65+). Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek.

Doel gebruik lokale omroep



Welke associaties hebben mensen bij een lokale omroep

Positief: gezellig, herkenbaar, dichtbij, betrokken, lokaal nieuws, regio nieuws

Negatief: saai, oninteressant, kneuterig, amateuristisch, herhalingen.

Bron: De rol van de lokale omroep in Nederland - Onderzoek DVJ Insights in opdracht van NLPO 2019

DOELGROEP

De lokale omroep is er voor iedereen. Het is van grote waarde voor onze samenleving en democratie. Alle bevolkingsgroepen moeten via de lokale zender een toegankelijk aanbod vinden.

Met onze programmering en nieuwskeuze richten wij ons in beginsel dan ook op iedereen die in Zwolle en de regio woont, werkt of studeert: jong of oud, man of vrouw, hoog of laag opgeleid en van welke etnische afkomst dan ook.

We ontwikkelen content / nieuws die we afhankelijk van waar onze lezers, kijkers en luisteraars zitten, via alle platforms, video, audio en online, distribueren. Ieder platform kent de juiste tone of voice en weet daarmee de doelgroep te bereiken. Jongeren gebruiken veel online media, maar radio en tv zijn nog zeer relevant zijn voor de oudere doelgroep. Daarom benutten we alle kanalen. Online en traditioneel.



Online-gebruiker

Online-gebruiker

Maar liefst 51 procent van de inwoners van de grote stad volgt het nieuws vooral via apps en websites. De meeste online-gebruikers zijn jongeren. Hoe hoger de opleiding, hoe intensiever het online nieuwsgebruik.



Radio- en TV gebruiker

Radio- en tv-gebruiker

33 % van de inwoners komt via radio en televisie aan hun nieuws. De meeste van deze gebruikers zijn ouderen. Hoe lager de opleiding hoe meer televisie deze gebruikers kijken.



Krant-gebruiker

Krant-gebruiker

10 % van de bewoners van de grote stad leest zijn nieuws vooral in een papieren krant. Hoe hoger iemand opgeleid is, des te vaker hij of zij er gebruik van maakt. Ook leeftijd is bepalend. Hoe ouder, hoe meer er gelezen wordt.

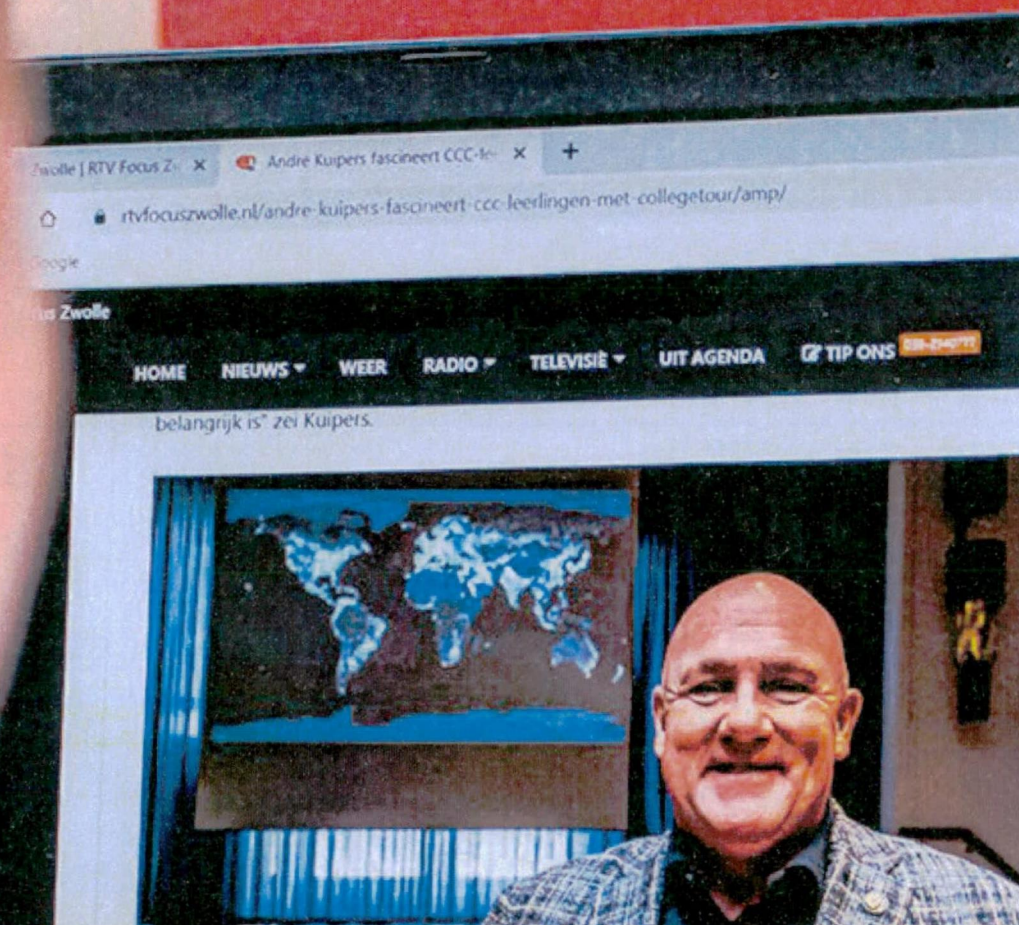


Social media-gebruiker

Social media-gebruiker

6 % van de inwoners haalt zijn nieuws vooral van Facebook, YouTube, Twitter en Instagram. Facebook is van de vier platformen het populairst. De social media gebruiker is jong en kan laag- of hoogopgeleid zijn.

Bron: Pas op! Breekbaar. Een onderzoek naar het nieuwsecosysteem in de grootste steden van Nederland



Programma- beleid

HOOFDSTUK

02

PROGRAMMABELEID

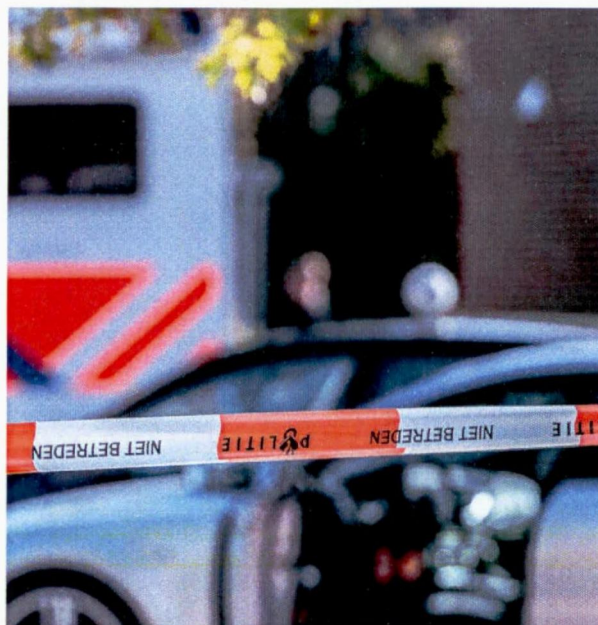
Nieuws

Ons doel is om de Zwolse burgers, bedrijven en instellingen zo goed mogelijk te informeren over nieuws, sport en gebeurtenissen die in Zwolle en de regio spelen. Dat doen we via radio, televisie, internet, app, tekst TV en sociale media. Tijdstip en soort nieuws bepalen de vorm en keuze in mediakanalen.

We streven naar een goede verdeling in **nieuwsgenres, thema's en bronnen**. Maar ook een evenwichtige verdeling in content naar buurten, wijken en regio.

Naast nieuws besteden we ruimschoots aandacht aan cultuur, hebben we een evenementenagenda en geven we informatie, educatie en voorlichting.

De grote beeldbepalende evenementen in Zwolle zenden we uit.: o.a. Carnaval, Koningsdag, Halve Marathon, Bevrijdingsdag, Dodenherdenking, Zwolle Unlimited, Stadsfestival, Avondvierdaagse enz.



Programma's

De toegevoegde waarde van een lokale omroep zit in het lokale karakter. Radio- en TV-programma's die niet direct nieuwsgerelateerd zijn moeten altijd een lokaal karakter hebben. Dat is de sleutel tot succes.

De afgelopen jaren hebben we al een aantal programma's geproduceerd die erg succesvol waren. Deze programma's willen we de komende termijn continueren aangevuld met nieuwe programmaformats.

RTV Focus wordt geholpen door de programmaraad om het media-aanbod te bepalen en te evalueren aan de hand van de missie, visie, het beleidsplan en de taakstelling vanuit de Mediawet.

PBO / PROGRAMMARAAD

RTV Focus wil een grote en brede groep Zwollenaren bereiken en hen content bieden die op hun leef- en denkwereld aansluit. We krijgen daarbij de hulp van de programmaraad om het media-aanbod te bepalen en te evalueren aan de hand van de missie en de taakstelling vanuit de Mediawet. Focus richt zich op die thema's en genres die onze doelgroep graag ziet, hoort en leest.

KUNST & CULTUUR



Geert van der Wal
Adviseur programmering
Stadkamer

SPORT



Jolanda van der Veer
Directeur SportService
Zwolle

WELZIJN



Bianca Talen
Manager Zwolle Doet

WELZIJN



Elske Heinen
Manager Travers Welzijn

JONGEREN



Tim van der Laan
Voorzitter Gumbo
Millenium

VOORZITTER



Gerard van Dooremolen
Voorzitter CityCentrum

OUDEREN



Niels Piëst
WIJZ Welzijn
Voorheen Marketing Oost

ONDERWIJS



Renske Venhuizen
Directeur Design, Media &
ICT bij Deltion College

RELIGIE



Fokke van Dalen
Voorzitter Diaconaal
Platform Zwolle

INCLUSIVITEIT



Fatih Çabuk
Penningmeester Samen
Leven Anders Geloven

WERKGEVERS



Bas Potjes
Eigenaar Roscom
Promotie

MEDIALANDSCHAP

Hoe ziet het medialandschap in Zwolle eruit? Hoe vaak worden lokale berichten van context voorzien door bijvoorbeeld een verslag op locatie te maken of partijen in het nieuws te interviewen? Hoeveel achtergrondartikelen en commentaren worden er wekelijks gemaakt en hoe verhouden die zich tot de 'kortjes' en de iets langere 'nieuwsverhalen'? Welke rol vervullen wij als Stadszender van Zwolle in dit medialandschap? Een marktanalyse op basis van journalistieke content.

Merk	Content / bron andere media		Eigen content feit / 2 bronnen		Context		Duiding		Mediakanalen			
	nieuws aggregatie	nieuws curatie	kortjes	nieuwsverhalen	Interviews	nieuwsreportages	achtergronden	opinie / commentaar	audio	video	online	print
RTV Focus	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
De Stentor	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓
RTV OOST	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Weblog Zwolle	X	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	✓	X
RTV Zwolle FM	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	✓	X	✓	X
Zwolle Nu	X	X	✓	✓	X	X	X	✓	X	X	✓	X
In de Buurt	X	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	✓	X
De Swollenaer	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓
De Peperbus	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓

Indien over alle platformen de nieuwsvoorziening op minimaal de helft van het landelijke niveau zit wordt het aanbod meegerekend: Landelijk beeld lokale nieuwsvoorziening: 30% bestaat uit kort nieuws, 25% uit nieuwsverhalen. Het overige bestaat uit verdieping. Reportages en interviews 40% en achtergrond 5%.

Bij een stad als Zwolle hoort een gevarieerd media-aanbod. Hoe meer concurrentie, hoe beter. Het houdt alle media scherp en dat is weer goed voor de stad. Wij zijn voorstander van projectmatige samenwerking op journalistieke thema's die spelen in stad of regio.

NIEUWS

Kwaliteitsjournalistiek bedrijven en Zwolle en regio versterken door bij te dragen aan de identiteit.

Nieuws genre's

We streven naar een goede en werkbare verdeling in nieuwsgenres op basis van de landelijke cijfers voor lokale nieuwsvoorziening: 30% bestaat uit kort nieuws, 25 % uit nieuwsverhalen. Het overige bestaat uit verdieping. Reportages en interviews 40 % en achtergrond 5 %.

Voor de komende termijn gaan we nog meer een pro-actieve houding aannemen. Op het gebied van nieuwsgaring maar ook in de content. We gaan op zoek naar nieuwe invalshoeken of bronnen en komen met een achtergrondverhaal of een analyse van een ingewikkelde nieuwskwestie. We willen interactie met het publiek. We bieden voldoende context en duiding om de berichtgeving op waarde te kunnen schatten. We zitten boven op de ontwikkelingen bij grote nieuwsgebeurtenissen. De laatste stand van zaken verschijnt direct online, berichtgeving wordt met regelmaat opgevolgd.



KORTJES

Berichten waarin alleen de belangrijkste feiten worden gemeld.



NIEUWSVERHALEN

Iets meer tekst en uitleg vergeleken met kortjes, hooguit twee bronnen.



INTERVIEWS

Interview met hoofdrolspelers in het nieuws.



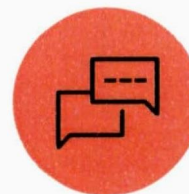
REPORTAGES

Verslag op locatie



ACHTERGRONDEN

Duiding
Achtergrondverhaal.
Alleen via series aanpakken



OPINIES / COMMENTAAR

Vaste columnisten

Verschillende doelgroepen bereiken, bijdragen aan de pluriformiteit van het mediaaanbod en de diversiteit versterken.

Nieuwsthema's

RTV Focus Zwolle streeft naar een pluriform media-aanbod. We hebben in ieder geval aandacht voor onderstaande thema's.

Vluchtig

- ✓ Kunst & Cultuur
- ✓ Uitgaan & Vrije tijd
- ✓ Veiligheid
- ✓ Weer
- ✓ Verkeer
- ✓ Sport

Inhoud

- ✓ Politiek & Bestuur
- ✓ Bouw
- ✓ Wonen
- ✓ Onderwijs
- ✓ Werkgelegenheid
- ✓ Natuur & Duurzaam
- ✓ Infrastructuur
- ✓ Zorg & Welzijn
- ✓ Economie
- ✓ Multiculturele samenleving



Nieuwsbronnen

RTV Focus Zwolle streeft naar een veelzijdig brongebruik. Naast lokaal instanties willen we ook steeds meer burgers aan het woord laten.

Het brongebruik moet evenwichtig zijn. Bij berichtgeving over gemeentebestuur moet naast een betrokken wethouder of raadslid, bijvoorbeeld ook een onafhankelijke deskundige aan het woord komen, net als de burger voor wie keuzes in het lokaal beleid gevolgen hebben.

Instanties

- ✓ Politici
- ✓ Bedrijven
- ✓ Maatschappelijk middenveld

Burgers

- ✓ Ooggetuigen
- ✓ Vox-pop slachtoffers en omstanders
- ✓ Vox-pop burgers
- ✓ Actievoerders
- ✓ Betrokken burgers





ONLINE

24/7 een actuele site en app

ONDERZOEK TOEGANG ONLINE NIEUWS

Het gebruik van nieuwswebsites en -apps blijft in trek: meer dan de helft van de respondenten in het onderzoek van Reuters gaat **rechtstreeks** naar sites of apps van bijvoorbeeld NU.nl, NOS.nl of AD.nl. Via **zoekmachines** belandt zo'n 16 procent uiteindelijk op sites van nieuwsmerken. Bijna evenveel Nederlanders **zoeken naar nieuwsberichten** met zoektermen via zoekmachines en worden zo dus door een algoritme naar hun nieuws gestuurd. Tot slot komt 29 procent aan z'n nieuws **via sociale media**, 4 procentpunt minder dan in 2017.

Bron: REUTERS INSTITUTE DIGITAL NEWS REPORT NEDERLAND 2018

Toegang tot online nieuws (in procenten)

	2018
Ging rechtstreeks naar een nieuwswebsite of -app (bijv. NU.nl, NOS Nieuws, AD.nl)	52
Gebruikte een zoekmachine (bijv. Google, Bing) en typte een zoekwoord voor de naam van een bepaalde website	16
Gebruikte een zoekmachine (bijv. Google, Bing) en typte een zoekwoord voor een bepaald nieuwsbericht	14
Gebruikte een nieuwswebsite of -app die links naar nieuws verzamelt (bijv. Blendle, Flipboard/Pulse)	7
Kwam nieuws tegen via sociale media (bijv. Facebook, Twitter, YouTube)	29
Ontving nieuws via een e-nieuwsbrief of e-mailmelding	18
Kreeg een nieuwsmelding op de mobiele telefoon of tablet (bijv. via sms, app, lockscreen, berichtencentrum)	15
Anders	3
Weet ik niet	9
Ik heb geen online nieuws gebruikt in de afgelopen week	2

Reuters Institute Digital News Survey 2018 / Commissariaat voor de Media

ONLINE STRATEGIE

We gaan inzetten op een goede naamsbekendheid van het merk RTV Focus zodat de doelgroep de website periodiek rechtstreeks gaat bezoeken. Dit doen we via de inzet van marketing en communicatie. Verder lanceren we de komende periode een nieuwsapp voor meer binding met het publiek. Onze social media strategie voor contentdistributie wordt geoptimaliseerd naar soort content, doelgroep en tijd van posten. We zetten meer in op Search Engine Optimisation om meer traffic op specifiek nieuws binnen te krijgen.

1. WEBSITE

2. RTV Focus App

3. Social Media contentdistributie

4. SEO content

SOCIAL MEDIA STRATEGIE

Welke social media platformen worden gebruikt in Nederland? Welke zijn favoriet en wat zijn de trends. Whatsapp is het grootste sociale medium in Nederland, gevolgd door Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Pinterest en Twitter. Facebook neemt iets af, door de perikelen omtrent privacy vorig jaar. Toch is het nog steeds het grootste echte sociale medium. Instagram is een grote stijger. Twitter daalt nog steeds.

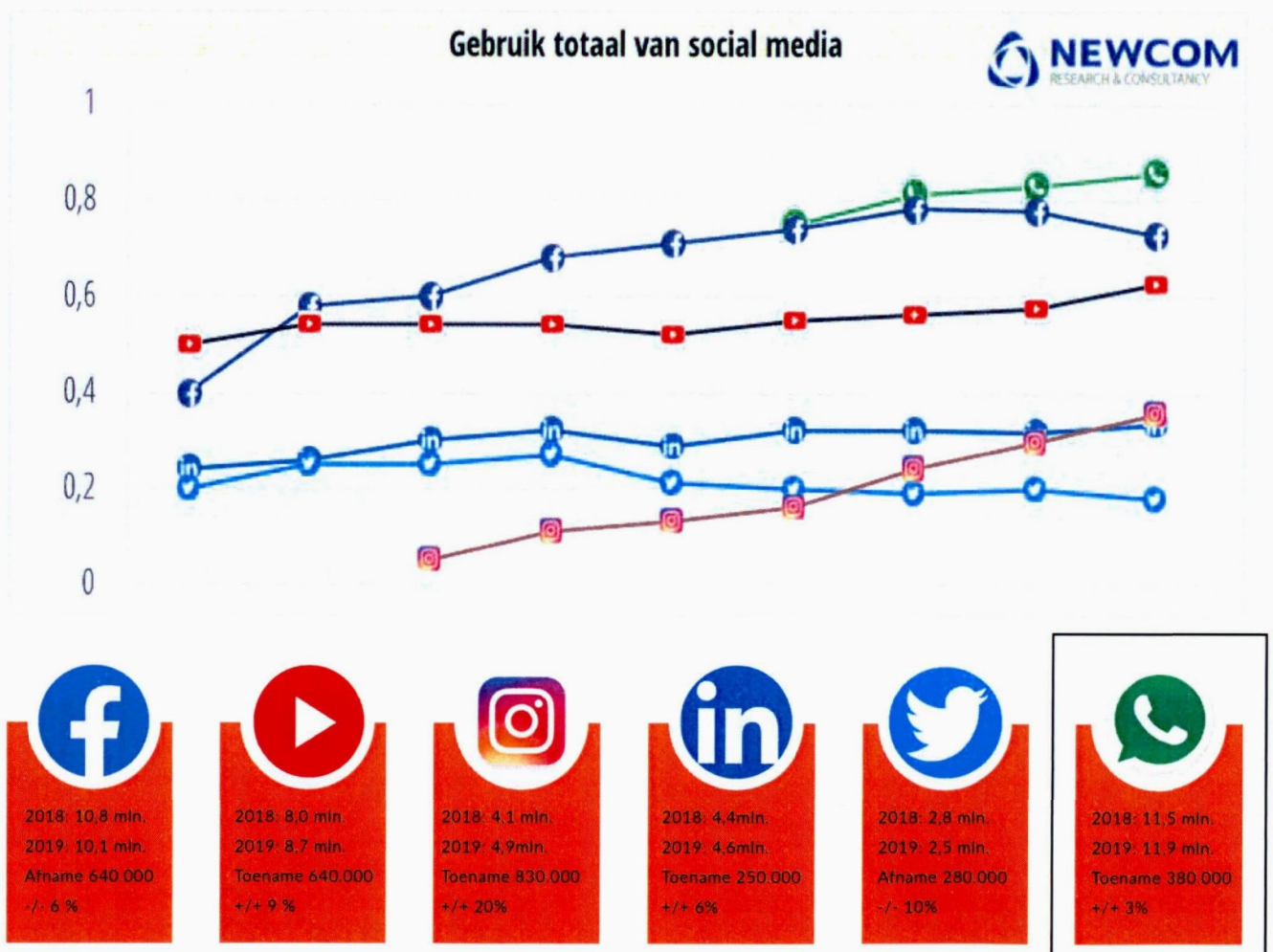
Bron: Nationale Social Media Onderzoek 2019

Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO Newcom Research

We gaan de komende termijn inzetten op Facebook, Instagram Stories, Instagram Posts, IG TV, LinkedIn, Twitter en WhatsApp Status.

YouTube is binnen de nieuwsmedia minder succesvol. Waar bij de andere media de content gepusht wordt, is er bij YouTube sprake van pull. Zelfs de NOS heeft moeite om redelijke bereikcijfers te halen op YouTube. Pinterest is voor een nieuwsmedium niet het meest geëigende social kanaal en zal daarom ook niet in onze distributiemix zitten.

Op basis van de content wordt bepaald welke sociale media worden ingezet en met welke vorm en tone of voice. Zo wordt optimaal bereik van de doelgroepen gerealiseerd over de verschillende kanalen.



NATIVE APP

We gaan inzetten op een native app die draait op zowel iOS als Android. Daarnaast kan de app als webapp worden geïnstalleerd.



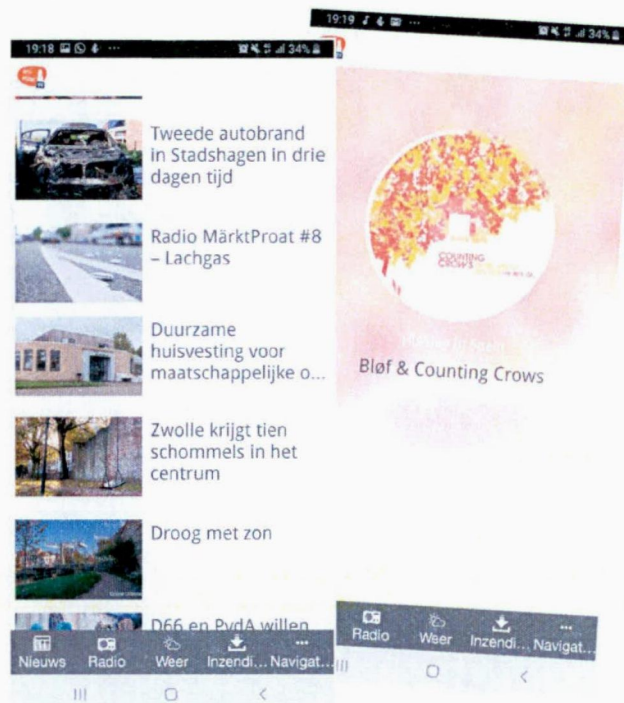
De app is volledig **compatible** met onze website waardoor de content automatisch overgaat.



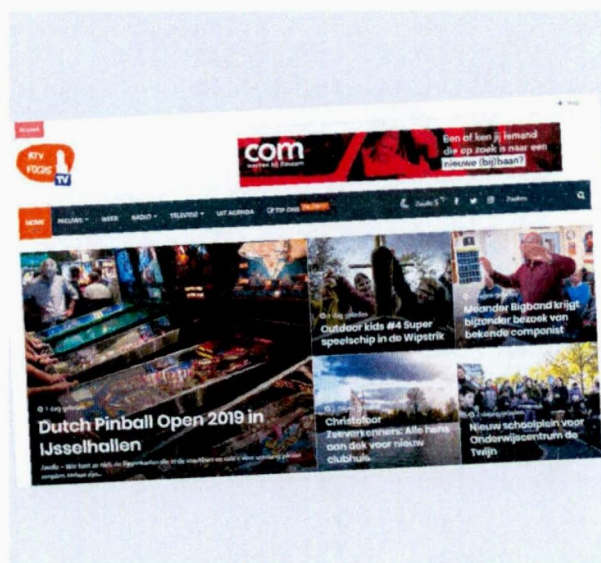
Push notification. Communiceren met doelgroep, binding creëren en uitnodigen tot terugkerend bezoek. Ook inzet van Geofencing voor nieuws/locatie combinaties.



Crowdsourcing: upload mogelijkheid voor 'burgerjournalisten'; foto's, video's, tips en deling info en kennis op verzoek.



SEO SEARCH ENGINE OPTIMISATION



Site optimalisatie voor online vindbaarheid

We gaan de komende termijn inzetten op een nog betere vindbaarheid in Google Search door technische aanpassingen.

- ✓ Optimaliseren site voor Google News, Video's
- ✓ Direct ping signaal naar Google na publicatie post
- ✓ XML News sitemaps
- ✓ Google Amp



VIDEO

10 - 15 minuten actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie

TV MARKT

Televisiekijken is bij senioren onverminderd populair. Bij jongeren neemt het aandeel tv kijken in een rap tempo af. Nederlanders kijken minder televisie, zelfs als uitgesteld kijken en diensten als Netflix worden meegeteld. De trend is in 2015 ingezet. Toen werd er voor het eerst in 10 jaar minder tv-gekeken.

Vooralsnog blijft tv-kijken wel populair bij de 65-plussers. Dat er veel oudere kijkers zijn is terug te zien op de verschillende zenders. Van het totale aantal mensen dat naar een zender kijkt, is minder dan 20 procent jonger dan 35 jaar, ruim 60 % is ouder dan 50 en ruim 30 boven de 65 jaar.

DOELGROEP

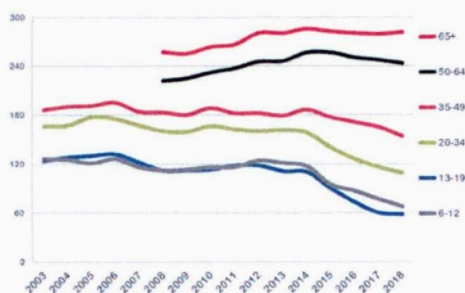
RTV Focus Zwolle stemt haar tv-uitzendingen op deze doelgroep af door het bieden van tekst-tv met servicediensten, nieuws van de dag en aansprekende langere programma's voor deze doelgroep. Het aanbod wordt op het tv-kanaal in carousel vorm aangeboden. Op sociale media bieden we video-content aan in alle mogelijke verschijningsvormen voor de jongere doelgroepen.

TV DEBAT

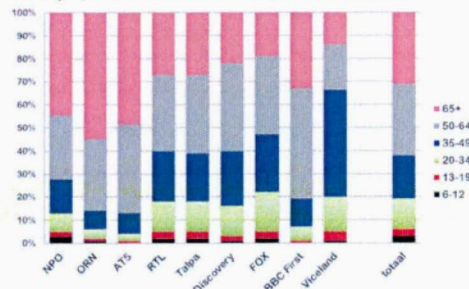
De taak van de lokale omroep is om een 'lokaal toereikend media-aanbod' (Itma) te verzorgen. Dit doen we door werkdagelijks nieuws te verspreiden via verschillende mediakanalen. Dit zet aan tot publieke meningsvorming en debat.

Daarnaast zijn we van mening dat we in verkiezingstijd een taak hebben als het gaat om het organiseren van een verkiezingsdebat. Bij 'Zwolle Kiest' peilen we vooraf wat er speelt bij het publiek. Dit zetten we in als thema's en de daarbij behorende stellingen in het verkiezingsdebat. Tijdens het debat houden we in het oog wat waardevol is voor de discussie. De aankomende termijn zullen we net als afgelopen periode verkiezingsdebatten organiseren tijdens de gemeenteraadsverkiezingen en de Provinciale Staten verkiezingen. Daarnaast doen we verslag van de uitslagenavonden. We staan open voor het mede organiseren van andere grote debatten als media-partner mits dit binnen het bestaande budget en mankracht gerealiseerd kan worden. We doen dit graag met onderwijspartijen in de stad die de benodigde zeer kostbare live-sets hebben.

Kijktijd in minuten per leeftijdscategorie, 2003-2018, bron: SKO



Leeftijdprofielen zenders, 2018, bron: SKO 2018



Live uitzending Zwolle Kampen Vechtdal debat PS2019 georganiseerd door RTV Focus Zwolle i.s.m. Kampen Online en Vechtdal Leeft © Hugo Janssen

TV CARROUSEL

Het TV kanaal van RTV Focus biedt op werkdagen dagelijks actueel nieuws. De kijker kan op ieder gewenst moment inschakelen. In de avonden wordt er gewerkt met een compacte carousel formule met een mix van nieuwsreportages van die dag en aanvullende programma's. Overdag is er een mixaanbod van Tekst TV.

NARROW CASTING

Onderzocht gaat worden of het carousel programma van RTV Focus aangeboden kan worden via narrowcasting op locaties zoals buurthuizen en sportcentra in Zwolle. Op deze manier brengen we het aanbod richting het publiek.

TEKST TV

Binnen het carousel wordt ieder uur tekst-tv meegenomen. Naast eigen aanbod in servicediensten, kunnen we ook het aanbod van derden meenemen, zoals bijvoorbeeld vrijwilligersvacatures, evenementenkalenders en senioren aanbod. Dit moet wel automatisch in te passen zijn.

WEER

TIJD

EVENEMENTEN

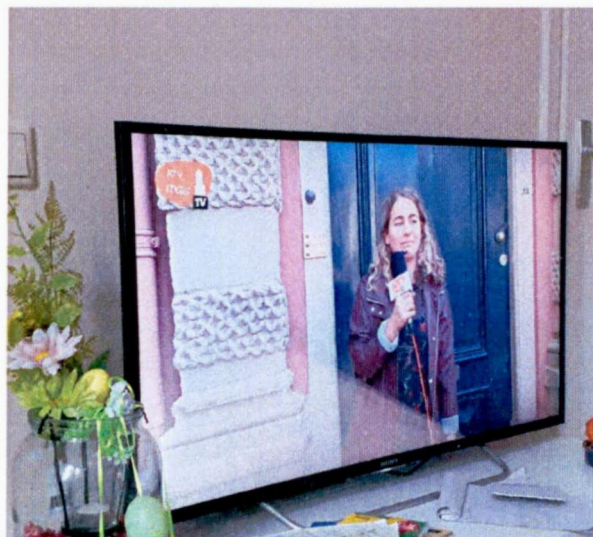
OV INFORMATIE

PROGRAMMA GIDS

LOKAAL NIEUWS

RADIO OP ACHTERGROND

INFO / EDUCATIE CONTENT PARTNERS



SUCCESVOLLE PROGRAMMA'S

De afgelopen termijn zijn er een aantal web tv-programma's ontwikkeld die succesvol bleken. De sleutel tot het succes zit altijd in het lokale element. Mensen moeten zichzelf of de stad / regio erin herkennen. We willen de programma's graag samen met partners in de stad produceren. Programma's kunnen doorlopend zijn, maar ook bijvoorbeeld in series van 8 worden geproduceerd. De programmaraad bepaalt het aanbod binnen de mogelijkheden qua budget en manuren. Soms moet aanvullend budget worden aangevraagd in de vorm van subsidie of sponsoring (mits passend binnen de Mediawet).

X-PEDITIE
SPORT

 GEWOON
NOAR
BOUW

 ZWOLLE
ANNO
TOEN

 OUTDOOR
KIDS

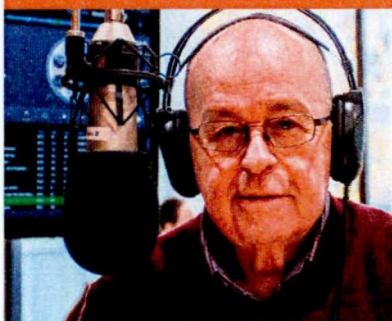
 Mooi
Zwolle
Zwolle TV

AUDIO

24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek

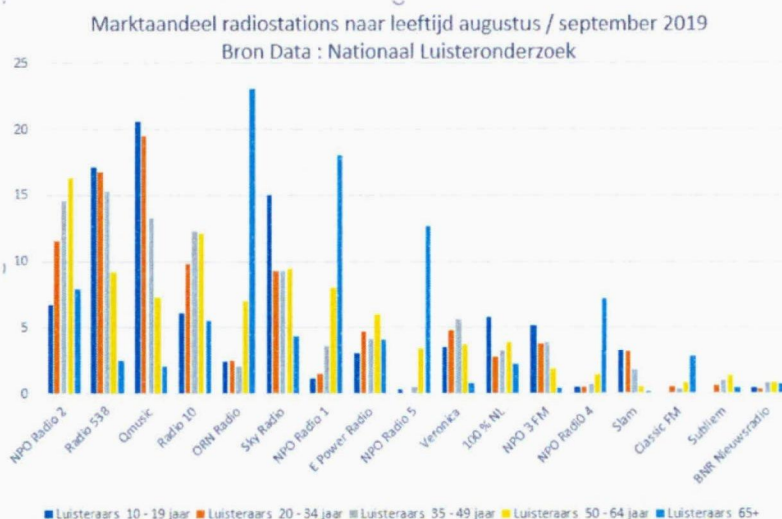
RADIO MARKT

Radio-gebruiker



Radio- en tv-gebruiker

33 % van de inwoners komt via radio en televisie aan hun nieuws. De meeste van deze gebruikers zijn ouderen.



RADIO PUBLIEK LOKAAL: NIEUWS EN ONTSPANNING

Jongeren luisteren steeds minder naar radio en steeds meer naar diensten als Spotify en YouTube. De doelgroep die 'bewezen' wel radio luistert is de oudere doelgroep (35 - 65+). Lokaal nieuws is het belangrijkste motief bij de oudere doelgroep (35 - 65+) om gebruik te maken van de lokale omroep. Daarbij gaat de interesse met name uit naar lokale gebeurtenissen en politiek. Deze doelgroep heeft de volgende associaties bij een lokale omroep: gezellig, herkenbaar, dichtbij, betrokken, lokaal nieuws en regio nieuws. Dit blijkt uit onderzoek 'De rol van de lokale omroep in Nederland' van het NLPO. Je ziet dit radiogebruik van de oudere doelgroep voor nieuws en muziek ook terug in het Nationale Luisteronderzoek. Deze oudere doelgroep tref je het meeste aan bij NPO Radio 1, ORN (Regionale omroepen) en radio 5 en 2.

RTV Focus Zwolle stemt haar radio programma's qua muziek en nieuws / informatie op deze doelgroep af. Met name op de vroege ochtend 6 - 9 uur en in de spits 15 - 18 uur ligt het accent op werkenden in de leeftijd 35 - 60. Van 12 tot 14 bedienen we de mensen die behoefte hebben aan veel actualiteiten en achtergronden. Bij de overige tijden van de dag, avond en nacht ligt het accent, binnen de horizontale programmering op 45 plus.

De behoefte aan informatie is de grootste drijfveer om de lokale omroep te gebruiken. Er is echter ook een emotionele behoefte: ontspanning en gezelligheid speelt ook een belangrijke rol.

NLPO onderzoek

HORIZONTALE PROGRAMMERING

RTV Focus werkt met een horizontale programmering op de radio. Hierdoor weet de luisteraar wat hij dagelijks kan verwachten en wordt er een band opgebouwd.

In de ochtendshow en het spits programma draaien veel Top 40 en Zero's. Vanaf 9 uur 's ochtends is er plaats voor hits vanaf eind jaren 60 tot en met de 90-ties.

De grootste luisterpiek voor de radio is tussen 9 en 13 uur.

MUZIEK

RTV Focus Zwolle draait op haar zender 'Feel Good Music' passend bij de leeftijd van de luisteraars per venster.

SERVICE DIENSTEN

Mensen willen in de ochtend en middag via de radio snel bijgepraat worden. In onze radioprogrammering worden voortdurend de servicediensten meegenomen.

ANWB VERKEERSINFORMATIE

NOS NIEUWS

WEER

LOKAAL NIEUWS

OV INFORMATIE

TIJD

EVENEMENTEN

06 - 09 Goedemorgen Zwolle

09 - 12 Gouwe Ouwe

12 - 14 Studio Stadkamer

14 - 15 Holland Non-Stop

15 - 18 Hits in de spits

18 - 21 Holland Non-Stop

21 - 00 Muziek uit het Hart

00 - 06 Radio Nachtrijder

STUDIO STADKAMER

Tussen de middag staat de talkshow Studio Stadkamer op het programma, waarbij iedere dag gewerkt wordt met een ander thema. Op dit moment is dat op de dinsdag politiek en actualiteiten (Actueel), woensdag wordt aandacht besteed aan kunst en cultuur (Studio Stadkamer Cultuur) en op vrijdag is het het weekendmagazine met aandacht voor de evenementen in het weekend (Studio Stadkamer weekend). Het programma gaan we de komende termijn uitbouwen naar 5 edities per week. Studio Stadkamer is live radio, uitgezonden in het Huiskamer café van de Stadkamer Centrum. Op termijn zal ook live radio op andere locaties worden gemaakt via de mobiele studio. **Met Studio Stadkamer willen we het publieke debat over actuele onderwerpen aanjagen.**

LOKAAL NIEUWS

Ieder heel uur zenden we het landelijk nieuws uit, ieder half uur het lokale nieuwsbulletin, **dat wordt ingesproken door studenten journalistiek van Windesheim die als vrijwilliger meedraaien bij RTV Focus.** Daarnaast worden dagelijks interviews van verslaggevers in het veld uitgezonden in de radio-rubriek Zwolle Actueel. Verspreid over de hele dag wordt de luisteraar voortdurend op de hoogte gehouden. Ook de servicediensten worden verspreid over de dag aangeboden. Aandacht voor sport is er op zaterdag.

Met **Märktproat** gaat een verslaggever de straat op voor VOX-POP interviews over actuele onderwerpen om de mening van het publiek te peilen.

DOELGROEPEN RADIO

In de avonduren kunnen doelgroepprogramma's worden ingeprogrammeerd in het venster 18 - 00 uur.

In het venster Muziek uit het Hart is plek voor specifieke muziekprogramma's.

Overdag kan doelgroepen talkradio ingepast worden binnen Studio Stadkamer. Iedere dag heeft een ander thema.

Van politiek tot op de zondag godsdienstig.

De zondagavond reserveren we ook voor godsdienstige programma's.

Uiteraard kunnen mensen via 'Uitzending Gemist' ook doelgroepprogramma's terugluisteren op ieder willekeurig moment.



NEGATIEVE ASSOCIATIES

Uit onderzoek van de NLPO 2019 blijkt dat lokale omroepen in Nederland soms negatieve associaties oproepen. Mensen noemen dan: saai, oninteressant, kneuterig, amateuristisch, herhalingen.

Dit willen we als RTV Focus niet. Radio wordt het meeste overdag geluisterd. De luisterpiek ligt tussen 9 en 13 uur 's middags. Met het vasthouden aan een horizontale programmering met professionele presentatie en duidelijke programmaformats willen we de luisteraars boeien en binden. Ruimte voor talentontwikkeling is er in de avond binnen de vensters.

PODCAST / AUDIOFRAGMENT

Podcasts worden steeds populairder. Onderweg of thuis luisteren naar audio over een specifiek nieuwsonderwerp wordt door een zeer brede doelgroep steeds meer gedaan. RTV Focus wil informatieve interviews uit Studio Stadkamer online aanbieden als audiofragment binnen een artikel. Hierdoor krijgen de gasten niet alleen in de Stadkamer en op de radio een publiek, maar wordt het bereik nog eens vergroot via de website en de sociale media kanalen. Interviews met een hoog informatief karakter en een langere houdbaarheid willen we ook als podcasts gaan aanbieden via Spotify. Hierdoor wordt de doelgroep die geïnteresseerd is in lokaal nieuws via deze vorm extra on-demand bediend.

KANALEN

We zenden uit via FM en online via een stream. In de regio start begin mei een DAB+ traject. De meningen zijn verdeeld over DAB+. Over 5 jaar moet DAB+ de FM band vervangen. De vraag is alleen of DAB+ de toekomst wordt of dat radioluisteraars straks in de auto en thuis allemaal via internet luisteren omdat de nieuwe auto's daarmee worden uitgerust.

We starten met deze zes kanalen om audio te beluisteren.

FM FREQUENTIE 105 FM - RADIO

STREAM WEBSITE - RADIO

RTV FOCUS APP - RADIO

SPOTIFY - PODCAST

UITZENDING GEMIST - RADIO

WEBSITE - AUDIO FRAGMENTEN



RADIO COLUMNS

RTV Focus staat niet alleen voor nieuws. We willen ook het **publieke debat** aanzwengelen met opinie en columns.

We hebben een aantal vaste columnisten die iedere vrijdag aanschuiven bij Studio Stadkamer. Columns die gaan over wat ze bezig houdt, meningen, opinies. De radio columns worden live opgenomen en ook verspreid via de website en sociale media. De aankomende termijn willen we het aantal columnisten uitbreiden op de radio én op de website.

RADIO SPECIALS



Op de radio zullen we ook de komende termijn weer regelmatig gaan werken met specials in de vorm van marathonuitzendingen zoals de Top 380 in de week voor kerst (met veel gasten) tot en met muziek thema weken en live radio op evenementenlocaties.

300 SECONDEN

300 seconden is een radiorubriek binnen het programma Studio Stadkamer. In de rubriek krijgen de politieke partijen uit Zwolle bij toerbeurt 5 minuten de 'vrije microfoon'. Inhoud, vorm en onderwerp worden bepaald door de gast zelf. Natuurlijk kunnen de presentatoren ook vragen stellen over het onderwerp. Soms ontstaat er een klein **debat aan de tafel** tussen de verschillende gasten. Soms komt het publieke debat later los op sociale media, omdat ook daar de opname wordt geplaatst.



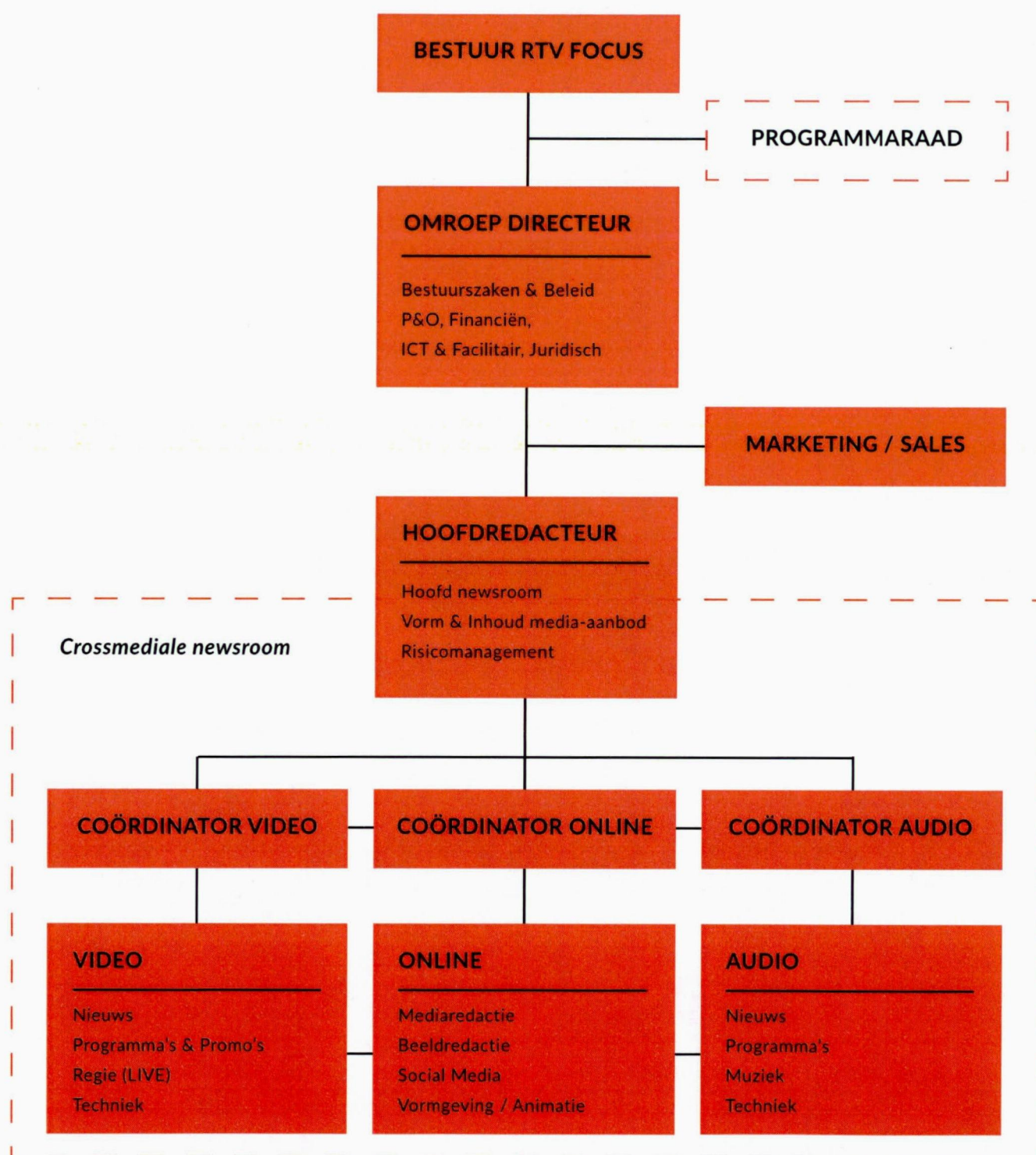


Organisatie

HOOFDSTUK

03

ORGANIGRAM RTV FOCUS



PERSONEEL (INTERN)

Talentontwikkeling door stageplekken en opleiden vrijwilligers

Medewerkers

RTV Focus werkt met een team vaste krachten die de dagelijkse leiding hebben op de redactie en in de studio. De hoofdredacteur heeft de eindverantwoordelijkheid op inhoud, de omroepdirecteur op bedrijfsvoering. Het vaste team zorgt ook voor de goede contacten met andere organisaties in de stad en regio.

Stagiaires

RTV Focus Zwolle is erkend leerbedrijf voor de diverse mediaopleidingen. We leiden per jaar gemiddeld 22 stagiaires op binnen onze cross-mediale redactie. Ook de komende jaren willen we onze goede relatie met het onderwijsveld continueren. De stagiaires ondersteunen de redactie met name doordeweeks tijdens kantooruren. We gaan in deze nieuwe 5-jaars periode werken met opleidings- en trainingprogramma's voor kwaliteit en professionaliteit. Stagiaires draaien ook mee in het ontwikkelingssprogramma.

MEDEWERKERS

Team vaste krachten

- Omroep directeur
- Hoofdredacteur
- Coördinatoren

STAGIARES

- Mediaredactie
- Audiovisueel
- Marketing & Communicatie
- Mediavormgeving
- VO maatschappelijke stage

VRIJWILLIGERS

- redacteurs
- journalisten
- verslaggevers
- presentatoren radio / tv
- techniek
- fotografen



Vrijwilligers

RTV Focus werkt met vele vrijwilligers. Van mensen die het leuk vinden om iets te doen in hun vrije tijd tot mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Via Zwolle Doet komen veel van deze vrijwilligers binnen maar ook via wervingsadvertenties op sociale media. We hebben een hele groep Windesheim studenten die als vrijwilligers iedere werkdag het radiojournaal voor Zwolle samenstellen en inspreken, presentatieteksten voorbereiden, als verslaggever op pad gaan of een programma presenteren. Opvallend is dat we relatief veel jonge vrijwilligers hebben. We gaan in deze nieuwe 5-jaars periode werken met opleidings- en trainingprogramma's voor kwaliteit en professionaliteit.

PERSONEEL (EXTERN)

Naast intern personeel maken we ook gebruik van medewerkers en content van andere organisaties.

Persbureaus

RTV Focus zal voor de aankomende termijn samenwerken met persbureaus als het gaat om 112 verslaggeving. Voor landelijke nieuwsitems, die ook lokaal spelen maken we gebruik van persbureaus als het ANP.

Collega omroepen

RTV Focus wisselt al langere tijd content uit met de publieke omroepen Vechtdal TV / FM uit Dalfsen en Ommen, RTV Hattem en de stichting Kampen Online. Naast contentuitwisseling draaien we ook gezamenlijk producties. Het gaat dan om gemeentegrens overschrijdende items. Ook op regionaal niveau gaan we de komende termijn samenwerkingen aan.

Freelancers

RTV Focus zet in de volgende termijn meer in op journalistieke projecten. Om journalistieke thema's dieper uit te kunnen werken willen we op periodieke basis projectteams opzetten waarbij ook freelancers kunnen worden ingezet.

PERSBUREAUS

- 112 berichtgeving, foto's, video's
- landelijke nieuwsgaring

COLLEGA OMROEP

Samenwerking gezamenlijke content productie

- Vechtdal Leeft / FM
- KampenOnline
- Diverse wijkkranten
- Intentie RTV Oost

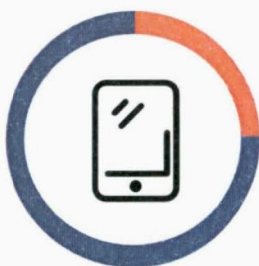
FREE LANCERS

Inzet

- projectmatig op journalistieke thema's en onderzoeksjournalistiek
- bekostiging via project-subsidies

OPLEIDING

RTV Focus heeft volop aandacht voor opleiding en ontwikkeling van medewerkers, stagiaires en vrijwilligers. In de komende termijn gaan we trainingen ontwikkelen en uitrollen die aansluiten bij de nieuwste ontwikkelingen voor newsrooms. Op de werkvloer bieden we voldoende uitdaging, leren we van elkaar en houden we rekening met ambities. Nieuwe medewerkers krijgen een entree-opleiding.



ENTREE OPLEIDING

- Interviewtechniek
- Hoe film je met een mobiele camera?
- Hoe werk je als mojo (mobile journalism)?
- Hoe monteer je een (kort) filmpje? – Editen
- Hoe schrijf je voor internet?
- Social mediagebruik
- Hoe schrijf je een korte tekst voor social media?

AANVULLENDE TRAININGEN



TRAININGEN

Als early adaptor van mobile storytelling en een gerichte online / sociale media / web-only strategie willen we ook aanvullende trainingen ontwikkelen.

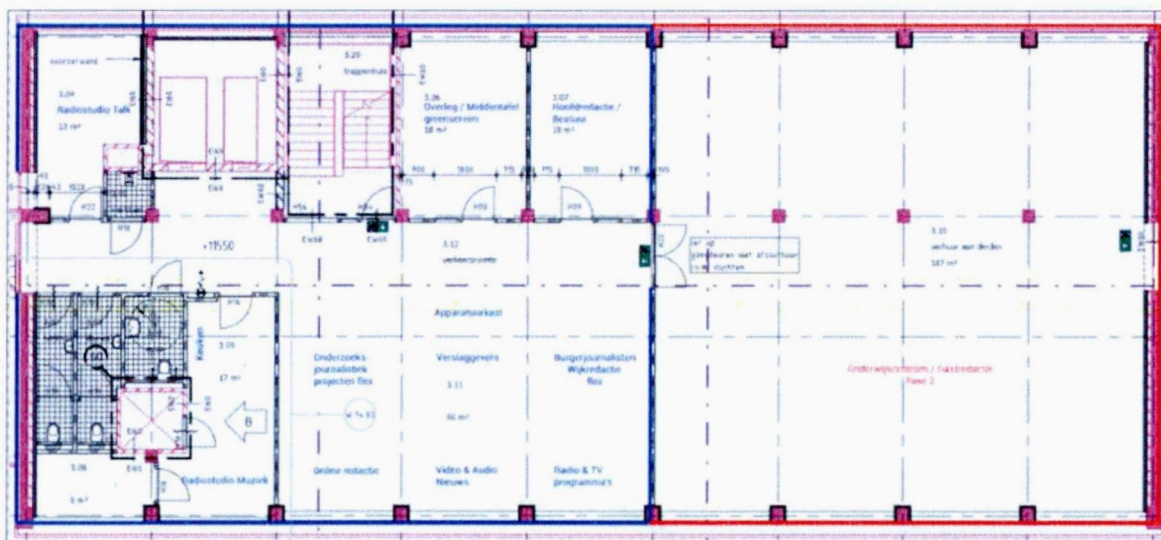
Voorbeelden te ontwikkelen trainingen:

- Nieuwsgaring Sociale Media
- Mobile Journalism
- Data Journalistiek
- Cross-Mediale journalistiek
- Online journalistiek
- Ethiek

HUISVESTING

RTV Focus is gevestigd op de derde etage van de Stadkamer Centrum aan de Zeven Alleetjes in Zwolle. Een ideale locatie. Dicht bij het nieuws, aan de rand van het centrum. Op 3 minuten loopafstand van het station. De locatie is perfect bereikbaar voor vrijwilligers en stagiaires.

JOURNALISTIEKE INFRASTRUCTUUR NEWSROOM RTV FOCUS



3.04	Radiostudio Talkradio
3.06	Overlegruimte / Midentafel / Greenscreen
3.07	Hoofdredactie / Bestuur / Projectleiding
3.08	Radiostudio / Techniek / TV Techniek / Voiceoverkamer
3.09	Keuken (bovenste deel)
3.09	Radiostudio Muziek / Redactie
3.11	Redactievloer - Onderzoeksjournalistiek projecten / Flex
3.11	Redactievloer - Online redactie
3.11	Redactievloer - Verslaggevers Flex
3.11	Redactievloer - Video & Audio Nieuws
3.11	Redactievloer - Burgerjournalisten / Wijkredactie / Regio redactie Flex
3.11	Redactievloer - Radio & TV programma's / Marketing / Communicatie



JOURNALISTIEKE INFRASTRUCTUUR STADKAMER CENTRUM

Naast de journalistieke infrastructuur op de etage waar RTV Focus is gevestigd heeft de Stadkamer Centrum zelf ook verschillende faciliteiten die een perfecte aanvulling zijn voor het journalistieke klimaat in de stad.



Het Stadkamer café (De Huiskamer) op de begane grond wordt momenteel al gebruikt voor de *live radiouitzendingen* van Studio Stadkamer. In de nieuwe termijn willen we ook een TV Magazine vanuit het Stadkamer Café gaan uitzenden.



De zaal van de Stadkamer Centrum biedt mogelijkheden als *debatcentrum* en seminar ruimte.



Het Medialab biedt mogelijkheden voor *innovatie onderzoek*

De *workshopruimtes* bieden mogelijkheden voor het geven van trainingen



CROSS MEDIAAL

Waarom zou je als redacties allemaal dezelfde basistaken uitvoeren. Het is tijdsverspilling en dubbel werk. RTV Focus Zwolle gelooft in cross mediaal werken. Eén redactie waarbij de content leidend is. Per item wordt gekeken op welke momenten welke kanalen worden ingezet, maar ook in welke vorm een item wordt gebracht. Krachten bundelen en talenten inzetten waar het kan.

VERSLAGGEVERS

Verslaggever doet één video-interview op locatie
Content voor:

- MP4 voor video reortage TV
- MP3 voor radio Zwolle Actueel item
- MP3 voor audiofragment online bij artikel
- MP3 quote uit interview voor radiobulletin
- MP4 quote uit interview als teaser op social media
- Transcriptie voor online artikel

RADIO PRESENTATOREN

Radiopresentator doet interview in de radiostudio met gast.
Content voor:

- MP4 voor video reortage voiceover style
- MP3 voor audiofragment online bij artikel
- MP3 quote uit interview voor radiobulletin, later op de dag
- MP4 quote uit interview als teaser op social media

MIDDENTAFEL

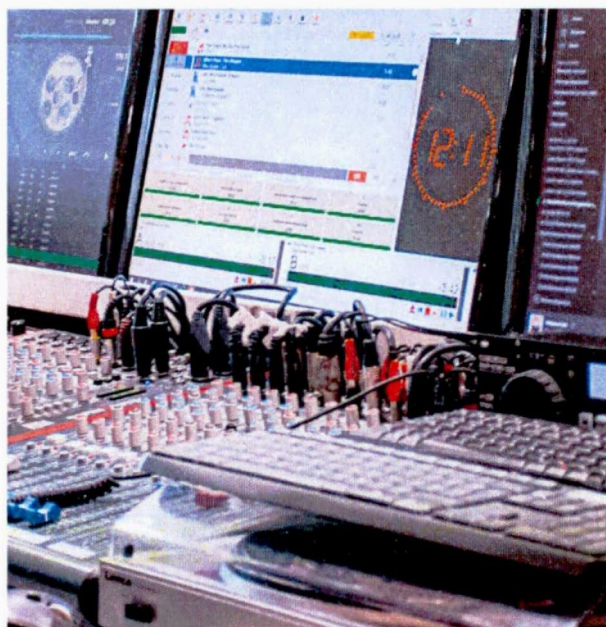
RTV Focus werkt met een virtuele middentafel. Nieuws dat niet 's ochtends direct in het redactieoverleg is meegenomen wordt via de middentafel app (hoofdredacteur / coördinatoren) besproken. Zo zitten we voortdurend bovenop het nieuws als één geïntegreerde redactie.

- Wie gaat er mee aan de slag
- Welke vorm(en)
- Welke kanalen



SAMENWERKEN

Lokaal en regionaal, binnen de streek samenwerken en de lokale nieuwsvoorziening in stand houden.



Journalistiek infrastructuur voor de stad

RTV Focus Zwolle wil haar content aanbod vergroten door de samenwerking aan te gaan met andere partijen in de stad.

Naast de eigen content die we produceren willen we via de newsroom een journalistieke infrastructuur aanbieden aan strategische (media) partners, vrijwilligers, burgerinitiatieven, burger-journalisten en vrijwilligers in de stad en regio.

De geproduceerde audio / video content van de partners wordt via de zender / kanalen / platform van de Stichting RTV Focus Zwolle uitgezonden mist van voldoende kwaliteit en passend binnen programmabeleid.

MEDIA AANBOD-PARTNERS

Ten behoeve van ons media-aanbod werken wij op dit moment of hebben we in de afgelopen vijf jaar, op projectbasis, samengewerkt met een aantal maatschappelijke en commerciële partijen, zoals de Stadkamer (Studio Stadkamer o.a.), SportService Zwolle (X-Peditie Sport in 2018), Festival Woest (Workshops) Sinterklaasjournaal (2018) en Sinterklaasintocht (SEZ) en Kidsproof (Outdoor Kids). Dit soort samenwerkingsverbanden zullen wij de komende termijn steeds meer opzoeken. Allereerst om ons media-aanbod mogelijk te maken, maar ook om midden in de maatschappij te staan. Samen met de programmaraad willen we de komende vijf jaar de samenwerking met partijen in de stad verder uitbouwen.

NIEUWS-PARTNERS

We onderhouden warme contacten met een aantal wijkkranten in Zwolle. In de nieuwe termijn willen we deze contacten graag intensiveren door gezamenlijk op te trekken als het gaat om belangrijke thema's die spelen in de wijken. We vangen elkaar niet de vliegen af, maar zorgen dat nieuws breder of juist dieper kan worden gebracht. We informeren elkaar op het gebied van nieuwsgaring. De krant schrijft, wij brengen het achtergrondverhaal in video of audio. Bij nieuws van de dag, kan de wijkkrant onze content overnemen binnen de eigen kanalen.

NEWSROOM GEBRUIK

Deze (nieuws)partners kunnen ook gebruik maken van de apparatuur, de ruimtes en de trainings- en begeleidingsfaciliteiten van de newsroom. De geproduceerde audio / video content van de partners wordt via de zender / kanalen / platform van de Stichting RTV Focus Zwolle uitgezonden. Publicatiedata worden afgestemd op de verspreiddata van de kranten / kanalen partners.

Een newsroom versterkt ieders positie en biedt voordelen door kennisdeling en verwijzingen naar elkaar. Dit alles komt de onafhankelijke, objectieve en vooral pluriforme nieuwsvoorziening in de stad ten goede.

CROWDSOURCING

We willen meer samenwerken met het publiek. Dit gaan we doen door burgers te stimuleren foto's, video's, content en tips in te zenden. Dit doen we via de RTV Focus app. We checken het ingezonden materiaal (IPTC check) en de inzender. Voorbeelden: wijk- en buurtverenigingen, amateursport, jongerenwerk, studenten, studentenverenigingen, ouderen.

Ook gaan we de komende termijn crowdsourcing inzetten om meer gebruik te kunnen maken van de kennis en informatie van burgers. Via social media wordt het publiek met video boodschappen, foto's, polls e.d. gevraagd om input te geven. Ook gaan we werken met pushnotifications en geofencing om het publiek actief te betrekken bij onderwerpen. We volgen de ontwikkelingen op het gebied van crowdsourcing en de techniek op dit gebied.

Er komen via sociale media ook al veel reacties binnen over bepaalde onderwerpen. Ook hier gaan we actief mee aan de slag. Leeft een onderwerp onder het publiek en wordt er nieuwe informatie verstrekt dan kan dit leiden tot bijvoorbeeld een nieuw online artikel, video of audioitem.

SCHOLEN

Naast dat we plaats bieden aan stagiaires van de verschillende scholen in de regio Zwolle willen we ook graag een onderwijs expertise centrum opzetten. Op projectbasis kunnen de opleidingen binnen de regio aan de slag als gastredacties. Deze werken onder begeleiding van de newsroom, aan belangrijke thema's in de stad. Het onderwijs heeft de beschikking over de journalistieke infrastructuur van de newsroom, waardoor er een 'live' omgeving is waarin studenten in de praktijk kunnen werken. Belangrijke voorwaarde is wel dat het moet passen binnen het curriculum van de opleiding. Een eerste aanzet zou kunnen zijn dat content geproduceerd door de opleidingen tijdens de praktijkweken via de kanalen van RTV Focus Zwolle gedistribueerd wordt. Hierdoor ontstaat ook een 'jonge stroming' in het aanbod.



Op het gebied van grote Live uitzendingen willen we graag samenwerken met de onderwijspartners in het veld. Zo is er vorig jaar samen met Landstede geëxperimenteerd met een live uitzending van de Sinterklaasintocht. Ook komend jaar wil de media-afdeling van Landstede meer inzetten op live uitzendingen waarbij samenwerking, aansluiting vanuit RTV Focus een mooie aanvulling zou zijn.

STADKAMER

We werken inmiddels een jaar samen met de Stadkamer. Inhoudelijk gaat het om input van programmering voor Studio Stadkamer radio en ook video. Ook gaan we de komende termijn inhaken op de thema's die de Stadkamer met andere partijen in de stad oppakt. Crowdsourcing over journalistieke thema's, debatten, open huis redactie en studio en mediawijsheid op de redactie zijn voorbeelden die verder worden uitgewerkt de komende termijn.

We willen graag op de derde etage een lokaal media innovatiecentrum opzetten. Het conceptplan ligt klaar. Subsidie gaan we aanvragen zodra RTV Focus erkenning heeft als publieke omroep.

STREEKOMROEP / RMC

Voor de lokale omroep houdt het nieuws niet op buiten de gemeentegrenzen. De burger wil geïnformeerd worden over zijn 'natuurlijke habitat': de sociaal-culturele en economische omgeving waarin hij woont, leeft, werkt en recreëert. RTV Focus gelooft in de samenwerking binnen de regio met andere lokale- en regionale publieke media om de journalistiek te versterken.

STREEK

Binnen de regio geloven we in een samenwerking waarbij de lokale omroepen elkaar ondersteunen en versterken, daar waar het kan. De regio heeft de stad nodig als trekker; voor innovatie, coördinatie, ondersteuning en contentverwerking. De stad en de regio hebben elkaar nodig voor het professioneel bouwen aan het lokaal toereikend media-aanbod voor stad en streek. Niet het sterk maken van de streekomroep, maar het sterk maken van de lokale omroepen moet het doel zijn van samenwerkingpartners in een streekanpak. Wij geloven dan ook in samenwerking tussen lokale omroepen in de regio waarbij alle lokale omroepen hun eigen identiteit behouden.

REGIONAAL

RTV Oost als regionale omroep en RTV Focus Zwolle als lokale omroep werken beiden in hetzelfde woon/leefgebied van de burgers. Oost pakt de onderwerpen op die voor de hele regio interessant zijn, RTV Focus pakt als lokale omroep ook de onderwerpen op die specifiek voor Zwolle interessant zijn. Uit de twee gesprekken die we met RTV OOST directeur Marcel Oude Wesseling en hoofdredacteur Henk Jan Karsten hebben gevoerd hebben Oost en Focus geconcludeerd dat we qua visie op één lijn zitten. Oost wil samenwerken met de lokale omroep van Zwolle mits daar voldoende journalistieke kwaliteit zit en visie is over het te voeren beleid. Omdat Focus op dit moment geen publieke omroep is, is een samenwerking vooralsnog niet mogelijk. Ze houden de ontwikkelingen van de licentie in de gaten en wachten vooralsnog af. Focus heeft richting Oost aangegeven projectmatig te willen samenwerken op het gebied van grotere journalistieke thema's zoals nieuwe energie. Voor deze lokaal/regionale samenwerkingen zijn fondsen beschikbaar vanuit het ministerie.

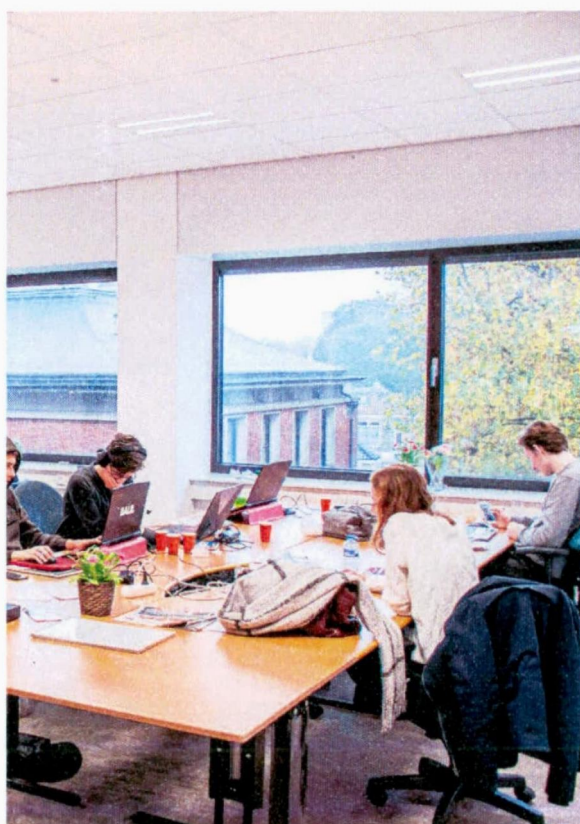
INTERLOKAAL

We willen buiten de regio op zoek naar een lokale omroep partner (grotere stad MBO / HBO) die samen met ons het project 'Lokale Media Innovatiecenter' wil opzetten en uitvoeren. Ook hiervoor is aanvullende subsidie nodig.

REGIONAAL MEDIA CENTER

De kracht van een streekomroep zit in een regionaal media center. Deze ondersteunt daar waar nodig en nuttig. We zijn ervan overtuigd dat, door op een slimme en innovatieve manier samen te werken, het bereik en de professionaliteit een boost krijgen. Lokale omroepen rapporteren over hun eigen woongebied en de regio. Het regionaal media center biedt een selectie uit alle lokale reportages die weer via de lokale zenders wordt uitgezonden. Maar het regionaal media center helpt ook in het signaleren van grensoverschrijdende items, het coördineren en uitwerken daarvan. Bovendien is ze trekker op het gebied van innovatie, programmaformats, raamwerk-oplossingen, opleidingen, werving stagiaires en vrijwilligers. En biedt ze een journalistieke infrastructuur voor de regio.

Voor het vormen van een Regionaal Media Center / Streekomroep is aanvullend budget benodigd.





Gemeenten en inwoners 1-1-19

Zwolle	127.497	Elburg	23.086
Kampen	53.787	Heerde	18.549
Raalte	37.511	Olst-Wijhe	18.071
Epe	33.145	Ommen	17.817
Dalfsen	28.499	Hattum	12.108
Oldebroek	23.598	Zwarte Waterland	22.502

STREEKINDELING NLPO

Voor Zwolle ligt er een streekomroepindeling vastgesteld door de NLPO. De Raad van Cultuur heeft in september 2019 daar een uitspraak over gedaan: 'Voor de raden is van belang dat vorming van streekomroepen van onderop plaats moet vinden en niet als een blauwdruk van bovenaf wordt opgelegd. De 'natuurlijke habitat' van de burger is overigens wél een goed uitgangspunt bij het nadenken over het bedieningsgebied van een streekomroep.'

NATUURLIJKE HABITAT?

Als we kijken naar het Daily Urban system, gepubliceerd in de Regio Zwolle Atlas, de niet meer bestaande Cebuco indeling van dagbladen en de indeling van de regio-edities van de Stentor (Zwolle, Kampen, Vechtdal, Salland, Veluwe) en de moeizame samenwerking binnen de voorfase van de Streekomroep de Hanze, dan sluit RTV Focus zich aan bij het advies van de RvC.

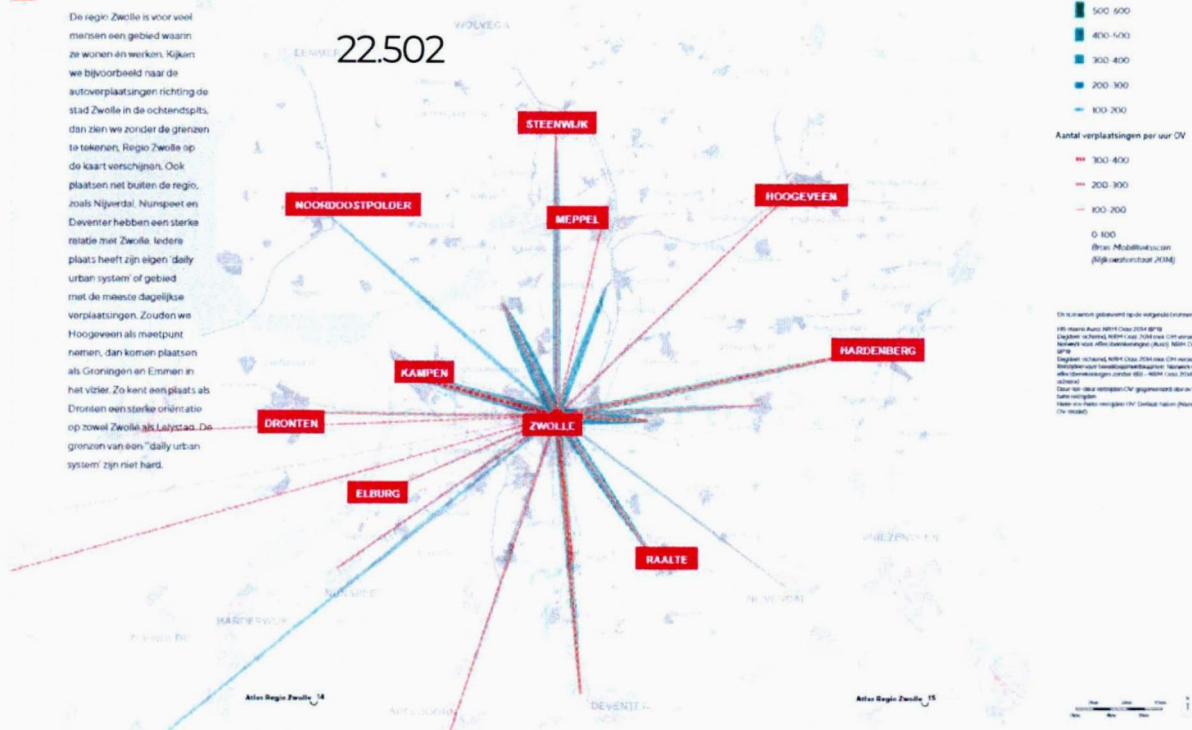
INTRODUCTIE

DAILY URBAN SYSTEM

ATLAS REGIO ZWOLLE INTRODUCTIE

De regio Zwolle is voor veel mensen een gebied waarin ze wonen én werken. Kijken we bijvoorbeeld naar de autoverplaatsingen richting de stad Zwolle in de ochtendspits, dan zien we zonder de grenzen te tekenen, Regio Zwolle op de kaart verschijnen. Ook plaatsen net buiten de regio, zoals Nijverdal, Nunspeet en Deventer hebben een sterke relatie met Zwolle. Iedere plaats heeft zijn eigen 'daily urban system' of gebied met de meeste dagelijkse verplaatsingen. Zouden we Hoogeveen als meetpunt nemen, dan komen plaatsen als Groningen en Emmen in het vizier. Zo kent een plaats als Dronten een sterke oriëntatie op zowel Zwolle als Lelystad. De grenzen van een 'daily urban system' zijn niet hard.

22.502



STREEKOMROEP

Wij zijn voorstander van het model RMC Twente: Lokalen blijven zelfstandig met zendvergunning en exploiteren gezamenlijk een Streekomroep (model RMC Twente of Waterland fase II)

Rechts is dit model in hoofdlijnen weergegeven.



1

BESTUUR

Bestuur lokaal bepaalt beleid en ziet toe op uitvoering. Is eindverantwoordelijk. Bestuur Streekomroep bestaat uit afgevaardigden van lokale besturen.

2

PBO

Relatie met lokale PBO wordt actief gehouden. Geen Streek-PBO ingericht.

3

FINANCIEEL

Financieel: o.a. acquisitie, sponsoring en administratie. Lokaal financieel beleid wordt ondersteund vanuit streekmanagement.

4

P.R. & MARKETING

P.R. & Marketing gericht op lokale situatie en op de streek.

5

BEHEER GEBOUW

Beheer gebouw. Mogelijk huisvesten collega-lokale omroep(en).

6

APPARATUUR

Aanschaffen en onderhouden apparatuur. Deels via apparatuurpool.

7

VRIJWILLIGERSBELEID

Vrijwilligersbeleid: o.a. werven, opleiden en verbinden zoveel mogelijk in samenwerking met lokale collega's.

8

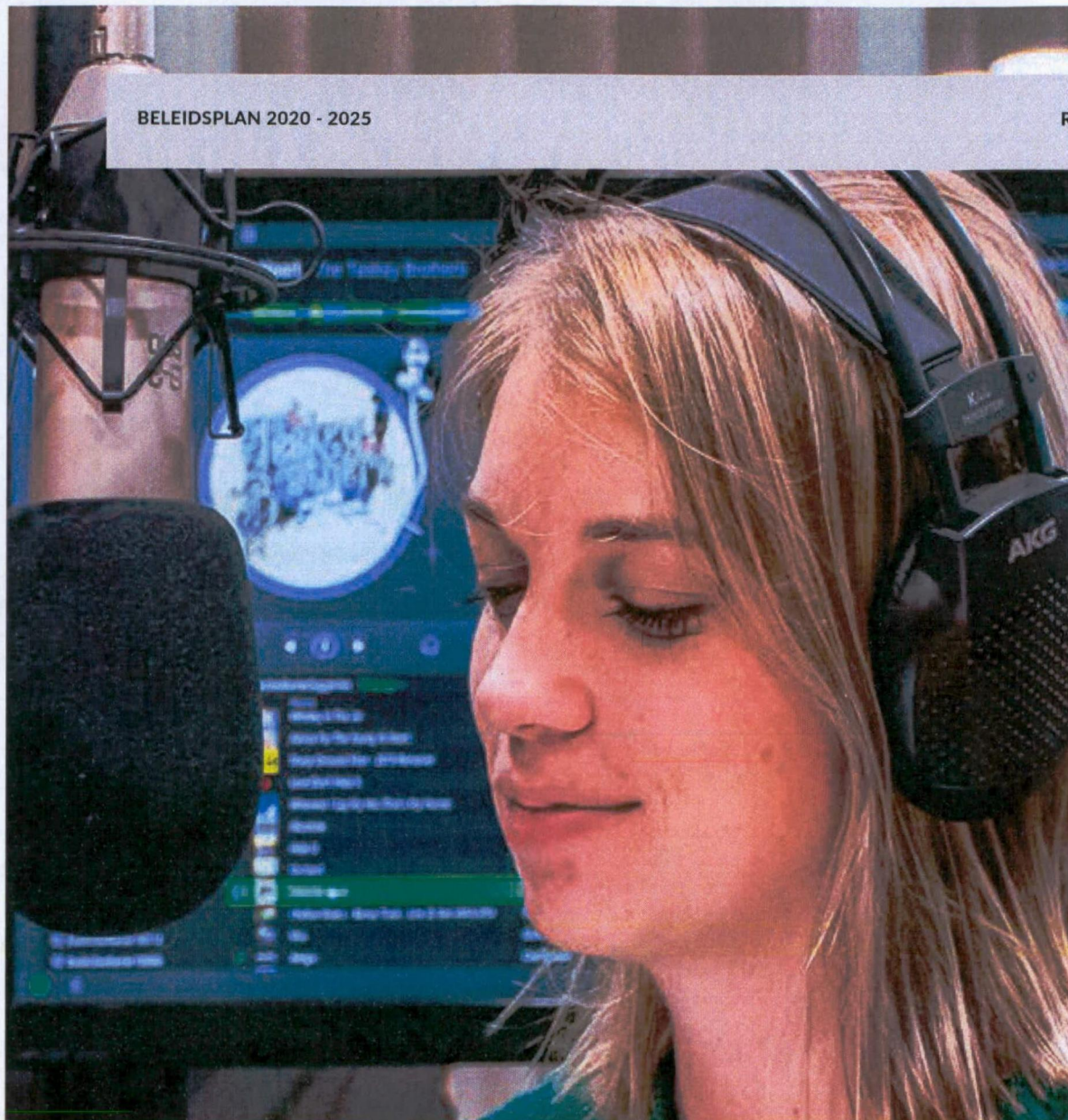
PROGRAMMERING CENTRAAL

Redactie Streekomroep bepaalt programmering streekomroep volgens eisen LTMA. Centraal ondersteunt lokale redacties die het lokale nieuws aanleveren. Lokale omroep wordt aangevuld en versterkt.

9

TECHNISCH MANAGEMENT

Technisch management uitzendingen. Synchronisatie technische specificaties.



Marketing

hoofdstuk

4

Marketing & Communicatie



CONTENT STRATEGIE

Hoe krijg je als lokale omroep jouw content met het juiste verhaal, in de juiste vorm op het juiste moment via het juiste kanaal bij de juiste persoon?

RTV Focus Zwolle wil de komende termijn een contentstrategie opstellen die passend is voor lokale media. Daarnaast wordt er voortdurend aandacht besteed aan het genereren van traffic naar de verschillende kanalen en branding van het merk RTV Focus.

De uitwerking van de contentstrategie en het marketing-communicatieplan willen we via een afstudeerstage HBO marketing / communicatie laten lopen. Dit moet binnen een half jaar nadat de uitzendlicentie ingaat zijn afgerond. De vacature staat uit.

MARKETING MIX

Het marketingcommunicatieplan omschrijft de contentstrategie in ieder geval door middel van de inzet van de juiste distributie- en sociale mediakanalen op de juiste momenten, de tone of voice per kanaal, de doelgroep per kanaal en de wijze van monitoring van managementinfo. Daarnaast heeft het plan een goede marketing-communicatie strategie om meer traffic te genereren op website, sociale media, radio- en tv en off-line tijdens evenementen / debatten. De nieuwste marketingtechnieken worden uitgetoetst.

Online

Mix o.a.

Meten = Weten managementinfo
SEO / SEA / Remarketingcodes
Social Media advertising / banners
Pushnotifications / Geofence
Nieuwsbrief

Offline

Mix o.a.

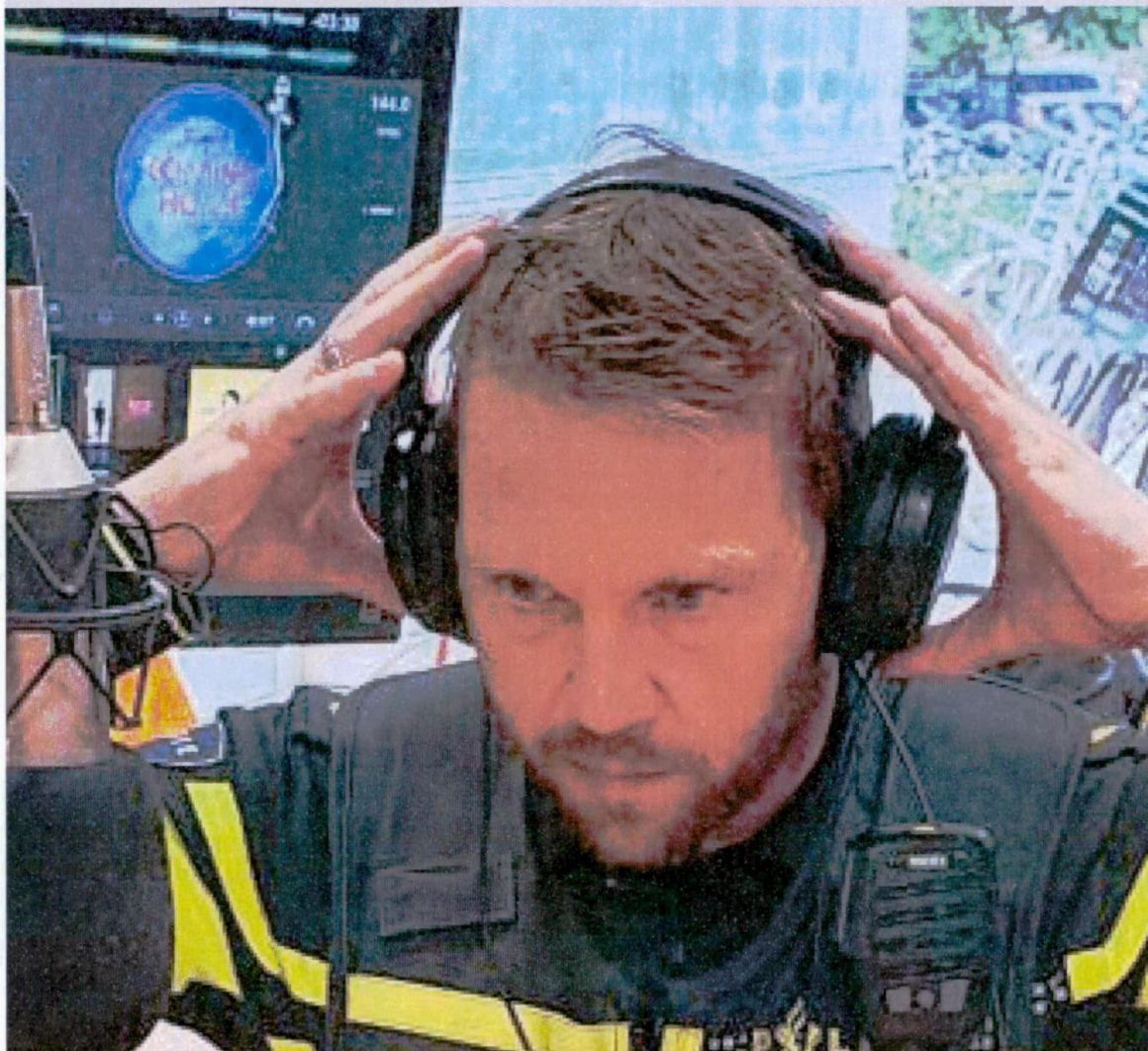
Focus Media Magazine krant
Flyers h.a.h.
Stickers
Advertenties wijkkranten

Locatie

Mix o.a.

Crowdsourcing
Beeldbepalende evenementen
Uitzenden op locaties
Signing
Branding bedrijfskleding

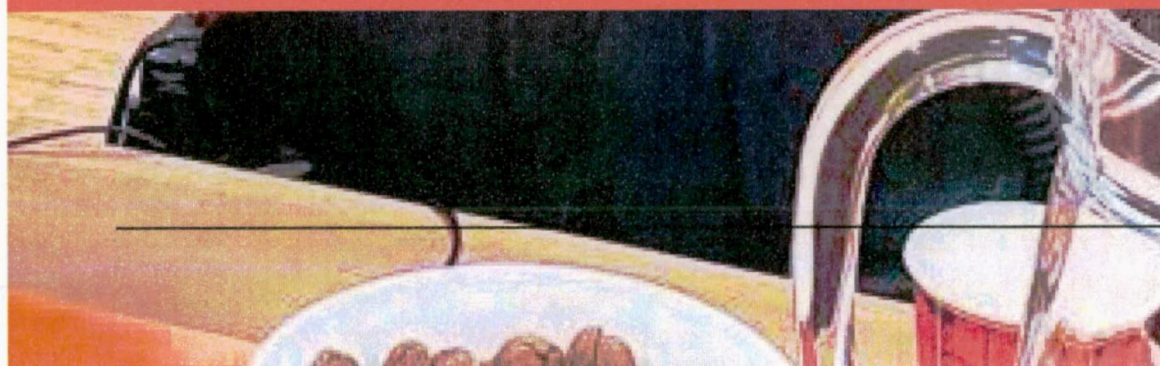




Techniek

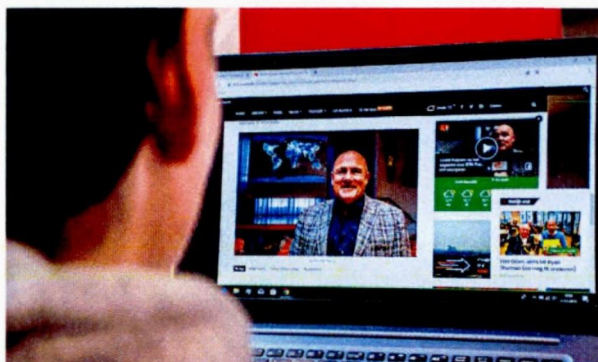
hoofdstuk

05



TECHNIEK

De afgelopen vijf jaar waren jaren van pionieren. Jaren met heel weinig budget om materiaal te kopen. Met veel creativiteit en tweedehands apparatuur hebben we toch altijd nieuws kunnen maken. Het heeft zo zijn charme, maar met nieuwe computers en apparatuur werkt het toch een stuk prettiger. De kwaliteit van de opnames gaat omhoog, de foutmarge wordt vele malen minder en alles gaat stukken sneller. Ook is er voldoende materiaal zodat iedereen gelijktijdig aan de slag kan met zijn of haar item of uitzending. We hebben al een fantastische huisvesting. De komende termijn gaan we investeren in goede nieuwe apparatuur voor de redactie en de studio's.



REDACTIE

De komende termijn gaan we investeren in één netwerk voor de newsroom met bijbehorende stations. Iedereen moet hij de server kunnen waar videobeelden en foto's worden geüpload. Op de server komt ook het archief met eindproducten en stockmateriaal. Via een externe synchronisatie wordt de back-up geregeld.

Voor de redactie willen we ook investeren in handige newsroom tools voor nieuwsgaring.



STUDIO RADIO / TV

We gaan de komende termijn de mogelijkheden onderzoeken van een radioredactiesysteem. Qua radiostudio gaan we de techniek verder finetunen. Voor de TV gaan we niet werken met een vaste studio. De Stadkamer en de stad hebben voldoende plekken om TV programma's op te nemen waarvoor een studio nodig is. We werken met een set voor mobiele studio-opnames. Voor grote evenementen zoeken we de samenwerking met het onderwijs in Zwolle die grote kostbare regie-sets hebben. Met Landstede hebben we afgelopen jaar zo de Sinterklaasintocht live gedraaid.

1

NIEUWSGARING

In de newsroom willen we een tv-scherm waarop Tweetdeck en RSS draait. Belangrijk nieuws wordt dan gelijk opgepikt door de redactie.

2

CONTENT ONLINE

In de newsroom willen we een tv-scherm waarop de voorpagina van de website staat. De redactie is zich zo bewust van de contentproductie.

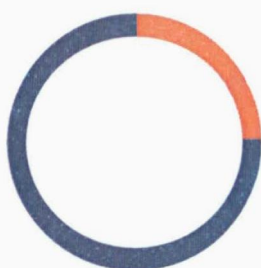
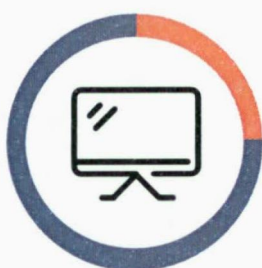
3

CONTENT TV

In de newsroom willen we een tv-scherm waarop de tv-carroussel draait met alle tekst-tv berichten, de servicediensten en alle actuele video's. De redactie is zich zo bewust van de contentproductie.

MOBILE JOURNALISM

Het mobieltje voor snelle interviews en reportages; we werken er al meer dan 5 jaar mee. Maar het gaat verder dan opnames maken. Onderweg bewerken we foto's, schrijven we verhalen die direct online kunnen op de website én we doen research. De smartphone is inmiddels de mobiele news-room geworden voor de journalist.



MOJO

Voor de komende termijn willen we al onze reporters uitrusten met een MOJO kit voor het snelle actuele nieuws. We monitoren de ontwikkelingen op het gebied van Mobile Journalism en gaan in ons trainingsaanbod daarin mee. We blijven hierin voorop lopen.

MOJO KITS



HARDWARE

We gaan investeren in 4 MOJO kits bestaande uit Samsung Galaxy's, microfoon, Irig, statief, koptelefoon en richtmicrofoon



APPS

De MOJO Galaxy's worden uitgerust met een pakket aan MOJO app's zodat video's, foto's en tekst ter plaatse geëdit en gepubliceerd kunnen worden.

CAMERA'S

Ondanks dat je met een smartphone heel veel kunt, blijven voor tv-programma's, studio-opnames en uitgebreidere nieuwsverhalen goede videocamera's noodzakelijk. We willen daarom investeren in sets voor de cameramensen. Ook een mobiele live set hoort hierbij.

MOJO als het moet door tijdsdruk of het momentum, camera's als het kan!



Financieel

hoofdstuk

06



Financiën

Deze aanvraag tot erkenning in het publieke bestel is geschreven op basis inkomsten vanuit de rijksbijdrage, reclame en sponsoring. Hiermee willen we in 5 jaar tijd de invulling van de journalistieke basisvoorziening bekostigen. Daarnaast zetten we in op extra inkomsten uit subsidies en samenwerkingsverbanden om de journalistieke ambities op een hoger niveau te brengen met professionals.

Gemeentelijke subsidie

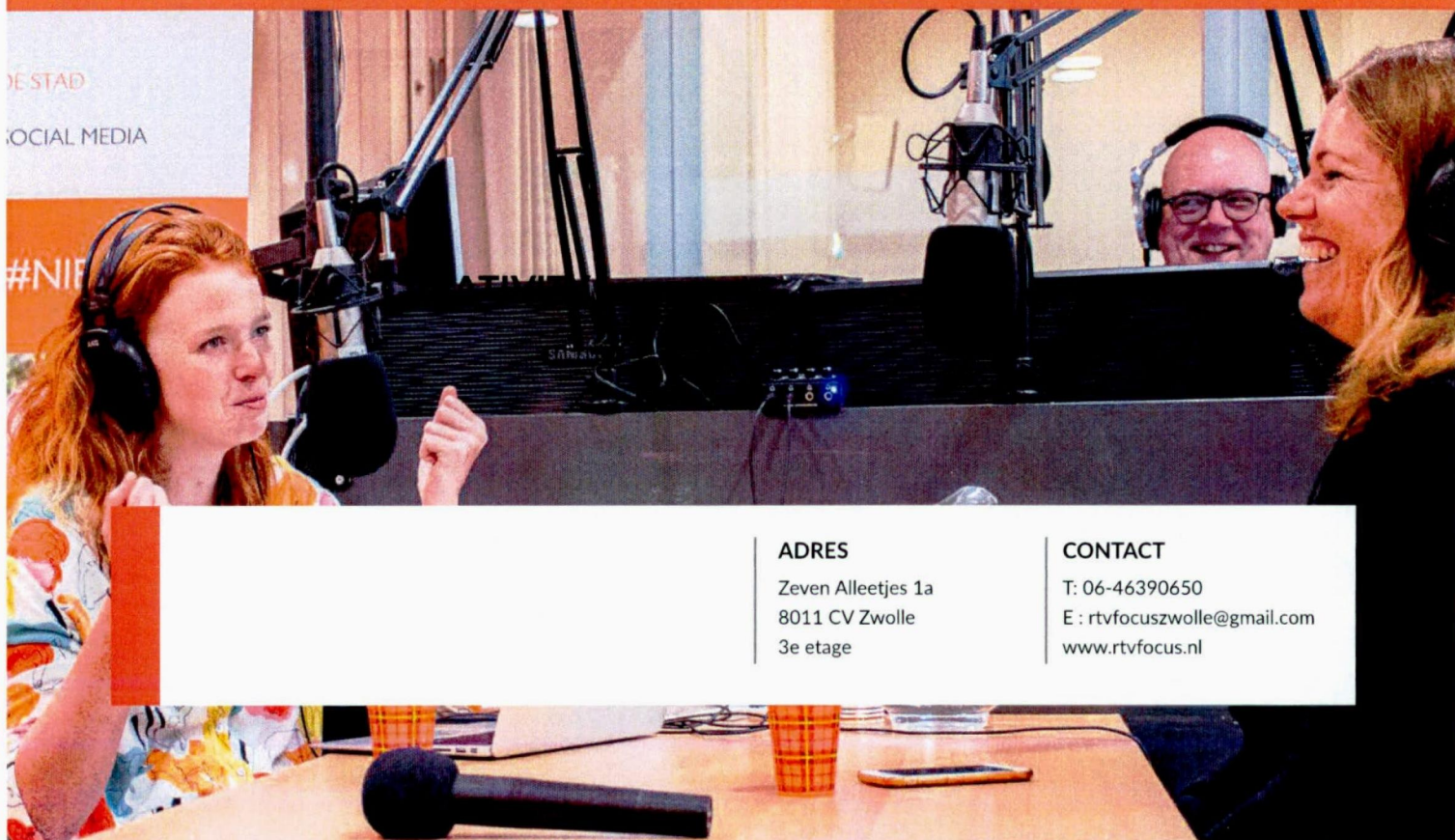
Er is jaarlijks een bedrag van € 1.30 per huishouden beschikbaar (2019) vanuit het gemeentefonds voor de lokale omroep waaraan de licentie is toegekend. Voor 2019 is dat € 78.000. Voor 2020 is er ca. € 80.000 beschikbaar. Voor de nieuwe licentiehouder is er vanaf 26 mei 2020 ca. € 49.000 beschikbaar.



Workshops radio- en tv maken voor voortgezet onderwijs leerlingen tijdens Festival Woest in Zwolle.

Altijd Dichtbij!

De Stadszender van Zwolle!



ADRES

Zeven Alleetjes 1a
8011 CV Zwolle
3e etage

CONTACT

T: 06-46390650
E : rtvfocuszwolle@gmail.com
www.rtvfocus.nl