

Model media-aanbodbeleid

Inleiding

Lokale (streek)omroepen bedienen verschillende mediatypen en trachten daarbij zoveel mogelijk inwoners van het uitzendgebied te bereiken. Echter kent ieder platform eigen platformeigenschappen en gebruikersgroepen. Het is goed om hier bewust van te zijn.

Het media-aanbodbeleid is een middel richting het programmabeleidsbepalend orgaan (hierna: pbo) om aan te geven waarop de omroep inzet, welk programma-aanbod er is en waaraan gewerkt wordt in de komende jaren. Het pbo dient dit media-aanbodbeleid dan ook vast te stellen. Ook kan dit document gebruikt worden om vast te stellen of de ICE-norm wordt gehaald en duidelijk te maken welke programma's in eigen beheer worden verzorgd en welke in opdracht door derden worden verzorgd. Het document wordt dus jaarlijks opgesteld.

Dit model media-aanbodbeleid kan de omroep verder helpen na te denken over de inzet van de verschillende mediaplatformen waarover het beschikt. Bij het invullen van dit model media-aanbodbeleid is geen goed of fout: iedere streek, omroep en inwonersgebied verschilt en vraagt om een eigen plan. Daarnaast is het ook goed om na te gaan welk aanbod er binnen de streek al is en welke gaten de streekomroep kan opvullen om een unieke bijdrage te leveren aan het nieuwsaanbod in de streek. Denk hierbij aan thema's en grotere onderwerpen die door andere lokale media niet worden opgepakt, maar ook aan onderdelen waarmee er verbinding gelegd kan worden met de samenleving zoals een lokale uitgaansagenda en het verslaan van lokale evenementen. Door op deze manier kritisch te kijken naar het platform, haar eigenschappen en de doelgroep zorgt de omroep ervoor dat zij herkenbaar wordt en aansluit bij de behoefte van de inwoner die dat platform consumeert.

Versienummer	Datum	Wijzigingen
V2023.1	24-11-2023	Eerste versie
V2023.2	29-11-2023	Contentplan a.d.h.v. PBO vergadering opnemen
V2023.3		



Media-aanbodbeleid 2024 – 2025

Auteur

C. Spinder, hoofdredacteur Stichting RTV Focus Zwolle

Datum

28 november 2023

Versie

1.0

Status

Concept

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	4
1.1.	Wettelijk kader	4
1.2.	Missie en visie	5
1.3.	Demografische gegevens	5
1.4.	Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA)	6
1.5.	ICE-norm.....	7
1.6.	Redactionele visie.....	7
1.7.	Samenwerking met externe partijen en interactie met inwoners	8
1.7.1.	Interactie met inwoners	8
1.7.2.	Samenwerking met lokale partners.....	9
1.7.3.	Samenwerking met overige partijen	9
2.	Mediaproducten	9
2.1.	Doelstelling.....	9
2.2.	Geschreven content.....	9
2.3.	Audiocontent.....	10
2.4.	Videocontent	10
3.	Mediakanalen	11
3.1.	Platformen.....	11
3.1.1.	Website	11
3.1.2.	Radio	12
3.1.3.	Televisie	12
3.1.4.	App.....	12
3.1.5.	Nieuwsbrief.....	13
3.1.6.	Sociale Media	13
Bijlage	19	
	Contentplan niet-nieuws gerelateerd	19
Bijlage	15	
	Contentplan evenementen	15

1. Inleiding

Nieuwe programmaraad

We maken met de nieuwe programmaraad voor 2024 een frisse nieuwe start voor het media-aanbodbeleid. De missie en visie zijn duidelijk. Het nieuwsaanbod via online, radio en tv staat. We gaan dit uitbreiden met meer niet-nieuws gerelateerde content die aansluit bij de behoeften vanuit de verschillende stromingen in onze samenleving.

Online is de toekomst

De toekomst van RTV Focus Zwolle ligt net zoals bij alle andere lokale en regionale omroepen op termijn in de kanalen die de online wereld bieden. Op de korte termijn zijn radio en televisie nog steeds aansprekende kanalen voor met name de oudere Zwollenaar die geniet van zijn AOW. Maar zelfs deze oudere Zwollenaar kent steeds meer de weg naar online. De uitdaging is derhalve om te investeren in de ontwikkeling van onze online kanalen en tegelijkertijd radio en tv te blijven maken, maar dan wel in lijn met en voortbouwend op de online content productie. Content is King! Distributie van de content, in welke vorm, inhoud en via welk distributiekanaal volgt na de content-keuze.

Innovatie

Ook het komende jaar doen we op doorlopende basis actief onderzoek naar nieuwe mogelijkheden om content en interactie te verbeteren en te versnellen.

1.1. Wettelijk kader

Het pbo heeft de taak om het media-aanbodbeleid van de lokale omroep te bepalen en te controleren of dat beleid ook daadwerkelijk is uitgevoerd (artikel 2.61, tweede lid, onder c, Mediawet). Het pbo ziet erop toe dat de wettelijk verplichte ICE-percentages (het programma-aanbodvoorschrift) worden gehaald (artikel 2.70 Mediawet). De verantwoordelijkheid voor de naleving van deze media wettelijke verplichting ligt evenwel bij het bestuur van de lokale omroep.

Het pbo zorgt er met zijn vaststelling van het media-aanbodbeleid voor dat de lokale omroep de met het media-aanbod nagestreefde doelstellingen haalt en de doelgroepen bereikt. Een nadere aanduiding van dat media-aanbodbeleid is daarbij onontbeerlijk. In dit kader zij opgemerkt dat het pbo zich niet inlaat met de inhoud van de individuele programma's. In de Mediawet is niet nader omschreven wat het media-aanbodbeleid inhoudt maar het Commissariaat voor de Media licht toe dat het media-aanbodbeleid in elk geval de vraag beantwoordt welke media-/omroepdiensten (radio, televisie en/of teksttelevisie, internet, sociale media) de lokale omroep inzet, welke programma's en/of welke soort programma's de lokale omroep uitzendt op grond van welk programma-aanbodschema en van welke programma's de lokale omroep de verzorging uitbesteedt. Het media-aanbodbeleid geeft volgens het Commissariaat ook aan tot welke categorieën (informatie, cultuur en educatie; ICE-norm) de programma's behoren. Daarnaast geeft het media-aanbodbeleid ook aan van welke programma's de verzorging wordt uitbesteed en kan het pbo een oordeel uitspreken

over het percentage live-programma's, over aandacht voor topsport of breedtesport, over de muziekgenres en daarbij de grenzen aangeven.

1.2. Missie en visie

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 totstandkoming 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, en sluiten we 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, waarin iedereen meetelt en mensen niet tegenover elkaar staan maar naast elkaar. Een samenleving waarin we constructief willen meedenken over grote toekomstige opgaven. We gaan dit doen door in te zetten op journalistieke producties die naast snel nieuws ook duiding, context en verdieping geven. We streven ernaar een zo groot mogelijke groep Zwollenaren te bereiken, jong en oud, door inzet van producties met de juiste tone of voice die de diverse doelgroepen aanspreken.

1.3. Demografische gegevens

De inwoners, bedrijven en organisaties in ons uitzendgebied zijn op basis van demografische kenmerken als volgt te omschrijven:

Naar inwoners

Zwolle heeft in totaal 132.399 inwoners.

Naar huishoudens

Aantal huishoudens: 58.557

Aantal 1-persoons huishoudens: 21.866

Aantal 2-persoonshuishoudens: 16.511

Aantal 3-persoonshuishoudens: 1.912

1-ouderhuishoudens met kinderen: 3.632
overige huishoudens met kinderen: 14.6365

Naar leeftijd

Kinderen (jonger dan 18 jaar): 23.223
Jongvolwassenen (18-24 jaar): 9.460
Totaal aantal jongvolwassenen (25-34 jaar): 9.863
Totaal aantal middelbare volwassenen (35-54 jaar): 35.313
Totaal aantal senioren (55-70 jaar): 22.213
Totaal aantal ouderen (70 en ouder): 15.519

Naar geslacht

Percentage mannen: 70.860 = 49.1%
Percentage vrouwen: 73.357 = 50.9%

Migratieachtergrond

Inwoners met migratieachtergrond: 25.235
Migratieachtergrond westerse landen: 9.547
Migratieachtergrond niet-westerse landen: 15.688

Uitkeringen

In 2023 bedroeg het aantal uitkeringen zoals AOW, WW of IOAW/IOAZ in Zwolle 11.330.

Economie

In Zwolle zijn de belangrijkste sectoren voor werkgelegenheid: zorg, handel en zakelijke dienstverlening gevolgd door industrie en onderwijs.

Onderwijs

In Zwolle zijn er in 2022 verschillende onderwijsniveaus met een variërend aantal leerlingen:

Basisonderwijs: 11.481 leerlingen
Speciaal Onderwijs: 2.260 leerlingen
Voortgezet Onderwijs: 12.972 leerlingen
Middelbaar Beroepsonderwijs (MBO): 27.093 studenten
Hoger Beroepsonderwijs (HBO-Voltime): 26.484 studenten
Hoger Beroepsonderwijs (HBO-Deeltijd): 4.290 studenten

1.4. Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA)

RTV Focus Zwolle heeft ten doel een Lokaal Toereikend Media Aanbod (LTMA) aan te bieden aan de inwoners van het verzorgingsgebied van de stad Zwolle en de nabije regio. Hieronder wordt, aldus de criteria zoals vastgelegd in het vernieuwingsconvenant tussen de NLPO en VNG, in ieder geval verstaan:

- aanbod dat gericht is op de omgeving waarin mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruik maken van publieke voorzieningen;
- voor een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit of enige mate van samenhang. Dit gebied kan de gemeentegrenzen overschrijden;
- aanbod dat voor iedereen in het verzorgingsgebied bereikbaar en vindbaar is;
- aanbod dat onafhankelijk van commerciële en politieke invloeden tot stand komt en bijdraagt aan de lokale democratie;
- aanbod dat beschikbaar is op alle relevante platforms. Dit betekent dat de content (audio, video, tekst en foto's) wordt gepubliceerd op ten minste de (lineaire, digitale) radiozenders en (lineaire, digitale) televisiekanalen bij alle must-carry pakketaanbieders en via eigen internetkanalen, waaronder social media, mobiele apparaten en Over The Top televisie (OTT-TV);
- elke werkdag nieuws op alle kanalen en via alle mediatypen die de lokale publieke media-instelling gebruikt, inclusief redactionele bereikbaarheid van 24 uur per dag en zeven dagen per week bij calamiteiten.

Daarnaast staat RTV Focus Zwolle ervoor dat het aanbod tot stand komt door een professionele bedrijfsvoering en er sprake is van een optimale kruisbestuiving tussen professionals en vrijwilligers, dan wel betaalde en onbetaalde krachten.

1.5. ICE-norm

De omroep RTV Focus voldoet aan de ICE-norm door een gevarieerd en kwalitatief hoogstaand aanbod van content te verzorgen op het gebied van informatie, cultuur en educatie. De omroep besteedt aandacht aan de lokale en regionale actualiteit, de culturele diversiteit en de maatschappelijke ontwikkelingen in het verzorgingsgebied. De omroep stimuleert ook de participatie en de dialoog van de burgers. We dragen zo bij aan de pluriformiteit en de versterking van de lokale democratie.

1.6. Redactionele visie

Lokaal, onafhankelijk nieuws

Bij RTV Focus Zwolle brengen we lokaal, betrouwbaar en onafhankelijk nieuws via alle relevante kanalen. We baseren ons nieuws op hoor en wederhoor en we zijn zo transparant mogelijk voor ons publiek. We laten zien wat er gebeurt in Zwolle. Ons lokaal nieuws is herkenbaar, omdat het gaat over wat er om de hoek speelt. Ons nieuws wordt gemaakt door mensen uit Zwolle.

10 jaar ervaring in het Zwolse

RTV Focus heeft een aantal voordelen op de commerciële concurrentie - de gratis content, de combinatie van verschillende kanalen (radio, tv, online, socials) en de bijna 10 jaar dat we hier al nieuws maken met daarbij behorende 'geheugen' over alles wat het laatste decennium in Zwolle heeft gespeeld. Dat is een stevig fundament.

Actieve deelname aan de maatschappij

Bij RTV Focus Zwolle willen we je informeren en inspireren over wat er speelt in jouw stad. We laten je zien hoe je mee kunt doen aan de samenleving en invloed kunt hebben op de lokale politiek. We zijn er ook voor bepaalde groepen die tegen problemen aanlopen. We vertellen je wat die problemen zijn, wie ze ervaart en waar ze vandaan komen. We denken daarin constructief mee.

Verbinding

RTV Focus Zwolle wil de inwoners van Zwolle een stem geven en een gevoel van verbondenheid creëren. We willen laten zien wat er leeft en speelt in de stad en regio, wat de mensen bezighoudt en waar ze trots op zijn. We willen niet alleen informeren, maar ook inspireren en vermaken met verhalen over de lokale geschiedenis, cultuur, tradities, taal en verenigingen. We willen een omroep zijn die dicht bij de mensen staat en die de lokale identiteit versterkt.

Duidelijke en heldere taal

Bij RTV Focus Zwolle willen we de boodschap in alle contentvormen duidelijk en helder en in het juiste tempo overbrengen aan een breed publiek. Hoe gaan we dat doen? Door de volgende stappen te volgen:

- We gebruiken eenvoudige taal die iedereen kan begrijpen.
- We geven voldoende achtergrondinformatie over het onderwerp.
- We kiezen een passend tempo voor onze productie.
- We maken gebruik van verschillende contentvormen voor verschillende doelgroepen.
- We meten wie ons publiek is en hoe we ze bereiken.

Zo zorgen we ervoor dat we relevant zijn voor onze luisteraars, kijkers en lezers, en dat we ze informeren, inspireren en verbinden met wat er in de omgeving gebeurt.

1.7. Samenwerking met externe partijen en interactie met inwoners

1.7.1. Interactie met inwoners

RTV Focus wil de betrokkenheid en de dialoog met het publiek te vergroten. We willen niet alleen informeren, maar ook inspireren en activeren. Daarom zetten we verschillende digitale tools in om de interactie te stimuleren. Zo kun je als luisteraar of kijker bijvoorbeeld meedoen aan polls, en quizzen bijvoorbeeld door je mening te geven over actuele stellingen. Ook willen we actief gaan inzetten op een nieuwe rubriek 'ingezonden brieven'. Inwoners, bedrijven en organisaties kunnen via de website en ons postvak rtvfocuszwolle@gmail.com nieuwstips doorgeven. Zo kunnen de Zwollenaren invloed uitoefenen op de inhoud en de koers van de omroep.

1.7.2. Samenwerking met lokale partners

We willen het komende jaar meer gaan samenwerken met lokale partners voor specifieke content. Gedacht kan worden aan artistieke of journalistieke opleidingen in de stad die door de studenten geproduceerde content via het Tv-kanaal van RTV Focus kunnen uitzenden. Ook andere organisaties die live-streamen zouden in de programmering kunnen worden opgenomen. Bijvoorbeeld kerkdiensten en de gemeenteraadsvergadering.

1.7.3. Samenwerking met overige partijen

Het afgelopen jaar heeft RTV Focus verschillende uitdagingen ondervonden in de samenwerking met de andere lokale omroepen in de streek. Er waren momenten waarop meningsverschillen, uitdagingen in de coördinatie, en obstakels een harmonieuze samenwerking in de weg stonden. Toch staan we open voor een constructieve dialoog. We zien kansen om de samenwerking aan te halen en te versterken. We geloven dat een sterke samenwerking essentieel is voor het bevorderen van onafhankelijke journalistiek en het leveren van hoogwaardige mediadiensten in de stad en streek.

In de komende periode gaan we, wat ons betreft, weer in gesprek, lessons learned delen en samenwerken aan een positieve en vruchtbare relatie. We zijn ervan overtuigd dat we, door openheid en begrip, gezamenlijk doelen kunnen bereiken en de lokale mediadiensten kunnen versterken.

2. Mediaproducten

2.1. Doelstelling

We werken volgens het principe 'Content is King'. Dit betekent dat we eerst kijken wat het verhaal is en in welke vorm we dat het beste kunnen brengen. Daarna kijken we via welke kanalen we het gaan distribueren. Als het gaat om de ontwikkeling van een nieuwsverhaal dan is eigenlijk altijd 'Online first'. Daarna volgt radio en als laatste de tv. Bij online first kan er soms gestart worden met informatie van burgers op sociale media, die dan later worden aangevuld met eigen nieuwsmateriaal. Zo'n verhaal rolt zich steeds verder uit, ook via radio en uiteindelijk de TV. Overigens komen de online berichten ook direct automatisch op de tekst-tv terecht.

Innovatie en experiment

We doen voortdurend actief onderzoek naar nieuwe mogelijkheden en om de content en interactie te verbeteren.

2.2. Geschreven content

- Nieuwsberichten: RTV Focus publiceert korte, actuele artikelen met feitelijke informatie.

- **Achtergrondartikelen:** Deze informatieve stukken gaan dieper in op de context van ontwikkelingen of actuele gebeurtenissen. Ze kunnen verschillende perspectieven belichten.
- **Interviews:** RTV Focus voert vraaggesprekken om de opvattingen van personen toe te lichten. Dit biedt inzicht en menselijke verhalen.
- **Evenementen:** RTV Focus publiceert aangeleverde artikelen over op handen zijnde evenementen / uit agenda items.
- **Live blogs:** Bij grote actuele gebeurtenissen die op één dag vele updates kennen gaan we liveblogs creëren om de betrokkenheid te vergroten.
- **Interactie:** polls, quizen, stellingen, ingezonden brieven

2.3. Audiocontent

- **Nieuwsbulletins:**
 - Landelijk nieuws
 - Lokaal nieuws
- **Interviews en reportages:**
 - Interessante gesprekken en verslagen over nieuws en andere Zwolse onderwerpen.
- **Muziek:**
 - Een mix van nieuwe hits en klassiekers uit de jaren 70 tot nu.
- **Programma-items:**
 - **MarktProat:** Hierin wordt de Zwolse mening gevraagd over actuele thema's.
 - **Evenemententips:** Aanbevelingen voor evenementen die je niet mag missen.

2.4. Videocontent

RTV Focus Zwolle biedt een gevarieerd aanbod aan videocontent, zowel nieuws gerelateerd als niet-nieuws gerelateerd.

Content

- **Zwolle Actueel:**
 - Elke werkdag worden de meest actuele nieuwsreportages uitgezonden.
 - Tekst-tv toont samengevatte nieuwsberichten en voornamelijk pagina-informatie die ook online beschikbaar is.
- **Niet-nieuws gerelateerde content:**
 - RTV Focus wil de nieuwsreportages aanvullen met andere onderwerpen. Volgens een contentkalender **[Bijlage]** komen vaste onderwerpen op vaste dagen aan bod.
 - Voorbeeld: 'Zwolle in Business'.

- Voorbeeld: sfeerverslagen evenementen
- ICE-norm en Eigen beheer:
 - De programma's worden in eigen beheer gemaakt. We willen voor niet-nieuws gerelateerde content contact leggen met organisaties die video-content maken zoals scholen, kerken en andere organisaties
 - We streven naar een goede verdeling qua informatief, cultureel en educatief (ICE-norm).

Focus op online video

Er zal regelmatig korte videocontent specifiek voor de sociale mediakanalen (Facebook, X, LinkedIn, Instagram en TikTok) worden geproduceerd, vooral rond populaire gebeurtenissen en onderwerpen. Daarnaast worden de volledige TV-reportages ook op YouTube geplaatst. De content zal zowel informatief als aantrekkelijk zijn om kijkers te behouden.

Verbetering van vormgeving en professionaliteit

Videoformaten voor sociale media zullen worden aangepast, en er zal een uniforme vormgeving worden ontwikkeld om een professionele uitstraling te bevorderen. Er zal gewerkt worden aan een consistente visuele identiteit die aansluit bij andere kanalen en de herkenbaarheid vergroot.

Het doel is om Zwollenaren dagelijks te voorzien van een informatieve en boeiende kijk op hun stad en alles wat er speelt.

3. Mediakanalen

Online is de toekomst

De toekomst van RTV Focus Zwolle ligt op termijn in de kanalen die de online wereld bieden. Op de korte termijn zijn radio en televisie nog steeds aansprekende kanalen voor met name de oudere Zwollenaar die geniet van zijn AOW. Maar zelfs deze oudere Zwollenaar kent steeds meer de weg naar online. De uitdaging is derhalve om te investeren in de ontwikkeling van onze online kanalen en tegelijkertijd radio en tv te blijven maken, maar dan wel in lijn met en voortbouwend op de online content productie. Content is King! Distributie van de content, in welke vorm, inhoud en via welk distributiekanaal volgt na de content-keuze.

3.1. Platformen

In de volgende paragrafen worden de door RTV Focus Zwolle gehanteerde platformen beschreven, inclusief de doelstellingen voor dit platform in de komende jaren.

3.1.1. Website

RTV Focus publiceert al haar content op de website rtvfocuszwolle.nl. De website is het platform waar alle content bij elkaar komt: audio, video en geschreven content. Het is het

platform waar de gebruikers dagelijks op terugkeren voor nieuwe content, en voor het nieuwsarchief met meer dan 10 jaar aan content.

Optimalisatie voor zoekmachines

Regelmatige monitoring van algoritme-updates van zoekmachines zal plaatsvinden, en de content zal worden geoptimaliseerd om de zichtbaarheid te behouden.

Investering in liveblogs

Bij grote actuele gebeurtenissen die op één dag vele updates kennen gaan we liveblogs creëren om de betrokkenheid te vergroten.

3.1.2. Radio

RTV Focus Zwolle is de radiozender voor Zwollenaren die op de hoogte willen blijven van wat er in hun stad gebeurt. Elke dag hoor je het landelijke nieuws op het hele uur en het lokale nieuws op het halve uur, met de laatste updates. Ook hoor je interessante interviews en reportages over het nieuws en andere onderwerpen die Zwolle bezighouden. De muziek is een mix van nieuwe hits en klassiekers uit de jaren 70 tot nu. Er zijn geen presentatoren, maar wel leuke en informatieve items zoals MarktProat, waarin we de Zwolse mening vragen over actuele thema's, en tips voor evenementen die je niet wilt missen. De radiocontent wordt cross-mediaal gemaakt en verspreid via verschillende kanalen.

We willen een radiozender zijn die Zwollenaren aantrekt met een consistente mix van muziek en nieuws. We kiezen voor muziek die veel mensen leuk vinden en nieuws dat relevant is voor onze stad. We vermijden grote veranderingen in de muziekstijl en dus ook presentatie, zodat de luisteraar niet afhaakt als hij iets hoort wat hij niet verwacht.

3.1.3. Televisie

Bij RTV Focus Zwolle zal de reguliere televisieprogrammering in 2024 grotendeels ongewijzigd blijven. Elke werkdag staat in het teken van 'Zwolle Actueel, de carrousel waarin de meest actuele nieuwsreportages te zien zijn. Afgewisseld door de tekst-tv waarin de voorpaginaberichten en de korte nieuwsberichten in samengevatte vorm verschijnen die ook online worden gepubliceerd. Vanaf 2024 willen we de nieuwsreportages aanvullen met niet-nieuws gerelateerde content waarbij volgens een contentkalender op vaste dagen, vaste onderwerpen komen, zoals bijvoorbeeld 'de ondernemer in beeld. Zwollenaren moeten dagelijks kunnen genieten van een informatieve en boeiende kijk op hun stad en alles wat er speelt.

3.1.4. App

We zullen het aankomende jaar onderzoeken of het aanbieden van een web-app tot de mogelijkheden behoort.

3.1.5. Nieuwsbrief

We gaan het aankomende jaar onderzoeken of het aanbieden van een nieuwsbrief mogelijk is. Een vereiste hiervoor dat de nieuwsbrief geheel geautomatiseerd content moet genereren vanuit de website en dat de nieuwsbrief ook volledig automatisch verzonden wordt.

3.1.6. Sociale Media

In de volgende paragrafen worden de door RTV Focus Zwolle gehanteerde platformen op het gebied van sociale media beschreven, inclusief de doelstellingen voor deze platformen in de komende jaren.

Diversificatie van content voor verschillende platforms

We gaan door met het aanpassen van de content specifiek voor diverse sociale-mediaplatforms, zoals Facebook, Instagram, LinkedIn, X, YouTube en TikTok, om een breder publiek aan te spreken. Er zal worden geëxperimenteerd met verschillende formaten, zoals vierkante en verticale video's, om beter aan te sluiten bij de kenmerken van elk specifiek platform. Ook de teaser / boodschap wordt per kanaal afgestemd op de doelgroep.

Facebook

Doelgroep:

- Een breed publiek, vooral volwassenen en ouderen.

Content:

- Nieuwsupdates: Korte nieuwsberichten en updates over lokale gebeurtenissen. Vaak artikelen die de burger raken of een fun-karakter hebben.
- Achter de schermen: We laten zien hoe het nieuws wordt gemaakt en betrekken het publiek bij het productieproces.
- Evenementen: We promoten lokale evenementen en activiteiten.
- Historische content: We delen historische foto's of verhalen over de stad.

YouTube

Doelgroep:

- Alle leeftijden, vooral mensen die geïnteresseerd zijn in videocontent.

Content:

- Volledige TV-reportages: we plaatsen volledige nieuwsreportages en achtergrondverhalen op YouTube

X (voorheen bekend als Twitter)

Doelgroep:

- Brede doelgroep, veel stakeholders en politiek zijn actief op X.com

Content:

- Live updates: Tweet over actuele gebeurtenissen, nieuws en lokale ontwikkelingen.

Instagram

Doelgroep

- Vooral jongeren en jongvolwassenen.

Content:

- Visuele hoogtepunten: we plaatsen foto's en korte video's van het nieuws, lokale evenementen, interviews en reportages.
- Stories: we gebruiken Instagram Stories voor 'Behind the scenes' en om interactie met het publiek aan te gaan.
- Hashtags: we gebruiken relevante 'lokale' hashtags om de zichtbaarheid te vergroten.

LinkedIn

Doelgroep:

- Zakelijke professionals, lokale ondernemers en stakeholders

Content:

- Professionele updates: we plaatsen economisch nieuws en nieuws op het gebied van innovatie, hoger onderwijs, wetenschap, duurzaamheid/energietransitie en ander nieuws dat van belang is voor het bedrijfsleven en de organisaties in Zwolle.
- Bedrijven: we plaatsen achtergrondverhalen van ondernemers.

TikTok

Uitbreiding naar nieuwe en jongere doelgroepen

Er zal geëxperimenteerd worden met het nieuwe platform TikTok, om een jonger publiek aan te trekken.

Bijlage

Contentplan evenementen

Onderwerpen / redactionele pijlers contentkalender [PBO input]

Maatschappelijke Zorg:

- Nieuwe maatschappelijke zorginitiatieven in de regio.
- Interviews met zorgprofessionals over actuele gezondheidskwesties.
- Effecten van nationaal gezondheidsbeleid op lokale gemeenschappen.
- Problemen rond wachtlijsten voor zorgdiensten.
- Jeugdproblematiek en de betekenis van zinvol werk

Welzijn:

- Lokale welzijnsprogramma's en hun impact op gemeenschappen.
- Interviews met welzijnswerkers en hun ervaringen in de gemeenschap.
- Sociale effecten van armoedebestrijdingsprogramma's in de regio.
- Woningnood en bouwontwikkelingen in de regio.
 - Gemeenschappelijke woonprojecten (Knarrenhof, De Bongerd)
 - Onder de pannen project
 - Gebrek aan woningen in Zwolle (vanuit diverse perspectieven)

Kunst en Cultuur:

- Lokale kunsttentoonstellingen en evenementen.
- Interviews met plaatselijke kunstenaars en hun creatieve proces.
- Culturele projecten ter bevordering van kunst in de gemeenschap.
- Kijkje in musea
- Vergeet de kinderen niet (Kinderraad, kindercollege, kinderburgemeester)
- Gebrek aan atelierruimte
- Zwolle Culturele hoofdstad in 2023. Gaat dat lukken? Wat is daar voor nodig?
- Zwolle maritieme geschiedenis
- Historische onderwerpen
- Concerten verslag of live
- Collectie Overijssel foto's

Geloofsgenootschappen/ Geloof:

- Bijzondere gebeurtenissen binnen lokale geloofsgenootschappen.
- Vieringen en evenementen
- Zingeving, geloof en levensvragen
- Interviews met religieuze leiders over hedendaagse kwesties.
- Verslaggeving over liefdadigheidsinitiatieven van religieuze organisaties.

Onderwijs:

- Nieuwe onderwijsprogramma's en initiatieven.

- Interviews met lokale onderwijsdeskundigen en leraren.
- Aandacht voor bijzondere prestaties van studenten en leraren.

Sport en Recreatie:

- Lokale sportevenementen en competities.
- Sportfaciliteiten en hun impact op de lokale gemeenschap.
- Verslaggeving over sportprestaties en records in de regio.
- PEC Zwolle

Evenementen:

- Vooruitblik op komende lokale evenementen.
- Reportages over recente evenementen en festiviteiten.
- Interviews met organisatoren van populaire evenementen.
- Bespreking van de economische impact van evenementen.
- Aandacht voor bijzondere vieringen en herdenkingen in de regio.

Culturele diversiteit:

- Verhalen van leden van diverse gemeenschappen in de regio.
- Evenementen ter bevordering van culturele uitwisseling.
- Interviews met lokale leiders van verschillende culturele groepen.
- Verhalen over de integratie van migranten en vluchtelingen.
- Verslaggeving over culturele festivals en vieringen.

Extra input vanuit de stroming culturele diversiteit volgt nog 29-11-2023

Jongeren:

- Onderwijsinitiatieven gericht op jongeren.
- Problemen en uitdagingen waarmee jongeren worden geconfronteerd.
- Verslaggeving over jeugdactiviteiten en projecten.
- Interviews met jonge ondernemers en prestaties.
- Reportages over jeugdparticipatie in de gemeenschap.

Ouderen:

- Zorgvoorzieningen voor ouderen in de regio.
- Verslaggeving over ouderenwelzijnsprogramma's.
- Interviews met senioren over hun ervaringen en behoeften.
- Discussies over de uitdagingen van vergrijzing in de gemeenschap.

Economie:

- Lokale economische ontwikkelingsprojecten.
- Impact van nationaal economisch beleid op lokale bedrijven.
- Interviews met ondernemers en bedrijfsleiders.
- Innovatieve bedrijfsinitiatieven in de regio.
- Verslaggeving over werkgelegenheidstrends en kansen.

Natuur:

- Milieuprojecten en behoudsinspanningen.
- Impact van klimaatverandering op lokale ecosystemen.
- Natuurlijke attracties en toerisme in de regio.

- Wandelroutes / fietsroutes in de regio
- Verslaggeving over bedreigde diersoorten in de omgeving.

Duurzaamheid:

- Duurzame initiatieven in lokale bedrijven en gemeenschappen.
- Milieuvriendelijke bouw- en ontwikkelingsprojecten.
- Interviews met duurzaamheidsexperts en activisten.
- Rapportage over de ecologische voetafdruk van de regio.
- Inzet voor groene energie en hernieuwbare hulpbronnen.
- Energietransitie
- Nieuwe energie
- Waterstof
- Afval

Dieren:

- Dierenwelzijnskwesties in de regio.
- Reportages over lokale dierenopvangcentra en reddingsacties.
- Interviews met dierenartsen / experts op het gebied van dierenwelzijn.
- Verslaggeving over bijzondere dierenverhalen en prestaties in de gemeenschap.
- Dier van de week en kijkje op de dierenweide.
- Huisdieren vermist en gevonden
- Promotie van adopties uit asiel
- Vreemde huisdieren

Bijlage

Contentplan evenementen

Onderwerpen contentkalender [PBO input]

Komt volgende keer uitgebreid aan bod in de PBO vergadering. Voor nu is gezegd vanuit het PBO dat 'Less is More' principe geldt.