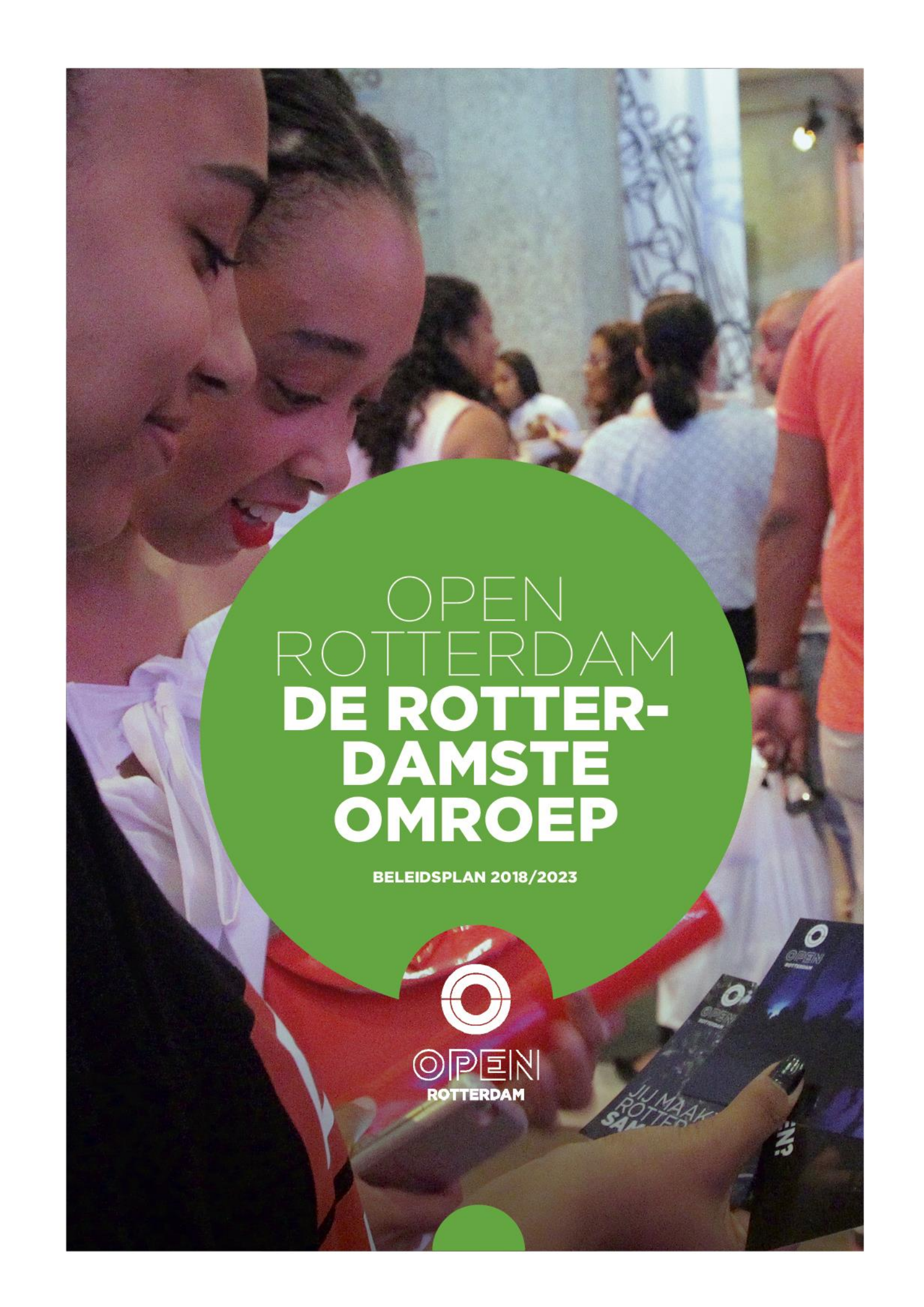




OPEN ROTTERDAM **DE ROTTER- DAMSTE OMROEP**

BELEIDSPLAN 2018/2023



OPEN
ROTTERDAM



OPEN ROTTERDAM DE ROTTER- DAMSTE OMROEP

ROTTERDAM 2017/2018



OPEN ROTTERDAM DE ROTTERDAMSTE OMROEP

OPEN Rotterdam is de professionele, journalistiek onafhankelijke, lokale omroep van, voor en door ALLE Rotterdammers.

OPEN Rotterdam kent de stad, is net zo divers als de stad en zit diep in de haarvaten van de Rotterdamse samenleving.

OPEN Rotterdam brengt het eigen hyperlokaal Rotterdamse nieuws en is daarmee van toegevoegde waarde aan het bestaande media-aanbod.

OPEN Rotterdam weet zich te verhouden tot de ontwikkelingen in de stad, het medialandschap, techniek en mediagebruik van de Rotterdammers.

ROTTERDAMSER KEN JE HET NIET KRIJGEN

INHOUDSOPGAVE

MANAGEMENT RESUME	7
TERUGBLIK TOEKOMST	9
HET PBO	14
HET BESTUUR	14
REDACTIONELE VISIE IN HET KORT	15
KANALEN & CONTENTOPBRENGST	16
IMPACT 2013-2023	17
IN HET KORT 2013-2017	19
AFSPRAKEN 2018-2023	20
FINANCIEEL VALUE FOR MONEY	21
UITGANGSPUNTEN CONCESSIE 2018-2023	23

MANAGEMENT RESUME

OPEN ROTTERDAM ...

... is de eigen, moderne, journalistiek onafhankelijke omroep van alle Rotterdammers.

... werkt vanuit de content, vanuit de Rotterdammers en hun nieuws

... brengt het nieuws van de Rotterdammers zelf en belicht het reguliere nieuws en de grote evenementen daarmee ook vanuit de invalshoek van de Rotterdammers.

... houdt de diversiteit van onderwerpen, locaties en leefstijlen in de gaten, zodat alle Rotterdammers zich herkennen.

... is met dit eigen hyperlokale nieuws aanvullend op het bestaande media-aanbod en is agenderend voor gemeentebestuur en gebiedscommissies.

... hanteert bij productie en publicatie de video & digital first strategie.

... werkt op basis van constructieve journalistiek, is altijd positief kritisch en draagt bij aan verbinding in de stad.

... checkt welke kanalen de Rotterdammers gebruiken en zet deze kanalen in om iedereen op de best mogelijke manier te bereiken, informeren en betrekken. OPEN Rotterdam kiest daarom voor tv, internet en social media.

... heeft overal oren en ogen en heeft in alle wijken de ingangen om net dat andere licht op de Rotterdamse nieuwsverhalen te werpen.

... werkt met vloggers op vrijwillige basis, zowel jonge als oudere vloggers, ook zij zijn online en via social media verbonden.

... zet stevig in op het uitbreiden van het team van Mobiele Reporters (Rotterdammers opgeleid tot reporters met de mobiele telefoon op vrijwillige basis) zodat deze in alle 14 gebieden actief zijn. MoRe Rotterdam bestaat uit MoRe Hoek van Holland, MoRe HiS, MoRe Feyenoord etc.

... staat in direct contact met de Rotterdammers door participatie, interactie, de vele samenwerkingen en door de Rotterdamse en diverse samenstelling van het PBO, het bestuur en het dagelijkse team.

... is zoals de stad, divers en energiek, met een team van allemaal Rotterdammers, en dat is meteen de grootste drijvende kracht achter OPEN Rotterdam.

... leidt Rotterdamse mediatalenten (stagiaires, herintreders, vrijwilligers) op en laat deze doorstromen binnen het eigen team en naar andere mediaorganisaties.

... is letterlijk de omroep voor en door Rotterdammers.

... blijft doorgroeien op alle fronten, met momenteel jaarlijks meer dan 1.100 nieuwe nieuwsverhalen, 100 vlogs, 40 series (gemaakt in cocreatie met partnerorganisaties in de stad of door Rotterdamse lokale producenten), meer dan 100 samenwerkingspartners, ruim 40% naamsbekendheid en het grootste online bereik binnen het lokale medialandschap.

... is ontdekker, maker en aanbieder van hyperlokaal nieuws, maar ook facilitator voor mediamakers van Rotterdams.

... wordt binnen de wereld van de lokale omroepen en zelfs van de regionale omroepen, gezien als voorloper, aanjager en als voorbeeld van een moderne publieke omroep.

... werkt samen met RTV Rijnmond en FunX aan een sterk publiek bestel voor alle Rotterdammers, intensificeert de samenwerking op journalistiek en organisatorisch niveau en heeft plannen voor een gezamenlijke Talentschool, om kennis en kunde van de drie partijen door te geven aan jonge Rotterdamse mediatalenten (extra financiering voor deze Talentschool wordt gezocht en maakt ook onderdeel uit van de concessieaanvraag).

... heeft samen met RTV Rijnmond een voorbeeldfunctie binnen het totale mediabestel door hun samenwerkingsverband.

... is een moderne omroep die als het ware werkt als een start-up: flexibel, wendbaar, experimenteel en altijd nieuwsgierig. Nieuwsgierig naar de ontwikkelingen in mediagebruik, medialandschap en in die van de nieuwste technieken en journalistieke vormen. OPEN Rotterdam probeert, evalueert en schaaft bij.

... is financieel stabiel, ondanks de verandering in btw-positie en het indexatie-arme basisbudget, dit blijft jaarlijks stevig gecontroleerd en bevestigd.

... is in alles gericht op content en de Rotterdammers, ook aan de saleskant en zoekt ook daar naar inhoudelijke content en partnerschappen.

**“ÉCHT ROTTERDAMS NIEUWS
VOOR EN DOOR
ROTTERDAMMERS!**

**BRENGT NIEUWS IN BEELD
WAAR GEEN ANDER MEDIUM
AANDACHT AAN GEEFT.**

HELEMAAL TOP!”

- EDWARD ROOZEBOOM, ROTTERDAMMER

**OPEN Rotterdam is de journalistiek
onafhankelijke homepage, arena, hotspot,
ontmoetingsplek, place to be voor alle
Rotterdammers..**

OPEN Rotterdam is de enige eigen omroep van de Rotterdammers, ALLE Rotterdammers, omdat voor OPEN Rotterdam hun nieuws leidend is, net als de kanalen die ze gebruiken om op de hoogte te blijven. OPEN Rotterdam borgt wat het heeft opgebouwd en ontwikkelt verder dat wat nodig is. Middels marktonderzoek, kennisuitwisseling en monitoring van de cijfers beweegt OPEN Rotterdam mee in de ontwikkelingen in mediagebruik, journalistiek en techniek.

OPEN Rotterdam is ‘on a roll’, net als Rotterdam.

Komende concessieperiode staat in het teken van explosief verder groeien in content nog dieper uit de wijken (vloggers en MoRe), in bereik en in bekendheid. OPEN Rotterdam is trouw aan de stad en de Rotterdammers en gaat een onuitwisbaar verbond met hen aan.

**OPEN Rotterdam is zó eigenwijs, nieuwsgierig
en innovatief dat het ook komende vijf jaren
steeds vernieuwend is en blijft.**

Rotterdam heeft met OPEN Rotterdam een trendsetter binnen de publieke taak, omdat de Rotterdammers als makers worden betrokken, de nieuwste technieken worden omarmd en vooral ook omdat diversiteit een belangrijke en bewuste pijler is.

**OPEN ROTTERDAM
GAAT VOL VOOR DE
TWEDE TERMIJN**

OPEN Rotterdam tekent in op de nieuwe concessieperiode van 2018-2023. OPEN Rotterdam biedt deze concessieperiode comfort aan zowel Gemeente Rotterdam als het Commissariaat voor de Media omdat OPEN Rotterdam hyperlokaal werkt, *up-to-date* is, een uitgebreid netwerk aan partners in publieke, private en mediasector heeft, financieel stabiel is, talenten opleidt en ambitieus en vernieuwend is en blijft.



TERUGBLIK EN BLIK OP DE TOEKOMST

Nu bijna vijf jaar geleden krijgt OPEN Rotterdam het vertrouwen van de Gemeente Rotterdam en het Commissariaat voor de Media de lokale publieke omroep van Rotterdam op te bouwen.

Het is 2013 en OPEN Rotterdam kan van start... met niets. De voorgangers trekken letterlijk de stekkers eruit en zonder overdracht, kanalen of ook maar iets begint OPEN Rotterdam enthousiast aan het waarmaken van de ambities.

Wat heeft OPEN Rotterdam bereikt in deze eerste concessieperiode? Het heeft Rotterdam de eigen moderne omroep gegeven die aandacht heeft voor de Rotterdammers zelf, die ook regulier nieuws en grote evenementen altijd vanuit het standpunt van de Rotterdammers aanvliegt. Samen met de Rotterdammers signaleert OPEN Rotterdam onderwerpen die het voorlegt aan de verschillende bestuurslagen in de stad. Met dit eigen unieke hyperlokale nieuws is OPEN Rotterdam maatschappelijk relevant, aanvullend op het bestaande media-aanbod en werkt het agenderend voor het gemeentebestuur en de gebiedscommissies.

Er is op alle fronten groei. Jaarlijks meer dan 1.100 nieuwe nieuwsverhalen, 100 vlogs, 40 series (gemaakt in cocreatie of door Rotterdamse producenten), meer dan 100 samenwerkingspartners en veel enthousiaste reacties van Rotterdammers die vinden dat OPEN Rotterdam vernieuwend is, echte Rotterdamse dingen maakt en vooral overall verspreid in de stad aanwezig is. Intussen heeft OPEN Rotterdam ruim 40% naamsbekendheid (onderzoek 2016) en het grootste online bereik binnen het lokale medialandschap. Dat OPEN Rotterdam financieel stabiel is, ondanks de verandering in btw-positie en het indexatie-arme basisbudget, wordt jaarlijks stevig gecontroleerd en bevestigd.

**“DE BESTE VERSLAGGEVING
OVER ONS TOFFE ROTTERDAM
ZIE, LEES EN HOOR JE BIJ OPEN
ROTTERDAM!”**

- NATHAN LÄRCHE, ROTTERDAM

Binnen de wereld van de lokale omroepen, én zelfs van de regionale omroepen, wordt OPEN Rotterdam gezien als aanjager en als voorbeeld van een modern omroep. OPEN Rotterdam is intussen drie keer op rij genomineerd voor de Award De Lokale Omroep van het Jaar, in 2015, 2016 en 2017. Dit jaar is OPEN zelfs genomineerd voor alle Awards binnen de programma- en contentcategorieën: innovatie, presentatietalent, video, nieuws en audio. Dat betekent dat

OPEN Rotterdam ook door een landelijke jury met bekende en ervaren mediamakers als Toine van Peperstraten, bestuurders als Jurre Bosman (directeur NPO) en wetenschappers als Alexander Pleijter wordt gezien als een omroep die niet alleen vernieuwend bezig is maar ook tot voorbeeld gesteld mag worden. Zaterdag 9 september 2017 is de bekendmaking en uitreiking in Hilversum.

Kortom Rotterdam heeft al drie jaar op rij een van de beste omroepen van Nederland. En dat allemaal uit het niets, in luttele jaren en met verreweg het kleinste budget van de vier grote steden.

BETROUWBAAR ONAFHANKELIJK

De nieuwe concessieperiode komt eraan en OPEN Rotterdam is blij dat de Gemeente Rotterdam het belang van een onafhankelijke omroep met het eigen nieuws van, voor en door de Rotterdammers bevestigt en hiervoor budget vrijmaakt.

Uiteraard heeft OPEN Rotterdam de ambitie om dat wat is opgebouwd verder uit te bouwen en de eigen, betrouwbare, onafhankelijk omroep van alle Rotterdammers te zijn en blijven.



CONTENT CENTRAAL

OPEN Rotterdam denkt vanuit de content, vanuit de Rotterdammers en hun nieuws.

OPEN Rotterdam vertelt de hyperlokale nieuwsverhalen van de Rotterdammers in de dagelijkse reportages en

nieuwsberichten, in series en programma's en bij het verslaan van grote actuele gebeurtenissen als de verkiezingen maar ook events als het Zomercarnaval, de Havendagen, het Chinees Nieuwjaar, de UITdagen en de Bruggenloop.

OPEN Rotterdam doet dit op basis van de visie van de constructieve journalistiek, altijd vanuit de invalshoek van de Rotterdammers en hanteert bij productie en publicatie de video & digital first strategie. Dat betekent dat nieuwsverhalen als eerste online en via social media worden gepubliceerd.



OPEN Rotterdam houdt altijd de balans in onderwerp, locatie in de stad en leefstijl goed in de gaten, zodat alle Rotterdammers zich herkennen. Nu al wordt letterlijk op kaarten van de stad bijgehouden uit welke wijken en over welke onderwerpen gepubliceerd wordt. Hierop wordt gestuurd. OPEN Rotterdam is de verzuiling voorbij, is er echt voor iedereen, voor elk geluid.

DIEP IN DE HAARVATEN

OPEN Rotterdam kent de stad en zit diep in de haarvaten van de Rotterdamse samenleving.

**“SUPER BEDANKT
#TARWEWIJK !!”**

- HAKAN ESER, ROTTERDAMMER

Om nog dieper hierin te treden werkt OPEN Rotterdam met vloggers en Mobiele Reporters (MoRe) op vrijwillige basis. Deze Rotterdammers maken samen met OPEN Rotterdam hun nieuwsverhalen over hun gebied, hun Rotterdam. OPEN Rotterdam is letterlijk de omroep voor en door Rotterdammers.



Het team van vloggers wordt uitgebreid zodat alle interessegebieden afgedekt zijn. Het team bestaat uit zowel jonge vloggers als oudere vloggers, omdat de online wereld niet alleen is voorbehouden aan twintigers en dertigers. De nieuwe media bieden zoveel kansen aan alle groepen in de samenleving, ongeacht leeftijd.

Daarnaast zet OPEN Rotterdam stevig in op het opleiden van Rotterdammers tot mediamakers voor nieuws uit hun wijk. Hiermee kiest OPEN Rotterdam voor het sterk uitbreiden van het team van Mobiele Reporters, zodat deze naast de huidige reporters in Prins Alexander in alle 14 gebieden actief zijn. MoRe Rotterdam zal bestaan uit MoRe Hoek van Holland, MoRe HiS, MoRe Feyenoord etc. OPEN Rotterdam gaat hiervoor partnerships aan om opleiding en techniek te financieren. De dagelijkse begeleiding na de opleiding is voorzien in de vaste organisatiestructuur.



ONTDEKKER, MAKER, AANBIEDER, FACILITATOR

OPEN Rotterdam is naast ontdekker, maker en aanbieder van hyperlokaal nieuws, ook facilitator voor mediamakers van Rotterdams nieuws.

OPEN Rotterdam staat dichtbij de Rotterdammers door de Rotterdamse content die het zelf produceert of andere partijen en producenten maken (zoals RTV Rijnmond, FunX, Oude Westen TV en VersBeton). En omdat het deze content zowel lineair (op tv) als non lineair (online en via social) deelt.

OPEN Rotterdam is altijd positief kritisch en daarmee constructief en draagt bij aan verbinding in de stad.

**“OPEN ROTTERDAM IS EEN CLUB
DIE MEEDENKT EN MEEZOEKT
NAAR DE BESTE MANIER OM
EVENEMENTEN IN DE STAD TE
DOEN LEVEN EN TE DELEN.
DAARBIJ WORDT HET
EXPERIMENT NIET GESCHUWD.
ZE ZIJN IEDERE INVESTERING
DUBBEL EN DWARS WAARD.”**

- FEMKE CUIJPERS, CREATIEVE KWESTIES

Het nieuws is geverifieerd, betrouwbaar en onafhankelijk. Vooral de combinatie van de journalistieke vrijheid (eigen keuzes op basis van de eigen visie) en de samenwerking in contentcreatie (cofinanciering en cocreatie) met allerlei partners in de stad (van bewoners tot media, van festivals tot gemeente, van bedrijfsleven tot vrijwilligersorganisaties) zorgt voor een unieke combinatie. (1 + 1 = 3 en meer). Het gaat om echte verbindende samenwerking, geen los-vaste relaties.

“OPEN BESTEEDT VANUIT EEN OPRECHTE EN INTEGERE BELANGSTELLING EEN BELANGRIJKE ROL IN HET PRESENTEREN VAN HET GROTE EN GEVARIEERDE ROTTERDAMSE CULTURELE AANBOD AAN EEN HELE BREDE DOELGROEP.

DE MAKERS VAN OPEN ZIJN ECHTE VERHALENVERTELLERS, WAARDOOR DE ITEMS VEEL IMPACT HEBBEN OP DE KIJKERS.

OPEN IS DE LOKALE ZENDER DIE ONMISKENBAAR VAN ÉN VOOR DE STAD IS, OPEN IS ER VOOR ALLE ROTTERDAMMERS.

EN NATUURLIJK IS OPEN NIET ALLEEN VOOR DE CULTURELE SECTOR EEN BELANGRIJKE PARTNER.

OPEN IS AANWEZIG OP VOOR DE STAD BELANGRIJKE PLEKKEN EN MOMENTEN.”

- ERIK PALS, ALGEMEEN DIRECTEUR SCAPINO BALLET ROTTERDAM

STERK PUBLIEK BESTEL

OPEN Rotterdam werkt samen met RTV Rijnmond en FunX aan een sterk publiek bestel voor alle Rotterdammers.

OPEN Rotterdam werkt sinds dag één samen met RTV Rijnmond en FunX. De omroepen zijn perfect complementair, leren van elkaar, hebben een warme band opgebouwd en benaderen elkaar op gelijkwaardige voet. Zo is het radioprogramma *Jouw Stad* van FunX Rotterdam dit jaar genomineerd voor de Lokale Omroep Awards in de categorie ‘audio’.

Voor de nieuwe concessieperiode hebben de omroepen een apart plan voor een gezamenlijke Talentschool ontwikkeld, om kennis en kunde van de drie partijen gezamenlijk door te geven en jonge Rotterdamse mediatalenten op te leiden tot all-round mediamakers op

het gebied van social media, mojo, tv en radio. Extra financiering voor deze Talentschool wordt gezocht en maakt ook onderdeel uit van de concessieaanvraag (zie verderop voor specificaties).

Sinds 2017 woont OPEN Rotterdam in hetzelfde pand van RTV Rijnmond en is het directe burenhuis van FunX Rotterdam. De samenwerking tussen OPEN Rotterdam en RTV Rijnmond is geïntensiveerd en wordt als zeer constructief ervaren. In de nieuwe concessieperiode wordt de samenwerking doorgezet en uitgebouwd, zowel inhoudelijk als aan de organisatorische kant. Hierbij wordt zeker ook verder gekeken dan alleen de combinatie RTV Rijnmond en OPEN Rotterdam: hoe verhouden regionale omroep en lokale omroepen zich tot elkaar in de sterk veranderende mediasector. Ook hierin willen beide partijen een voorbeeldfunctie hebben binnen het landelijke mediabestel.



OP DE VOET

OPEN Rotterdam volgt de Rotterdammers op de voet, om hun nieuwsverhalen te vertellen en bij de afweging van de inzet van kanalen om hen zo op de beste mogelijke manier te bereiken, informeren en betrekken.

We zitten in de 21ste eeuw en OPEN Rotterdam richt zich op tv en digitale en social media-kanalen. Deze heldere keuze is het gevolg van het veranderend mediagebruik van de Rotterdammers en wordt onderbouwd door verschillende onderzoeken. Het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) brengt in 2016 cijfers naar buiten waaruit duidelijk blijkt dat er een sterke afname onder jongeren is in het luisteren naar lineaire radio tot 26%. Ook het lineaire tv kijken neemt af, echter nog steeds gaat het daar om 70% van de jongeren (waarvan 18% uitgesteld kijkt). Daarbij bevestigt het meest recente onderzoek van de gemeente naar mediagebruik door Rotterdammers deze ontwikkeling en is een toename in het gebruik van digitale kanalen te zien. Binnen het totale media-aanbod van de drie publieke aanbieders in de stad kunnen Rotterdammers via elk gewenst kanaal geïnformeerd worden.

Bij elk nieuwsverhaal maakt OPEN Rotterdam de afweging hoe deze te publiceren op de verschillende kanalen. Daar zit meteen de uitdaging voor het team. De journalisten maken een reportage voor op tv en internet (website en YouTube) en app, zijn tegelijk online voor een livestream, maken een vertaling voor een Instastory, een mooie still voor Instagram, een prikkelende tweet, een mooie quote



voor onze collega's van RTV Rijnmond en FunX en goede footage voor Facebook, die de algoritmes van deze internationale reus aankan. Kortom elk nieuwsbericht wordt vanuit verschillende hoeken belicht zodat het passend bij het kanaal ('windowing') kan worden gepubliceerd.

OPEN Rotterdam publiceert momenteel op tv, website, app, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube en Snapchat. FunX verzorgt de *urban* radio binnen de lokale licentie. OPEN Rotterdam monitort constant het gebruik van de eigen kanalen, het mediagebruik van de Rotterdammers en de ontwikkelingen in social mediakanalen in het algemeen en stuurt bij.

IN DIRECT CONTACT

OPEN Rotterdam staat in direct contact met de Rotterdammers.

OPEN Rotterdam is verbonden met de Rotterdammers door de kanalen, het nieuws en de vele samenwerkingen, en door de samenstelling van het PBO, het bestuur en van het dagelijkse team. Natuurlijk zijn we allemaal Rotterdammers, maar onze kracht zit 'm in de diversiteit van het team, dat een afspiegeling van de stad is. Een divers team waarin verschillende culturele achtergronden samen zijn en werken is bij OPEN Rotterdam meer dan vanzelfsprekend. Geconfronteerd met werksituaties waar dat niet zo is, valt dat de teamleden van OPEN Rotterdam eigenlijk pas op. Het zit in het DNA, in het denken, voelen en doen van OPEN Rotterdam.

Het team van OPEN Rotterdam bestaat uit ervaren Rotterdamse mediamakers, stagiaires, starters, herintreders en vrijwilligers. Iedereen wordt gezien als een volwaardig en professioneel teamlid van een journalistieke organisatie. Gevolg: volwaardige mediamakers die daadwerkelijk doorstromen naar mediapartijen als ANP, Talpa, Powned, BNN, RTV Rijnmond, QMusic en RTL. OPEN Rotterdam zet ook in de nieuwe concessieperiode diversiteit in de media hoog op de agenda en zal nieuwe talenten blijven opleiden en laten doorstromen.

OPEN Rotterdam werkt ook nauw samen met de Hogeschool Inholland en Hogeschool Rotterdam, de Erasmus Universiteit en het Grafisch Lyceum. In iedere periode van het jaar zijn er minimaal vijf stagiaires uit journalistieke, media- en communicatieopleidingen actief.



Medewerkers van OPEN Rotterdam geven ook colleges aan studenten op de opleiding zelf, begeleiden studentengroepen tijdens minors Journalistiek en creëren samen met studenten content die weer via de OPEN-kanalen wordt gepubliceerd.

START-UP

OPEN Rotterdam is een moderne omroep die als het ware werkt als een start-up: flexibel, wendbaar, experimenteel en altijd nieuwsgierig. Nieuwsgierig naar de ontwikkelingen in mediagebruik, medialandschap en in die van de nieuwste technieken en journalistieke vormen.

OPEN Rotterdam werkt sinds de start multimediaal, crossmediaal, zet camerajournalisten, mobiele journalisten (mojo's) en vloggers in, werkt met mobiel geschakelde live uitzendingen, *visual stories* en Instastories en leidt burgersverslaggevers nieuwe stijl op (Mobiele Reporters).

Voordeel is dat de techniek intussen ver gevorderd is: je kan met een mobiele telefoon filmen op tv-kwaliteit, direct live gaan op Facebook of Twitter, monteren *on-the-spot* en dit doorzenden aan de redactie. Montage op de mobiel kan direct in de eigen OPEN Rotterdam huisstijl, zowel voor een reportage als voor een *visual story*.



OPEN Rotterdam blijft de technische ontwikkelingen op de voet volgen, om zo flexibel mogelijk te kunnen opereren en om zo het maximale uit de beschikbare techniek en het budget te halen. Als moderne flexibele organisatie heeft OPEN Rotterdam een fijne partnership met Ubideo, een bedrijf dat met grote mediagiganten als de Telegraaf werkt, om samen het live geschakeld online verslag doen van nieuwsmomenten en evenementen met mobiele telefoons door te ontwikkelen, ook in de nieuwe concessieperiode.

OPEN Rotterdam probeert, evalueert en schaaft bij.

WARME CONTACTEN

OPEN Rotterdam is in alles gericht op content en de Rotterdammers, ook aan de saleskant.

OPEN Rotterdam gelooft in warme contacten en niet zozeer in koude reclame, irritante *prerolls* of wegzapreclameblokken. Dit niet alleen vanuit het gegeven dat de reclamemarkt al jaren onder druk staat (zelfs online, denk maar aan de recente beslissing van Procter & Gamble), maar ook en vooral omdat OPEN Rotterdam gelooft in content die mensen bezig houdt en de lokale publieke omroep voor alles betrokken moet zijn met en in de stad. Ingezet wordt op coproducties en een format is ontwikkeld dat reclameblok-wegzapmomenten moet indammen. Ook hier alles binnen de Mediawet en in afstemming met het Commissariaat voor de Media.

OPEN Rotterdam is De Rotterdamse omroep met het hart op de tong en vooral het hart op de juiste plek.

OPEN Rotterdam wil meer dan wat maar ook de omroep blijven en zijn van, voor en door de Rotterdammers, alle Rotterdammers, van welk kanaal ze ook gebruik maken om op de hoogte te blijven van hun nieuws.



OPNAMES PLUS VOOR DE STAD MET NATHAN RUTJES, 2017

“IN ONZE AMBITIE OM ALLE ROTTERDAMMERS ENTHOUSIAST TE MAKEN VOOR SPORT VINDEN WE IN OPEN ROTTERDAM EEN UITSTEKENDE PARTNER.

OPEN ROTTERDAM ZIT IN DE HAARVATEN VAN DE STAD EN HELPT VERBINDING TE MAKEN MET GROEPEN ROTTERDAMMERS DIE VOOR ONS SOMS LASTIG TE BEREIKEN ZIJN.

MET HUN REDACTIONELE AANDACHT VOOR MAATSCHAPPELIJKE SPORTINITIATIEVEN DRAGEN ZIJ ZONDER TWIJFEL BIJ AAN EEN GEZOND EN VITAAL ROTTERDAM!”

- GERT-JAN LAMMENS, DIRECTEUR ROTTERDAM SPORTSUPPORT

HET PBO VAN OPEN

Bij de samenstelling van het Programma Beleidsbepalend Orgaan (PBO) van OPEN Rotterdam is rekening gehouden met de verdeling naar thema's en doelgroepen, zodat ook dit team weerspiegelt wie en wat Rotterdam maakt en is. Omdat diversiteit zo in alles is verbonden in wat Rotterdam is en daarmee OPEN Rotterdam, is diversiteit niet als een apart thema benoemd, maar is het geborgd binnen de samenstelling, de visie, de content, kortom het DNA van OPEN Rotterdam. Het PBO heeft zich ten doel gesteld de zender te monitoren op de volgende thema's: Welzijn, ouderen en zorg; Stadscultuur, -natuur & -ontwikkeling; Ondernemerschap & economie; Veiligheid, sport & recreatie; Duurzaamheid; Religie en stadsbestuur. De PBO-leden zetten zich onbezoldigd in.

Ap van der Pijl – voorzitter
partner Conversation Next & Het Centrum van Zijn
Carolien Dieleman (Onderwijs)
directeur Expertisecentrum Maatschappelijke Innovatie Hogeschool Rotterdam
Gerrit Balyn (Religie)
Stichting Samenwerkende Kerken in Nederland
Egbert Schellenberg (Werknemers)
vakbondbestuurder FNV
Bob Janse (Ouderen)
senior projectleider Laurens wonen
Bernadette Janssen (Duurzaamheid)
eigenaar BVR
Ayfer Sari (Onderwijs)
Manager domein Agri Food & Life Sciences Hogeschool Inholland
Daisy da Veiga (Jongeren en ondernemerschap)
Daisy da Veiga Coaching & Consultancy
Anton Slotboom (Sport)
Rotterdam Topsport
Kaj Dijkhuizen (Jongeren en Sport)
TOS Thuis op Straat
Marianne Vorthoren (Religie)
SPIOR
Henk van der Beek (Ondernemerschap)
MKB Rotterdam Rijnmond
Leal Arazzi van Herwaarden (Cultuur en Jongeren)
HipHopHuis
Kees Vrijdag (Ondernemerschap)
St. Aan Den Slag!, Vlaggenparade, v/h KvK R'dam

HET BESTUUR

Het bestuur van OPEN Rotterdam is een gemêleerd gezelschap van professionals, waarbij representativiteit, ervaring met de media en ondernemerschap de grote gemene delers zijn. Uiteraard is ook hier rekening gehouden met een goede balans in diversiteit. De bestuursleden zijn ieder vanuit hun eigen expertise nauw betrokken bij het reilen en zeilen van OPEN Rotterdam en zetten zich onbezoldigd in. John Olivieira neemt namens OPEN Rotterdam zitting in het bestuur van de Stichting G4 van FunX Rotterdam, dat onder de licentie van OPEN Rotterdam uitzendt.

Marianne van den Anker - voorzitter
Kenrick Bremer - penningmeester
Reshma Kalika - secretaris
John Olivieira - Stichting G4 - FunX Rotterdam
André Freyssen
Raffaele Fiorini



DREMPELLOOS

Zowel bestuur als PBO komen formeel en informeel bij elkaar.

Door 'drempelloos contact' via Whatsapp en Facebook kunnen PBO en bestuur het dagelijks team tippen van actuele nieuwsverhalen en kan het team hen en het bestuur benaderen voor netwerk- en contentvragen. En hoewel het PBO en het bestuur zich niet bezighouden met de dagelijkse nieuwsvoorziening blijkt in de praktijk deze 'extra ring' van informanten een bruikbare aanvulling op de dagelijkse redactie.

Uiteraard komen team, PBO-leden en bestuursleden ook informeel bij elkaar om zo een optimaal OPEN Rotterdam gevoel te garanderen.

REDACTIONELE VISIE IN HET KORT

ZIE PROGRAMMASTATUUT- BIJLAGE

DE BASIS VAN DE REDACTIONELE VISIE

- digital en video first
- constructieve journalistiek
- altijd eigen invalshoek
- altijd door de ogen van de Rotterdammer
- agenderende en controlerende functie
- multimediaal en crossmediaal

NIEUWSVERHALEN KOMEN TOT STAND DOOR

- interactie met en participatie van Rotterdammers
- samenstelling diversiteit team
- de wijk in te gaan (letterlijk bijv. Stem uit de Wijk)
- ze zelf of in co creatie met partners te maken
- aanlevering door Rotterdamse partijen en producenten
- door het opleiden van vloggers en Mobiele Reporters
- cureren van content van derden

SAMENWERKING MET

- alle Rotterdammers
- mediapartijen in Rotterdam
- *hyperlocals* als VersBeton en wijkinitiatieven als Oude Westen TV
- organisaties en instellingen in Rotterdam, ook voor uitzending op toegangskanaal Rotterdam Podium TV

CONTROLE OP

- balans in onderwerp, leefstijl cq. achtergrond en spreiding
- toegevoegde waarde aan bestaand nieuws
- eigen invalshoek, ook bij actualiteiten en grote evenementen
- kanalen die Rotterdammers gebruiken om geïnformeerd te zijn
- overname door andere media van nieuws dat OPEN als eerste brengt

“IK BEN ONDER DE INDRUK VAN HET ENTHOUSIASME EN DE BETROKKENHEID BIJ DE ONTWIKKELINGEN IN DE STAD VAN OPEN ROTTERDAM.

DAT VOEGT IETS TOE AAN HET MEDIALANDSCHAP.

WIJ HERKENNEN VEEL IN DIE BETROKKENHEID EN DAT MAAKT SAMENWERKEN MAKKELIJK EN PLEZIERIG.”

- JOHAN MOERMAN, DIRECTEUR ROTTERDAM FESTIVALS



KANALEN & CONTENT OPBRENGST

Dagelijks vertelt OPEN Rotterdam de nieuwsverhalen van de Rotterdammers en deelt deze via de kanalen die zij gebruiken om geïnformeerd te worden.

KANALEN

Social Media

YouTube kanaal

Website www.openrotterdam.nl

OPEN Rotterdam TV met dagelijks tv magazine *O10nu* (uur carroussel)

Rotterdam Podium TV (toegangskanaal)

App voor Android en iPhone

Dagelijks *Jouw Stad* op FunX Radio



VORMEN

- Tekstberichten
- Videoverhalen (kort en lang)
- Visual stories
- Live blogs
- Vlogs
- Live stream
- Live geschakelde verslaglegging
- Seriematig op tv en online
- Podcast
- Instastories
- Advertorialreeksen

ALLES

- Crossmediaal
- Multimediaal
- Content is online makkelijk vindbaar op wijkniveau en op onderwerp

OPBRENGST

Dagelijks maakt OPEN Rotterdam *O10nu*, het tv magazine met nieuws en weer (TV, livestream web en app). Dit wordt dagelijks voorafgegaan door het NOS Journaal in 1 minuut

Wekelijks zenden OPEN Rotterdam en RTV Rijnmond elkaars weekoverzicht uit. Nieuwsberichten worden uitgewisseld en samen wordt verslag gedaan van evenementen en actualiteit.

OPEN Rotterdam cureert dagelijks het nieuws van andere aanbieders en zet deze door of geeft duiding.

Jaarlijks gaat het dan ruim 1.100 unieke nieuwsverhalen in video, meer dan 100 vlogs en een groei van nu 100 MoRe items naar ruim 700 MoRe items op jaarbasis.

Dit alles naast de dagelijks webberichten, berichten via de verschillende social mediakanalen, live verslaglegging en uitwisseling van content met partners en content gemaakt door andere partijen.

OPEN Rotterdam verzorgt live stream verslaglegging van grote evenementen als Wereldhavendagen, Zomercarnaval, UITdagen, Bruggenloop, Marathon, Koningsdag etc. Maar verzorgt ook live stream verslaglegging van kleinere evenementen als openingen, sportevents en wijkinitiatieven die een breder belang voor de stad hebben.

Daarnaast zet OPEN Rotterdam live stream verslaglegging, live blogs en seriematige aanpak (zoals *Stem uit de Wijk* en rondom de Woonvisie) ook in bij actualiteit als Gemeenteraadsverkiezingen, gebiedsverkiezingen en debatten (met partners als Arminius en Erasmus Universiteit Rotterdam).

OPEN Rotterdam zendt op jaarbasis circa 100 korte films en nieuwe tv-series uit (zelf of in cocreatie met partners in de stad gemaakt of door Rotterdamse producenten middels Mediaregeling of bijvoorbeeld 48 Hours Project).

We zenden muziekclips van Rotterdamse artiesten op tv en via de livestream online.

FunX Rotterdam verzorgt het radioprogramma *Jouw Stad*.

Op het toegangskanaal Rotterdam Podium TV hebben organisaties als kerken en andere religieuze en maatschappelijke groeperingen de mogelijkheid uit te zenden, inclusief livestream via de website.

Binnen partnerschappen en reclamezendtijd verzorgt OPEN Rotterdam winacties, campagne-ondersteuning en advertorialreeksen met *non-profit* en *profit* partners uit de stad. Uiteraard allemaal traceerbaar en duidelijk gescheiden van de publieke opdracht en waar nodig na consent van het Commissariaat voor de Media.

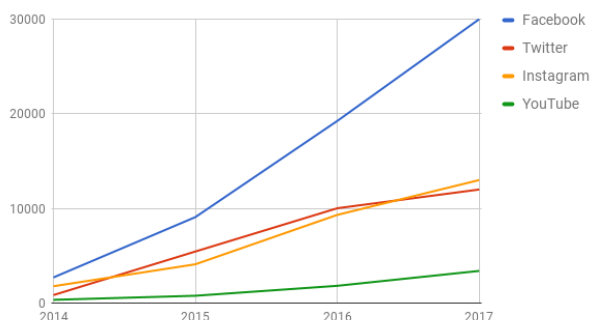
**“ROTTERDAM IS TROTS OP ONZE
LOKALE OMROEP, DIE ECHT IN
STAAT IS OM IN ALLE
HAARVATEN VAN ROTTERDAM
TE KOMEN, AANSPREKEND IS
VOOR VEEL ROTTERDAMMERS
EN AANVULLEND OP
LANDELIJKE EN REGIONALE
MEDIA.”**

**- PEX LANGENBERG, WETHOUDER MOBILITEIT,
DUURZAAMHEID EN CULTUUR, N.A.V. NOMINATIE VAN OPEN
ROTTERDAM VOOR LOKALE OMROEP VAN HET JAAR 2017**

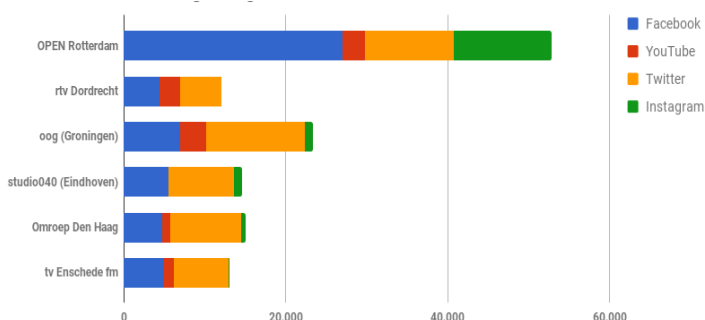
IMPACT 2013-2023

BEREIKCIJFERS

In 2014 heeft OPEN Rotterdam nog 5.600 volgers via Twitter, Facebook, YouTube en Instagram, eind 2017 verwacht de omroep de grens van 60.000 te overschrijden. Met het doorzetten van deze stijgende lijn, zonder grote veranderingen in het medialandschap en lokaal mediabeleid, verwacht de omroep in 2023 minimaal 190.000 social media volgers te hebben.

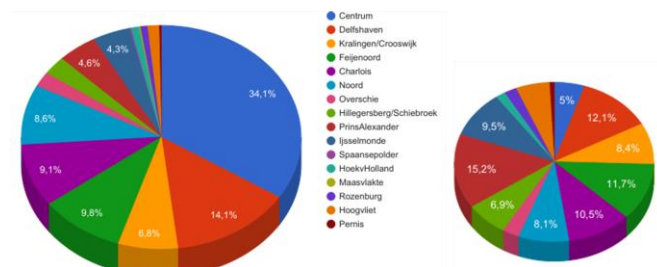


OPEN Rotterdam heeft momenteel het grootste social media bereik binnen het lokaal mediabestel (Publieke Omroep Amsterdam, waaronder AT5 en Salto vallen, niet meegerekend, aangezien deze omroep een basisbudget van 3,6 miljoen heeft).



Inclusief de website heeft OPEN Rotterdam via de eigen kanalen momenteel een maandelijks online bereik tussen de 1,5 en 2 miljoen. Dit bereik groeit uiteraard mee met de minimale verdriedubbeling van het aantal volgers.

Doordat OPEN Rotterdam waakt over een goede balans in spreiding over de stad, bereikt OPEN Rotterdam ook daadwerkelijk de Rotterdammers in de hele stad van Rozenburg tot Hoek van Holland, van Spangen tot Crooswijk. (onderstaande tabel betreft 2016)



Procentuele verdeling van de 010nu nieuwsverhalen van OPEN Rotterdam ten aanzien van het gebied waar ze zijn opgenomen.

Procentuele verdeling van de inwoners van Rotterdam over de verschillende gebieden (bron: website gemeente)

Lokale omroepen in Nederland kunnen kijkcijfers niet meten i.v.m. de hoge kosten die niet in verband staan tot het beschikbare budget

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT DOOR ...

... ander nieuws te brengen,

... Rotterdammers, zowel starters als ervaren, op te leiden en zo door te laten stromen naar mediapartijen, zoals deze concessie naar RTL 4/Talpa, RTL7, Qmusic, FunX, BNN/VARA, PowNed, ANP en natuurlijk RTV Rijnmond,

LAURENCE VAN HAM



2014
STARTER BIJ OPEN ROTTERDAM

2015
REDACTEUR EN PRESENTATRICE BIJ OPEN ROTTERDAM

2016
NOMINATIE LOKALE OMROEP AWARD CATEGORIE PRESENTATIE TALENT
• Redacteur en presentatrice bij OPEN Rotterdam
• Producer bij FunX Rotterdam

2017
VAN TALENT NAAR PROFESSIONAL
• Duo-presentatie met Erik Lemmers van RTV Rijnmond, live tijdens het Zomercarnaval
• Redacteur en presentatrice bij OPEN Rotterdam
• Producer bij FunX Rotterdam
• Verslaggever bij RTV Rijnmond

... Rotterdammers op te leiden via stageplekken (jaarlijks 15 tot 20 stagiaires),

... Rotterdammers op vrijwillige basis op te leiden tot betrokken mediamakers als vloggers en Mobiele Reporters in alle gebieden, doorgroei tot een team van 100 Rotterdammers,

... Rotterdammers in hun re-integratie traject bij te staan en weer perspectief te bieden op de arbeidsmarkt,

... samenwerking met producenten in de stad om series en reportages te maken en in contact te brengen met potentiële opdrachtgevers

... en door de vele partnerships, met een groei in afgelopen periode tot een stevige basis van ruim 100 partners in de stad.

“OPEN ROTTERDAM HEEFT OP EEN CRUCIAAL MOMENT IN DE GESCHIEDENIS VAN DONNER BEGREPEN WAT ONZE BOEKHANDEL VOOR DE STAD BETEKENT.”

- LEO VAN DE WETERING, DIRECTEUR KUNST & WETENSCHAP/ EVENEMENTEN & PUBLICITEIT DONNER



LEO BLOKHUIS OP BEZOEK BIJ REDACTIE OPEN ROTTERDAM VOOR OPNAMES ACHTER DE DIJKEN, MEDIA EN WETENSCHAP VAN KRO-NCRV, 2017

IMPACT OP HET MEDIAVELD DOOR ...

... overname door andere media zoals RTV Rijnmond, FunX, maar ook NRC Handelsblad, Metro, NU.nl en RTL,

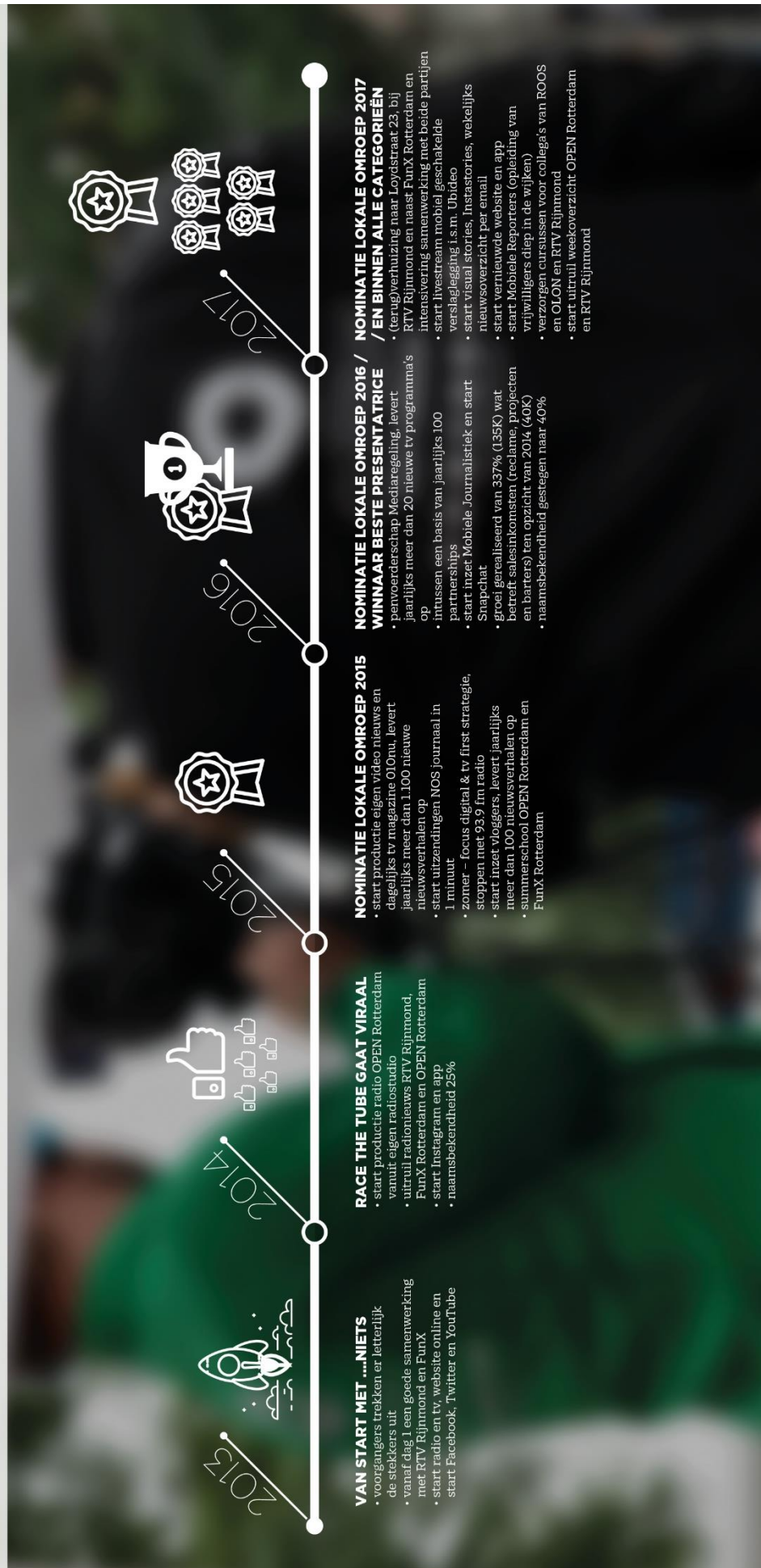
... steeds sterkere samenwerking met RTV Rijnmond en FunX en andere mediapartijen en het samenwerken aan mediahubs in de stad,

... erkenning middels nominaties en Awards,

... het opzetten van Awards, zoals met het AD Sport Film Festival Rotterdam i.s.m. Rotterdam Topsport en Cinecrowd

... en door cursussen geven aan collega's van ROOS en OLON, RTV Rijnmond en andere mediapartijen.

IN HET KORT 2013 - 2017



AFSPRAKEN CONCESSIE 2018-2023

OPEN Rotterdam is dé Rotterdamse eigen nieuwsplek voor de Rotterdammers: ontmoeten, verbinden, netwerk, web in de stad, *crowdsourcing*, content *sharing*, multimediaal en crossmediaal.

Alles is bij OPEN Rotterdam gericht op het genereren van content samen met Rotterdammers, content die constant uitnodigt tot participatie en interactie.

OPEN Rotterdam gaat zichtbaar verder groeien in bereik en naamsbekendheid.

STADSTENDER

- OPEN Rotterdam is een arena van interactie en participatie en van afgewogen journalistieke content en duiding.
- Is de ontdekker van Rotterdam en de (sub)culturen, geeft deze aandacht (zonder dat het mainstream, gekaapt en verhipt wordt).
- Gaat uit van de kracht van de Rotterdammers en stelt hen in staat hun talenten en mogelijkheden te ontdekken, ontwikkelen en in te zetten.
- Zet vragen uit, gekoppeld aan de actualiteit, controleert en cureert hyperlokaal nieuws, en zet een algoritme op om content uit de stad te halen.
- Continue monitoring op mediagebruik en bijsturing op inzet kanalen.
- Monitoring op diversiteit van bereik volgens de ook door de Gemeente Rotterdam gehanteerde Mosaic-lat (uit de eerste cijfers blijkt dat OPEN Rotterdam een gelijkmatige verdeling over alle geformuleerde groepen heeft).



INNOVATIE

- OPEN sluit innovatieve allianties met Rotterdamse bedrijven.
- Heeft Mobiele Reporters in alle 14 gebieden.
- Heeft vloggers in alle interessegebieden van Rotterdammers en in verschillende leeftijdsgroepen.

- OPEN Rotterdam blijft voorloper wat betreft inzet technologische ontwikkelingen.
- Continue monitoring van het mediagebruik van Rotterdammers en bijsturing op inzet van de gekozen OPEN Rotterdam kanalen.
- Start Talentschool samen met RTV Rijnmond (ovb van extra financiering) opleiden van talentvolle Rotterdammers tot volwaardige 21ste-eeuwse mediamakers.

MEDIA

- Diversiteit zowel voor de camera, in de content, als in het team.
- Opzetten van nieuwsdesk en mediahubs in de stad.
- Samenwerking RTV Rijnmond en FunX Rotterdam en uiteraard samenwerking met andere mediapartijen, ook *hyperlocals* en wijkinitiatieven.
- Kanalen: tv, website, app, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat en kanalen die mogelijk nog ontwikkeld worden en van belang worden.

BEDRIJFSVOERING

- Financieel stabiel, schrijven alleen zwarte cijfers.
- Cofinanciering en partnerships bij cocreatie.
- Reclamezendtijd wordt met name ingezet voor *branded* content i.p.v. spots.
- Breed netwerk in de stad, zowel non-profit als commercieel.
- Sterke samenstelling bestuur en PBO als controlerende organen, met sterk netwerk en voor sterke controle op toepassing van de Mediawet.
- Goed werkgever- en/of opdrachtgeverschap, waarbij we de CAO RPO volgen (met mindering van 1 schaal passend bij budget).
- Scherp oog voor opleiding en doorstroming van alle teamleden, stagiaires, herintreders, starters en vrijwilligers.
- Samenwerking met RTV Rijnmond en FunX Rotterdam, hierin voorloper binnen publiek mediabestel.

FINANCIËEL VALUE FOR MONEY

Juist in deze tijd van *fake news* en *alternative facts* is voor een goede lokale democratie een onafhankelijke nieuwsvoorziening zoals OPEN Rotterdam, die voldoet aan alle journalistieke eisen, van groot belang. Daarom is OPEN Rotterdam verheugd dat de Gemeente Rotterdam heeft gekozen voor een eigen onafhankelijke omroep en daarvoor budget heeft weten vrij te maken.

Anders dan de voorgaande concessieperiodes is dat vanaf de huidige concessieperiode de fiscaliteit van omroepen is veranderd waardoor effectief het budget van OPEN Rotterdam ten opzichte van de voorganger kromp met circa 18%. De huidige technische ontwikkelingen, waardoor OPEN Rotterdam effectief en slim kan opereren, en vooral ook de tomeloze gepassioneerde inzet van het team hebben het mogelijk gemaakt dat OPEN Rotterdam afgelopen periode toch heeft kunnen voldoen aan de omschreven ambities voor de concessieperiode 2013-2018.

OPEN Rotterdam heeft geen dure studio's, maar doet de presentatie buiten of vanaf de redactie, OPEN Rotterdam heeft geen dure camera's, maar werkt met mobiele telefoons en OPEN Rotterdam gebruikt geen dure straalwagens maar werkt met slimme media-apps. Hierdoor zit het merendeel van het budget in mensen en daarmee direct in het maken van verhalen over de stad en inwoners (dus niet op marketing en marketeers, eerst je inhoud op orde voor je gaat roeptoeteren) *Value for money*.



Al in 2013 is door de adviescommissie aangegeven dat het basisbudget erg krap is, en wordt door onderzoeken van zowel OLON/NLPO en Commissariaat voor de Media erkend dat een hoger basisbudget van belang is om goede onafhankelijke journalistiek te garanderen. Ondanks al deze onderzoeken heeft OPEN Rotterdam laten zien dat voor het huidige bedrag een volwaardige lokale journalistiek onafhankelijk omroep gebouwd kan worden, binnen het huidige lokaal mediapakket.

Voor de komende concessieperiode is een korting van 25% op de basisfinanciering van de lokale publieke omroep voorzien. Het concessiebeleidsplan van OPEN Rotterdam gaat uit van deze basisfinanciering zoals nu aangegeven, en OPEN Rotterdam zet alles op alles om aan de outputzijde niet een stap terug te doen ten aanzien van de lopende concessieperiode. Echter de onzekerheid over de inrichting van het complete lokaal mediabeleid, naast die korting, maakt het onmogelijk om in te spelen op de eventuele effecten daarvan op de lokale omroep. OPEN Rotterdam ziet vol vertrouwen een sterk lokaal mediabeleid vanuit de Gemeente Rotterdam tegemoet.



OPEN Rotterdam nodigt de Gemeente Rotterdam uit de eigen lokale omroep te zien als vaste mediapartner in de communicatie met de Rotterdammers, binnen journalistiek onafhankelijke content of binnen campagnes. Het zal beide partijen versterken en daarmee ook elke euro publiek geld dat erin wordt gestoken.

Terwijl de discussie over *money for value* nog doorgaat, versterkt OPEN Rotterdam de *value for money*-gedachten en zet de ambitie voort ook in de periode 2018-2023 de journalistiek onafhankelijke omroep voor alle Rotterdammers te zijn.

KORTE TOELICHTING FINANCIEN 2018-2023

OPEN Rotterdam, opgericht op 2 augustus 2012, is een stichting zonder winstoogmerk en wordt gecontroleerd door zowel Gemeente Rotterdam als het Commissariaat voor de Media. OPEN Rotterdam is in 2014 doorgelicht door BDO in opdracht van de Gemeente en aanbevelingen zijn doorgevoerd.

Onduidelijkheid over de lokaal mediabeleid voor komende concessieperiode en daarmee het effect daarvan voor OPEN Rotterdam (bijvoorbeeld door het wegvallen van content) is moeilijk in te schatten.

OPEN Rotterdam verwacht dat de ingezette groei in projecten doorzet. De daaraan gekoppelde toename van *return* op de btw laat de inkomsten doorgroeien.

Omdat OPEN Rotterdam *lean-and-mean* is georganiseerd heeft de korting op het basisbudget het meeste effect op de bemensing en daarmee productie van verhalen. Facilitair en bedrijfsmatig is er naar verwachting niet veel ruimte, maar daar gaat OPEN Rotterdam wel naar op zoek. Gaat in 2017 nog circa 58% gaat naar medewerkers (in 2014 was dit 51%) in de komende concessieperiode gaat dat om 43% van het budget (een korting van ca € 130.000 tot € 150.000).

Tarieven van de medewerkers zijn gebaseerd op die van de CAO van de RPO, minus een schaal. OPEN Rotterdam is in afwachting van de uitvoering van de Wet DBA (nieuwe wetgeving over de fiscale positie van ZZP-ers).

T.a.v. FunX Rotterdam hanteert OPEN Rotterdam begrotingstechnisch de situatie zoals deze afgelopen periode eruit zag.

UITGANGSPUNTEN CONCESSIE 2018-2023

LOKAAL MEDIABELEID ROTTERDAM

1. Wordt voldaan aan de wettelijke eisen zoals verwoord in de Mediawet, waaronder de representativiteit van het PBO en voldoen aan de ICE-norm.
2. Beoogde kwaliteit van de programmering; zo veel mogelijk gebaseerd op onderzoek naar behoeften onder (doelgroepen in) de lokale bevolking.
3. Benutten/bedienen van bij voorkeur alle, maar tenminste 2 van de 3 modaliteiten: TV, radio, Internet.
4. (Cross)Mediale aanpak, dus de inzet van verschillende mediakanalen.
5. Inzet en ambitieniveau van de lokale nieuwsvoorziening.
6. Complementariteit ten opzichte van de regionale mediakanalen en mate van samenwerking met regionale omroep (programmatisch, voor de backoffice taken maar bijvoorbeeld ook bij grote evenementen).
7. De manier waarop invulling wordt gegeven aan talentontwikkeling.
8. Maatschappelijke verankering en draagvlak: mate van (beoogde) samenwerking met o.a. lokale pers (inclusief blogs/websites zoals Vers Beton en Bogue), onderwijsinstellingen, lokale ondernemers, maatschappelijke organisaties.
9. Professionaliteit en continuïteit van de organisatie.
10. Het ondersteunen van Rotterdammers die zelf nieuws en verhalen (content) produceren, bijvoorbeeld met een Mediaregeling.
11. Partijen [moeten] bewezen ervaring met diverse vormen van media hebben.
12. De manier waarop partijen voorstellen het bereik naar op dit moment, op een andere manier onbereikbare, doelgroepen te realiseren door diverse, nieuwe, vormen van media.
13. De voorstellen en het ambitieniveau in de aanvragen om, naast het door Rotterdam verstrekte subsidiebedrag, ook eigen budgetten toe te voegen.
14. Of en hoe de beloning/salarissen in de begrotingen die onderdeel zullen zijn van de aanvraag passend zijn binnen de wettelijke kaders en (andere) afspraken en kaders die daarvoor binnen en voor de publieke omroepsector bestaan en daarnaast ook in redelijke verhouding zijn met de totale begroting en omvang van de organisatie

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Het Nederlandse mediabeleid is gebaseerd op 4 kernwaarden: onafhankelijkheid, pluriformiteit, kwaliteit en toegankelijkheid.

Representativiteit PBO voor de stromingen in Rotterdam

Media-aanbod is onafhankelijk van commerciële invloeden, maar ook van invloeden van de overheid.

De omroep is autonoom; op geen enkele wijze mag de inhoudelijke, redactionele of journalistieke vrijheid van de omroep worden ingeperkt. Dit betekent dat de gemeenteraad zich bij zijn advies niet mag laten leiden door inhoudelijke en redactionele keuzes die de omroep in zijn media-aanbod heeft gemaakt of wil maken.

Ook de bekostiging en de hoogte daarvan mogen niet afhankelijk zijn van de inhoudelijke keuzes van de omroep, noch mag er sprake zijn van belangenverstrengeling tussen gemeenteraad en media-instelling.

Het CvdM zal er streng op toezien dat de gemeente zich bij zijn besluitvorming niet inhoudelijk bemoeit met het media-aanbod

STAATSSECRETARIS DEKKER

Uit: Kamerbrief over de toekomst van de onafhankelijke journalistiek in Nederland – 14 juli 2017

Staatssecretaris Dekker (OCW) informeert de Tweede Kamer over het onderzoek naar de toekomst van de onafhankelijke journalistiek in Nederland.

<file:///C:/Users/ijsin/Downloads/kamerbrief-over-de-toekomst-van-de-onafhankelijke-journalistiek-in-nederland.pdf>

...de journalistieke functies. Het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SvdJ) beschrijft deze functies als het informeren van het publiek, het controleren van de macht en het bieden van een publieke ruimte voor debat en kritiek...

...De taak van de overheid is voor mij tweeledig. Enerzijds het scheppen van gunstige omstandigheden voor kwaliteit, diversiteit, innovatie en ondernemerschap en anderzijds

het stimuleren en faciliteren van eigen verantwoordelijkheid. Dit past ook bij een sector die onafhankelijk een maatschappelijke én economische functie vervult...

Aanbod - Uit onderzoek van het SvdJ naar nieuwsvoorziening in de regio (2013) bleek dat in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners het aanbod van relevant lokaal of regionaal nieuws over het algemeen ver onder de maat is.

Er zijn weliswaar steeds meer aanbieders van nieuws, bijvoorbeeld *hyperlocals* of nieuwsaggregatiewebsites, maar het overgrote deel wordt overgenomen van andere bronnen (*gerecycled* nieuws). De meeste aanbieders beperken zich in grote mate tot cultuur- en 112-nieuws. Lokaal nieuws bevat nauwelijks duiding of achtergronden. [red: OPEN Rotterdam startte in 2013]

Het publiek informeert zich steeds meer online, maar voor journalistieke organisaties is het online veel moeilijker om geld te verdienen aan nieuws. Het leidt ook tot een daling in de reclame-inkomsten en voor de dagbladen tot minder inkomsten uit abonnementen en losse verkoop. En hoe minder geld er beschikbaar is voor het maken van het nieuws, des te minder tijd er is voor het maken van achtergrondverhalen en meer tijdrovende (onderzoeks-)journalistiek. Dit is een ontwikkeling die internationaal plaatsvindt.

“DOORDAT NIEUWS INMIDDELS VOOR EEN BELANGRIJK DEEL VIA INTERNET WORDT VERSPREID, IS HET PERSBELEID MEER EN MEER JOURNALISTIEKBELEID GEWORDEN.”

- UIT Media: Tijd in kaart - SCP, 2015

OVERIGE STUKKEN ONDERZOEKEN

Verslag verkenner lokale publiek omroep Rotterdam, Forallmedia, Andra Leurdijk, 14 augustus 2017

15 jaar Mediamonitor - CvdM, 2017
<https://www.cvdM.nl/wp-content/uploads/2017/06/15-Jaar-MM-pdf-LR.pdf>

Journalistiek 2025 - SvdJ, 2017
<http://www.journalistiek2025.nl/bundles/svdjui/documents/Scenario-onderzoek-SvdJ.pdf>

Liefde voor de regio - RPO concessiebeleidsplan, 2017
<http://liefdevoorderegio.nl/>

Media: Tijd in kaart - SCP, 2015
<https://www.scp.nl/dsresource?objectid=e16c5d07-e03b-4e97-99df-4ed49ec78c86>

Rapportage gebruik van lokale media in het algemeen en bereik en waardering van OPEN Rotterdam - OBI, 2014 en 2016.

Hoe dominant zijn Google en Facebook - SvdJ, 28 juli 2017
<https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/hoe-dominant-google-en-facebook/>

TMG dieper in het rood door minder advertenties - NRC, 28 juli 2017
<https://www.nrc.nl/nieuws/2017/07/28/tmg-dieper-in-het-rood-door-minder-advertenties-a1568181>

Dekker geen stimuleringsfonds voor lokale journalistiek - Villamedia, 30 juni 2017
<https://www.villamedia.nl/artikel/dekker-geen-stimuleringsfonds-voor-lokale-journalistiek>

UIT Rapportage gebruik lokale media Rotterdam - OBI, 2016

Figuur 2.5: Top vijf van manieren waarop Rotterdammers het liefst aan informatie over zaken uit Rotterdam en/of hun buurt komen per leeftijdsgroep, 2016

13 tot en met 25 jaar	26 tot en met 50 jaar	51 tot en met 85 jaar
1. Sociale media	1. Nieuwssites op het internet	1. Nieuwssites op het internet
2. Nieuwssites op het internet	2. Sociale media	2. Huis-aan-huis bladen
3. Vrienden, familie of kennissen	3. Huis-aan-huis bladen	3. Sociale media
4. Dagbladen	4. Apps op smartphone of tablet	4. Apps op smartphone of tablet
5. Huis-aan-huis bladen	5. Vrienden, familie of kennissen	5. Lokale of regionale televisiezenders

Bron: Digitaal Stadspanel Rotterdam, sociale media Rotterdam en stratenquête

FOTO'S

Foto's cover, pag. 9 en 15 © PicAsmile Fotografie

Foto pag. 20 © DogTV010

Overige foto's © OPEN Rotterdam & IMMATURE

GRAPHICS

Pag. 17 en 19 © IMMATURE

OPEN ROTTERDAM

Lloydstraat 23

3024 EA, Rotterdam

WWW.OPENROTTERDAM.NL



2017, OPEN ROTTERDAM

