



Beleidsplan Youth News Foundation

Inhoud

0.	Inleiding.....	1
1.	Visie: wat vinden wij?.....	2
2.	Missie: wat willen we bereiken?	2
3.	Huidige situatie en ambitie	3
3.1	Wat is het probleem?	3
3.2	De start	3
3.3	Doelen 2018-2019	4
4.	Strategie: hoe gaan we verder?	4
4.1	Inhoudelijke activiteiten de Youth News Foundation	4
5.	Ontwikkeling organisatie.....	7
5.1	Naamsbekendheid.....	7
6.	Netwerk.....	8
7.	Financiering	8
8.	Cijfers.....	8
9.	Conclusie	10

0. Inleiding

Dagelijks gaat het wereldnieuws over kinderen. Meisjes ontvoerd in Nigeria, tienduizenden kinderen op de vlucht voor IS, honderdduizenden als slachtoffer van ebola. Zelden of nooit komen deze kinderen zelf aan het woord. Honderden verslaggevers en correspondenten reizen de wereld over om het nieuws te verslaan. Geen één van hen heeft speciale aandacht voor kinderen.

Afschrikwekkende nieuwsberichten, de kranten staan er vol van. Journaals, actualiteitenrubrieken, kranten en tijdschriften besteedden er dag in dag uit aandacht aan. Het nieuws gaat vaak over kinderen, maar wordt verteld door volwassenen. Zij praten over kinderen, terwijl het verhaal in de meeste gevallen beter door de kinderen zelf verteld kan worden.

Journalisten stellen per definitie vragen aan volwassenen. Dat is vertrouwd, snel en vaak ook voorspelbaar. Verslaggevers en correspondenten hebben meestal geen tijd, kennis of mogelijkheid kinderen aan het woord te laten. Kinderen hun verhaal laten vertellen is een vak apart. Kijkers en luisteraars horen, zien en lezen juist graag het verhaal van kinderen zelf. Er is dus een gebrek aan kinderverhalen in de volwassen- en jeugdjournalistiek.



The Youth

Een twintigtal Jeugdjournaals brengt wereldwijd nieuws voor kinderen. In hun eigen land laten ze kinderen aan het woord. Bij internationale gebeurtenissen is dat niet het geval. Jeugdjournaals afzonderlijk hebben geen budget om zelf naar nieuwsgebieden te reizen. Hun vraag naar kinderverhalen is groot, maar aanbieders zijn er niet. Niet alleen in de jeugdjournalistiek, juist ook in de volwassen nieuwsrubrieken verdienen kinderen een plek.

De Youth News Foundation is opgericht om het structureel mogelijk te maken om deze nieuwsverhalen van, met en over kinderen vast te laten leggen. De YNF staat voor kwaliteit, onafhankelijkheid en betrouwbaarheid en denkt altijd vanuit het kind.

1. Visie: wat vinden wij?

De Youth News Foundation vindt dat kinderen recht hebben op een stem. Juist als het gaat om ingrijpende gebeurtenissen in de wereld. Kinderen moeten zelf hun verhaal vertellen en dit verhaal moet een podium krijgen in de media. Wij vinden dit belangrijk omdat:

- A. Kinderen hun verhaal eerlijker, puurder en duidelijker overbrengen dan wanneer het wordt vertolkt door volwassenen.
- B. Kinderen een andere kijk op de wereld hebben. Hun verhaal zal kijkers, lezers en luisteraars door andere ogen naar een situatie laten kijken.
- C. Door kinderen te betrekken bij grote gebeurtenissen bevorderen we bij zowel de jonge kijker als de kinderen om wie het gaat het gevoel van eigenwaarde. Het zal de volwassen kijker laten zien dat het zinvol is echt naar kinderen te luisteren.
- D. Uit onderzoek blijkt dat kinderen het nieuws beter tot zich nemen als het verteld wordt door of via leeftijdsgenoten.

2. Missie: wat willen we bereiken?

De Youth News Foundation wil:

- kinderen een stem geven door ingrijpende gebeurtenissen in de wereld via jeugdjournalistiek zichtbaar te maken.
- structureel aanbod creëren voor journalistieke organisaties en publiek, zodat de stem van kinderen op termijn minder afhankelijk is en blijft van beschikbare budgetten of aanwezige kennis en ervaring.
- zich - om dit te realiseren - ontwikkelen tot een onafhankelijk organisatie die via sociale media, jeugdjournaals en andere journalistieke organisaties verhalen van, en door kinderen aan een groot publiek wil aanbieden.
- Niet alleen zelf verhalen laten maken, maar ook kinderverhalen verzamelen, zodat de Youth News Foundation de plek wordt waar journalisten en publiek terecht kunnen om hulp te krijgen om betrouwbaar, onafhankelijk en toegankelijk kindernieuws op te tekenen.



The Youth

- Met deze verhalen willen YNF trachten ook namens alle kinderen bijvoorbeeld wereldleiders aan te spreken.

De Youth News Foundation zal ook zelf de onafhankelijke nieuwsreportages onder de aandacht van een internationaal publiek gaan brengen. Een site en app zijn daarvoor de basis.

Als aanjager stimuleert, activeert en ondersteunt de YNF (jeugd)journalistieke organisaties, omroepen en programma's.

Als kenniscentrum helpt de YNF belangenorganisaties voor kinderen en overheden.

De missie van het Youth News Foundation kent geen landgrenzen. Wij werken voor en met kinderen in alle landen.

3. Huidige situatie en ambitie

3.1 Wat is het probleem?

Bij grote nieuwsgebeurtenissen reizen tientallen en soms honderden verslaggevers en correspondenten van over de hele wereld naar de plek waar het nieuws zich afspeelt. Toch maken zij zelden of nooit verhalen met kinderen. Redenen hiervoor zijn:

- Budgettair: Jeugdjournaals wereldwijd hebben minder financiële middelen dan 'volwassen' organisaties. Zij kunnen meestal geen reportagereizen maken.
- Tijd: buitenlandse correspondenten worden overvraagd door de nieuwsorganisaties waar ze voor werken en hebben ter plaatse geen tijd om speciale reportages met kinderen te maken.
- Professioneel: jeugdjournalistiek is een uniek vak. Dat vereist andere kwaliteiten in vergelijking met volwassen journalistiek.
- Vraag: Kinderen zijn een blinde vlek in de journalistiek. Journalisten en programma's wereldwijd vergeten kinderen aan het woord te laten. Het aanbod van kinderverhalen creëert de vraag.

3.2 De start

De Youth News Foundation is een **onafhankelijke** organisatie die een unieke positie inneemt in het mogelijk maken van de wereldwijde kindernieuwsjournalistiek. De basis voor deze unieke positie vormt het feit dat de Youth News Foundation is opgericht om een belang te dienen:

Kinderen een stem geven bij belangrijke gebeurtenissen in de wereld die ook hun toekomst beïnvloeden, door een structureel aanbod van onafhankelijke jeugdverhalen te ontwikkelen.

Vanwege haar unieke positie kan de Youth News Foundation verbindend denken, waardoor snel dwarsverbanden kunnen worden gelegd tussen onderwerpen, aanpak en organisaties die nu al een rol spelen.



The Youth

In al haar handelen stelt het Youth News Foundation het verhaal van het kind centraal. YNF gaat uit van de 'open mind' die kinderen hebben. Kinderen ervaren grote nieuwsgebeurtenissen vaak anders dan volwassenen. Zij zijn meer onbevangen in het vormen en uiten van hun mening en helpen zo ook volwassenen om open te staan voor andere perspectieven en denkbeelden.

Het vraagt vastberadenheid om deze vernieuwende maar noodzakelijke aanpak in een al druk speelveld te laten landen en concreet te maken en juist dat speelveld blijvend te voeden.

Bedenker Tako Rietveld weet als geen ander hoe het is om kinderen hun verhaal te laten vertellen. Met ruim tien jaar ervaring als verslaggever voor het NOS Jeugdjournaal ziet hij ook precies waar de kansen, mogelijkheden en valkuilen liggen.

3.3 Doelen 2018-2019

Het doel voor 2018 ligt op het laten maken en verspreiden van jeugdverhalen rond grote internationale nieuwsgebeurtenissen. Na deze eerste fase wil de Youth News Foundation verder aantonen dat haar missie bestaansrecht heeft, zodat zij zich kan ontwikkelen tot een professioneel ondersteunende organisatie voor allen die op een serieuze manier kindernieuws onder de aandacht van het grote publiek willen brengen. Via moderne media zullen belangenorganisaties, stichtingen, charitatieve instellingen, (semi)overheden en publiek over de hele wereld de YNF gevraagd worden om financiële ondersteuning te verlenen om het mogelijk te maken haar doelstellingen te verwezenlijken.

De belangrijkste speerpunten voor de korte termijn zijn:

1. Het vergroten van het aanbod jeugdverhalen
2. De aandacht verhogen door de verhalen op meer plekken – wereldwijd - aan te bieden
3. Creëren van voldoende financiële speelruimte om de ambitie de komende jaren waar te maken
4. Verder opzetten van een professionele organisatie
5. Ontwikkelen van app over kindernieuws
6. Creëren van naamsbekendheid
7. Ondersteuning van Jeugdjournaals en platforms van sociale media opgezet door andere organisaties.

4. Strategie: hoe gaan we verder?

4.1 Inhoudelijke activiteiten de Youth News Foundation

Alle activiteiten van het Youth News Foundation worden uitgevoerd met hetzelfde doel: kinderen een stem geven bij belangrijke gebeurtenissen in de wereld en ze zelf hun verhaal laten vertellen. Hiervoor:

1. Laten ontwikkelen, verzamelen en verspreiden wij nieuwsreportages



The Youth

2. Ondersteunen wij (jeugd)journalistieke organisaties en platforms
3. Ondersteunen van belangenorganisaties voor kinderen.

4.1.1. Ontwikkelen nieuwsreportages

Wat is de huidige situatie?

Europese Jeugdjournaals hebben behoefte aan meer kinderverhalen. Zeker waar het groot nieuws betreft. Daar is ook budget voor beschikbaar bij NOS (NL), BBC (GB), ZDF (D), VRT (BE), RTBF (BE), NRK (NO), SVT (ZW), YLE (FIN).

Ook de Jeugdjournaals die zijn opgezet door de Nederlandse stichting Free Press Unlimited (FPU) willen de beelden graag gebruiken en de verhalen uitzenden. Budgetten zijn vaak klein, maar veel kleine beetjes helpen.

Free Press Unlimited (FPU) start nog steeds Jeugdjournaals op. Na oa Ghana, Peru, Nepal, Zuid Afrika en Suriname begon in 2015 een Jeugdjournaal in Brazilië. De Youth News Foundation kan FPU ondersteunen met inhoudelijke kennis, ervaring en kwalitatief sterke verhalen.

Ook in de volwassen journalistiek is behoefte aan goede kinderverhalen. Op websites blijkt dat verhalen met kinderen meer worden bekeken dan verhalen zonder. Het publiek heeft dus behoefte aan deze verhalen. Contacten moeten gelegd worden met CNN, Al Jazeera, CCTV en anderen.

Wat gaan we hiermee doen?

Het grootste belang is dat er aanbod komt van kinderverhalen. Deze reportages laten we maken en verspreiden naar de verschillende media. Dit gaat digitaal. Een zogenaamd 'dopesheet' in het Engels dat per mail of anderszins is bijgevoegd, geeft aan wat er op het beeld te zien is. Er staat letterlijk uitgeschreven wat de kinderen vertellen. Zo is voor alle landen een eigen vertaling of ondertiteling te maken.

Als YNF verzamelen we zelf ook het kindernieuws van over de gehele wereld. Dat is via onze site en app voor iedereen te vinden. Het zou de eerste plek met wereldwijd kindernieuws zijn.

Journalisten, programma's en andere geïnteresseerden zullen dit platform snel weten te vinden als bron voor betrouwbaar kindernieuws. Interessant voor Amerika, Australië, Europa en alle (Engelstalige) landen daar tussenin. Later ook voor China, Spaanstalige en overige landen.

4.1.2. Ondersteuning (jeugd)journalistieke organisaties

Wat is de huidige situatie?

Op dit moment werkt Tako Rietveld als Kindercorrespondent en het World Kids News Agency samen met verschillende (jeugd)journalistieke organisaties en programma's:

- NOS (Nederland) met het Jeugdjournaal
- NTR/NOS (Nederland) met het Weekjournaal - ZDF (Duitsland) met Logo!
- VRT (België) met Karrewiet
- SVT (Zweden) met Lilla Aktuellt
- YLE (Finland)
- Free Press Unlimited met Jeugdjournaals



The Youth

- Kidsweek
- 7Days
- Journal Des Enfants

Deze programma's en kranten zijn bereid structureel verhalen af te nemen. Andere programma's zijn geïnteresseerd en worden mogelijk toekomstig samenwerkingspartner. Free Press Unlimited wil graag op verschillende vlakken gaan samenwerken. Met de Europese Jeugduitwisseling YNE (Youth News Exchange) van Eurovision zijn gesprekken.

Binnen de journalistiek bestaat wereldwijd veel steun en sympathie voor dit initiatief.

Nederland heeft overigens per definitie een goede naam als voorloper en aanjager in de Jeugdjournalistiek. De Youth News Foundation is als financier een nu nog ontbrekende schakel.

Wat gaan we doen?

We verstevigen de band met deze organisaties en leggen contact met programma's, omroepen, zenders en nieuwsbedrijven wereldwijd die ook geïnteresseerd zijn in kinder verhalen. Hierdoor worden aandacht en afname groter en is het mogelijk verder te groeien. Het gaat hierbij niet alleen om televisieprogramma's, maar ook om kranten, tijdschriften en andere nieuwsuitingen.

De kennis en kunde van de Youth News Foundation is uniek. Door deze positie goed neer te zetten kan de YNF zich positioneren als spil in de wereldwijde jeugdjournalistiek.

4.1.3. Begeleiden van belangenorganisaties voor kinderen

Wat is de huidige situatie?

Organisaties als UNICEF, Save the children, WarChild en Terre Des Hommes erkennen ook dat kinderen zelden zelf hun verhaal vertellen. Ook zij zien dat graag veranderen. Door samen te werken in de breedste zin van het woord kunnen we meer kinderen aan het woord laten. Een wederzijds belang.

Wat gaan we doen?

We gaan verder het gesprek aan met organisaties die met of voor kinderen werken om nieuwe initiatieven te ontplooiën of lopende projecten uit te breiden. Te denken valt aan:



- UNICEF
- Warchild
- SOS Kinderdorpen
- War Child
- Plan Nederland
- Rode Kruis

The Youth

- KidsRights
- Lilianefonds
- Save the Children
- Wereld Natuur Fonds
- Postcode Loterij
- Terre des Hommes

Als Youth News Foundation kunnen we deze organisaties een platform bieden om specifieke kinderverhalen voor het voetlicht te brengen. De YNF zal te allen tijde de journalistieke onafhankelijkheid proberen te borgen. De Youth News Foundation is geen verlengstuk van deze goede doelen, wel kan een professionele wisselwerking ontstaan.

Daarnaast is ook samenwerking mogelijk met organisaties of personen die de belangen van kinderen hoog in het vaandel hebben. Zoals Wereldvoetbalbond FIFA, het Internationaal Olympisch Comité, verschillende overheden en kinderombudsmannen.

5. Ontwikkeling organisatie

5.1 Naamsbekendheid

Naamsbekendheid van de Youth News Foundation is geen doel op zich. Wel is het essentieel voor het bereiken van het doel. Om goede reportages op locatie te laten maken is lokale (logistieke) ondersteuning van groot belang. Hiervoor moet de Youth News Foundation bekendheid krijgen bij internationale organisaties. Daarnaast staat of valt het succes van de YNF met het daadwerkelijk onde aandacht brengen van de gemaakte reportages. Ook hiervoor moet de YNF naamsbekendheid krijgen bij (jeugd)journalistieke organisaties.

5.2 Professionele organisatie

Team

Het is mogelijk de YNF organisch te laten groeien. Reportages laten maken en verspreiden is mogelijk met één verslaggever die een cameraman inhuurt. Hoe meer taken erbij komen, hoe meer mensen erbij komen. Een redactie die nieuwsverhalen verzamelt, verspreidt, maakt en verkoopt bestaat al snel uit 10 personen.

Bezetting 2018

Ideale situatie in (part time) dienst (al dan niet beloond):

- Creatief directeur, boegbeeld en promotor
- Zakelijk en financieel directeur
- Projecten coördinator Freelance:
- Fondsenwervers / redacteurs / IT-ers

Overig (naar behoefte in te schakelen):

- Stagiaires
- Trainers



The Youth

6. Netwerk

De Youth News Foundation wil al haar energie richten op het bereiken van haar doelen. Op dit moment is er wereldwijd geen nieuwsorganisatie die op deze manier de stem van kinderen laat horen. Dit betekent echter niet dat de YNF, door het slim opbouwen van een internationaal netwerk veel kan leren van andere organisaties en hiermee kan voorkomen dat het wiel opnieuw wordt uitgevonden.

7. Financiering

Voor haar financiering heeft het Youth News Foundation fondsen nodig. Dit om in staat te zijn in korte tijd een professionele organisatie neer te zetten die een unieke positie inneemt in de wereldwijde journalistiek. De YNF heeft niet als doel winstgevend te worden. Wel om het eerste, grootste, bekendste en belangrijkste kindernieuwsinstituut ter wereld te zijn. Bij het genereren van de eerste financiering is te denken aan:

A. Sponsors

Een aantal kleinere sponsors kan projecten of onderdelen ondersteunen. Financieel of met deskundigheid. Scholen, bedrijven of instanties kunnen zich verbinden aan een reportagereis. Mits de onafhankelijkheid niet in het geding komt.

B. Overheden

Landelijke overheden, alsmede de EU en de VN hebben budgetten om kinderen aan het woord te laten. Er is op verschillend gebied samenwerking mogelijk.

C. Crowdfunding

Door wereldwijde sympathie voor dit project zijn de reportages ook te financieren middels crowdfunding.

8. Cijfers

Om opstart goed te kunnen doen is een initiële investering van 50.000 euro wenselijk. Hiervoor zal een separate financier / donateur gevonden moeten worden.

	2018
Opstartkosten	10.000
Huisvesting	10.000
Hard en Software	20.000
Ontwikkeling	10.000
Investerings	50.000

Om de organisatie professioneel en grootschalig op te zetten laat een gefundeerde berekening zien dat er jaarlijks 275.000-350.000 euro nodig is. Hiermee worden reportagereizen gefinancierd, personeelsleden betaald, huisvesting en overige kosten gedekt en een wereldwijd journalistiek netwerk opgezet.



The Youth

		2018	2019	2020
Directeur Fulltime		60.000	60.000	60.000
Zakelijke Directeur (PT)		24.000	24.000	24.000
Projectcoördinator (PT)		20.000	20.000	20.000
Freelancers		16.000	16.000	16.000
Personele kosten		120.000	120.000	120.000
Cameraman	6.000			
Reiskosten	3.500			
Verblijfkosten	2.500			
Fixer / Tolk	1.000			
Verzekering	1.000			
Lokale kosten	1.000			
Kosten rapportage reis	15.000			
Aantal Reizen 2018	8	120.000		
Aantal Reizen 2019	10		150.000	
Aantal Reizen 2020	12			180.000
Verzekeringen		20.000	20.000	20.000
Administratie en Advies		15.000	15.000	15.000
Overige Kosten		155.000	185.000	215.000

Opbrengsten worden gebruikt om de kosten te dekken en waar financieel mogelijk de organisatie verder uit te breiden. Hoe meer opbrengsten, hoe beter het gaat met de organisatie, hoe groter we kunnen groeien. De eerste drie jaar zullen zwaar worden, daarna kan het Youth News Foundation op eigen benen staan. Genoemde subsidies en donaties zijn sterk afhankelijk van de ANBI status.

Dekking		2018	2019	2020
Verkoop rapportages @ 2,000		60.000	80.000	100.000
Individuele opdrachten		25.000	40.000	50.000
Donaties n.a.v. ANBI		75.000	85.000	100.000
Subsidies		100.000	100.000	100.000
		260.000	305.000	350.000
Exploitatiesaldo		-15.000	0	15.000

Uiteraard worden kosten niet uitgegeven, personeel niet aangesteld voor de middelen minimaal zijn toegezegd.



The Youth

Per verhaal kan per omroep zeker € 1.000 worden gevraagd. Hoe meer omroepen het verhaal aankopen, hoe meer opbrengsten er zijn. Een uitgebreide, exclusieve reportage kan € 5.000 opleveren.

De kosten per reis zijn goed te berekenen. De opbrengsten zijn in de aanloopfase slecht in te schatten. Verwachting is het eerste jaren ca. 8-12 reizen te maken waaruit zo'n 20-30 reportages rollen. De opbrengsten daarvan kunnen het eerste jaren uiteenlopen van 60 tot 100-duizend euro.

De vraag zal de komende jaren steeds groter worden door het groeiend aantal Jeugdjournaals, het groeiende netwerk, de naamsbekendheid en de positionering.

9. Conclusie

De Youth News Foundation is een organisatie dat een niet bestaand aanbod van kwalitatief hoogwaardige kinderverhalen gaat creëren. Het succes is volledig afhankelijk van samenwerking met en steun door programma's, omroepen, belangenorganisaties en fondsen.

Door universeel enthousiasme over dit project en door wederzijdse belangen met verschillende (journalistieke) organisaties kan de groei snel gaan. De opbrengsten zullen parallel lopen aan de groei en daardoor de geen extra grote donaties vergen.

Journalist, ondernemer en bedenker Tako Rietveld kan en wil de creatieve leiding van de organisatie op zich nemen. Daarnaast zal een sterk zakelijk leider de opbouw van de organisatie, financiering en eventuele partnerships in goede banen moeten leiden. Bevoegen medewerkers op redactie, projectbureau en IT zijn de kwalitatieve fundering van de organisatie.

De Youth News Foundation zal een wereldwijde verandering teweeg brengen waardoor er vanuit journalistiek, politiek en samenleving meer aandacht komt voor het verhaal