

Beleidsplan #UseTheNews Nederland

2023 - 2024 - 2025

Jouw stem! Jouw Nieuws!



Voorwoord	3
Algemene gegevens en bestuur	4
Algemene gegevens	4
Bestuurders	4
Missie en strategie	5
Inleiding	5
Missie	6
Visie	6
Strategie	7
Financieel	9
Financiële prognose	9
Beheer en besteding	9
Werving van inkomsten	10

Voorwoord

Voor u ligt het beleidsplan van Stichting #UseTheNews Nederland.

Stichting #UseTheNews Nederland is voortgekomen uit een initiatief dat in 2020 bij het Duitse persbureau DPA is gestart. DPA heeft onderkend dat het aansluiten van jongeren op bestaande nieuwsmedia geen vanzelfsprekendheid meer is en dat de nieuwsbedrijven onvoldoende kennis hebben om zich aan te passen aan de belevingswereld van jongeren. Dit wordt gezien als een existentiële bedreiging voor nieuwsuitgevers op langere termijn. Daarom werd in Hamburg #UseTheNews opgericht, gesteund door de aandeelhouders van het Duitse persbureau; de Duitse nieuwsuitgevers.

Stichting #UseTheNews Nederland heeft dezelfde doelstellingen als de Duitse. In de basis zijn beide stichtingen op dezelfde wijze georganiseerd en is er volop uitwisseling van kennis en ervaring. Echter heeft het inhoudelijke programma en de communicatie met de buitenwereld in Nederland een geheel eigen vorm gekregen.

Bij het opstellen van dit beleidsplan is met de eisen van de ANBI rekening gehouden. Een ANBI status heeft als voordeel dat organisaties en particulieren hun giften af kunnen trekken van de belasting en de stichting wordt gevrijwaard van het betalen van belasting over giften en schenkingen.

Algemene gegevens en bestuur

Algemene gegevens

Statutaire naam:	Stichting #UseTheNews Nederland
Zetel:	's-Gravenhage
Oprichtingsdatum:	28 oktober 2022
Statutaire doelstelling:	nieuwsmedia en jongeren elkaar beter te laten bereiken; een verbindend platform te bieden tussen nieuwsmedia en jongeren uit alle lagen van de bevolking en/of ook onderzoekers en docenten die zich bezighouden met burgerschap en media anderzijds.
KvK nummer:	88012050
Bankrekening (IBAN):	NL79 ABNA 0117 2510 89
Fiscaal nummer (RSIN):	864476188

Bestuurders

Naam:	Oomen, Jacqueline Claire Cathérine Marie
Geboortedatum:	06-06-1983
Datum in functie:	28-10-2022 (datum registratie: 28-10-2022)
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)
Naam:	Bennis, Martijn Joris
Geboortedatum:	04-07-1967
Datum in functie:	28-10-2022 (datum registratie: 28-10-2022)
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)
Naam:	Nelis, Hubertus Petrus
Geboortedatum:	11-11-1967
Datum in functie:	6-10-2023
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd (met andere bestuurder(s), zie statuten)

Missie en strategie

Inleiding

Als we naar de kern van onze missie en strategie willen, zoomen we eerst helemaal uit: voor een goed functionerende democratie is het belangrijk dat burgers goed geïnformeerd zijn en op basis daarvan bewuste keuzes maken. #UseTheNews richt zich in deze op *jongeren en nieuws* en dan stellen we vast dat (nieuws)media een cruciale rol spelen om die vertrouwenwekkende democratie voor jongeren mede vorm te geven.

Jonge generaties - onze doelgroep zijn tieners en jongvolwassenen - verliezen echter vertrouwen in de traditionele nieuwsmedia en baseren hun waarheden steeds meer op social media. Daarvoor waarschuwen onderzoekers. Ze tekenen aan dat de huidige generatie *social natives* echt uniek is, omdat ze als eerste generatie volledig opgroeien in een wereld die wordt bepaald door digitale informatie en digitaal samenleven.

Er zijn in Nederland zo'n 3 miljoen jongeren tussen de 10 en 25 jaar. Volgens de recente #UseTheNews-literatuurstudie Jongeren en Nieuws (2006-2022) en de editie 2023 van het gezaghebbende Digital News Report van Reuters/Oxford missen de meeste jongeren in de keuze van nieuwsredacties de relevantie van het aangeboden 'nieuws' voor hun eigen leven en hun eigen netwerk en identiteitsvorming. Ook vinden ze het nieuwsaanbod geregeld te negatief, te deprimerend en te weinig hoopvol. Daarom nemen ze meer afstand van het traditionele nieuws en zoeken ze naar iets dat beter aansluit op hun belevingswereld.

Deze ontwikkelingen en inzichten vragen dus om een strategische en multidisciplinaire aanpak om een potentieel verder groeiende kloof tussen jongeren en nieuwsaanbod/nieuwsmedia te verkleinen.

Voor nieuwsmedia staat niets minder dan hun toekomst op het spel. Onder meer het Commissariaat voor de Media wijst erop dat de noodzaak voor nieuwsmedia om jonge doelgroepen aan te spreken groot is. Jongeren komen niet meer vanzelfsprekend terecht bij de traditionele media, ook niet naarmate ze ouder worden. Nieuwsmerken verliezen hun waarde en waarschijnlijk blijvend als zij hun aanbod en werkwijze niet tijdig veranderen.

De herkenbaarheid van betrouwbaar nieuws staat onder grote druk en de razendsnelle opmars van kunstmatige intelligentie in tekst en beeld dwingen nieuwsmedia tot actie om relevantie te behouden en kwaliteit te verzekeren, juist en vooral voor jongeren. #UseTheNews is er voor jongeren en wil hen helpen om goed geïnformeerd te blijven en hun plaats in de maatschappij te claimen. Door en met jongeren willen we journalisten helpen om nieuwsmedia te herdefiniëren, zodat ze beter aansluiten op de interesses en behoeftes van jongere generaties.

Missie

"Jouw stem! Jouw nieuws!"

#UseTheNews wil bereiken dat jongeren in al hun diversiteit en eigenzinnigheid zo veel mogelijk uit het nieuws kunnen halen in het proces van hun identiteitsvorming. Nieuws heeft een belangrijke functie, vooral voor jonge generaties. 'Nieuws', in welke interpretatie dan ook, kan en moet kennis overbrengen, waarschuwen voor gevaren, complexiteit van gebeurtenissen in de wereld uitleggen, maar ook de mooie dingen kunnen verbeelden en mensen raken. Dat klinkt misschien logisch en makkelijk, maar in een wereld met een overload aan lege informatie en platformen is het juist vaak het tegenovergestelde.

Nieuwsmedia, en dan vooral traditionele nieuwsmedia, zullen zich deels opnieuw moeten uitvinden om de noodzakelijke brug naar jongeren te slaan of vol te houden. Bestaande redactionele vormen van story telling sluiten in veel gevallen niet of onvoldoende meer aan, de achterban veroudert en businessmodellen gaan uiteindelijk instorten. Het vaak vooral aanbodgedreven denken remt innovatie, jongeren worden onvoldoende gehoord en/of ze worden niet serieus genomen omdat ze nog geen echt geld opbrengen.

Deze kwestie is echter heel actueel, gaat alle media aan en is urgent. Als nieuwsmedia er niet in slagen om jongeren te bereiken, raken ze toekomstige gebruikers kwijt en is hun bestaan in gevaar.

Het aantal platformen, vooral social media, dat jongeren met informatie overspoelt, vormt een ander probleem. #UseTheNews wil jongeren helpen om oog te blijven of leren houden voor nieuws dat betrouwbaar is.

Het doel van nieuwswijze jongeren en jongerenwijze nieuwsmedia willen we bereiken vanuit een ondersteunende, praktijkgerichte en aanjagende youth centered benadering, oftewel: bij al onze activiteiten staan jongeren centraal. Jouw stem! Jouw Nieuws!

Visie

Als we deze woorden samenvatten komen we tot de volgende slotsom: Bij #UseTheNews geloven we in een maatschappij waar jonge burgers goed geïnformeerd zijn, hoopvolle perspectieven hebben en toegang hebben tot betrouwbaar en relevant nieuws, dat aansluit bij hun interesses en hun dagelijks leven. Dit bevordert de betrokkenheid van jongeren, versterkt hun vertrouwen in nieuwsmedia en stimuleert hen om burgers te worden die bijdragen aan een goed werkende democratische samenleving. We werken nauw samen met jongeren, voornamelijk uit Generatie Z, nieuwsmedia, wetenschappers en scholen om onze missie te verwezenlijken.

Strategie

De vraag is dan natuurlijk hoe we dat praktisch willen uitvoeren. We hanteren de volgende strategische uitgangspunten:

Versterken van de stem van jongeren

Met onze benadering zorgen we voor een uniek jongerenperspectief dat momenteel goeddeels ontbreekt bij nieuwsmedia..

We ontwikkelen samen met jongeren een jongerenpanel en jongerenredactie, de NewsZees, waarin hun perspectieven en ideeën centraal staan, waarbij zij actief deelnemen aan discussies, zelf content creëren en een belangrijke stem hebben in besluitvorming. Daarnaast geven we jongeren letterlijk een podium bij debatten, symposia en congressen.

Nieuwsmedia aansporen om aan en met jongeren te werken

We initiëren concrete projecten om jongerenwijsheid te bevorderen bij nieuwsmedia. Dat doen we via onze platformen met onder meer de nieuwsrubriek WhatZ Up en het platform voor persoonlijke beschouwingen TalkZ. We delen deze inzichten via onze sociale kanalen aan journalisten die ons al bij honderden hebben weten te vinden in 2023.

Traditionele nieuwsmedia werken vooral nog aanbodgedreven en innovaties zijn veelal niet gericht op jongeren of worden met jongeren gedacht en uitgevoerd. Met die boodschap spreken we ook op bijeenkomsten van nieuwsmedia of journalistieke organisaties waarvoor we steeds vaker worden uitgenodigd. Sterker nog, juist met die boodschap willen we jongeren met nieuwsmedia in gesprek laten gaan.

Met WhatZ Next introduceren we zelf een constructieve jongerenagenda, straks hopelijk beschikbaar voor alle Nederlandse nieuwsmedia, die professionele nieuwsredacties ondersteunt om met creatieve en constructieve nieuwskeuzes content te maken voor jongeren. Dit stelt nieuwsmedia in staat om relevante en aansprekende content te creëren die jongeren informeert en betreft.

We brengen ook bestaande initiatieven samen en delen (internationale) kennis en inzichten met nieuwsmedia. We initiëren praktijkgericht onderzoek en volgen - met onze NewsZees - grote projecten zoals die van de RPO voor plattelandsjongeren in Oost-Nederland.

We willen, samen met partners als de EJC en de buitenlandse zusterorganisaties, inspirerende Europese nieuwsmedia-initiatieven gericht op jongeren en nieuwswijsheid vindbaar maken op één plek. Op deze manier kunnen alle professionele nieuwsredacties deze initiatieven gebruiken om jongeren te bereiken en te betrekken.

Jongeren helpen om nieuwswijzer te zijn

Met de NewsZees versterken we niet alleen de stem van de jongeren, we dragen ook bij aan het verspreiden van nieuwswijsheid door het ontwikkelen van content en het initiëren van nieuwe projecten gericht op jongeren.

Een tweede lijn is de introductie van #UseTheNews @ School. Dat is een journalistiek educatieprogramma met ondersteunend materiaal van onder meer de CED en Beeld en Geluid op School. De kern hiervan bestaat uit gastlessen en een focus op beeld als de belangrijkste nieuwsdrager voor jongeren. Daarmee nemen we in het aanbod voor scholen een onderscheidende plek in.

We presenteren bovendien een journalistiek posterproject met nieuwsfoto's voor (vooralsnog) de hoogste klassen van het primair onderwijs (groep 7 en 8).

We voelen bij het verspreiden van nieuwswijsheid een extra verantwoordelijkheid omdat nieuwswijsheid als onderdeel van Digitale Vaardigheden onderdeel wordt van het curriculum op PO en VO.

Bovendien willen we nadrukkelijk de nieuwsmedia aanspreken omdat zij momenteel geen actieve rol spelen in educatie over nieuws en nieuwswijsheid.

De inzet van constructieve journalistiek bevorderen

In onze activiteiten hanteren we waar mogelijk een constructief-journalistieke benadering, waarbij oplossingsgerichte en hoopvolle perspectieven centraal staan. Hiermee hopen we bij te dragen aan het herstellen van het afnemende vertrouwen in nieuwsmedia onder jongeren. We stimuleren nieuwsmedia deze benadering toe te passen, en relevante onderwerpen voor jongeren vanuit een constructieve en jongerengerichte visie te behandelen, zodat jongeren zich gehoord en vertegenwoordigd voelen.

Multidisciplinaire samenwerking en onderzoek initiëren en uitvoeren

We geloven dat het geheel meer is dan de som der delen. Daarom streven we naar multidisciplinaire samenwerkingen met nieuwsmedia, journalisten, lectoraten, onderzoekers, scholen en uiteraard jongeren. Ook werken we nauw samen met onze internationale #UseTheNews-partners in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland. We delen onderling actief kennis en inzichten.

#UseTheNews Nederland promoot onderzoek dat kan bijdragen aan kennis over onze missie en het bereiken van de doelstellingen. Dergelijk onderzoek moet echt iets toevoegen aan de kennis, moet praktijkgericht zijn en de uitkomsten vrijelijk beschikbaar. De Literatuurstudie Jongeren en Nieuws 2006 - 2022 was ons eerste zelf geïnitieerde onderzoek, met intussen een Engelse vertaling voor verspreiding in het buitenland.

Financieel

Onderstaand een overzicht van de baten en lasten van lopend boekjaar, aangevuld met 3 maanden prognose en over 2 volledige jaren de prognose.

Financiële prognose

	<u>2023 forecast</u>	<u>2024 forecast</u>	<u>2025 forecast</u>	
Omzet	€ -	€ -	€ 50.000	
Donaties	€ 256.500	€ 265.665	€ 40.000	
Subsidies	€ -	€ 30.000	€ 220.835	
Baten	€ 256.500	€ 295.665	€ 310.835	
Personeelskosten	€(105.499)	€(140.749)	€(144.971)	
Projectkosten	€ (34.545)	€ (76.128)	€ (78.412)	
Reis- en verblijfskosten	€ (4.000)	€ (4.500)	€ (4.635)	
Besteed aan doelstellingen	€(144.044)	€(221.377)	€(228.018)	73,4%
Wervingskosten	€ (19.679)	€ (20.933)	€ (21.561)	6,9%
Personeelskosten	€ (26.353)	€ (27.386)	€ (28.207)	
Advieskosten	€ (3.000)	€ (2.000)	€ (2.060)	
Overige kosten	€ (8.764)	€ (8.365)	€ (8.616)	
Kosten beheer en administratie	€ (38.116)	€ (37.751)	€ (38.883)	12,5%
Saldo van baten en lasten	€ 54.660	€ 15.604	€ 22.372	

De beloning voor bestuurders is beperkt tot een onkostenvergoeding of minimale vacatiegelden (2023: 0 eu).

Beheer en besteding

Het vermogen van de stichting wordt te allen tijde aangewend ter verwezenlijking van de doelstellingen van de Stichting. Daarnaast zal de Stichting niet meer vermogen houden dan redelijkerwijs nodig is voor de continuïteit van de voorziene werkzaamheden ten behoeve van de doelstellingen van de Stichting.

De kosten die de stichting zal maken staan in verhouding tot de inkomsten van de stichting, eventuele toekomstige overschotten zullen terugvloeien ter bewerkstelling van de doelstellingen.

De stichting heeft geen winstoogmerk. Dit staat ook beschreven in de statuten.

Werving van inkomsten

De eigenaar van het ANP, de familie Oomen, heeft zich bereid verklaard om de stichting twee jaar te financieren, tot en met 2024. Na die twee jaar moet de stichting haar bestaansrecht hebben bewezen, hetgeen moet blijken uit de capaciteit om zelf voldoende middelen aan te trekken.

Vanaf de start is de financiering een onderwerp geweest waar bestuur en directie groot belang aan hechten. In januari 2023 is een fondsenwerver aangetrokken en is er contact gelegd met instellingen die toegang hebben tot nationale en internationale fondsen. Dit heeft geresulteerd in een partnerschap met het European Journalism Centre dat als penvoerder zal optreden richting potentiële fondsen.

In 2023 is de basis gelegd voor verscheidene inkomstenbronnen, te weten subsidies en giften evenals omzet door verkoop van de WhatZ Next jongerenagenda wat naar verwachting in 2024 al een kleine inkomstenbron gaat opleveren naast de donatie van de familie Oomen.

Vanaf maart 2025 zal de stichting naar verwachting de lasten kunnen voldoen met de zelf aangetrokken gelden.

De ontvangen gelden worden aangewend ten behoeve van de uitvoering van de doelstelling van de Stichting.