

Ambitiedocument NH Gooi Gooi TV *2 lokale omroepen* *1 streekredactie*



Visie publieke lokale omroep in Gooi en Vechtstreek: Vorming streekredactie

NH Gooi en Gooi TV vormen in 2023 gezamenlijk één publieke streekredactie die continue nieuws, cultuur, educatie en informatie verzorgt voor de Gooi en Vechtstreek. De streekredactie stelt binnen haar journalistieke taak de klant (burger: luisteraar, kijker, lezer) centraal

Het media aanbod is laagdrempelig via klassieker kanalen zoals radio en TV maar wordt ook online (waaronder de website en podcasts), alsmede via social media / mobiel devices en bijbehorende apps op interactieve wijze bij de burger gebracht. Deze kan ook via deze zelfde kanalen snel zelf content aanleveren en/of reageren.

Verdere invulling van dit aanbod is eigentijds maar biedt bovenal toegevoegde waarde vanuit de lokale en bovenlokale component. Inwoners van de plaatsen in het verzorgingsgebied herkennen zich in het profiel van het aanbod en komen steeds terug omdat juist hun eigen omgeving centraal staat en door hun herkend wordt.

De journalistieke invulling zal, mits voldoende financiële middelen aanwezig, geregeld worden door betaalde krachten en goed getrainde vrijwilligers die verantwoordelijk zullen zijn voor het produceren van alle journalistieke content en informatie voor de verschillende mediakanalen (radio, televisie, online, social media, mobiel devices) van beide lokale omroepen.

De professionals die deze streekredactie draaiende houden bestaan dus uit een kern van betaalde krachten en een schil van vrijwilligers.

Journalistiek uitgangspunt: de streekredactie richt zich op nieuwscontent en redeneert vanuit het publiek. Ze maakt verhalen die relevant zijn voor de Gooi en Vechtstreek en zijn publiek. Verhalen die focussen op de menselijke kant van het nieuws. We gaan naar de raadzaal als het moet, maar de verhalen en kwesties halen we vooral uit de samenleving. We roepen zo nodig de politiek of beleidsmakers ter verantwoording. Met andere woorden: welk effect heeft het nieuws op de mensen in de Gooi en Vechtstreek? Hiermee proberen we van toegevoegde waarde te zijn en niet te kopiëren wat al bestaat.

De financiering van de streekredactie gebeurt grotendeels (ca. 70 á 80 procent) op basis van publiek geld (vooralsnog subsidies gemeenten en mogelijk van het Svdj) en voor het overige deel (ca. 30 á 20 procent) door reclame- en andere inkomsten.

Beide lokale omroepen zijn publieke en publiek-private samenwerkingen aangegaan met andere media, zoals NH Media en Enter media. Doel van deze samenwerkingen is om de positie van de streekredactie en daarmee dus de lokale journalistiek nog verder te versterken.



Scope werkgebied

Het werkgebied van de streekredactie komt volledig overeen met “streek 36” Gooi- en Vechtstreek volgens de streekomroepenkaart zoals vastgesteld door de NLPO en VNG. Dit betreft de gemeenten, te weten: Hilversum, Huizen, Wijdmeren, Gooise Meren, Laren en Blaricum.

De gemeente Eemnes heeft de keuze gemaakt voor NH Gooi. De gemeente Eemnes beschikt samen met de gemeenten Laren en Blaricum over één gemeenschappelijk gemeentelijk apparaat (BEL Combinatie). Daarnaast beschouwen de meeste inwoners van Eemnes vooral het Gooi als hun natuurlijke habitat.

Bij de totstandkoming van deze kaart hoorde Weesp ook nog tot deze streek. Weesp is inmiddels onderdeel geworden van de gemeente Amsterdam en maakt dus niet langer meer deel uit van “streek 36” (maar van streek “45”).

In totaal gaat het om circa 235.000 inwoners.



Lokaal Toereikend Media Aanbod

Ambitie

- 24x7 nieuws, cultuur en informatie voor Gooi en Vechtstreek:
 - dagelijkse uitzendingen op radio, tv,
 - online (website, app, podcasts),
 - sociale media (instagram, Facebook, youtube, twitter, whatsapp, etc).
- De invulling van dit aanbod is eigentijds maar biedt bovenal toegevoegde waarde vanuit de lokale component. Inwoners van de gemeenten in het verzorgingsgebied herkennen zich in het profiel van het aanbod en komen steeds terug, omdat juist hun eigen omgeving centraal staat en door hun wordt herkend.
- De verpakking is fris, attractief genoeg en professioneel. Het aanbod wordt laagdrempelig via uitzendingen en op interactieve wijze bij de burger gebracht. Deze kan ook via deze kanalen snel zelf content aanleveren en reageren en een dialoog vormen met de omroep.
- Doelgroep voor traditionele kanalen is overwegend 40+. Jongere doelgroepen worden vooral via andere kanalen (online, sociale media en podcasts) bereikt. De omroepen moeten hier ook experimenteren met nieuwe mogelijkheden vanuit de behoefte van jonge mensen (vanaf 14 jaar). Om die reden starten zij ook samen met de mediaopleiding van het MBO Hilversum een pilot voor het vormen van een jongerenredactie.

Uitgangspunt
TV, Radio, Online
Kijker/ luisteraar, bezoeker
is in 30 minuten op de
hoogte van wat speelt in de
streek