

Beantwoording vragen VVD door Stichting GoudaFM

1. GoudaFM heeft het voornamelijk over Facebook-bereik. GoudaFM graag aangeven welke succesvolle praktijkvoorbeelden er zijn om via social media zoals Youtube, Instagram etc. doelgroepen bereikt te hebben met specifieke programma's/thema's

Wij brengen nieuws en (onderzoek)journalistiek via onze website GoudaFM.nl, Spotify(en andere Podcast platforms), Twitter, Facebook & Instagram. Op onze website kun je zowel radio luisteren als TV kijken. Via Spotify kun je de podcast "Goudse Journalisten" beluisteren.

Afhankelijk van het onderzoeksonderwerp behandelen wij verschillende lokale thema's en brengen maatschappelijke misstanden aan het licht. Voorbeelden: "Rubbergranulaat op de Goudse sportvelden", "Komst van de Gouwe Huse", "Turfmarktkerk affaire", "oorzaak brand bij Croda", "effecten Gouda eerder van het gas af", "afval scheiden loont", "problemen bij Savelberg tijdens corona" of de "zinkende stad". Iedere week verschijnen er nieuwe producties.

Wij zijn van mening dat de taak van de lokale omroep ligt bij het maken van journalistieke producties en onafhankelijk nieuws. Hierbij is het belangrijk dat het bestuur of leiding onafhankelijk is en geen banden heeft met de lokale politiek.

Media is al lang niet meer voorbehouden aan de lokale omroep, krant of een landelijke omroep. Ieder individu is 'zijn eigen mediabedrijf', die met een druk op de knop de hele wereld kan bereiken. Vele organisaties hebben hun eigen "knop" ontwikkeld om hun leden rechtstreeks te bereiken. Daar hebben ze de "zender" van de lokale omroep (of een postbode) niet meer voor nodig. Voorbeelden ten over bij de kerken (online kerkdiensten) en vele sportverenigingen. De uitdaging die voor ons ligt zit hem meer in het zoeken naar een samenwerking zodat informatie die voor een bredere doelgroep relevant is, toch ontsloten kan worden voor deze bredere doelgroep.

Een lokale mediavoorziening heeft pas zin of nut als deze ook in staat is om de mensen te bereiken. Dit kun je doen via eigen platformen of door samen te werken met anderen waardoor je bereik vergroot. Dit is een van de effecten van de RedactieHub waarbij nieuws gedeeld wordt op de platformen van alle deelnemers.

Bereik krijg je door altijd actueel te zijn. Nieuws ontwikkelt zich 24h per dag en je moet het melden als het gebeurt en niet na een dag of week. De lat ligt hoog, de afnemers zijn gewend aan een hoge snelheid en kwaliteit, geleverd door grote internationale bedrijven. De lokale mediavoorziening wordt langs diezelfde lat gelegd en op grond hiervan beoordeeld door de "klant" op zijn waarde, nut en noodzaak. Een grote opgave voor een vrijwilligersorganisatie met een zeer klein budget.

Bereik creëer je door je online-activiteiten. Daar waar de inwoners in hun vrije tijd informatie ophalen moeten ze GoudaFM online kunnen vinden. Radio en TV zijn een aanvulling hierop. Het snoepje, de kers op de taart. Lekker, maar niet noodzakelijk. De kurk waar het bereik van de lokale mediavoorzienig op drijft is online. Voor lokale media heeft onlinemedia de "old school" radio en televisie al lang verslagen. Op

landelijk niveau is dat hetzelfde: het YouTube programma “Boos” heeft recent meer kijkers gehaald (10,2 miljoen) dan een Tv-programma de afgelopen 10 jaar op de conventionele Tv-zenders. Dat is een van de belangrijkste redenen dat de huidige mediawet lokale mediavoorzieningen niet meer verplicht om een radiostation of TV-station te beginnen.

2. Wat was het grootste samenwerkingssucces van 2021 voor Gouwestad en GoudaFM en welke doelen zijn daarbij behaald?

- De samenwerking met de Goudse inwoners is ons grootste succes. Wij betrekken de Goudse inwoners bij ons journalistieke werk. We stellen ze vragen via sociale media, organiseren ontmoetingsmomenten of benaderen ze rechtstreeks. Maar het is een tweerichtingscommunicatie, de inwoners zoeken ons ook op. Elke dag ontvangen wij tips, verhalen en zorgen van de inwoners. Het aantal geschreven reacties op Facebook van meer dan 6000 afgelopen jaar maakt dit ook zichtbaar. Burgerparticipatie in ons journalistieke werk staat voorop. Het is ook een van de motivaties om door te gaan als publieke lokale mediavoorziening na 10 jaar te hebben gehuisd onder de categorie “commercieel”.
- In 2021 is onze mooiste productie Koningsnacht 2021 geweest. In een zeer kort tijdsbestek hebben we samen met Massevents een, vinden wij, zeer geslaagde TV-avond gemaakt. Live vanuit de radiostudio's van GoudaFM met optredens van artiesten op diverse locaties in de stad. Met deze productie hebben een positief alternatief kunnen bieden aan de inwoners tijdens de lock-down.
- Het gehele jaar 2021 (en ook in 2020) hebben we elke werkdag tussen 17-18h de Corona Update gemaakt live op de radio. Tijdens dit uur werd elke dag de actuele lokale, regionale, landelijke en wereldwijde ontwikkelingen rondom corona besproken en in perspectief gezet. Hiermee hebben we ons steentje bijgedragen in onafhankelijke berichtgeving tijdens deze pandemiecrisis. Ook heden doen we dit nog steeds.
- Bijzonder is de €810 euro die de programmamakers van GoudaFM hebben opgehaald voor de Stichting Muziekkids. Maar ook de bijdrage die we hebben kunnen bieden aan de actie “Gouda Geeft Door” waarbij ondernemers gratis spullen gaven aan de minder bedeelden in Gouda tijdens de lock-down in februari 2021. In 2020 waren we Partner van de maand in de “Gouda Goed Bezig” actie van Sport-Punt-Gouda.
- In december 2021 hebben we een uniek samenwerkingsproject gehad met alle in Gouda werkende media (het Kontakt, Gouds Dagblad, IndeBuurt) om met mooie verhalen uit Gouda bij de inwoners onder de aandacht te brengen. Samen hebben we verschillende journalistieke producties gemaakt en met elkaar gedeeld. Een samenwerking die wellicht ook een mooie insteek kan zijn voor Gouda750.

3. Welke (beluisterde/bekeken) programma's / thema's via Social Media heeft Gouwestad in 2021 tot het meeste succes gebracht?
4. Welke innovaties heeft zowel Gouwestad als GoudaFM nog voor ogen voor dit jaar?

Als wij de lokale mediavoorziening van Gouda mogen worden dan gaan we onderzoeken hoe we TikTok (de meest bezochte website ter wereld in 2021) en Spaces (het nieuwe community platform van Twitter) kunnen integreren in lokale journalistiek.

Als redactie hebben we de agile redactiemethode ontwikkeld en deze verfijnen we elke week. Iedere dag dat onze journalisten onderzoek doen over actuele onderwerpen in Gouda leren wij weer iets nieuws en experimenteren we met nieuwe methodes om de inwoners bij onze onderzoeken te betrekken. Onderzoeken die impact hebben op de samenleving en misstanden blootleggen. Zonder onderzoeksjournalistiek was de "toeslagenaffaire" of het falend toezicht op de chemische fabriek Croda nooit aan het licht gekomen. Daarnaast zijn we in voorbereiding voor een Europese samenwerking tussen verschillende gelijksoortige steden als Gouda voor een specifiek onderzoek.

Onze verantwoordelijkheid als "vierde macht" van de democratie vatten wij serieus op en daar werken we elke dag aan.