

OOG OP DE TOEKOMST

Meerjarenbeleidsplan 2025 – 2029

Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488

Voorwoord

Een visie op de toekomst geeft je houvast als je keuzes moet maken en kan een organisatie verbinden en energie geven. Dat beogen we ook met dit meerjarenbeleidsplan voor OOG. Intern en extern voerden we vele gesprekken met medewerkers en betrokkenen. Hoe zagen zij de toekomst van de lokale omroep? Welke kansen zijn er voor OOG? En hoe kunnen we ook in de toekomst relevant zijn en blijven?

Wat ook bleek is dat die toekomst moeilijk te voorspellen valt. Met name de technologische ontwikkelingen gaan razendsnel. Het kan zomaar zijn dat de kanalen en technologieën die we hier beschrijven over een paar jaar alweer achterhaald en ingehaald zijn. Met name de ontwikkeling van kunstmatige intelligentie laat zich moeilijk voorspellen, behalve dat de impact groot zal zijn. We willen daarom onszelf aan de boeg golf van die ontwikkelingen positioneren.

Ook ons speelveld verandert: vanaf 2028 gaan meer dan 240 lokale media-instellingen verder als 80 streekomroepen. Bij het moment van schrijven is veel nog onduidelijk, onder andere over de financiering. Dat maakt plannen maken lastig, want weten nu nog niet welke beweegruimte er is.

Waar we wel een hand in hebben is welke organisatie we willen zijn en waarom. We herijken daarom onze visie en missie. OOG is nadrukkelijk de omroep van, voor en door Groningen. We zitten in het DNA van ons verzorgingsgebied en willen ons graag vervlechten met alles wat Groningen zo rijk en sterk maakt. En dat zijn vooral onze inwoners. We willen niet alleen maar zenden, maar juist voor die inwoners een platform bieden waar ze een stem krijgen. We willen hun verhalen vertellen. En omdat te kunnen doen, willen we nog dichterbij inwoners staan, in hun wijk, dorp of buurt.

Kortom, we zijn ambitieus en hopen zoveel mogelijk mensen deelgenoot te maken van onze ambitie.

We wensen u veel leesplezier,

Arend Jan Wonink
directeur-bestuurder
maart 2025

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inhoudsopgave.....	3
Visie & missie	4
Streekomroepvorming	6
Technologische ontwikkelingen	7
Medialandschap	8
Medialandschap Groningen.....	10
Bereik.....	13
OOG Nieuws	17
OOG Nieuws: uitdagingen	18
Toegankelijkheid.....	26
Financiën.....	27
Personeel.....	28

Visie & missie

Visie

Inwoners van de gemeente Groningen hebben recht op betrouwbaar nieuws en betrouwbare informatie over hun directe omgeving. In de visie van OOG worden nieuws en informatie verzorgd door mensen die wonen in de gemeente of daar minimaal een sterke band mee hebben. Medewerkers en vrijwilligers van OOG zitten in de haarkvaten van de gemeenschap, halen zo informatie uit hun directe leefomgeving op en brengen dit ‘van de straat naar de raad’.

Waarheidsvinding staat centraal: OOG wil de inwoners van de gemeente goed en volledig informeren, met toegankelijke content op een toegankelijk platform. In een tijd van nepnieuws is dit een groot goed.

Als verteller, controleur en verbinder heeft OOG als lokale publieke omroep een onmisbaar aandeel in het leven van de gemeenschap en het functioneren van de lokale democratie. Maar ook door een tweezijdig informatiekanaal te vormen tussen overheid en inwoners. Door onze berichtgeving kunnen beleidsmakers inzicht krijgen in de impact van beleid. Nu gemeenten steeds meer taken toebedeeld krijgen, is deze functie de afgelopen jaren alleen maar belangrijker geworden.

Onderzoek¹ wijst uit dat lokale publieke omroepen uniek zijn in het activeren van mensen. Juist de laagdrempeligheid en de herkenbaarheid van de content zorgen ervoor dat bewoners in beweging komen om goede dingen te doen voor hun leefomgeving. Dat OOG de diverse groepen (leeftijd, etniciteit, sociale status) in de gemeenschap bedient, vermindert de kans op verzuiling van het nieuws. Dit draagt bij aan de cohesie binnen de gemeente, de stadswijk of het dorp.

OOG is een organisatie die voor een deel draait op de inzet van vrijwilligers. Vrijwilligers staven, tezamen met de leden van ons programmabeleidsbepalend orgaan (pbo), met vertegenwoordigers uit alle gremia en sectoren van de lokale gemeenschap, onze legitieme en maatschappelijk belangrijke positie de Groningse samenleving.

OOG wil als organisatie een afspiegeling vormen van de inwoners van ons verzorgingsgebied. De gemeente Groningen is daarbij een gemeenschap met bijzondere kenmerken, zoals de aanwezigheid van grote kennisinstellingen, een gemiddelde jonge

¹ [Lokale omroepen: de stem van iedere burger](#), december 2021

leeftijd van de bevolking, een bovengemiddeld cultureel aanbod en historisch kenmerkende eigen identiteit. OOG wil als omroep zo dicht mogelijk aan het karakter van de gemeente raken; dat geldt daarbij ook voor de dorpen en buurtschappen die sinds de gemeentelijke herindeling van 2019 tot de gemeente zijn behoren.

Om inwoners zo goed mogelijk te bedienen, is het volgen en toepassen van technologische innovatie onontbeerlijk. OOG wil aan de boeggolf van die ontwikkelingen zitten en een van de meest technologisch innovatie streekomroepen van Nederland zijn.

OOG wil een veilige en uitdagende werkplek bieden aan werknemers en vrijwilligers, waar ze kansen krijgen om talenten te ontdekken en te ontplooien en zichtbaar zichzelf kunnen zijn.

Als sterke streekomroep helpen we andere streekomroepen die minder ver zijn in hun ontwikkeling. We werken waar mogelijk samen met regionale en landelijke partners om onze visie en missie te verwezenlijken.

OOG wil een professionele organisatie zijn met adequate governance, waar wetten en regels worden nageleefd, waar een financieel degelijk beleid wordt gevoerd, waardoor OOG een betrouwbare zakelijke partner is, zowel als samenwerkingspartner als in een subsidierelatie.

Missie

Onze missie is de inwoners van ons verzorgingsgebied betrouwbaar nieuws en betrouwbare informatiebieden over hun directe leefomgeving. We willen niet alleen zenden, maar vooral ook juist de inwoner een stem geven in de wijken en dorpen van de gemeente en zo een brug vormen tussen burger en overheid. We werken daarbij professioneel, zijn onafhankelijk en verbinden ons sterker met de gemeenschap en het unieke karakter van de gemeente Groningen. We sturen daarbij bewust op onze maatschappelijke impact: extern op sterkere democratie, meer betrokken inwoners en een sterkere onderlinge verbondenheid en intern op talentontwikkeling en een betekenisvolle werkplek bieden voor vrijwilligers voor wie (weer) meedoen niet vanzelfsprekend is.

Streekomroepvorming

Vanaf 2028 gaan de meer dan 240 lokale omroepen in Nederland verder als 80 streekomroepen. Dit betekent dat vele lokale omroepen momenteel in een fusieproces zitten. Voor verandert er qua geografisch verzorgingsgebied niets: dat is en blijft de gemeente Groningen.

Wel zal de bekostiging veranderen. Waar OOG nu nog subsidie krijgt van de gemeente Groningen, daar zal in 2028 in ieder geval een deel van de subsidie van de Rijksoverheid komen. Het gaat om een bekostiging per huishouden, aangevuld met een structurele financiering, waarvan de contouren momenteel nog niet duidelijk zijn.

In 2026 zal een nieuwe Mediawet meer duidelijkheid moeten gaan geven. In het conceptwetsvoorstel blijft een rol voor de gemeente bestaan. De verwachting is dat in de loop van 2025 hier meer duidelijkheid zal over zal ontstaan.

Doelstelling is om ook na de stelselwijziging de publieke bekostiging op het niveau van voor de stelselwijziging te houden. Dit berekent concreet dat we vragen om de 'plus' die de gemeente Groningen nu al subsidieert bovenop voor de lokale omroep geormerkte middelen in het gemeentefonds, structureel blijft subsidiëren.



Bijschrift: de geografische indeling van de beoogde 80 streekomroepen. Bron: radiowereld.nl.

Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488

Technologische ontwikkelingen

OOG is in toenemende mate een organisatie die vooral digitaal werkt. We werken en publiceren *online first*. Er is mogelijk geen domein dat zo snel verandert als de online wereld. Over specifieke inzet op kanalen of het toepassen van technologieën kan daarom alleen in algemene termen worden geschreven. Zoals beschreven in onze visie, willen we als omroep voorop lopen zien we vooral kansen in plaats van belemmeringen. Dat geeft richting aan de keuzes die we maken.

OOG wil aan de boeg golf van innovatie van journalistiek zitten; een ambitie die past bij Groningen als city of talent. Samen met kennisinstellingen, partners in de beeldcoalitie en andere samenwerkingsverbanden, en bedrijfsleven kunnen we van OOG een broedplaats maken voor nieuwe journalistieke publicatie en communicatie.

Het gaat hier niet om het herijken van journalistieke principes – die staan buiten kijf – maar het ontwikkelen van nieuwe publicatie- en presentatiemogelijkheden en innovatieve manieren om storytelling en civic journalism, bijvoorbeeld in wijken en dorpen, een plek te geven.

We jagen zo (technologische) innovatie aan, maar stimuleren daarbij cohesie en burgerschap. Wat de Health Hub voor Roden is, kan OOG samen met de partners van de beeldcoalitie, andere samenwerkingspartners en een betrokken triple helix van kennisinstellingen, bedrijfsleven en overheden zijn voor media, digitalisering en journalistiek in het Noorden betekenen.

We werken uiteraard graag samen met andere mediapartners als RTV Noord en Mediahuis.



Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488

Medialandschap

Landelijke trends

De gemeente Groningen kent een (relatief) rijk medialandschap, dat anno 2025, net als in de rest van Nederland onder druk staat.

Traditionele media zoals kranten, week- en maandbladen, televisie en radio kampen al jaren met teruglopend bereik, dat maar deels gecompenseerd wordt door gestegen online bereik. Deels hebben social media de rol van traditionele media overgenomen. Daarnaast wordt de Nederlandse markt in toenemende mate bediend door een steeds kleiner aantal mediabedrijven (zie afbeelding op de volgende pagina).

Zo zijn het Dagblad van het Noorden, huis-aan-huisblad Gezinsbode en stadsblog Sikkom onderdeel geworden van Mediahuis. Mediahuis en DPG Media zien zich daarbij vooral als databedrijven; door profielen van lezers, bezoekers en abonnees op te bouwen, kunnen ze een sterkere positie verkrijgen op de (Europese) advertentiemarkt. Journalistiek is zodoende meer een middel dan een doel.

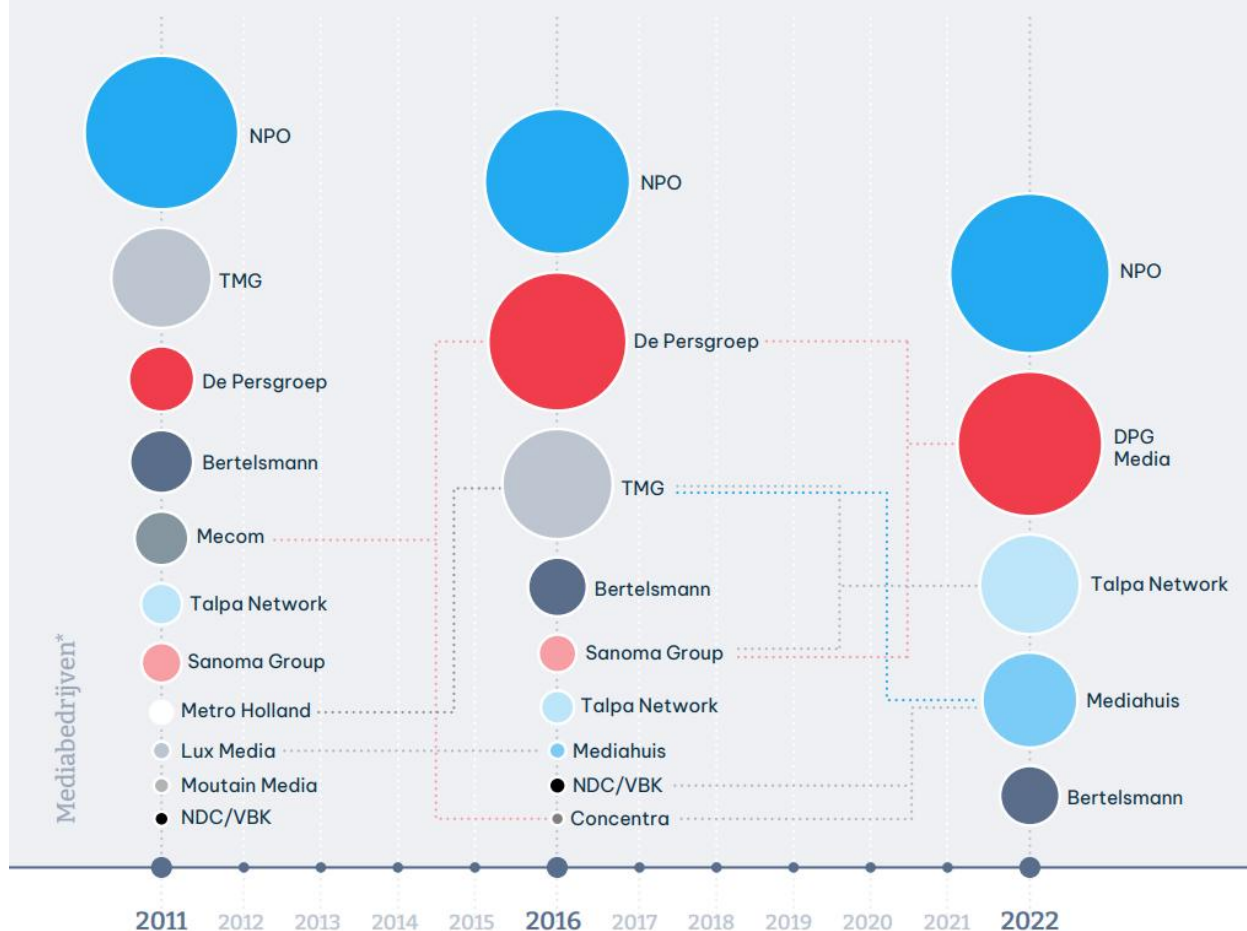
Veel interesse

Naast de hierboven verbeelde landelijke trends, blijkt uit onderzoek² van het Commissariaat voor de Media (CvdM) ook dat Nederlanders (toch) veel interesse hebben voor lokaal nieuws:

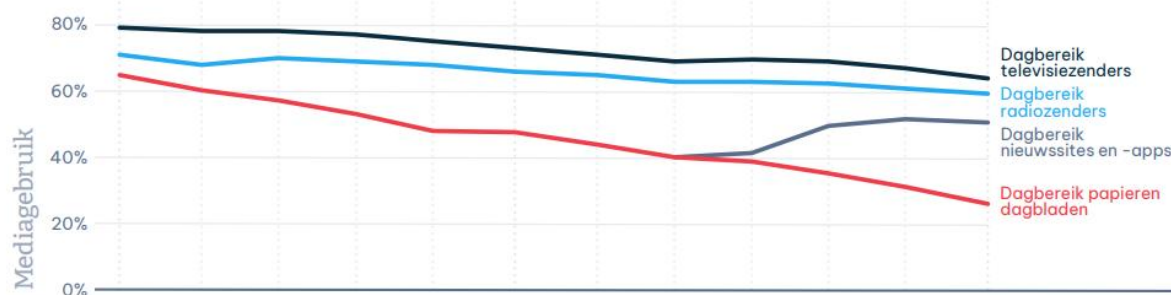
“Nederlanders zijn over het algemeen geïnteresseerd in lokaal nieuws. 46 procent geeft aan buitengewoon of erg geïnteresseerd te zijn in wat er in de gemeente zoal speelt. Nog eens 43 procent is enigszins geïnteresseerd. Slechts een zeer klein deel van de burgers geeft aan helemaal niet (2 procent) of niet erg (9 procent) geïnteresseerd te zijn.”

² Zie de mediamonitor van het CvdM: <https://www.cvdM.nl/mediamonitor/>

Steeds meer marktaandeel bij minder mediabedrijven



Gebruik traditionele media neemt sinds jaren af. Gebruik van online nieuws stabiliseert.



Bron: Mediamonitor Commissariaat voor de Media

Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488

Medialandschap Groningen

Vergeleken met andere lokale of streekomroepen opereert OOG in een rijk en pluriform medialandschap. Daarbij dient wel aangetekend te worden dat het aantal aanbieders van (lokale) journalistiek ook in ons verzorgingsgebied al jaren gestaag afneemt. Hieronder een overzicht van de belangrijkste spelers in onze markt:

- Het Dagblad van het Noorden richt zich op Groningen en Drenthe en brengt met de stadseditie lokaal nieuws over (de gemeente) Groningen.

Sinds de jaren negentig van de vorige eeuw is de krant bijna 60 procent van de abonnees kwijtgeraakt; in recente jaren hebben oplage en abonnees zich gestabiliseerd. Online weet het merk van Mediahuis maandelijks meer dan 700 duizend (unieke) bezoekers te trekken.

Met Sikkom heeft Mediahuis met succes een nieuwsblog voor jongeren opgezet. Met 1,2 miljoen views per maand is Sikkom een sterk online merk van Groningen. mede door de opiniërende tone-of-voice in de berichtgeving

- Groninger Internet Courant heeft naar eigen zeggen jaarlijks 1 miljoen bezoekers; vooral de nieuwsbrief met bijna 12 duizend abonnees is een succesverhaal. De redactie maakt weinig eigen nieuws, maar verrijkt vooral persberichten, biedt opiniërende artikelen en geeft daarnaast o.a. ook de Groninger Ondernemers Courant uit.
- RTV Noord is één van de qua bereik sterkste regionale omroepen van Nederland (42 miljoen bezoeken via de website in 2023). De gemeente Groningen is onderdeel van het verzorgingsgebied van RTV Noord, wat overlap geeft met OOG. In de Alliantie³ die in 2024 tussen RPO en NLPO is gesloten, worden daarom afspraken gemaakt over de taakverdeling. De streekomroepen controleren de gemeenten; de regionale omroepen de provincies.
- De Groninger Gezinsbode is het enige overgebleven huis-aan-huisblad in de gemeente Groningen. Met een (geschat) bereik van 140 duizend lezers zou de krant

³ Zie: <https://www.nlpo.nl/wp-content/uploads/2024/02/Journalistieke-alliantie-NLPO-en-RPO-I-februari-2024.pdf>

de meest gelezen (papieren) publicatie in de gemeente Groningen zijn, waarbij moet worden aangetekend dat het aandeel nieuws steeds kleiner aan het worden is. Zowel de gemeente als de provincie Groningen publiceren eigen 'nieuws' in de krant, zonder journalistieke toetsing.

Vanwege het grote bereik blijft de Gezinsbode een interessant platform voor overheden en ondernemers. Het merk is net als Dagblad van het Noorden en Sikkom onderdeel van Mediahuis.

- De Universiteitskrant of UK is een onafhankelijke krant voor de RUG. De doelgroep bestaat vooral uit studenten en personeel van de universiteit. De krant kent een Nederlandstalige en een Engelstalige (online) editie.

Positie OOG in het medialandschap

OOG neemt op meerdere manieren een unieke plaats in binnen het Groningse medialandschap.

- OOG TV is de enige televisiezender die zich alleen richt op de inwoners van de gemeente Groningen en de enige zender die uitsluitend nieuws verzorgt over de gemeente Groningen.
- OOG Radio is de enige radiozender die zich alleen richt op de inwoners van de gemeente Groningen en uitsluitend nieuws verzorgt over de gemeente Groningen.
- De website van OOG kent veel concurrentie: RTV Noord, Dagblad van het Noorden en Sikkom en GIC bieden (ook) lokaal nieuws.

Bij het Dagblad van het Noorden zit veel content achter een betaalmuur. Sikkom richt zich voornamelijk op de stad Groningen (en niet op de dorpen in de gemeente Groningen).

- Van alle online aanbieders van online nieuws en informatie biedt de OOG-website het meeste aanbod: tot wel 25 nieuwsberichten per dag.
- De (gratis) app die OOG aanbiedt, is uniek voor het verzorgingsbied. Wel bieden RTV Noord en het Dagblad van het Noorden een (gratis) app aan waarin ook lokaal

Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488

nieuws over Groningen gedeeld wordt, maar als onderdeel van een regionaal overzicht.

Het nieuws van het Dagblad van het Noorden staat deels achter een betaalmuur, ook in de app.

- OOG is een organisatie die werkt met vrijwilligers; dit geeft ons een unieke positie in het Groningse medialandschap. Geen andere nieuwsorganisatie actief in de gemeente Groningen vertakt zich middels vrijwillige inzet van inwoners zo met de gemeenschap waar het zich op richt als OOG.

Als stichting zonder winstoogmerk dienen we als lokale media-instelling en vanaf 2028 als streekomroep primair het publiek belang. Dat betekent dat we niet uit zijn op concurrentie die andere partijen verdringt. We willen een rol bekleden die past bij onze missie en daarbij altijd op samenwerking gericht zijn.

We blijven daarom doorlopend met andere streekomroepen en RTV Noord in gesprek over uitwisseling en verrijking van (elkaars) content en verkennen waar mogelijk co-creatie op journalistieke thema's die een overlap geven in onze publieke opdracht. Te denken valt aan dossiers als verkiezingen, de gevolgen van gaswinning en regionale ontwikkelingen die lokaal veel impact hebben.

Afstemming met commerciële partijen zal een grotere uitdaging vormen. OOG wil het initiatief nemen in een structureel (hoofd)redactioneel overleg tussen bovengenoemde partijen om samenwerking te verkennen, bijvoorbeeld op het gebied van het stimuleren van mediawijsheid, democratie en het activeren van inwoners, en het adviseren van (lokale) overheden over een gezond journalistiek klimaat, talentontwikkeling en versterking van maatschappelijke verbinding.

Bereik

OOG TV en OOG Radio

Ook OOG zit het bereik van het lineaire aanbod (TV, radio) al jaren langzaam teruglopen. Dit blijkt uit het kijk- en luisteronderzoek dat de gemeente Groningen tweejaarlijks uitvoert, voor het laatst in 2023⁴. De gemeente Groningen be vraagt hiervoor een panel van inwoners.

43 procent van de deelnemers in 2023 kijkt wel eens naar OOG TV. Ruim een derde van respondenten jonger dan 27 jaar die bij deze groep hoort, kijkt wekelijks naar OOG TV. Een derde van de 'kijkt wel eens'-respondenten ouder dan 50 jaar kijkt zelfs dagelijks naar onze televisiezender. Ruim twee derde van deze 43 procent geeft aan minimaal maandelijks naar OOG TV te kijken. Extrapoleren we dat (grofweg) naar inwoneraantallen, dan kijken 70 duizend inwoners (minimaal) maandelijks naar OOG TV.

Ook OOG Radio bedient dagelijks met meer dan 2500 luisteraars een publiek dat meer dan twee keer de grote zaal van de Oosterpoort zou vullen.

Bij zowel OOG TV als OOG Radio zien we dat vooral inwoners van 45 jaar en ouder kijken en luisteren.

Ondanks de geleidelijke terugloop in het bereik, is het bereik, zeker gezien de enorme toename van het aanbod (streamingdiensten, podcasts, versnippering radio- en televisieaanbod) groot te noemen.

OOG Nieuws op Tekst TV

Overdag zendt OOG van 09:00 – 17:30 uur zendt OOG TV korte nieuwsberichten uit. Deze worden nu door een medewerker in loondienst en een vrijwilliger gemaakt op basis van nieuwsberichten op oogtv.nl. Gezien het teruglopende bereik van televisie en onze focus op online, lijkt betaalde inzet op dit medium niet houdbaar.

We onderzoeken daarom of we, net als streekomroep ZuidWest het proces kunnen vereenvoudigen met de inzet van AI⁵. Hierdoor verschuift de verantwoordelijkheid voor de inhoud ook naar waar deze thuishoort: de nieuwsredactie van OOG.

⁴ <https://publicaties.oisgroningen.nl/2023/omroep-organisatie-groningen-2023/inleiding>

⁵ <https://www.nlpo.nl/nieuws/hoe-zuidwest-tekst-tv-berichten-laet-herschrijven-door-ai/>



Bijschrift: vrijwilliger en camera-operator Paul Blom en verslaggever Johannes Rienks, die met een basisbaan van de gemeente Groningen bij OOG werkt, maken een reportage bij de Korenbeurs.

OOG TV en OOG Radio blijven de komende jaren belangrijke kanalen voor lokaal nieuws. We willen wel slimmer de (leeftijds)doelgroepen bedienen die deze kanalen volgen. We willen naast het nieuws daarom doelgroepspecifieke content ontwikkelen, waarbij OOG TV zich met name kan richten op de (groeierende) oudere doelgroep.

We willen qua bereik natuurlijk liefst weer een opgaande lijn realiseren, bijvoorbeeld met meer doelgroepgerichte content, maar een doelstelling om gelijke tred te houden met landelijke ontwikkelingen en sectorbrede ontwikkelingen is realistischer.

We nemen daarbij in acht dat de distributiekosten voor beide kanalen flink gestegen zijn de afgelopen jaren. Mocht de trend van afnemend bereik onomkeerbaar zijn en de kosten blijven stijgen, dan is het logisch in binnen de scope van dit meerjarenbeleidsplan de inzet op beide kanalen te heroverwegen.

We professionaliseren ook de nieuwsvoorziening voor de teksttelevisie op OOG TV.

Bereik online

OOG was rond 2010 een van de eerste lokale omroepen met een eigen website waarop ook nieuws gebracht werd. Vanaf 2020 ('corona') nam het online bereik een grote vlucht. In 2024 trok www.oogtv.nl meer dan 3,5 miljoen unieke bezoekers; in totaal werd de website meer dan 13,5 miljoen keer bekeken, een stijging van ruim 10 procent ten opzichte van 2023⁶.

In januari 2024 werd daarnaast de nieuwe OOG app doorontwikkeld, die inmiddels meer dan 10 duizend keer gedownload is⁷. Het bereik van de app is moeilijker te meten⁸, maar is niet meegenomen in de bezoekersaantallen online. Aangenomen mag worden dat het online bereik inclusief het bereik van de OOG-app nog een stuk hoger ligt.

Met onze website en nieuwsapp bereiken we zo de meeste inwoners.

We zien daarnaast dat we inwoners in toenemende mate bereiken via social media. Met name jongeren consumeren (lokaal) nieuws via 'de socials'. Het past daarom binnen onze visie en missie om ook hier veel inzet op te plegen de komende jaren. In 2024 telde OOG via alle kanalen meer dan 90 duizend volgers. Het exacte bereik is moeilijker weer te geven, aangezien het aantal views niet altijd transparant is.

Bij het social media-bereik hebben we het bereik van de social media-accounts van individuele radioprogramma's niet meegenomen. Een reden hiervoor is dat hier geen redactie op wordt gevoerd.

⁶ We meten bereik online zelf met de WordPress-plugin Webstat en Google Analytics.

⁷ Zowel de PlayStore van Google als de AppStore van Apple zijn niet transparant of volledig in het verstrekken van exacte data, maar we kunnen deze inschatting op basis van de beschikbare gegevens wel delen.

⁸ Google Analytics laat dusdanig hoge bereikcijfers zijn (meer dan 3,5 miljoen bezoeken in 2024) dat we momenteel niet zeker weten of het bereik op de juiste manier gemeten en weergegeven wordt.

We werken *online first* en ontwikkelen onze website en app doorlopend om inwoners zo goed mogelijk van dienst te zijn. Een belangrijke doelstelling is naast gebruiksvriendelijkheid (UI/UX) om beide platforms meer interactief te maken. We willen inwoners een stem geven en online biedt mogelijkheden om dat laagdrempelig in te richten. We zoeken voor deze ambities nadrukkelijk de verbinding met andere partijen in ons verzorgingsgebied, maar ook binnen de sector, en willen een proeftuin voor journalistieke innovatie zijn.

Het primaire doel van onze online middelen is het verzorgen van nieuws en informatie. Daaraan gekoppeld willen we onze online omgevingen ook steeds meer aanbieden als platform voor de Groningse gemeenschap. We onderzoeken hoe we online ontmoeting tussen inwoners kunnen faciliteren en hoe we verbinding kunnen maken met bestaande infrastructuur in de wijken en dorpen van ons verzorgingsgebied.

Door onze radioprogramma's en podcasts online aan te bieden (streaming en on-demand) creëren we een luisterpaal voor ons verzorgingsgebied, waarbij we andere aanbieders van auditieve content (met name podcasts) willen uitnodigen om die ook via OOG te delen.

Ditzelfde onderzoeken we voor audiovisuele producties.

Hierbij is het belangrijk dat het onderscheid tot nieuws en overige content en eigen en externe content volstrekt helder is.

We willen ons bereik op social media vergroten en daarbij de trends binnen de sector op de voet blijven volgen. We maken unieke content voor de verschillende kanalen en proberen zo onze missie ook op de verschillende platforms invulling te geven.

Door verbinding te maken tussen de verschillende social media-accounts die individuele radioprogramma's gebruiken om hun doelgroep te bereiken, versterken we de identiteit en het bereik van OOG nog verder.

We blijven slimme interactie tussen website, app en social media verder ontwikkelen en willen daarbij in staat zijn om goed te meten wat onze impact is op de verschillende online kanalen.

Als concrete doelstelling willen we online (website en app) en op social media een stijging van bereik met 20 procent realiseren.

OOG Nieuws

Het publieke omroepbestel kent drie lagen: landelijk, regionaal en lokaal. De primaire opdracht van de drie lagen is gelijk: informatie, cultuur en educatie. De kerntaak van de journalistiek is het controleren van de macht. Dat betekent dat de lokale omroep in eerste instantie de gemeentelijke overheid controleert en de regionale omroep de provinciale. Lokale omroepen berichten met een duidelijke lokale uitstraling met als doel sociale en culturele verbinding binnen de gemeenten tot stand te brengen.⁹

De belangrijkste doelstelling van onze organisatie is nieuws en informatie verzorgen over de directe leefomgeving van de inwoners van ons verzorgingsgebied. De nieuwsredactie van OOG bereikt anno 2025 dagelijks meer dan 60 duizend inwoners met nieuws en informatie op diverse kanalen:

- 7 dagen per week verzorgt de bureauredactie een nieuwsoverzicht voor oogtv.nl; dagelijks worden tussen de 15 en 20 nieuwsberichten gepubliceerd en gedeeld online. Dit kan gaan om korte nieuwsberichten, tot interviews, verslagen van raadsvergaderingen en longreads over actuele ontwikkelingen.
- Op werkdagen maakt de nieuwsredactie (minimaal) drie audiovisuele journalistieke producties die online gedeeld worden op oogtv.nl en YouTube en worden uitgezonden op OOG TV. In het weekend zendt OOG TV een compilatie van de belangrijkste nieuwsitems van de afgelopen week uit.
- Met het OOG-Panel onderzoeken we maandelijks een actuele kwestie. Rond het onderzoek en de resultaten worden (vaak) meerdere journalistieke producties gemaakt voor meerdere kanalen, waaronder social media. Met het panel verbinden we ons ook met de inwoners van ons verzorgingsgebied, geven we inwoners een stem en brengen we die stem 'van de straat naar de raad'.
- Onze social media-redactie maakt op werkdagen unieke journalistieke en informatieve content voor de social media-kanalen van OOG: Facebook, Instagram, TikTok, Threads, X en YouTube.
- Het nieuws op OOG Radio wordt gelezen door een groep vrijwilligers, die zelf de bulletins maken op basis van berichtgeving op oogtv.nl. Daarnaast brengt de OOG Ochtendshow op werkdagen tussen 7 en 9 uur onder andere lokaal nieuws, informatie en een uitagenda.

⁹ Alliantie NLPO en RPO, pagina 2, februari 2024

De nieuwsredactie bestaat uit 5 verslaggevers, 2 bureauredacteurs, 2 eindredacteurs en 2 social media-redacteurs. Ze worden ondersteund door 1 cameraman, 1 cameraman en editor en 3 vaste vrijwilligers. De nieuwsredactie biedt doorlopend plaats aan 3 stagiairs van diverse journalistieke en media-opleidingen op hbo- en mbo-niveau. Tijdens vakanties zijn er vaak meer vrijwilligers actief.

OOG Nieuws: uitdagingen

Uitdaging 1: Wijken & Dorpen

Geografische groei

Voor de gemeentelijke herindeling in 2019 bedroeg het oppervlak van de gemeente Groningen ongeveer 83 km². Na de herindeling groeide het tot 197 km², een toename van 114 km². Dit betekent dat het grondgebied meer dan verdubbelde.

Voor OOG betekende dit ook een enorme uitbreiding van het fysieke verzorgingsgebied. Ook de bevolking van ons bevolkingsgebied groeide van 202 duizend naar 228 duizend inwoners: een toename van bijna 14 procent. Voor het vervullen van onze rol in dat nieuwe verzorgingsgebied zijn geen aanvullende middelen beschikbaar gesteld.

OOG heeft dit ondervangen door:

- 1) Tijdens de redactievergadering de nieuwe dorpen steeds te benoemen bij de onderwerpkeuze voor het maken van audiovisuele producties; niet alleen wordt het nieuws uit nieuwe dorpen en buurten gebracht, ook worden onderwerpen die hele gemeente raken, vaak juist vanuit het perspectief van de nieuwe dorpen en buurten gebracht; een voorbeeld hiervan is berichtgeving over de 'reclamebelasting' dat in Ten Boer werd gemaakt.
- 2) Onze bureauredacteurs nemen bronnen uit de nieuwe dorpen en buurten dagelijks mee in de nieuwsgaring.
- 3) De social media-redactie neemt berichtgeving over en uit de nieuwe dorpen en buurten mee in de hun publicaties.

Ook thematisch vormde en vormt de herindeling een uitdaging. Ten Boer ligt midden in het gebied dat getroffen is (en wordt) door gasbevingen bijvoorbeeld. De nieuwe dorpen en buurtschappen kennen een ruraal karakter, waardoor krimp en stikstofproblematiek ook voor 'stadsomroep' OOG relevant werd.

Wijken en dorpen

In het Programma van Eisen van de gemeente Groningen voor 2025 wordt van OOG

verlangd dat minimaal 40 procent van de berichtgeving betrekking heeft op wijk- en dorp gerelateerde onderwerpen.

Daarnaast vraagt de gemeente Groningen in de Nota Lokale Publieke Media-Instelling 2024-2028 van OOG 'door samenwerking met burgers en instanties in de wijken, dorpen en de stad invulling te geven aan de wens tot gebiedsgerichte nieuwsvoorziening. Indien mogelijk vragen wij hierbij nadrukkelijk gebruik te maken van én samen te werken met de media-infrastructuur in de wijken en dorpen'.

In 2024 is OOG begonnen met de podcast Eem de stad in; een lichtvoetige en laagdrempelige kijk op nieuws en uitgaan. We willen de podcast vanaf najaar 2025 steeds op steeds wisselende plekken in de gemeente gaan opnemen. Denk hierbij aan buurthuizen, winkelcentra of sportkantines. Zo verbinden we onszelf (nog) beter met de wijken en dorpen in Groningen en maken ook de podcast zichtbaarder.

Wijkverslaggevers en meer; een nij begun

Om zowel de geografische groei, de 40 procent-eis in het programma van eisen, als de vraag om samenwerking te zoeken met instanties en burgers in wijken en dorpen te voorzien van een passend antwoord, is in 2024 een plan met de titel Naar een online begun.

In het plan wil OOG in wijken, dorpen en buurtschappen gaan werken met wijkverslaggevers. Deze wijkverslaggevers worden door OOG opgeleid en begeleid en maken nieuws. Dit nieuws kan OOG zelf delen via onze kanalen, maar ook gepubliceerd worden op de wijk- of dorpswebsite. Het wijk- of dorpsgerelateerde nieuws dat de nieuwsredactie van OOG maakt, kan ook worden doorgeplaatst op de wijk- of dorpswebsite.

Onze verwachting is dat het bereik van de wijk- of dorpswebsite met het bieden van nieuws sterk zal stijgen, waardoor er kansen zijn om meer te doen met deze websites:

- Door het toegenomen bereik van de wijkwebsites worden deze relevant als communicatiekanaal voor andere actoren in wijken en dorpen, zoals de gemeente, Wij-teams, sport- en culturele verenigingen.
- De versterkte websites zouden een plek zijn waar gebiedsgerichte participatie kan plaatsvinden rond plannen in de directe leefomgeving van inwoners.
- De versterkte website kunnen een hulpvraag en -aanbodfunctie krijgen en zo bijdragen aan zelf- en samenredzaamheid in wijken en dorpen.
- De versterkte website kunnen een (laagdrempelige) online ontmoetingsplek bieden voor inwoners, als versterking of alternatief voor fysieke ontmoetingsplekken in wijken.

In 2025 wil de gemeente Groningen in een wijk een proef doen met dit plan. In ons plan zijn de wijkverslaggevers vrijwilligers die worden bijgestaan door een coördinator. Deze coördinator is verbonden aan OOG en draagt er zorg voor dat de vrijwilligers journalistieke principes toepassen en middels begeleiding en training streeft naar een basisniveau van kwaliteit.

Plan B

Een alternatief voor de wijkverslaggever is de wijk- of dorpscorrespondent. Naar voorbeeld van D-TV, de Brabantse lokale omroep voor onder andere Den Bosch, bouwt OOG dan binnen de gemeente Groningen aan een netwerk van wijk- en dorpsbewoners die als tipgevers dienen voor nieuws over hun directe leefomgeving. In plaats van een coördinator zal OOG dan streven naar het aanstellen van een community manager die dit netwerk bouwt, onderhoudt en raadpleegt.

OOG wil zich vervlechten met de wijken en dorpen in Groningen. Dat doen we door aansluiting te zoeken met bestaande infrastructuur als wijkwebsites, maar ook door actiever en zichtbaarder te zijn in wijken en dorpen, bijvoorbeeld met het opnemen van podcasts en radioprogramma's op locatie en het organiseren van 'pop-up redacties'. Bij die laatste nodigen we inwoners uit om verhalen te delen over wat er hun directe leefomgeving speelt.

De ambitie om ons meer te vervlechten past goed binnen een trend of wens in de sector om minder te 'zenden' en meer als platform voor de verhalen uit de gemeenschap te fungeren.

We onderzoeken of we een netwerk van wijkverslaggevers of anders wijkcorrespondenten kunnen opzetten, trainen en begeleiden, zodat we beter in staat zijn te berichten over wat er in de directe omgeving van inwoners plaatsvindt.

Aangezien deze ambitie(s) breed gedeeld worden binnen de sector, waar streekomroepen vaak streken bedienen die sterk versnipperd zijn qua gemeenschappen en identiteit, willen we hierin samenwerken met andere streekomroepen (in de provincie Groningen) en innovatieve oplossingen samen met partners uit bedrijfsleven en kennisinstellingen aanjagen.

We zoeken daarnaast meer inhoudelijk ook de samenwerking op met maatschappelijke partners in wijken, maar ook ondernemers op wijk- of dorpniveau.

In 2026 willen we beginnen met de wijkgerichte aanpak, door te starten met de opnames in wijken en de pop-up-redacties. Vanaf 2027 willen we starten met het werven van wijkverslaggevers/wijkcorrespondenten.

Uitdaging 2. Impuls aan politieke verslaggeving

Streekomroepen krijgen als opdracht om gemeentes te controleren. Het verzorgingsgebied van OOG valt samen met die van de gemeente Groningen. We volgen de ontwikkelingen in de gemeenteraad nauwgezet, bieden laagdrempelige duiding, faciliteren debat en verslaan verkiezingen, waarbij de gemeenteraadsverkiezingen gezien onze opdracht veel aandacht krijgen. Wie de politiek in Groningen wil volgen, moet kunnen volstaan met het volgen van de berichtgeving op de verschillende kanalen van OOG.

Politieke verslaggeving vergt veel kennis van dossiers en inzicht in het 'politieke spel' tussen partijen onderling, tussen gemeenteraad en college en tussen gemeente en andere overheden.

We onderzoeken hoe we dit zo goed mogelijk kunnen beleggen binnen de huidige formatie en dagen nadrukkelijk verslaggevers uit om zich meer op de Groningse politiek te richten. Daarnaast willen we vanaf 2028 een verslaggever in onze nieuwsredactie hebben die zich (vooral) focust op de politieke ontwikkelingen in de gemeente Groningen.

We bieden via onze online kanalen (website en app) niet alleen nieuws en duiding, bijvoorbeeld via onze maandelijkse podcast Grote Markt 1, maar ook (politieke) opinie, bijvoorbeeld in vorm van geschreven of audiovisuele columns. We willen alle politieke partijen aanbieden om OOG actiever te gebruiken om verbinding te maken met inwoners. Ook hier is een zichtbaar onderscheid tussen nieuws en opinie van wezenlijk belang.

We onderzoeken daarnaast of we met OOG ook een discussieplatform voor inwoners kunnen bieden voor (politieke) onderwerpen. Met het OOG Panel verbinden we ons met inwoners en geven ze nadrukkelijk een stem.

Uitdaging 3: Lokaal nieuws op OOG Radio

Het lokale nieuws op OOG Radio wordt gemaakt door vrijwilligers. Onder andere de OOG Ochtendshow biedt elke werkdag al 11 jaar een overzicht van het belangrijkste lokale nieuws. Daarna wordt er door een groep vrijwilligers een nieuwsbulletin gelezen steeds op het halve uur. Met name de nieuwsbulletin worden onregelmatig gelezen. In de zomermaanden (juni – september) vaak helemaal niet.

Om OOG Radio tot een serieus kanaal voor lokaal nieuws te maken vraagt professionalisering en zodoende een investering in personeel. Aangezien de luistercijfers teruglopen, is het de vraag of een dergelijke investering te rechtvaardigen valt.

Een alternatief is de inzet van kunstmatige intelligentie. Onder andere RTV Drenthe laat het nieuws lezen door een AI-stem. We onderzoeken momenteel of een vergelijkbare oplossing voor OOG Radio mogelijk is.

Voor het maken van de teksten zou AI ook een interessant hulpmiddel kunnen zijn. Streekomroep ZuidWest laat inmiddels de korte nieuwsberichten voor tekstTV maken met behulp van AI. Deze toepassing zouden we graag ook bij OOG implementeren. Een bureauredacteur kan zo eenvoudig zowel TekstTV als OOG Radio voeden met nieuws.

OOG Radio kent momenteel geen concurrenten als het gaat om het verzorgen van lokaal nieuws op de radio. Radio Noord van RTV Noord richt zich op de hele provincie. Dat biedt zodoende kansen om het luistercijfer weer te laten groeien, zeker als OOG Radio straks ook via DAB+ beschikbaar wordt.

OOG Radio kent een unieke marktpositie, doordat het de enige radiozender is die een lokale nieuwsvoorziening biedt voor de inwoners van ons verzorgingsgebied.

We verbinden de nieuwsredactie van OOG beter met OOG Radio en beleggen de verantwoordelijkheid van een goede nieuwsvoorziening op de radio bij de nieuwsredactie.

We werken met innovatieve oplossingen, bijvoorbeeld die kunstmatige intelligentie biedt, in om de nieuwsvoorziening op OOG Radio te verbeteren en continuïteit te borgen.

We promoten OOG Radio na de professionalisering van nieuwsvoorziening als de zender voor lokaal nieuws in de gemeente Groningen.

OOG Radio blijft nadrukkelijk het kanaal van OOG waar we met vrijwilligers verbinding maken met de gemeenschap die we bedienen.

Door de nieuwsvoorziening te verbeteren, versterken we ook de platformfunctie van OOG; de doelgroep radioprogramma's die 's avonds en in het weekend gemaakt worden.

Dilemma's social media

Uit het onderzoek blijkt dat 78% van de jongeren sociale media gebruikt voor hun nieuwsgaring. Dat het nieuws hier automatisch voorbijkomt, speelt daarbij een belangrijke rol. De opstelling van veel jongeren is: 'het nieuws vindt mij'. De interesse van jongeren in nieuws stijgt als het nieuws een invalshoek heeft die relevant is voor deze groep. Het onderzoek toont ook aan dat er – anders dan vaak wordt gedacht – geen sprake is van een

vertrouwenscrisis in nieuws: 94% van de jongeren vertrouwt het nieuws. Slechts 6% wantrouwt het nieuws; dit percentage is gelijk onder jongeren en ouderen.¹⁰

Om onze missie richting de jonge inwoners van Groningen goed uit te kunnen voeren, is inzet op social media nodig. OOG heeft sinds 2023 2 social mediaredacteuren in loondienst. Zij brengen dagelijks het nieuws via 6 social mediakanalen. Waar voorheen social media vooral ingezet werden om traffic naar oogtv.nl te generen, daar worden ze nu vaak voorzien van voor het medium op maat gemaakte content.

Omdat elk medium zijn eigen leeftijdsdoelgroepen kent, kan OOG zich zo van jong tot oud(er) als omroep voor de gemeente Groningen profileren. Met name op TikTok en Instagram kan, als een bericht viraal gaat, ineens veel bereik worden gegenereerd. Zo werd een TikTok-bericht over de OOG-peiling voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2023 meer dan 70 duizend keer bekeken.

De dynamiek is groot; er komen steeds meer social media-kanalen bij, waardoor het een uitdaging vormt om volgers goed te blijven bedienen.

Moreel-ethische afwegingen

Daarnaast zijn social media bepaald niet onomstreden. Alle grote platforms hebben zo hun nadelen die moreel-ethisch van aard (kunnen) zijn.

Zo ligt TikTok gevoelig vanwege de data-inzameling voor de Chinese overheid, zijn de platforms van Meta (Facebook, Instagram, Threads) omstreden vanwege het bewust aanwakken van polarisatie door ‘user engagement’ en hun gebrekkige daadkracht als het gaat om tegengaan van nepnieuws en bedreigingen en is X met de overname door Elon Musk een platform geworden dat radicaalrechtse standpunten actief bevoordeelt. Het is de vraag hoe zich dit verhoudt tot het versterken van cohesie en democratie, zoals elders betoogd in dit meerjarenbeleidsplan.

Daarnaast is de primaire doelstelling van vrijwel alle social media het verzamelen van data over gebruikers voor advertentiedoeleinden, niet het faciliteren van online ontmoeting of discussie. Sterker nog, ook Google werkt nieuwsorganisaties actief tegen, door in zoekresultaten het tonen van nieuwsorganisaties actief onderdrukt wordt.

Bereik

Begin 2025 liet de NOS weten vooralsnog op X (en andere social media) actief te blijven. Via Villamedia werd dit als volgt toegelicht: “Op dit moment bereikt het platform nog steeds een

¹⁰ <https://www.cvdm.nl/nieuws/onderzoeksrapport-jongeren-nieuws-en-sociale-media-een-blik-op-de-toekomst-van-het-nieuws/>

groot aantal gebruikers waarmee we een breed publiek bereiken en informeren. De aanwezigheid op diverse socialemediaplatformen is belangrijk is om de diversiteit in onze communicatiekanalen te waarborgen.”

Een belangrijke afweging is dan ook, of je een deel van je publiek kwijtraakt als je stopt met omstreden social media. Kun je dan nog wel goed je opdracht en missie uitvoeren? Hoe dan ook zullen keuzes ingegeven door moreel-ethische afwegingen ten koste gaan van bereik.

Uiteraard wil OOG de ontwikkelingen op de voet blijven volgen en keuzes maken die goed zijn voor ons bereik, met name onder jongeren, maar ook moreel-ethisch verantwoord zijn.

We zijn ons bewust van zowel de kansen die social media bieden als de problematiek rond social media – en hun tegenstrijdigheid met onze visie en missie - en specifiek de impact op jongeren.

We volgen de discussie op de voet en maken liefst samen met onze partners in het publieke journalistieke huis hierover afspraken.

OOG als verbindend platform

OOG ziet kansen om meer te zijn dan een 'zender', zoals omroepen traditioneel betiteld werden. Een sterk online platform biedt mogelijkheden om ons sterker te verbinden met inwoners, maar ook overheden, instellingen, organisaties en bedrijfsleven.

Interactie met en tussen inwoners over journalistieke producties van OOG gebeurt nu vooral op social media. Gezien de hierboven geschetste moreel-ethische afwegingen, zo een duurzamere oplossing zijn het inrichten van interactie op de OOG-website en app.

Doordat OOG onafhankelijk is, kan OOG zich ook ontwikkelen tot platform voor participatie. Overheden zijn in toenemende mate wettelijk verplicht participatie toe te passen in beleidsvorming en -uitvoering. OOG kan met overheden in Groningen en specifiek de gemeente Groningen onderzoeken hoe en wanneer OOG zich als platform kan lenen voor in het invullen van een participatie. OOG kan met het OOG Panel onafhankelijk en professioneel journalistiek onderzoek doen, maar ook middels podcasts of talkshows de verschillende belangen die spelen rond beleidsvorming en uitvoering belichten, inwoners activeren en beleidsmakers zo helpen koers en richting te geven. We zien dit ook nadrukkelijk als mogelijkheid in ons plan voor wijken en dorpen.

Op het gebied van jongerenparticipatie willen we samenwerking verkennen met organisaties als Jimmy's en SpotTV. Ook bij het stimuleren van burgerschap en mediawijsheid kan OOG een rol spelen, liefst in samenwerking met het onderwijs en kennisinstellingen. Door jongeren een stem te geven, geven we invulling aan onze visie en missie.

We willen bovengenoemde mogelijkheid in deze beleidsperiode onderzoeken en waar mogelijk stappen zetten om tot uitvoering te komen.

Toegankelijkheid

OOG wil een laagdrempelige en toegankelijke nieuwsvoorziening bieden aan alle inwoners. Ook inwoners als internationale studenten, expats, of die om welke reden dan ook nieuws niet kunnen consumeren in de Nederlandse taal, willen we bedienen.

Daarnaast bleek uit feedback van de werkgroep Toegankelijk Groningen, die de gemeente gevraagd en ongevraagd adviseert over toegankelijkheid van gemeentevoorzieningen voor mensen met een fysieke beperking, dat ze ontevreden waren over de nieuwsvoorziening van OOG voor mensen met een auditieve en/of visuele beperking.

Ook gaven ze aan dat mensen met een beperking te weinig zichtbaar waren in onze nieuwsitems; niet zo zeer als het over een nieuwsitem gerelateerd aan een fysieke beperking ging, maar 'gewoon' als inwoner van ons verzorgingsgebied.

We maken onze content zoveel mogelijk laagdrempelig beschikbaar voor al onze inwoners. Audiovisuele producties worden ondertiteld, zodat inwoners met een auditieve beperking deze ook kunnen volgen.

In 2025 zijn we al begonnen met een voorziening online voor het vertalen van geschreven content, het voorlezen van teksten (voor mensen met een visuele beperking of analfabetisme) en het aanbieden van een tool die teksten omzet in teksten op A2-tekstniveau. Deze voorziening implementeren we in 2026 naast online ook in onze nieuwsapp.

Dankzij de vertaaltool kunnen we onze nieuwsvoorziening ook actiever aanbieden aan internationals in de gemeente Groningen. Omdat ingezetenen van de EU ook kunnen stemmen bij de komende gemeenteraadsverkiezingen willen we de vertaaltool daarom liefst zo snel mogelijk implementeren.

We zullen bij het uitzetten van onderzoeken via het OOG Panel (of de tool) nadrukkelijk ook met Toegankelijk Groningen kijken hoe we mensen met een beperking een stem kunnen geven. We toetsen jaarlijks of we verbetering realiseren.

Financiën

Naast de genoemde doelstelling om de publieke financiering van OOG minimaal op peil te houden, willen we vooral onze eigen inkomsten.

Eigen inkomsten

Ongeveer 90 procent van de inkomsten van OOG bestaat uit publieke middelen: doel is om dit aandeel te verkleinen door als organisatie meer inkomsten te genereren, bijvoorbeeld door meer advertentie-en sponsorinkomsten.

OOG wil in 2026 een 'vrienden-van-OOG' sponsoractie opzetten, waarmee bedrijven, instellingen en inwoners bijdragen met een kleine, jaarlijkse donatie. Doelstelling is om vanaf 2028 jaarlijks 30 duizend¹ euro aan inkomsten op deze manier te generen.

OOG werkt samen met RTV Noord bij de acquisitie van adverteerders voor website, app, OOG Radio en OOG TV. In de nieuwe samenwerking die begin 2025 is afgesloten, staat de ambitie beschreven om de inkomsten jaarlijks met minimaal 10 procent te laten groeien. “

We willen vanaf 2026 een soortgelijke samenwerking met Centercom opzetten: partijen die adverteren op posters in de gemeente Groningen kunnen zo eenvoudig hun campagnes ook online uitrollen.

Door in te zetten op professionalisering van de nieuwsvoorziening op OOG Radio (en teksttelevisie) en het vergroten van bereik van onze kanalen, willen we aantrekkelijker worden als advertentieplatform.

We willen vanaf 2028 met een nog in te richten functie coördinator sales en samenwerkingen zelf actiever partijen met zichtbaarheidsvragen in de gemeente Groningen benaderen om ons rendement een sterke impuls te geven. Dit moet in 2029 leiden tot 50 duizend euro aan extra inkomsten.

Ons Productiehuis maakt samen met financiële steun van maatschappelijke partners als overheden en bedrijven mediaproducties. Hierbij is het van belang dat OOG redactionele onafhankelijkheid heeft en journalistieke principes toepast bij het maken van de productie. We willen het aantal mediaproducties uitbreiden. Doelstelling is niet zozeer om de inkomsten te vergroten, maar beter in staat te zijn om invulling te geven aan onze visie en missie.

Personeel

OOG is met 15 medewerkers in loondienst, 2 medewerkers met een basisbaan, doorlopend (plek voor) 4 stagiairs en meer dan 120 vrijwilligers één van de grootste lokale omroepen van Nederland. Ook ons personeelsbeleid zal geprofessionaliseerd moeten worden, om aansluiting te behouden bij ontwikkelingen in het HR-domein, maar vooral om medewerkers en vrijwilligers een optimale ervaring te bieden binnen onze organisatie.

OOG kent momenteel een groep oudere werknemers die in de reikwijdte van dit meerjarenbeleidsplan de pensioengerechtigde leeftijd bereiken. Enerzijds zal hun vertrek vooral een enorm verlies aan ervaring en soms tientallen jaren betrokkenheid bij de omroep kosten; anderzijds biedt het ook mogelijkheden de organisatie beter af te stemmen op onze ambities en doelstellingen.

We zijn trots op onze functie als springplank voor mediatalent en bouwen die waar mogelijk uit, door ons nog sterker te verbinden met de kennisinstellingen in Groningen, de partners in de Beeldcoalitie en met name SPOT/CrossWise.

Landelijk bouwen we verder aan ons netwerk van contacten met relevantie opleidingen, zoals de journalistieke wo- en hbo-opleidingen.

We bieden daarnaast lokaal talent regelmatig een moment om in te stromen, middels campagnes met trainingsaanbod of vrijwilligersvacatures. Bij het uitrollen van ons wijken- en dorpenplan houden we nadrukkelijk jong talent in onze focus.

We werken aan een employee journey voor al onze medewerkers, zowel in loondienst als vrijwilligers, om te zorgen dat we een optimale ervaring bieden. We professionalisering onboarding, voortgang, trainingsbehoeften inventariseren en passend aanbod bieden en een fijne exit. Ook al kiezen ze op den duur weer voor een andere stap in hun carrière, dan hebben we ze voor het leven ambassadeurs van OOG gemaakt.

We maken ons hard voor een cao voor de sector met een daarbij passende bekostiging. We willen onze werknemers een marktconform salaris en bijpassende arbeidsvoorwaarden kunnen bieden, zodat werken bij OOG niet alleen een springplank is, maar aantrekkelijk wordt voor een langere periode.

We werken vaker samen in projecten met vrijwilligers en medewerkers in loondienst en profiteren nog meer van de mix van intrinsieke motivatie en kennis en kunde.

Stichting Omroeporganisatie Groningen

bezoekadres: Kadijk 4 9747 AT Groningen | Postbus 1316 9701BH Groningen | T: 050-5717100 | E: info@oogtv.nl |
W: www.oogtv.nl | KVK: 41010513 | BTW NL007239968B01 | IBAN NL 03 RABO 0107172488