

Jaarplan 2025

Stichting Omroeporganisatie Groningen

Inhoudsopgave

Inhoud

Inhoudsopgave.....	2
Voorwoord.....	3
OOG Nieuws.....	4
Mediaproducties.....	8
Overige programmering.....	10
OOG Radio & podcasts.....	12
Vormgeving: een nieuwe jas.....	15
OOG voor personeel en organisatie.....	16
OOG voor financiën.....	19
OOG voor Elkaar.....	22

Voorwoord

OOG is ook in 2025 volop in beweging. We zijn steeds beter in staat een multi-channel strategie te implementeren om de inwoners van ons verzorgingsgebied optimaal te bedienen. Naast een beter bereik streven we ook naar meer verdieping. Dat doen we door onze journalisten en medewerkers (nog) beter te begeleiden en te trainen en vooral de ruimte te bieden om talenten te ontwikkelen.

We zijn ons bewust van onze belangrijke maatschappelijke taak in een tijdperk waarin nepnieuws en polarisatie de fundamenten van ons democratische stelsel ondermijnen. Juist richting de volgende gemeenteraadsverkiezingen wil OOG daarom een onafhankelijk en betrouwbaar platform zijn voor nieuws, duiding en opinie, zodat inwoners van de gemeente Groningen in 2026 een weloverwogen stem kunnen uitbrengen.

We willen de kleine én grote verhalen vertellen en zetten daarom in op een ambitieus plan om ons te vervlechten met de wijken en dorpen van de gemeente Groningen, maar zullen ook nog vaker de samenwerking zoeken met maatschappelijke partners, overheden en bedrijfsleven om journalistieke en informatieve content te realiseren.

De wereld is groter dan Groningen, daarom zoeken we ook nadrukkelijk de samenwerking op met regionale partners als lokale omroepen, regionale omroepen en landelijke netwerken waar OOG de eigen belangen maar uiteindelijk vooral die van onze inwoners kan behartigen.

We werken aan een organisatie die ondernemend en financieel solide is, waar doorlopend gewerkt wordt aan goed werkgeverschap en onze medewerkers en governancestructuren een afspiegeling zijn van de diversiteit van onze samenleving.

Van plannen maken krijg je energie. We hebben zin om aan de slag te gaan. Doe je mee?

We wensen je veel leesplezier,

Arend Jan Wonink
directeur-bestuurder

OOG Nieuws

De redactie van OOG Nieuws verzorgt dagelijks nieuws en informatie over de directe leefomgeving van de inwoners van de gemeente Groningen, ons verzorgingsgebied. Het nieuws verslaan we online op onze website, in onze newsapp en op social media-kanalen, op ons eigen televisiekanaal en OOG Radio. Dagelijks bereiken we zo meer dan 60 duizend inwoners.

De redactie van OOG Nieuws is onafhankelijk, werkt professioneel en verslaat het nieuws vanuit een positief-kritische grondhouding. We passen journalistieke principes¹ toe bij alles wat we doen en maken. We zijn nieuwsgierig naar alle facetten van de samenleving.

Doelstellingen

Voor 2025 heeft OOG Nieuws de volgende doelstellingen:

1. We verbeteren de kwaliteit van de dagelijkse nieuwsvoorziening;
2. We bieden verslaggevers en redacteuren de ruimte om uit de waan van de dag te stappen en verdiepende content te maken;
3. We verrichten maandelijks een onderzoek met het OOG Panel.
4. We werken meer doelgroepgericht en vergroten zo ons bereik.
5. We werken waar mogelijk samen met partners in media en samenleving.

Doelstelling 1: We verbeteren de kwaliteit van de dagelijkse nieuwsvoorziening

We zijn tevreden over onze kwantitatieve output. Gemiddeld op werkdagen meer dan 3 audiovisuele nieuwsitems voor online en televisie, dagelijks meer dan 10 nieuwsberichten voor online en daarnaast nog vele posts en (audiovisuele) content voor onze social media-kanalen.

Wel zien we nog verbetering mogelijk in de kwaliteit van de journalistieke content die we maken. Dit beogen we op de volgende manier te bewerkstelligen:

- *Opleidingen en trainingen:* we volgen actief het trainingsaanbod van de NLPO en de verschillende fondsen waar we gebruik van maken. Aanvullend zetten we het OOG-alumni-netwerk in om workshops te verzorgen.

¹ Zie <https://www.nvj.nl/themas/journalistieke-praktijk/ethische-regels/code-journalistiek>

- *Feedback en evaluatie*: we verankeren feedback en evaluatie in onze werkprocessen, zodat het gesprek doorlopend over kwaliteit gevoerd wordt en hier gezamenlijke verantwoordelijkheid voor ontstaat. Daarnaast vragen we inwoners ook actiever om feedback te geven op onze content, bijvoorbeeld met een oproep daartoe onder elk nieuwsbericht.
- *Talentontwikkeling*: door het professionaliseren van onze HR-cyclus zijn we beter in staat ontwikkelpotentie in kaart te brengen en talentontwikkeling te faciliteren. Ook zijn halen we beter trainingsbehoeften op en kunnen daar aanbod op afstemmen.

Doelstelling 2: We bieden verslaggevers en redacteurs de ruimte om uit de waan van de dag te stappen en verdiepende content te maken

Maatschappelijke thema's zijn vaak complex en vergen tijd en aandacht om tot een goed journalistiek product te komen. We willen verslaggevers en redacteurs meer ruimte geven om thema's te volgen en zich eigen te maken. Dit moet er toe leiden dat OOG in staat is om complexe maatschappelijke thema's te belichten.

Hiervoor zal het nodig zijn om langere tijdsperiodes met een bepaald onderwerp of item bezig te zijn, in plaats van items te maken die specifiek aan een tijdstip gebonden zijn, zoals een opening, een persmoment of een event. Die laatste noemen we de 'waan van de dag'.

Ook zoeken we actief samen met verslaggevers en redacteurs naar manieren om hun verhaal (beter) te vertellen over een bepaald onderwerp. Maken we een audiovisuele productie voor televisie en online, een podcast of juist een serie korte video's voor TikTok? Of alles tegelijk? Welke doelgroep willen we bedienen en welk journalistiek product past daar het beste bij?

Naast ruimte, training en (eind-)redactionele begeleiding zoeken we ook manieren om verdiepende content te financieren, bijvoorbeeld via het Fonds voor Bijzondere Journalistieke Projecten of samenwerkingen met maatschappelijke organisaties

Doelstelling 3: We verrichten maandelijks een onderzoek met het OOG Panel

Sinds september 2023 werken we samen met het Groningse onderzoeksbureau Onderzoekdoen.nl. Zij leveren een tool om panel van inwoners te beheren en enquêtes met uit te zetten, zowel binnen het panel als daar buiten, bijvoorbeeld als online vragenlijst die we delen via website, nieuwsapp en social media.

Met het uitzetten van enquêtes heeft de redactie van OOG Nieuws inmiddels veel ervaring opgedaan. Het inrichten van het panel en het werven van panelleden heeft in 2024 plaatsgevonden. Een belangrijke ambitie is om in 2025 het panel maandelijks te bevragen over een actuele maatschappelijke kwestie.

Voor het opzetten van het panel en de inzet van de enquêtetool zal OOG in 2025 opnieuw een subsidie aanvragen bij het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

Doelstelling 4: We werken meer doelgroepgericht en vergroten zo ons bereik

We ambiëren voor alle inwoners, van jong tot oud, een nieuwsaanbod te realiseren. Verschillende leeftijdsgroepen consumeren nieuws via andere kanalen. Met een gerichte multi-channel strategie wil OOG doelgroep en kanaal beter koppelen en zo onze inwoners (nog) beter bedienen.

Het tweejaarlijkse kijk- en luisteronderzoek van de gemeente Groningen gekoppeld aan onze eigen (online) statistieken geven onze goede houvast als het gaat om de inzet van kanalen en bereik. Zo zien we dat OOG Radio en OOG TV vooral een oudere doelgroep (45+) bedienen, terwijl we via TikTok vooral jongeren tussen de 16 en 21 bereiken.

In 2025 willen we dat naast onderwerp en journalistiek product ook doelgroep en kanaal beter op elkaar worden afgestemd. Zo kan een onderwerp als bezuinigingen op ouderenzorg op OOG TV ingaan op de gevolgen voor ouderen maar op TikTok juist aan jongeren vragen of ze voor hun oma of opa zouden willen zorgen.

Door actiever doelgroep en kanaal in kaart te brengen en te bespreken bij elk nieuwsonderwerp willen we de effectiviteit van onze inzet en zo ons bereik versterken en vergroten.

Doelstelling 5: We werken waar mogelijk samen met partners in media en samenleving

De gemeente Groningen kent een rijk en pluriform medialandschap dat kansen biedt tot samenwerking. Vanuit de alliantie die gesloten is tussen RPO en NLPO is redactionele samenwerking met RTV Noord een logische keuze. We willen in 2025 een proeftuin gaan vormen voor samenwerking tussen regionaal en lokaal (en vanaf 2027 streekomroep).

Tot 2022 maakte OOG samen met het Dagblad van het Noorden en RTV Noord de podcast Hartje Stad. We zouden graag deze podcast een doorstart geven. De samenwerking rond verkiezingen tussen deze drie partijen verloopt doorgaans voorspoedig.

Maar ook de Universiteitskrant (UK) is voor OOG een interessante partner om juist meer voet aan de grond te krijgen de grote doelgroep die aan de universiteit verbonden is. Samenwerking met andere media zoals de Groninger Internet Courant (en Groninger Ondernemers Courant) lijkt het verkennen waard.

Met name onze onderzoekstool en OOG Panel lenen zich goed voor samenwerking met maatschappelijke partners. Een onderzoek naar eenzaamheid onder Groningers zou goed in samenwerking met Humanitas kunnen. Een onderzoek naar een stedelijke ontwikkeling weer goed samen met Platform Gras. We willen hier in 2025 stappen mee zetten.

Mediaproducties

Alle producties waar externe partijen aan meebetalen noemen we mediaproducties. Bij het aangaan van dergelijke partnerschappen hanteren we heldere regels:

- OOG is onafhankelijk, is eigenaar van de mediaproductie en hanteert journalistieke principes bij de totstandkoming: we maken geen reclame of bedrijfsfilms, maar een journalistiek product.
- OOG bepaalt zelf met wie het mediaproducties maakt en over welk onderwerp; het onderwerp moet maatschappelijk relevant zijn en passen bij onze opdracht.

Daarbij zijn we gebonden aan de Mediawet. Met alle partners worden deze afspraken vooraf vastgelegd.

Ruimtelijk en sociaal domein

In 2024 hebben we nieuw beleid gemaakt voor mediaproducties. In plaats van steeds afzonderlijke programma's te maken over (deel)onderwerpen, willen we mediaproducties (grotendeels) onderbrengen in twee programma's: één programma over ruimtelijke ontwikkelingen in de gemeente Groningen met als titel Bouwstof en één programma over de ontwikkelingen binnen het sociaal domein / de sociale basis. We zoeken dan voor afzonderlijke afleveringen partners die een specifiek onderwerp belicht willen hebben.

Voor Bouwstof en het programma over het sociaal domein is eind 2024 de eerste content geproduceerd en gepubliceerd. We zetten de ingezette koers voort in 2025.

Ombudsman

De Ombudsman is een serie korte video's waarin het werk van de Ombudsman wordt verklaard naar aanleiding van concrete praktijkvoorbeelden. De serie wordt uitgezonden op OOG TV en online aangeboden via onze website en ons kanaal op YouTube.

Campus TV

Campus TV is een langlopende serie video's over de ontwikkelingen, de bedrijven en de kennisinstellingen op de Zernike- en Healthy Ageing Campus. De video's worden gedeeld via

de kanalen van de deelnemende instellingen en vanaf 2025 bieden we ze ook aan op de website van OOG.

Doelstellingen

We willen vooral de in 2024 ingezette koers continueren. We bouwen verder aan Bouwstof als het journalistieke mediaplatform voor ruimtelijke ontwikkeling in de gemeente Groningen. In diezelfde lijn ontwikkelen we ook een programma over het sociaal domein.

Naast het maken van content zetten we ook in op een zo groot mogelijk bereik van onze mediaproducties. We ontwikkelen daarom per product of serie een marketingplan samen met onze social media-redactie. We verwachten dat een groot bereik gekoppeld aan kwalitatief goede content automatisch zal leiden tot nieuwe leads binnen sectoren als bouw en zorg en welzijn.

Ook hoe we onze mediaproducties presenteren vergt aandacht: we willen in 2025 de website door ontwikkelen tot een platform waar we mediaproducties kunnen presenteren. Deze worden zo makkelijker vindbaar en deelbaar en moeten nog sterker een onderdeel gaan vormen van de OOG-identiteit.

Overige programmering

Producties gemaakt door derden waarbij OOG een platform functie vervuld. Hiervoor gelden andere inhoudelijke en technische maatstaven dan bij de eigen OOG producties. Wel bewaakt OOG de basiskwaliteit voor uitzending op haar kanalen.

- **OOG voor Senioren:** een maandelijks magazine programma met verschillende onderdelen, gericht op de wat oudere senior. Dit tv programma is geproduceerd door de Senioren Omroep Groningen.
- **De Waterloo show:** een televisieprogramma over (Groningse) Nederlandstalige muziek waarin Harry en Milano Waterloo muzikale gasten ontvangen.

Daarnaast zijn er een aantal programma's in ontwikkeling die we naar verwachting (ook) in 2025 zullen uitzenden:

- **Wie zij waren:** een serie videoproducties waarin gids Henk Bakker en presentator Ecco van Oosterhout ons meenemen naar begraafplaatsen in de stad, met interessante verhalen over bekende en onbekende Groningers en hun geschiedenis.

OOG kent dankzij de in 2023 overleden Beno Hofman een unieke traditie als het gaat om lokale geschiedenis. Met Wie zij waren willen we die traditie voortzetten en willen dit programma maken met de vaste cameraman en regisseur van Beno: Jeen de Vos.

Voor de serie is een subsidie aangevraagd bij het Scholten-Kamminga Fonds.

- **Cityvibes:** een wekelijkse talkshow met een brede kijk op de Groningse samenleving. We staan stil bij de actualiteit van de dag, nemen het sportnieuws met je door, kijken wat er te doen is in de filmzalen en theaters en een inhoudelijke discussie gaan we niet uit de weg.

Dit programma willen we samen met studenten ontwikkelen in samenwerking met Spot Groningen binnen hun praktijkomgeving CrossWise.

- **Wat speelt er zoal:** een wekelijkse podcast over Groningen met aandacht voor de actualiteit, kunst en cultuur, sport en wat er verder nog allemaal speelt in Groningen.

- ²: Een videoserie over recente historische gebeurtenissen of bekende Groningse locaties waarbij er met mensen die daar een beleving over hebben herinneringen worden opgehaald over hoe het toen was.

In samenwerking met de Groninger Archieven die mede het beheer hebben over het (oude) archief van OOG.

² Nader te bepalen.

OOG Radio & podcasts

De 36 radioprogramma's op OOG Radio worden gemaakt door bijna 150 vrijwilligers en gecoördineerd door 0,5 fte in loondienst. Het woord amateur is een afgeleide van het Franse 'houden van' en waar al die vrijwilligers zich in verbinden is hun passie voor radiomaken.

Maar OOG radio is veel meer dan een platform voor hobbyisten. Ruim 2500 inwoners geven aan dagelijks naar OOG Radio te luisteren – ter vergelijking, in de grote zaal van de Oosterpoort passen 1150 toeschouwers.

We maken onderscheid tussen onze programmering overdag tijdens werkdagen en de programmering 's avonds en in het weekeinde. Die laatste noemen we doelgroepradio, omdat de programma's die worden gemaakt en uitgezonden niet per se voor een breed publiek zijn bedoeld, maar voor een specifieke doelgroep, bijvoorbeeld hiphop-liefhebbers of de inwoners van Haren.

Lokaal nieuws vormt het hart van de programmering overdag tijdens werkdagen.

Doelstellingen

Samen met onze vrijwilligers kijken we hoe we in 2025 OOG Radio kunnen versterken.

Hiervoor hebben we de volgende doelstellingen:

1. We verbeteren de kwaliteit van onze uitzendingen.
2. We verbinden doelgroepradio beter met de doelgroep.
3. We promoten OOG Radio (nog beter)
4. We bouwen een online platform voor radio en podcasts
5. We maken van OOG Radio weer/meer een podium voor Gronings muziektalent

Doelstelling 1: we verbeteren de kwaliteit van onze uitzendingen

Met trainingen en opleidingen willen we de kwaliteit van onze radio-uitzendingen verbeteren. Hierbij willen we vooral gebruik maken van het netwerk van oud-OOG Radio-medewerkers dat is doorgestroomd naar een betaalde baan bij een andere mediaorganisatie. Alle aspecten van het radiomaken komen aan bod; we inventariseren regelmatig trainingsbehoeften.

Nieuwe makers krijgen een standaard OOG-introductie, zodat ze zich niet alleen verbonden met hun programma, maar ook met de omroep.

Daarnaast zetten we in op een stelsel van zogenaamde feedback-buddies. Dit zijn medewerkers die twee keer per jaar naar een programma van een collega luisteren en hierop feedback geven. De feedback kan waardevol voor de maker zijn om verbeteringen door te voeren en successen te delen. Daarnaast zorgt het stelsel voor meer verbinding onderling en met de organisatie.

Doelstelling 2: we verbinden doelgroep radio beter met de doelgroep

We vragen aan alle radiomakers hun doelgroep in kaart te brengen. Hierdoor kunnen we per programma een plan maken om de doelgroep beter te bereiken. Meer interactie met de doelgroep verbetert de kwaliteit, versterkt de relevantie en vergroot het bereik van de radioprogramma's. We brengen daarbij ook in kaart welke instellingen en organisaties in de gemeente Groningen dezelfde doelgroep bedienen. Door de overlap vormen deze instellingen en organisaties natuurlijke samenwerkingspartners.

Doelstelling 3: we promoten OOG Radio beter

22% van de Groningers kent OOG Radio niet, zo bleek uit het laatste kijk- en luisteronderzoek van de gemeente Groningen. Door OOG Radio beter te promoten kunnen we ons bereik vergroten. We maken begin 2025 een plan en voeren het uit voor het volgende kijk- en luisteronderzoek.

Doelstelling 4: We bouwen een online platform voor radio en podcasts

We bouwen een platform waar we podcasts en het terugluisteren van radioprogramma's online aanbieden. Inwoners kunnen kiezen op onderwerp (cultuur, politiek of sport bijvoorbeeld) en audioproducties on demand terugluisteren.

We willen niet alleen onze producties aanbieden, maar op de lange termijn doorgroeien naar een digitaal audioplatform voor heel de gemeente Groningen en andere makers uitnodigen hun audioproducties via het platform aan te bieden. We maken wel zichtbaar (visueel of met geluid) welke producties eigen producties zijn.

Doelstelling 5: We maken van OOG Radio weer/meer een podium voor Gronings muziktalent

OOG Radio is vooral een muziekzender. Dit willen we ook zijn voor muziek die door inwoners van de gemeente Groningen wordt gemaakt. Zo wordt OOG Radio een podium voor lokaal muziktalent. We zoeken verbinding met instellingen en organisaties die het stimuleren van muziek maken en talentontwikkeling op het gebied van (pop)muziek in Groningen als doelstelling hebben en onderzoeken hoe we elkaar kunnen versterken.

Vormgeving: een nieuwe jas

De huidige vormgeving zal in 2025 acht jaar oud zijn. Met name in de leaders voor OOG Nieuws op televisie zien we al beelden die gedateerd zijn, vooral doordat de stad zelf razendsnel verandert. Daarnaast verwachten we in 2026 een mogelijke verhuizing naar Niemeyer Open. Dat moment willen we dan ook ook aangrijpen om OOG van een nieuwe jas te voorzien met nieuwe vormgeving op al onze kanalen.

De belangrijkste doelstelling voor 2025 is dan ook om goed in kaart te brengen waar we qua vormgeving een slag moeten maken, om welke producten het precies gaat (online, televisie, fysiek) en die te koppelen aan een uitdagende pitch voor Groningse vormgevers.

We zoeken niet zo zeer naar een revolutie of rebranding van het merk OOG, als wel naar een evolutie, een meer geleidelijke aanpassing naar de huidige tijd, zonder het vertrouwde OOG-gevoel los te laten.

OOG voor personeel en organisatie

OOG is ook werkgever voor 15 personeelsleden in loondienst, 2 mensen met een basisbaan, 1 participatiebaan en doorlopend bieden we plek voor 4 stagiairs. Daarnaast zijn bijna 150 vrijwilligers aan OOG verbonden, met inzet verschillend van een paar uur per maand tot meerdere dagen per week.

OOG wil alle medewerkers een veilige en stimulerende werkplek bieden, waar ze de ruimte krijgen om te groeien en talenten te ontwikkelen. Om deze ambitie waar te maken, hebben we voor 2025 de volgende doelstellingen.

1. Onboarding: iedereen hetzelfde welkom
2. Alle vrijwilligers een vrijwilligerscontract
3. Beoordelingscyclus: uitbreiden naar (vaste) vrijwilligers
4. Naar een meer marktconform salaris
5. OOG bouwt verder aan talentontwikkeling
6. Meer p- & b-banen

Doelstelling 1: iedereen hetzelfde welkom

We willen dat de start bij onze organisatie voor iedereen hetzelfde wordt. Of je nu een nieuwe vrijwilliger bent, een stagiair of een nieuwe medewerker in loondienst, de kennismaking met OOG is voor iedereen hetzelfde.

Je krijgt informatie over rechten en plichten, maar je krijgt ook te horen wat onze plannen en ambities zijn, leert wie onze vertrouwenspersoon is, zowel intern als extern, en wie welke functie of rol bekleedt in de organisatie. Zo versterken we de binding met de organisatie en onze doelstellingen en creëren we ambassadeurs voor OOG.

Doelstelling 2: alle vrijwilligers een contract

Eigenlijk is dit al staand beleid, maar de praktijk laat zien dat niet alle vrijwilligers een contract getekend hebben. Los van de formele afspraken over onder meer de omgang met apparatuur en het pand, zorgt het ook voor betere binding met de organisatie.

Doelstelling 3: voortgangscyclus: uitbreiden naar (vaste) vrijwilligers

Sinds 2024 kent OOG een beoordelings- of voortgangscyclus, waarin alle medewerkers in loondienst minimaal jaarlijks een gesprek krijgen over functioneren en ambities. In 2025 willen we deze gesprekken ook voeren met onze vaste vrijwilligers bij de nieuwsredactie. We

onderzoeken daarnaast of we de vaste vrijwilligers bij de radio een soortgelijk traject kunnen bieden.

Doelstelling 4: naar een meer marktconform salaris

Lokale omroepen hebben geen gezamenlijke cao. De Nederlandse Verenigingen van Journalisten maakt in veel sectoren (bijvoorbeeld omroepen en huis-aan-huis-bladen en uitgevers) collectieve afspraken over arbeidsvoorwaarden. Omdat in 2027 van de meer dan 240 lokale omroepen ongeveer 80 streekomroepen overblijven, wil OOG zich inzetten voor een lokale omroepcao. Een dergelijke cao zou werkgever en werknemer meer duidelijkheid bieden over loonontwikkeling.

OOG biedt zeker ten opzichte van andere lokale omroepen goede arbeidsvoorwaarden. Zo kent OOG als één van de weinige lokale publieke omroepen een pensioensregeling en voor nieuwe medewerkers een goed startsalaris.

Toch zien we een steeds groter wordende kloof ontstaan met de andere sectoren binnen media en journalistiek, zoals regionale omroepen of dagbladen. Dat maakt ons steeds minder aantrekkelijk als werkplek. We kunnen personeel daardoor ook moeilijk vasthouden.

In 2025 maken we daarom een plan om de kloof te dichten. Hiervoor willen we zelf extra inkomsten genereren, maar ook sturen op afspraken binnen de sector en in gesprek gaan met onze subsidieverstrekkers. Tegelijkertijd kijken we kritisch naar onze eigen formatie en de omvang van onze vaste kern ten opzichte van onze flexibele schil.

Doelstelling 5: OOG bouwt verder aan talentontwikkeling

Talentontwikkeling is verweven met al onze activiteiten. Met doorlopend vier stageplekken bieden we studenten veel ruimte om praktijkervaring op te doen of (afstudeer)onderzoek te doen. We voeren ook in 2025 daarnaast opnieuw campagne op scholen om jong talent te werven om vrijwilliger te worden bij OOG. Jongeren kunnen bij OOG leren presenteren, interviewen, filmen, editten, radiomaken of aan de slag met techniek. Wie zich aanmeldt, krijgt een intake, waarnaar we op zoek gaan naar een passende plek. We willen dit het liefst in samenwerking en samenspraak doen met scholen, zodat we vraag en aanbod zo goed mogelijk op elkaar afstemmen.

Doelstelling 6: meer p- en b-banen

Veel van onze medewerkers en vrijwilligers stonden langs de zijlijn van de samenleving en kregen via OOG een kans om (weer) mee te doen. Die rol willen we koesteren, maar ook zichtbaarder maken en beter invullen.

Dat doen we deels door ruimte te bieden voor medewerkers met een participatie- of een basisbaan van de gemeente Groningen. Bij de participatie- of p-banen hebben medewerkers nog volop kans om te slagen op de arbeidsmarkt, maar hebben ze eerst een bepaalde ontwikkeling nodig. Bij een basisbaan is een medewerker niet meer kansrijk op de arbeidsmarkt, maar kan nog wel een rol hebben binnen de organisatie. We zien voor de basisbaan ruimte voor een huismeester of conciërge, die ons helpt om van OOG een net en warm thuis te maken voor alle medewerkers en gasten.

OOG voor financiën

Doordat subsidies niet gecorrigeerd worden voor inflatie en advertentie-inkomsten vooralsnog achterblijven, heeft OOG minder financiële slagkracht gekregen. Kosten voor techniek stijgen tegelijkertijd sneller dan de landelijke inflatiecijfers, waardoor onze uitgaven bovengemiddeld zijn gestegen.

De belangrijkste inkomsten voor OOG is de jaarlijkse structurele subsidie van de gemeente Groningen. In onderstaand schema laten we de ontwikkeling van die subsidie zien, afgezet tegen de inflatiecijfers.

Subsidie	2020	2021	2022	2023	2024
	596.760	604.000	629.000	653.000	669.325
Toename (accres) %	--	1,21	4,41	3,82	2,50
Inflatie (CBS) %	--	2,7	10	4,44	3,8
Verschil %	--	1,49	5,86	0,62	1,3
Subsidie met inflatiecorrectie		612.873	674.160	703.823	730.568
Verschil met ontvangen subsidie	--	8.873	45.160	50.823	61.243

Hierbij moet ook aangetekend worden dat het werkgebied met de gemeentelijke herindeling een stuk groter is geworden; naast de stad Groningen telt ons verzorgingsgebied ook tal van dorpen, variërend van Haren met bijna 19.000 inwoners tot het buurtschap Zevenhuisjes, dat niet zeven, maar acht huizen telt, en vooral grofweg een verdubbeling van het oppervlak van ons verzorgingsgebied. Ook thema's als landbouw en (eer)herstel van bevingsschade zijn ineens veel prominentere onderwerpen geworden.

Daarnaast is OOG van een traditionele omroep met een televisie- en radiokanaal doorontwikkeld naar een multichannel-omroep; we maken content speciaal voor social media en onze focus is nu vooral online, vooral omdat we daar de meeste inwoners bereiken. Zo heeft OOG sinds 2023 twee social mediaredacteuren in loondienst, werken er overdag en 's avonds bureauredacteuren die het nieuws online verzorgen en maken we op werkdagen een uitzending van OOG Nieuws met minimaal drie items voor OOG TV.

We hebben zo sinds 2019 zowel ons verzorgingsgebied als het aantal kanalen flink zien toenemen.

Loonkloof

Een belangrijk gevolg van bovengenoemde ontwikkeling is dat we lonen niet voor inflatie kunnen compenseren. Hierdoor gaan medewerkers in loondienst er al jaren op achteruit. Vorig jaar bedroeg de inflatie 3,8 %, terwijl we de lonen maar met 2% konden laten stijgen.

Aangezien er al een loonkloof bestaat met bijvoorbeeld de regionale omroepen, die gebonden zijn aan de omroep CAO, is het voor OOG steeds moeilijker om goed personeel te vinden en vast te houden. We kunnen medewerkers zodoende onvoldoende langetermijnperspectief bieden, waardoor de (verwachte) uitstroom hoog is en blijft.

Met name de kwaliteit van verslaggeving zal daar slachtoffer van zijn. Een journalist heeft tenslotte tijd nodig om zich een onderwerp eigen te maken en binnen het domein van aandacht een relevant netwerk op te bouwen.

Nu gemeenten steeds meer taken krijgen toebedeeld, is de controle op die macht een belangrijke functie van de lokale publieke omroep.

Incidentele subsidie: professionalisering

Een belangrijke tweede bron van inkomsten is de incidentele subsidie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek die bedoeld is voor het professionalisering van de streekomroepen in opmaat naar de stelselwijziging van 2027. Deze subsidie bedraagt € 250.000,- en ook hier is geen inflatiecorrectie toegepast en de verwachting is ook niet dat dit zal gebeuren.

Onzeker is momenteel of de subsidie ook in het overbruggingsjaar 2026 beschikbaar blijft voor OOG. 5 van de (huidige) 15 werknemers in loondienst worden vanuit deze subsidie bekostigd. \

Incidentele subsidie: ruimte voor onderzoek

We vroegen de afgelopen vier jaar met succes een incidentele subsidie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek aan voor onderzoeksjournalistiek. Helaas is in de nieuwe voorwaarden voor 2025 de voorwaarde opgenomen dat een aanvrager maximaal drie keer subsidie mag ontvangen vanuit deze regeling.

Onze aanvraag werd in eerste instantie afgewezen, maar ons bezwaar tegen dit besluit werd gegrond verklaard. De subsidieperiode voor 2024 is daardoor later gestart en loopt door tot 1

maart 2025. Het subsidiebedrag voor 2024 was € 52.000,-. Ook dit bedrag is niet geïndexeerd.

Inflatiecorrectie

Voor 2025 hopen we dan ook minimaal een inflatiecorrectie te kunnen krijgen op de gemeentelijke subsidie. Hiermee zouden de loonkloof niet kunnen verkleinen, maar in ieder geval niet (veel) groter laten worden.

Eigen inkomsten: advertenties

OOG bereikt dagelijks meer dan 60 duizend inwoners via al onze kanalen. Met name online wordt dit bereik gerealiseerd. We zien dat daar kansen liggen voor een toename aan inkomsten. Dit willen we realiseren door betere afstemming met RTV Noord, die OOG meeneemt als kanaal voor hun eigen acquisitie, maar waarvan de opbrengsten vooralsnog achterblijven bij de verwachtingen, maar wel willen hier zelf ook initiatieven in ontplooiën, onder meer door te onderzoeken of we weer een eigen acquireur in dienst kunnen nemen om voor OOG adverteerders binnen te halen.

Eigen inkomsten: mediaproducties

Kansen zien we ook bij mediaproducties; deze laten al jaren een stijgende lijn zien en met de ingezette koers (Bouwstof, sociaal domein) verwachten we meer rendement uit samenwerkingen te halen. Ook hier zou een acquireur aanvullend van waarde kunnen zijn, al was het alleen maar door marktdruk uit te oefenen en OOG zichtbaarder te maken bij het bedrijfsleven.

Door meer in te zetten op eigen inkomsten, wil OOG in ieder geval de afhankelijkheid van subsidies de komende jaren verminderen. Maar daarvoor al eerst geïnvesteerd moeten worden in vormgeving, online infrastructuur en wellicht een extra werknemer in de vorm van een acquireur om zowel advertenties als partners voor mediaproducties te werven.

OOG voor Elkaar

“Lokale omroepen zitten in de haarvaten van de samenleving. Ze informeren en duiden, raken mensen en bieden een platform voor betrokken mediamakers, vrijwilligers, jong talent en nieuwe journalistieke innovatie en samenwerking. De agenderende en controlerende taak van lokale omroepen draagt bij aan een goed functionerende democratie.”³

Wijken, dorpen & buurten: naar een nij online begun

Onze opdracht is om de inwoners van de gemeente Groningen te voorzien van nieuws en informatie over hun directe leefomgeving. In onze eigen visie zijn we daar pas goed toe in staat als we als omroep vervlochten zijn met de wijken, dorpen en buurten van de gemeente. Ook in de medianota van de gemeente Groningen wordt hier een ambitie over uitgesproken:

Wij vragen 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.⁴

Verbinden met wijken, buurten en dorpen kan volgens ons op twee manieren:

1. Een technische verbinding of koppeling (API) tussen de wijk-, buurt- of dorpswebsites (wbdw's) en de website van OOG.
2. Een redactionele verbinding met de wijken, buurten en dorpen binnen de gemeente Groningen.

De verbinding tussen wbd-websites en OOG zal de websites versterken; ze worden door de verbeterde, nieuwsvoorziening relevanter en aantrekkelijker voor inwoners om regelmatig(er) te bezoeken.

Het vergrootte bereik biedt tal van kansen, die bijdragen aan de brede welvaart van de gemeenschappen die ze bedienen. In samenspraak met andere omroepen en maatschappelijke partners werken we aan een ambitieus plan: **Naar een nij online begun.**

In 2025 willen we in een twee wijken en één dorp een pilot gaan draaien, waarbij we in de wijken en het dorp een wijkverslaggever opleiden en begeleiden, die nieuws gaat maken voor OOG, maar vooral voor de wbdw's – die willen we uiteindelijk samen met overheden, maatschappelijke partners, bedrijven en vooral natuurlijk inwoners gaan omvormen tot online

³ Zie: <https://www.nlpo.nl/de-lokale-omroep-werkt/>

⁴ Lokale Publiek Media Instelling 2024 – 2028, pagina 10

buurthuizen; plekken van online ontmoeting en informatie, waar de streekomroepen zichtbaar het nieuws over de directe leefomgeving zullen gaan verzorgen.

Samenwerken

We werken al samen met RTV Noord, maar willen deze samenwerking in 2025 verder verdiepen. Het gaat niet zozeer om afbakening van onderwerpen, als wel om te onderzoeken hoe en waar we elkaar kunnen versterken. OOG Radio als talentbroedplaats voor Radio Noord? Samen de grote thema's van het Noorden verslaan, waarbij ieder zijn rol pakt en doet waar die goed in is.

In 2024 sloten de Regionale Publieke Omroep en de Nederlandse Lokale Publieke Omroep een alliantie om te komen tot samenwerking na 2027, als de streekomroepvorming moet zijn afgerond. Hierin werd de ruimte gegeven aan proeftuinen die alvast die samenwerking willen versterken. We maken samen met RTV Noord en andere lokale omroepen een plan en vormen een proeftuin in Groningen.

Met de nieuw te vormen streekomroepen heeft OOG al regelmatig contact, maar we vinden dat we een regierol moeten hebben in regionale samenwerking. Dat kan middels Naar een nij online begun, maar ook op thema: wat doen we bijvoorbeeld als lokale omroepen in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen en welke mogelijkheden zijn we om elkaar hierin te versterken? Ook verkennen we samenwerkingen op het gebied van advertising en techniek, bijvoorbeeld de toepassing van AI zoals ChatGTP in onze werkprocessen.

Daarnaast wil OOG landelijk, onder meer in G7-verband, een speler zijn die automatisch geassocieerd wordt met talent en innovatie. Dat past bij onze eigen ambities en de ambities van ons verzorgingsgebied en zo de toekomst van onze organisatie. We zullen daarom in toenemende mate actief zijn in landelijke netwerken om dit aan te jagen.