Beleidsplan #UseTheNews Nederland

2024 - 2025

Jouw stem! Jouw Nieuws!

Voorwoord **3**

Algemene gegevens en bestuur **4**
Algemene gegevens 4
Bestuurders 5

Missie en strategie **6**
Inleiding 6
Missie 7
Strategie 8

Financieel **10**
Financiële prognose 10
Beheer en besteding 10
Werving van inkomsten 11

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 er een verontrustende kloof is ontstaan tussen de huidige jongeren, die social natives worden genoemd, en het (traditionele) nieuwsaanbod. Deze visie is door vele onderzoekers en ook overheden bevestigd en verder onderschreven.

De kloof wordt gezien als een bedreiging voor de democratische rechtsorde en ook als een bedreiging voor nieuwsuitgevers op langere termijn en daarmee voor de pluriformiteit van de pers, waarvan de bescherming onder meer is vastgelegd in Europese wetgeving. Daarom werd in Hamburg het maatschappelijke initiatief #UseTheNews opgericht.

Stichting #UseTheNews Nederland heeft in de basis dezelfde multidisciplinaire aanpak met jongeren, media, wetenschappers en docenten. Echter, het inhoudelijke programma en de communicatie met de buitenwereld heeft 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.

In dit document schetst de stichting de doelstellingen, aanpak en uitwerkingen voor de periode tot eind 2025.

Algemene gegevens en bestuur

Algemene gegevens

Statutaire naam:	Stichting #UseTheNews Nederland
Zetel:	's-Gravenhage
Oprichtingsdatum:	28 oktober 2022
Statutaire doelstelling:	nieuwsmedia en jongerenelkaar 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

Onze statutaire doelstellingen zijn om:

- Het bewustzijn onder vooral jongeren te vergroten dat de vervaging tussen (onderzoeks)journalistieke en andersoortige informatie (vooral op de sociale media) een bedreiging vormt voor het democratisch stelsel. Het kunnen scheiden van zin en onzin staat aan de basis van een goed geïnformeerde maatschappij. Dat geldt juist in een maatschappij waarin jongeren zich deels afkeren van het nieuws, het nieuws minder vertrouwen of het alleen nog tegenkomen op de sociale media. Onderzoeksjournalistiek vormt hierbij een onderdeel van journalistiek.
- Jongeren uit alle lagen van de bevolking actief te engageren en te informeren om nu en ook later in volwassenheid goed en breed geïnformeerde burgers te zijn die in de snel veranderende informatie en nieuwsmaatschappij afgewogen democratische keuzes kunnen maken. Met en voor jongeren van nu later strijden tegen desinformatie en maatschappelijke polarisatie.
- Samen met jongeren actief te zorgen voor een betere connectie met betrouwbaar en pluriform nieuws en voor meer vertrouwen in het nieuws als een van de pijlers onder een democratische rechtstaat.
- Samen met jongeren en nieuwsmedia praktijkgericht uitvoering te geven aan het door Nederland getekende VN Kinderrechtenverdrag waarin het recht op begrijpelijke, pluriforme en betrouwbare informatievoorziening is opgenomen. Samenwerking levert meer begrip voor elkaar op en leidt eerder tot *nieuwswijze* jongeren die de kloof tussen jongeren en nieuws kunnen dichten.
- Kennis te verspreiden en wetenschappelijk onderzoek te entameren over jongeren en hun nieuws door nationale en internationale samenwerking met (media)onderzoeksinstituten, wetenschappers en studenten.
- Samen met het onderwijs uitvoering te geven aan de per 2025 verplichte educatie in nieuwswijsheid met een eigen schoolprogramma voor primair en voortgezet onderwijs waaraan ook (beeld)journalisten actief meewerken.

Bestuurders

Naam:	Oomen, Jacqueline Claire CathérineMarie
Geboortedatum:	06-06-1983
Datum in functie:	28-10-2022 (datumregistratie: 28-10-2022)
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd(met andere bestuurder(s), zie statuten)

Naam:	Bennis, MartijnJoris
Geboortedatum:	04-07-1967
Datum in functie:	28-10-2022 (datumregistratie: 28-10-2022)
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd(met andere bestuurder(s), zie statuten)

Naam:	Nelis, HubertusPetrus
Geboortedatum:	11-11-1967
Datum in functie:	6-10-2023
Bevoegdheid:	Gezamenlijk bevoegd(met andere bestuurder(s), zie statuten)

Missie en strategie

Inleiding

Jonge generaties - onze doelgroep zijn tieners en jongvolwassenen - verliezen het vertrouwen in de traditionele nieuwsmedia en baseren hun waarheden en opvattingen steeds vaker 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.

Betrouwbaar en dus professioneel gemaakt nieuws vormt de basis voor een goed functionerende democratie. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR. Prof. dr. Irene Costera Meijer) schreef hierover in 2023:

'Als professionele nieuwsmedia minder impact hebben op een gemeenschappelijke publieke agenda, dan wordt de kloof tussen burgers en politiek groter. Boczkowski en Mitchelstein waarschuwen ervoor dat de kwaliteit van onze democratie op het spel staat als de journalistiek minder in staat en bereid is de agenda te bepalen en nieuws te publiceren dat de macht controleert.

Een laatste bedreiging voor het democratische bestel heeft te maken met de vervaging – met name onder jongeren – van het onderscheid tussen journalistiek en andersoortige informatie, vooral als het gaat om informatie via sociale media als Instagram, TikTok en YouTube. Daar lopen genres en bronnen door elkaar heen.

Het vervagende onderscheid tussen nieuws en andere genres zou het voor jongeren moeilijker maken om zin van onzin te kunnen scheiden. Binnen de Amerikaanse context wijzen onderzoekers op de risico's van "information cacophony". Er zou zo'n overdaad zijn aan elkaar tegensprekende geluiden dat jongeren niet meer weten wie of wat ze moeten geloven en de journalistiek haar speciale status als bron voor geverifieerde informatie en waarheidsvinding verliest.'

Er zijn in Nederland zo'n drie miljoen jongeren tussen de 10 en 25 jaar. Volgens de recente #UseTheNews literatuurstudie Jongeren en Nieuws (2006-2022) en de edities 2023 en 2024 van het gezaghebbende Digital News Report van Reuters/Oxford, die wat dieper op vooral nieuwsgebruik door jongeren inzoomden, missen de meeste jongeren 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 om een strategische en multidisciplinaire aanpak om een potentieel verder groeiende kloof tussen jongeren en nieuws te verkleinen. In onze visie kan dat alleen door met jongeren aan de slag te gaan, voor jongeren.

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, de cruciale maatschappelijke rol in een democratie en de pluriformiteit van betrouwbaar nieuws staan onder grote druk. Hoewel het aandeel Nederlanders dat vertrouwen heeft in het nieuws gemiddeld relatief hoog is, daalt het juist bij jongeren. Het aandeel jongeren dat het eerder en sterk eens is met de stelling dat ze het nieuws vertrouwen, nam af van 56 procent in 2018 naar liefst 34 procent in 2022. Ook het vertrouwen in het nieuws dat ze zelf gebruiken, daalde van 67 procent in 2018 naar 45 procent in 2022.

De razendsnelle opmars van kunstmatige intelligentie in tekst en beeld dwingen nieuwsmedia daarenboven extra tot actie om relevantie te behouden en kwaliteit te verzekeren, juist en vooral voor jongeren. #UseTheNews is er voor die jongeren en wil hen helpen om goed geïnformeerd te blijven, hun plaats in de maatschappij te claimen en hun stem hoorbaar te maken. Veranderen kan alleen als jongeren echt serieus worden genomen en kunnen meepraten en meedoen.

Missie

"Jouw stem! Jouw nieuws!"

#UseTheNews heeft een maatschappelijke en brede missie die wil bijdragen aan versterking en behoud van de waarden van de rechtstaat. Onze doelen zijn om:

- Het bewustzijn onder vooral jongeren te vergroten dat de vervaging tussen (onderzoeks)journalistieke en andersoortige informatie (vooral op de sociale media) een bedreiging vormt voor het democratisch stelsel. Het kunnen scheiden van zin en onzin staat aan de basis van een goed geïnformeerde maatschappij. Dat geldt juist in een maatschappij waarin jongeren zich deels afkeren van het nieuws, het nieuws minder vertrouwen of het alleen nog tegenkomen op de sociale media.Onderzoeksjournalistiek vormt hierbij een onderdeel van journalistiek.
- Jongeren uit alle lagen van de bevolking actief te engageren en te informeren om nu en ook later in volwassenheid goed en breed geïnformeerde burgers te zijn die in de snel veranderende informatie en nieuwsmaatschappij afgewogen democratische keuzes kunnen maken. Met en voor jongeren van nu later strijden tegen desinformatie en maatschappelijke polarisatie.
- Samen met jongeren actief te zorgen voor een betere connectie met betrouwbaar en pluriform nieuws en voor meer vertrouwen in het nieuws als een van de pijlers onder een democratische rechtstaat.
- Samen met jongeren en nieuwsmedia praktijkgericht uitvoering te geven aan het door Nederland getekende VN Kinderrechtenverdrag waarin het recht op begrijpelijke, pluriforme en betrouwbare informatievoorziening is opgenomen. Samenwerking levert meer begrip voor elkaar op en leidt eerder tot nieuwswijze jongeren die de kloof tussen jongeren en nieuws kunnen dichten.

- Kennis te verspreiden en wetenschappelijk onderzoek te entameren over jongeren en hun nieuws door nationale en internationale samenwerking met (media)onderzoeksinstituten, wetenschappers en studenten.
- Samen met het onderwijs uitvoering te geven aan de per 2025 verplichte educatie in nieuwswijsheid met een eigen schoolprogramma voor primair en voortgezet onderwijs waaraan ook (beeld)journalisten actief meewerken.

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 maatschappelijke betrokkenheid van jongeren, vermindert nieuwsmijding, versterkt hun vertrouwen in nieuwsmedia en stimuleert hen om burgers te worden die bijdragen aan een goed werkende democratische samenleving.

Strategie

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

Versterken van de stem van jongeren

Met onze benadering zorgen we voor een uniek jongerenperspectief dat momenteel goeddeels ontbreekt in de gangbare nieuws- en informatievoorziening van media en andere aanbieders. We ontwikkelden 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. De initiatieven staan open voor alle jongeren uit alle lagen van de bevolking.

Ons project **NewZroom** (2025) bundelt online journalistieke content van jongeren uit Nederland en Vlaanderen waardoor we de stem van jongeren kunnen laten weerklinken op een centrale plek. Talentontwikkeling, nieuwswijze begeleiding en opdoen van ervaringen staan voorop.

Nieuwsmedia aansporen om aan en met jongeren te werken

We initiëren concrete (co-creatie-)projecten om jongerenwijsheid te bevorderen bij vooral nieuwsmedia. Dat doen we via kennisdeling met onder meer de nieuwsrubriek WhatZ Up en het platform voor ontmoetingen tussen nieuwsmakers en alle geïnteresseerde jongeren: TalkZ.

Vooral traditionele nieuwsmedia werken nog erg aanbodgedreven en innovaties zijn veelal niet gericht op jongeren of worden niet met jongeren bedacht en uitgevoerd. Met die boodschap spreken we ook op bijeenkomsten van media, gemeenten of jeugdparlementen waarvoor we steeds vaker worden uitgenodigd. Met de twee grote gemeenten Den Haag en Utrecht hebben we intussen samenwerkingen opgezet.

Met **WhatZ Next** bieden we samen met het ANP, een van onze mediapartners, en de Hogeschool Windesheim een *constructieve* jongeren-contentagenda aan die professionele nieuwsredacties en al onze

jongeren ondersteunt om creatieve en meer op maat content te kunnen maken voor jongeren. We brengen ook bestaande initiatieven samen en delen (internationale) kennis en inzichten met media, onderzoekers, jongerenwerkers en beleidsmakers die ons volgen. We initiëren praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek en volgen en adviseren op verzoek, ook met onze jongeren, intussen bij grote projecten voor jongerenjournalistiek in heel Nederland.

We maken, samen met partners als het European Journalism Center en de buitenlandse zusterorganisaties, inspirerende Europese nieuwsmedia-initiatieven gericht op jongeren en nieuwswijsheid vindbaar op één plek. Op deze manier kunnen alle professionele nieuwsredacties en andere geïnteresseerden de geleerde lessen uit deze initiatieven gebruiken om jongeren te bereiken en te betrekken.

Jongeren helpen om nieuwswijzer te zijn

#UseTheNews @ School is onze educatieve pijler waarin we nauw samenwerken met belangrijke onderwijs en educatiepartners als Beeld en Geluid op School, het Netwerk Mediawijsheid en de CED Groep. Intussen hebben al duizenden leerlingen in Nederland kennis gemaakt met onze gratis onlinelessen en met het programma **ImageZ**. Dat is een gratis lesprogramma dat draait om de impact van beelden in het nieuws. De lessen leiden naar de komst van een journalistieke beeldmaker naar de klas. #UseTheNews is de enige die dat momenteel aanbiedt aan scholen.

In 2025 volgen nieuwe initiatieven met onder meer dagelijkse nieuwsfoto's voor bespreking in klassen.

Bij alle onderdelen geldt dat we een actieve bijdrage van nieuwsmedia bevorderen. Educatie over media- en nieuwswijsheid is per schooljaar 24/25 verplicht op scholen en #UseTheNews draagt daaraan actief bij.

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 beter gehoord en vertegenwoordigd voelen. Steeds meer media staan open voor dergelijke aanpak.

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 journalisten, lectoraten, wetenschappelijk 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 en entameert wetenschappelijk 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. Nieuwe wetenschappelijke onderzoeken waaraan #UseTheNews bijdraagt zijn in voorbereiding voor 2025 en daarna.

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

	2023 actuals	2024 forecast	2025 forecast
Omzet	€ -	€ -	€ 40.000
Donaties	€ -	€ 265.665	€ 35.000
Subsidies	€ -	€ 30.000	€ 210.000
Baten	**€ -**	**€ 295.665**	**€ 285.000**
WhatZ Up	€ (52.854)	€(140.749)	€ (82.000)
WhatsZ Next	€ (46.274)		€ (30.000)
NewsZees	€ (21.371)	€ (76.128)	€ (70.000)
@ School	€ (21.759)	€ (4.500)	€ (24.200)
Besteed aan doelstellingen	**€(142.258)**	**€(221.377)**	**€(206.200)**
Wervingskosten	**€ (28.579)**	**€ (20.933)**	**€ (21.000)**
Personeelskosten	€ (26.392)	€ (27.386)	€ (27.000)
Advieskosten	€ (4.627)	€ (2.000)	€ (2.500)
Overige kosten	€ (14.217)	€ (8.365)	€ (5.000)
Kosten beheer en administratie	**€ (45.236)**	**€ (37.751)**	**€ (34.500)**
Saldo van baten en lasten	**€(216.073)**	**€ 15.604**	**€ 23.300**

De beloning voor bestuurders is beperkt tot een onkostenvergoeding of minimale vacatiegelden (2024: 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 vermogenhouden 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 bewerkstelliging 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.