

OOG ontwikkelplan 2015-2020

Voorwoord

Voor u ligt het OOG ontwikkelplan 2015-2020. In de afgelopen jaren heeft OOG al in diverse notities ideeën over haar toekomst neergelegd, maar een geïntegreerde beleidsvisie ontbrak. In deze beleidsnotitie willen we u meenemen naar de toekomst: hoe ziet OOG er nu uit en wat gaat er veranderen in de komende jaren? Veel is nog onduidelijk. Wat wel duidelijk is, is dat OOG in de stad Groningen inmiddels een gevestigde naam is, een omroep die zichzelf gepositioneerd heeft als de lokale omroep van de stad Groningen. Een omroep die een flink aantal prijzen mocht ontvangen (de OLON Award voor Omroep van het jaar 2003; twee keer de OLON Award voor Beste Programma en drie internationale prijzen) en daarnaast nog diverse keren genomineerd werd voor OLON Awards. Als het aan OOG ligt, wordt de komende tijd besteed aan een verdere professionalisering. Een kleine, maar multifunctionele omroep die hét media-portaal is voor de stad Groningen. Een omroep die zichtbaar is en daar aanwezig is waar het nieuws van de stad zich afspeelt. Een omroep die burgerjournalistiek en micro-journalistiek een nieuwe impuls geeft. We wensen u veel leesplezier bij ons ontwikkelplan 2015-2020.

Evert Janse
Directeur / Bestuurder OOG Groningen

I Inleiding

OOG, hét media-portaal van de stad Groningen en omgeving, wil in deze notitie haar strategische beleid formuleren voor de komende zendperiode. In 2014 is de zendvergunning verlengd tot juni 2019.

Ongetwijfeld zijn er in deze periode veel ontwikkelingen in de mediawereld te verwachten, want er is geen sector die zo snel verandert als deze.

OOG wil hier zo goed mogelijk op inspelen. Dat vereist een flexibele instelling, want niemand kan voorspellen hoe de media er over enkele jaren uitzien. Met de kennis van nu bepalen we ons beleid voor de komende jaren. Zeker is dat we, na de reorganisatie die een gevolg is van het verdwijnen van de M-banen, een kleine, professionele en flexibele organisatie willen zijn die midden in het kloppend hart van de stad Groningen een onmisbare voorziening is.

Omroep Organisatie Groningen (OOG) is van oudsher een organisatie waarin het opleiden en begeleiden van mensen centraal heeft gestaan. Werken vanuit een begeleidingsperspectief is diep verankerd in de organisatie.

OOG heeft vanaf het begin gebruik gemaakt van de mogelijkheden van gesubsidieerde arbeid. Vooral in de jaren 90 en beginjaren van deze eeuw hebben er veel mensen in verschillende trajecten bij OOG gewerkt. Nu verdwijnt de gesubsidieerde arbeid definitief. Voor OOG betekent dat een verlies van 7 arbeidsplaatsen (6 fte) per januari 2015. Dit heeft gevolgen voor de uitvoering van de taken van de organisatie en voor de organisatiestructuur. De organisatie moet een omslag maken in haar denken en handelen. Het begeleidingsproces zal minder centraal komen te staan, de focus komt meer te liggen op het zelf produceren. Dat betekent dat de werknemers in het proces mee moeten groeien.

Multidisciplinair werken zal een van de nieuwe uitgangspunten van de organisatie worden.

II Missie

OOG is dé lokale publieke multimedia-instelling voor alle inwoners van de gemeente Groningen. OOG staat voor haar journalistieke uitgangspunten, maar wil ook eigenzinnig, creatief en tegendraads zijn. OOG wil de burgers informeren over alles wat er in de stad gebeurt.

III OOG: de stand van zaken

OOG is een laagdrempelige multimedia-instelling, waar inwoners van de gemeente Groningen zonder directe kosten gebruik van kunnen maken. Kerntaak is het brengen van lokaal nieuws uit de gemeente Groningen. Dat doet OOG vanuit een gevoel van trots op de stad en de unieke ligging daarvan in het Noorden. Groningen heeft een centrale plek in de regio waardoor mensen wijdverspreid om de stad heen geïnteresseerd zijn in wat zich daar afspeelt. Omdat ze er werken, omdat hun kinderen er naar school gaan of omdat ze er komen om te winkelen of om theater of evenementen te bezoeken. Dat is de kracht van Groningen en daar sluit OOG zich graag bij aan door de inwoners van stad en omgeving te informeren en te betrekken.

OOG richt zich niet op bepaalde doelgroepen maar wil er zijn voor alle inwoners van de gemeente en geïnteresseerden in de stad. Ze wil een breed spectrum bedienen en hecht aan pluriformiteit. Kijk- en luistercijfers zijn daarbij van belang, maar niet per definitie leidend. OOG wil zich onderscheiden door onafhankelijk te zijn en door het bieden van kwaliteit. Daar waar de sociale media subjectief zijn, moeten de reguliere media zich daar van onthouden. Het bedrijven van onafhankelijke journalistiek is de belangrijkste waarde van OOG.

OOG wil het nieuws uit de stad brengen op de diverse media, zoals tv, internet en radio. Daarnaast wil OOG een platform zijn voor creatieve ideeën en programma's. OOG wil kansen bieden aan de vele

talenten die de stad rijk is. Daarbij richt ze zich niet specifiek op oude of nieuwe media. Beide zijn van grote waarde en worden door verschillende doelgroepen gewaardeerd. OOG wil de haar ten dienste staande media zo goed mogelijk benutten en het aantal kijkers, luisteraars en bezoekers van de website vergroten door het verhogen van de kwaliteit van de nieuwsvoorziening, een gevarieerd aanbod bieden en door zichtbaar te zijn bij verschillende providers.

IV OOG op weg naar 2020

In de komende jaren ligt de focus van de organisatie op het vergroten van het bereik en de zichtbaarheid.

Vergroten van het bereik: OOG wil de interactie met de inwoners van de stad vergroten, onder andere door StadJers TV door te zetten in een moderne vorm, door vaker live aanwezig te zijn bij evenementen en door stadJers de gelegenheid te geven via sociale media hun eigen nieuwsmomenten door te geven, in de vorm van foto's of filmpjes. Een multifunctionele app gaat daarin een grote rol spelen.

OOG is de verslaggever van het nieuws dicht bij huis. Actualiteiten, sport, kunst en cultuur worden komend jaar in een magazinevorm gebracht, aangevuld met achtergrondprogramma's. Daarnaast is de radiozender vooral brenger van het lokale nieuws en een sterke doelgroepen-zender, met wortels in de samenleving.

Het publiek debat stimuleren is een belangrijke functie voor OOG, die zij de komende jaren verder wil uitbouwen. Daarbij is de samenwerking met organisaties als Groninger Forum en onderwijsinstellingen erg belangrijk. Het publiek debat is een belangrijke peiler van de democratie.

Daarnaast geeft zij stadJers een stem via StadJersTV. Dankzij smartphones en sociale media is het veel gemakkelijker geworden om films en foto's up te loaden en uit te zenden. StadJersTV wil inwoners van de stad een podium geven om hun mening of visie op uiteenlopende stadse zaken te uiten.

OOG wil ook een podium bieden aan kunst- en cultuur in de stad Groningen

OOG wil toe naar een organisatie waarbinnen waar het produceren centraal staat en het begeleiden een minder centrale rol heeft. De organisatie kiest hiervoor vanuit pragmatische redenen: begeleiden kost veel personele inzet die er door de bezuinigingen op de gesubsidieerde arbeid steeds minder is. Er moeten keuzes gemaakt worden in de producten die OOG maakt en de faciliteiten moeten meer aansluiten bij een multidisciplinaire werkwijze. Dit betekent dat er in apparatuur geïnvesteerd moet worden en medewerkers waar nodig moeten worden bijgeschoold. De taakomschrijvingen moeten helder worden vastgelegd zodat verwachtingen en output vastgesteld kunnen worden.

De komende jaren wordt geïnvesteerd in materieel, facilitering en huisvesting. Er wordt geïnvesteerd in een nieuwe studio, met apparatuur die ook op locatie gebruikt kan worden. Uitzenden vanaf een locatie behoort dan op televisie ook tot de mogelijkheden.

Samen met andere partijen (o.a. RTV Noord) wordt naar verwachting een studio in het Groninger Forum in gebruik genomen. De samenwerking kan een inhoudelijke en kwalitatieve meerwaarde bieden en kan leiden tot nieuwe producten.

Er zal een besluit genomen worden over de huisvestingssituatie van OOG: ofwel investeren in de huidige locatie ofwel verhuizen naar een andere locatie, bij voorkeur in de buurt van het Groninger Forum.

De organisatie OOG krijgt te maken met een reorganisatie. Er moet helaas afscheid genomen worden van 7 medewerkers, doordat de subsidiëring van de M-banen stopt. Dat betekent dat er kritisch gekeken zal worden naar de indeling van de organisatie, de functieomschrijvingen en de gevolgen voor de programmering.

De medewerkers van OOG zullen multi-inzetbaar zijn voor de verschillende media. Daarbij zal scholing op maat worden aangeboden zodat de medewerkers zich verder kunnen ontwikkelen.

Bij alle veranderingen in de organisatie en programmering staat realiteitszin voorop. OOG heeft ambitie, maar belangrijk is dat het gerealiseerd kan worden. Bezuinigingen zullen wellicht leiden tot een kleinere flexibele organisatie, maar tegelijkertijd hebben ze ook gevolgen voor de ambities en de programmering van OOG. Gezocht wordt naar een goede manier om de ambitie binnen de nieuwe organisatie te realiseren.

V OOG inhoudelijk

1. TV

OOG wil in haar televisie-uitzendingen het verhaal van Groningen en van de Groningers vertellen, zowel de actualiteiten als het verhaal daarachter. De huidige programmering wordt op werkdagen vervangen door een magazine. De rode draad in het magazine wordt verzorgd door de presentatoren vanuit een studio, die op 1 maart 2015 operationeel zal zijn.

Daarnaast worden achtergrondprogramma's uitgezonden, die vanaf 1 maart naar het weekend zullen verschuiven.

Werken met webcams met een live-stream op interessante plekken is een mogelijkheid die onderzocht wordt.

2. Radio

OOG wil zich profileren door elk half uur een uitgebreid nieuwsbulletin te verzorgen. Er komt meer interactie, bijvoorbeeld een webcam in de studio maakt de integratie met sociale media en youtube mogelijk. In de avond is er ruimte voor doelgroepenprogramma's gemaakt door vrijwilligers uit die doelgroepen (bijvoorbeeld specifieke muziek, levensbeschouwelijke programma's, interculturele programma's, sport).

3. Internet en sociale media

OOG wil in de komende jaren steeds meer de functionaliteiten van internet en de sociale media gaan benutten. Daartoe is inmiddels een nieuwe, eigentijdse website gemaakt met een grotere visuele aantrekkingskracht en meer functionaliteiten. StadJersTV wordt hier onderdeel van. DE site www.stadjerstv.nl wordt geïntegreerd in www.oogtv.nl. Voor het slagen van de vernieuwde opzet van StadJersTV is een laagdrempelig interactief medium van groot belang. Films en foto's van stadJers over nieuwsitems, actuele gebeurtenissen of evenementen kunnen gemakkelijk geüpload worden. Alle video en audio wordt via YouTube geplaatst.

De nieuw ontwikkelde app van OOG zal op alle mobiele platforms te gebruiken zijn.

OOG gaat haar beleid m.b.t. internet en sociale media verder uitwerken. Daarbij ligt de focus op wat de meest effectieve manier is om die in te zetten ten behoeve van de lokale omroep. Zowel waar het gaat om de interactie met de stadgers als om deze media in te zetten ten behoeve van acquisitie.

4. Tekst TV en Teletekst

OOG is in overleg met de gemeente gestopt met teletekst. Het wordt door providers al nauwelijks meer ondersteund.

De vernieuwde website en Tekst TV nemen de functie van teletekst over. De website geeft actuele informatie over Groningen en biedt daarnaast veel nieuwe functionaliteiten. Tekst TV richt zich met name op de mensen zonder internet (veelal ouderen), zodat zij toch een mogelijkheid hebben om nieuws en berichten uit de stad te volgen. De bedoeling is dat de lay-out vernieuwd wordt, dat de inhoud afgewisseld wordt met bewegende beelden. De uitstraling moet steviger en eigentijds worden, met een goede inhoud.

5. Overheidscommunicatie

Voor de gemeente Groningen is OOG een belangrijk medium om haar communicatie met de inwoners van de stad te verzorgen. Zij doet dit via de tv-programma's, tekst TV en via de website. De gemeente maakt voorlichtingsfilmpjes (Grote Markt 1) die inwoners informatie geven over zaken als: hoe maak je een afspraak bij de DIA, hoe werkt het met grof vuil e.d. De informatie wordt door de kijkers zeer op prijs gesteld. De gemeente heeft een strikt beleid m.b.t. de stijl en inhoud van de informatie, omdat zij vanwege de persvrijheid niet inhoudelijk in de programmering van OOG kan treden.

6. Video-archief

Op de nieuwe website krijgt het video-archief belangrijke nieuwe functionaliteiten. Voorheen ontving OOG vaak klachten van kijkers dat videofragmenten moeilijk terug waren te vinden. De website biedt de mogelijkheid dat de uitzendingen direct te bekijken zijn. OOG gaat meer inzetten op betere functionaliteiten en gebruiksgemak. Er wordt steeds meer buiten de reguliere uitzendtijden om gekeken en dit wordt nu gefaciliteerd door OOG. Naar verwachting zal dit extra kijkers trekken.

7. Uitzendplatform

OOG functioneert ook als uitzendplatform. Zij faciliteert uitzendingen van de RSO (Regionale Senioren Omroep) en zendt zelf producties uit van onafhankelijke productiehuisen zoals bijvoorbeeld de stichting Beeldlijn. Daarnaast biedt zij een platform aan maatschappelijk nut dienende producties, bijvoorbeeld ten behoeve van specifieke doelgroepen binnen de inwoners van de stad Groningen. In de toekomst wil OOG ook meer de connectie zoeken met Groninger instellingen (bijvoorbeeld onderwijs) die zelf filmpjes produceren voor hun website. Deze korte reportages hebben vaak uitzendkwaliteit. OOG werkt aan een uitbreiding van haar netwerk, zodat deze instellingen OOG ook gemakkelijker weten te vinden en omgekeerd.

8. Productiehuis

OOG heeft besloten geen apart productiehuis op te richten. Wel blijft er een intern 'productiehuis' bestaan, uiteraard met inachtneming van de mediawet. Er zijn twee mogelijkheden: in het eerste geval nemen wij het initiatief tot een nieuw programma en in het tweede geval krijgen we een extern verzoek. In beide gevallen wordt niet alleen gekeken of de programma's in de programmering van OOG passen, maar tevens zullen de gemaakte loonkosten altijd worden doorberekend.

9. StadgersTV 2.0

OOG is als eerste lokale omroep begonnen met het stimuleren van burgerjournalistiek in het project StadgersTV. Ook al is het nog maar zo'n zes jaar geleden, op dat moment waren er nog geen smartphones of tablets met goede film- en audiokwaliteit. Het project richtte zich op het stimuleren van inwoners van de stad om met een filmcamera zelf een korte reportage te maken. Daarbij hoorde ook cursussen of een opleidingstraject bij omdat het nog redelijk ingewikkeld was om zelf een reportage in elkaar te zetten. De maatschappelijke en technologische ontwikkelingen hebben tot gevolg gehad dat het project StadgersTV aangepast moet worden. Het maken van filmpjes is veel laagdrempeliger geworden, doordat veel mensen beschikken over een smartphone of tablet. Mensen filmen een gebeurtenis en plaatsen die bijvoorbeeld op de sociale media. StadgersTV wil mensen stimuleren om korte reportages te maken, om zo hun betrokkenheid bij wijk, groep of thema vorm te geven. Afhankelijk van het doel dat men wil bereiken kunnen mensen gecoacht of begeleid worden. Er is gekozen voor een multimediale aanpak, dus niet alleen gericht op het maken van een film, maar ook foto's, audio en tekst worden meegenomen in dit project. Verwacht wordt dat de inzet vanuit de organisatie met name in de startfase van het project het grootst is. Dan worden mensen gestimuleerd om reportages te maken en filmpjes in te sturen. Zodra er een stroom van inzendingen op gang komt is de verwachting dat het project zichzelf zal blijven versterken.

De opnieuw geformuleerde doelstellingen zijn:

- Stadgers stimuleren om multimedia te gebruiken om hun betrokkenheid bij wijk, groep of thema vorm te geven om daarmee te informeren, te activeren en invloed uit te oefenen
- Coachen, begeleiden en faciliteren van actieve burgerparticipatie van stadgers
- Het stimuleren van burgerjournalistiek en micro-journalistiek
- Talentontwikkeling (journalistiek, maken van films, bloggen e.d.)
- Het verrijken van de programmering en vergroten van de zichtbaarheid van OOG.

Om de doelstellingen te bereiken gaat OOG zich met name richten op inwoners van de stad Groningen die hun stem willen laten horen, te specificeren in:

- Wijkbewoners, wijkraden en buurtcommissies
- Amateur sportverenigingen
- Jongeren, jongerenwerk in stad Groningen
- Studenten, studentenverenigingen
- Ouderen

StadgersTV biedt ook een goede mogelijkheid om talenten te scouten. Stadgers die talent, enthousiasme en inzet hebben voor de media en daarmee verder willen, bestaat de mogelijkheid door OOG verder ondersteund te worden in hun verdere ontwikkeling.

8. Programmabeleid

Het programmabeleid wordt vastgesteld door het PBO (Programma Beleidbepalend Orgaan) van OOG. OOG heeft een hoge ambitie in kwaliteit van het programma-aanbod, de professionele journalistieke kwaliteit en de vorm en techniek van de uitzendingen.

Het PBO toetst het programmabeleid aan een aantal concrete uitgangspunten, te weten:

Pluriformiteit, representativiteit, algemeen belang, verdraagzaamheid en respect, kwalitatief hoogstaand aanbod, optimale zendtijdverdeling, samenwerking, optimaal bereik, multimediale aanpak en sponsoring en reclame.

Het PBO heeft een aantal doelstellingen voor het programmabeleid vastgesteld. Deze doelstellingen richten zich onder andere op de onafhankelijkheid, het creëren van publieke waarde, de tone of voice ('nuchter, sympathiek, betrokken'), het Groningse gehalte van de uitzendingen, hoe om te gaan met herhalingen en samenwerking met andere publieke lokale omroepen. Ook heeft het PBO richtlijnen voor reclame vastgelegd. Daarnaast verwacht ze van OOG regelmatige informatie over de programmaformats en over de interactie met het publiek.

VI Samenwerking

1. Stedelijk niveau

In de afgelopen jaren is een goede samenwerking tot stand gekomen met het Groninger Forum en Dwarsdiep, Bibliotheek en onderwijsinstellingen (o.a. Noorderpoortcollege). Dit kwam tot uiting in het verkiezingsdebat dat samen georganiseerd en live uitgezonden werd en de uitzending van de serie talkshows (ForumCafé). Deze samenwerking zal de komende jaren gecontinueerd en verder uitgebouwd worden.

Samen met andere partijen zal in het nieuwe Forum gebouw een studio gebruikt gaan worden (naar verwachting in 2017). Deze samenwerking kan leiden tot een creatieve kruisbestuiving en nieuwe producten.

2. Regionaal

In de regio gaan de regionale omroepen RTV Noord en RTV Drenthe meer samenwerken en bovendien is er interesse om met de NDC te gaan samenwerken. Dit soort publiek-private samenwerking wordt in Nederland steeds populairder. Zo is de stadsredactie van de krant Tubantia inmiddels bij de lokale omroep van Enschede gevestigd om samen te gaan werken. Ook OOG wordt in de gesprekken voor samenwerking betrokken. Ons uitgangspunt is dat OOG een unieke identiteit heeft die we zeker niet prijs zullen geven. Praten kan natuurlijk altijd en daar waar de identiteit van OOG nog verder kan worden versterkt zullen we altijd met andere partijen in gesprek blijven.

Bovendien blijven we hechten aan de pluriformiteit van het mediastelsel. En we moeten nooit vergeten dat OOG een totaal ander karakter heeft dan de media-instellingen bij ons in de buurt. We zijn meer een maatschappelijk instituut.

3. Landelijk

OOG blijft de komende jaren actief voor de landelijke organisatie van lokale omroepen, de OLON. Daarin zijn we vertegenwoordigd door in de klankbordgroep 'Sectorontwikkeling'. De OLON gaat het stelsel van 280 lokale omroepen reorganiseren naar ongeveer 75 regionale streekcentra. Zeker met de gemeentelijke herindeling van Groningen als komt, zijn wij qua grootte al een volwaardige omroepen in dat nieuwe stelsel. Met onze ervaring en expertise zullen we andere omroepen zeker verder helpen, maar zeker niet fuseren.

4. Europa en wereld

Bij de OLON is geen budget voor dat beleid. Europees is OOG actief en ook houden we de ontwikkelingen in de rest van de wereld in de gaten. Europees is het zeker kostendekkend en belangrijk ook voor de positie van OOG en daarmee van Groningen in Europa.

VII Cultuur

In de komende tijd wordt gewerkt aan een vernieuwde bedrijfscultuur. OOG wil dat de staf en medewerkers multi-disciplinair gaan werken, zowel inhoudelijk als technisch. OOG wil een lerende organisatie zijn, waarbij medewerkers elkaar vaardigheden bijbrengen en elkaar steunen en waar van fouten wordt geleerd.

OOG heeft een open en informele cultuur en staat open voor en zoekt gericht naar externe producten en samenwerking met externe organisaties. De producties zijn kostendekkend of worden winstgevend geproduceerd.

Er zal veel aandacht besteed worden om alle medewerkers mee te nemen in het proces van cultuurverandering en aan het wegnemen van weerstand. Waar nodig zal (bij)scholing ingezet worden.

VIII De bedrijfsvoering van OOG

1. Structuur van de organisatie

OOG heeft een Raad van Bestuur die uit één directeur/bestuurder bestaat. Daarnaast is er een adjunct directeur aan wie een aantal taken van de bestuurder is gedelegeerd. De Raad van Bestuur is hoofdredacteur en daarnaast programmaleider Radio en verantwoordelijk voor de radiotechniek. De adjunct directeur is plaatsvervangend hoofdredacteur en is verantwoordelijk voor de programmering van televisie en de televisietechniek.

De staf van OOG bestaat uit zes personen, naast de directeur/bestuurder en de adjunct directeur zijn dit de projectleider Magazine, een programmamaker, de eindredacteur nieuws en de plaatsvervangend eindredacteur nieuws.

Organisatieonderdelen zijn de nieuwsredactie (voor tv, internet, radio en social media), de redactie van het magazine en dagprogrammering, de muziekredactie, stadJersTV, doelgroepen radio en de techniek.

Er is een Raad van Toezicht bestaande uit vijf leden. De Raad van Toezicht is belast met het toezicht op de Raad van Bestuur. Zij vergadert vijf tot zes keer per jaar. Jaarlijks worden de jaarrekening, jaarverslag en begroting besproken en goedgekeurd. Belangrijke onderwerpen zijn de financiële situatie en de herstructurering van OOG na het afschaffen van de M-banen. Er is een bestuurlijk overleg met de gemeente Groningen. Aan dit overleg, dat minimaal één keer per jaar plaatsvindt, nemen vanuit OOG de directeur/bestuurder en de voorzitter van de Raad van Toezicht deel. Er wordt overlegd met de verantwoordelijke wethouder en beleidsambtenaren.

Een lokale omroepinstelling heeft volgens de eisen van de Mediawet een Programmabeleidbepalend Orgaan (PBO). Het PBO stelt het programmabeleid vast. Daarnaast controleert het orgaan of de programma's die uitgezonden zijn ook werkelijk in overeenstemming zijn met het programmavoorschrift van de overheid en met de eigen uitgangspunten van beleid. Het PBO bestaat uit zeven leden en is samengesteld op basis van vertegenwoordiging van maatschappelijke organisaties/stromingen in de Groningse samenleving, zonder last of ruggespraak. De volgende organisaties/stromingen zijn vertegenwoordigd: maatschappelijk zorg en welzijn; kunst en cultuur; onderwijs en educatie; sport en recreatie; etnisch en culturele minderheden.

Het PBO komt vier keer per jaar bij elkaar.

De organisatiestructuur blijft na de herstructurering gelijk aan de huidige situatie.

OOG werkt volgens de Cultural Governance Code. In overeenstemming met die Code en in overleg met de Raad van Toezicht zal op de nieuwe website inzicht gegeven worden in het besturingsmodel van OOG en de wijze waarop zij de CGC toepast.

2. Personeel

Door de bezuiniging op de subsidie per 1 januari 2014 en het wegvallen van zes van de zeven gesubsidieerde banen per 1 januari 2015 is het aantal mensen op de loonlijst gezakt van 19 naar 11. Daarnaast wordt een kracht ingehuurd van Lederz en is er nog een seniorenbaan, die nog een kleine vier jaar zal bestaan, i.v.m. pensionering medewerker.

Scholing wordt nu zoveel mogelijk op maat aangeboden, bijvoorbeeld door mensen mee te laten lopen met ervaren krachten en ze te laten proefdraaien onder begeleiding. Er wordt niet gewerkt met competenties en opleidings-ontwikkeling plannen. OOG wil in de toekomst hier op een meer gestructureerde manier aandacht aan besteden, door middel van in company trainingen.

3. Vrijwilligers en stagiaires

OOG heeft vele vrijwilligers (meer dan honderd) die uiteenlopende taken vervullen op het gebied van programmering, techniek, cameravoering en editing. Het aantal uren dat mensen zich inzetten varieert van voltijds tot enkele uren per week. Opvallend is dat er veel mensen zijn die al jaren lang (waarvan sommigen al een kwart eeuw) bij OOG als vrijwilliger werken. Daarnaast komt het regelmatig voor dat vrijwilligers doorstromen naar betaalde banen in de media. De vrijwilligers voelen zich over het algemeen erg met OOG verbonden en OOG waardeert hun inzet buitengewoon.

De aansturing van de vrijwilligers gebeurt door professionals en ook door de vrijwilligers zelf. De vrijwillige medewerkers die voltijds of deeltijds voor OOG werken nemen een bijzondere positie in binnen de organisatie die vergelijkbaar is met de betaalde medewerkers.

Daarnaast werkt OOG regelmatig met stagiaires. OOG ziet het als een belangrijke taak om een bijdrage te leveren aan de opleiding van nieuwe professionals in de media. De komende jaren zullen we wel selectiever moeten zijn in de aanname van de stagiaires, in verband met de afname van het personeel. Daardoor kunnen we aan de geselecteerde stagiaires een hoogwaardige begeleiding blijven bieden. Een van onze stagebegeleiders was in 2014 genomineerd als stagebegeleider van het jaar en dat niveau willen we graag vasthouden.

We hebben een goede relatie met het onderwijsveld, zijn een erkend leerbedrijf en we verwachten die relatie ook de komende vijf jaar in tact te houden.

4. Inkomsten genereren

De huidige subsidiëring door de gemeente loopt door tot en met 2015. Daarna zal een herijking plaatsvinden. De verhouding tussen subsidiëring en overige inkomsten (reclame, sponsoring en overige) is nu ongeveer 70/30. Daarbij moet wel aangetekend worden dat de gemeente OOG gebruikt voor overheidscommunicatie. Indien deze zendtijd betaald zou worden, zou de verhouding ongeveer 50/50 zijn. Momenteel zit de bijdrage van de gemeente Groningen voor deze dienstverlening versleuteld in de subsidie.

OOG wil meer geld binnenhalen door haar acquisitie te verbeteren. Het is de wens van OOG om meer samen te werken op dat gebied met andere lokale omroepen. Inschakelen van een gespecialiseerd

bureau wordt ook overwogen. Daarnaast kan ook de huidige, eigen acquisitie verbeterd worden door dit systematischer aan te pakken. Overigens blijft er een spanningsveld ontstaan tussen de hoeveelheid reclame, sponsoring en het kijkplezier. Meer inkomsten uit reclame en sponsoring heeft een positief effect op de programmering; tegelijkertijd willen kijkers vaak niet te veel reclame zien (en kijken ze liever via internet).

5. PR & Marketing

Bij PR & Marketing gaat het om vragen als hoe positioneer je je omroep, hoe vergroot je de zichtbaarheid om het bereik van OOG te verhogen. Het belang wordt onderkend door het management van OOG. Tot op heden was er geen budget voor begroot. Expertise op dit vlak is binnen de organisatie onvoldoende aanwezig. Er zijn plannen om een uitwisseling met marketing professionals te organiseren (een expertmeeting) om zo richting te geven aan het PR & Marketingbeleid. Vervolgens zal dit zijn vertaling moeten krijgen in budgettering en een planmatige uitvoering.

6. Techniek

Er staat een aantal investeringen op stapel om de technische ondersteuning van de omroep te verbeteren. Er wordt een televisiestudio ingericht. Van daaruit kunnen gesprekken en interviews worden uitgezonden. Een gedeelte van de apparatuur is mobiel te gebruiken, waardoor het gemakkelijker wordt om op locatie uit te zenden. De zwaar verouderde radiostudio wordt vervangen door moderne apparatuur. Ook hiervan wordt een kwaliteitsimpuls verwacht. Naar verwachting wordt vanaf 2017 samen met andere partijen (o.a. RTV Noord) een studio in het Groninger Forum gebruikt.

7. Huisvesting

Momenteel is OOG gehuisvest in de Studio in de Akkerstraat. De huisvesting laat te wensen over. Het is inefficiënt en de prijs-kwaliteit verhouding is niet goed. Er is sprake van een sick building syndrome. OOG is zich daarom aan het oriënteren op andere huisvesting. Een kantoorpand in de buurt van het Groninger Forum heeft de voorkeur, maar er wordt ook gekeken naar andere mogelijkheden. Op 1 januari 2018 loopt het huidige huurcontract af. In verband met de opzegtermijn zal OOG het contract per 1 juli 2017 opzeggen. Het kan zijn dat er met de verhuurder (LeFier) overeenstemming wordt bereikt over een eerdere opzegging. Mocht dit geregeld kunnen worden, dan zou een verhuizing eerder kunnen plaatsvinden.

IX Tenslotte

In dit ontwikkelplan 2015-2020 hebben we u meegenomen in onze plannen voor de komende jaren, vanuit de huidige situatie bij OOG. We hebben de ambitie om onze positie als het belangrijkste media-portaal van de stad Groningen verder te versterken, om zichtbaar te zijn daar waar het nieuws zich afspeelt, om steeds verder te professionaliseren. We willen sterk inzetten op StadJersTV, om de burgerjournalistiek in de stad Groningen te versterken en stadJers een middel in handen te geven om hun omgeving te beïnvloeden. We gaan investeren om verouderde apparatuur te vervangen. OOG zal ook in de komende jaren een belangrijke rol spelen als verslaggever van het Groninger nieuws.

