

Media-aanbodbeleid 2025 – 2030

Lokale Content
van Wereldbelang



Omroep
Tilburg

Bestandsgegevens

Auteur

Bestuur en (hoofd)redactie van Omroep Tilburg

Datum

Augustus 2024

Versie

4.0

Status

DEF

Inhoud

1. Inleiding	4
1.1 Wettelijk kader	5
1.2 Missie en visie	5
1.3 Demografische gegevens en culturele cohesie	
1.4 Lokaal Toereikend Media Aanbod	10
1.5 ICE-norm	12
1.6 Redactionele visie	12
1.7 Samenwerking met externe partijen en interactie met inwoners	16
 2. Mediaproducten	 19
2.1 Doelstelling	19
2.2 Geschreven content	20
2.3 Audiocontent	22
2.4 Videocontent	25
 3. Mediakanalen	 27
3.1 Doelstelling	27
3.2 Platformen	27
3.2.1 Website	27
3.2.2. Radio	29
3.2.3 Televisie	30
3.2.4 App	30
Pushmeldingen	30
3.3. Sociale Media	30
 Bijlage	 36
1 Programmering radio 2024	36
2 Programmering televisie 2024	37
3 Gegevens bereikonderzoek 2024	38

1. Inleiding

De televisie-, online- en radioprogramma's van Omroep Tilburg richten zich sterk op lokaal nieuws, cultuur, ondernemers, sport en variëteit. Hierbij proberen we zoveel mogelijk inwoners van ons uitzendgebied te bereiken. Ieder uitzendmedium kent echter eigen gebruikersgroepen en daar zijn wij ons van bewust. In dit Media-aanbodbeleid 2025-2030 definiëren we de

aandachtspunten voor ons aanbod, zowel nu als in de komende jaren¹. Dit als onderdeel van het overkoepelende beleidsplan 2025-2030, zoals opgesteld als onderdeel van de aanvraag voor een nieuwe [lokale omroeplicentie bij het Commissariaat voor de Media](#).

Het Programmabeleid Bepalend Orgaan (PBO) speelt een cruciale rol in het Media-aanbodbeleid van Omroep Tilburg. Dit beleid vormt immers de basis voor de programmatische keuzes die we maken voor al onze mediakanalen. Deze keuzes worden jaarlijks geactualiseerd, vastgesteld en aan het einde van ieder jaar geëvalueerd. Recentelijk is het PBO-ledenbestand van Omroep Tilburg gedeeltelijk vernieuwd om toekomstbestendig te blijven in het veranderende medialandschap. Het PBO van onze omroep heeft zijn basis in Tilburg, maar strekt zich langzaam maar zeker steeds verder uit naar de [regio Midden-Brabant](#)². Dit met het oog op de vorming van een streekomroep, zoals landelijk ingezet door de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen ([NLPO](#)).

Omroep Tilburg is zich bewust van de impact van deze voor het lokale medialandschap ingrijpende verandering en overlegt al enkele jaren met omliggende zenders om dit stapsgewijs te realiseren. Dit heeft inmiddels geleid tot een intensieve samenwerking met [Langstraat-Media](#). Recentelijk is deze samenwerking door het [Stimuleringsfonds voor de Journalistiek](#) (SvdJ) beloond met 250.000 euro voor journalistieke professionalisering, gelijk verdeeld over beide zenders. Hoewel Omroep Tilburg dus zeer betrokken is bij de vorming van een streekomroep, is het onderhavige Media-aanbodbeleid vooralsnog gericht op de aanwijzing tot lokale media-instelling voor de [gemeente Tilburg](#).

In onze Perspectiefnota Omroep Tilburg 2019 – 2024 werden een zestal inhoudelijke programmalijnen onderscheiden:

1. Programmalijn Voedseltransitie
2. Programmalijn Zorg & Welzijn
3. Programmalijn Circulaire Economie & Energietransitie
4. Programmalijn Lokale Democratie
5. Programmalijn Cultuur
6. Programmalijn Varia - 'DNA van de stad'

In de komende licentieperiode streven we naar een verder uitbouwen daarvan. De tegelijkertijd ingeslagen weg naar een professionalisering van de organisatie (in al zijn geledingen) willen we continueren en daar waar mogelijk uitbouwen. Bijvoorbeeld op het gebied van de onderzoekjournalistiek of de uitbouw van onze sociale media inzet.

¹ De hoofdstukindeling is gebaseerd op het [NLPO-voorbeeldmodel 2023](#).

² Zie de overzichtslijst PBO-leden Omroep Tilburg d.d. 21-7-2024.

1.1 Wettelijk kader

Het PBO heeft de taak om het media-aanbodbeleid van onze lokale omroep vast te stellen en te controleren of dit beleid daadwerkelijk wordt uitgevoerd (artikel 2.61, tweede lid, onder c, [Mediawet 2008](#)). Het PBO ziet toe op de naleving van de wettelijk verplichte ICE-percentages (het programma-aanbodvoorschrift) (artikel 2.70 Mediawet). De verantwoordelijkheid voor de naleving van deze media-wettelijke verplichting ligt echter bij het bestuur van onze lokale omroep. Het PBO zorgt ervoor dat met het vastgestelde media-aanbodbeleid de doelstellingen van de lokale omroep worden bereikt en de doelgroepen worden aangesproken. Dit vereist een duidelijke omschrijving van het media-aanbodbeleid. Het PBO bemoeit zich echter niet met de inhoud van individuele programma's. Dit is voorbehouden aan onze (hoofd)redactie.

Hoewel de Mediawet niet gedetailleerd omschrijft wat het media-aanbodbeleid precies inhoudt, verduidelijkt het [Commissariaat voor de Media](#) (CvdM) dat het media-aanbodbeleid in ieder geval beantwoordt aan de vragen welke media-/omroepdiensten (radio, televisie, teksttelevisie, internet, sociale media) onze lokale omroep inzet, welke programma's of soorten programma's worden uitgezonden volgens welk programma-aanbodschema, en van welke programma's de verzorging wordt uitbesteed.

Het media-aanbodbeleid geeft volgens het Commissariaat ook aan tot welke categorieën (informatie, cultuur en educatie; ICE-norm) de programma's behoren. Daarnaast moet het media-aanbodbeleid aangeven welke programma's worden uitbesteed en kan het PBO oordelen over het percentage live-programma's, aandacht voor de verschillende representatieve stromingen in onze stad en streek, en eventuele grenzen daaraan³.

1.2 Missie en visie

Missie: *'Samen bouwen aan een goed geïnformeerde streek Hart van Brabant op het gebied van informatie, cultuur en educatie.'*

Omroep Tilburg is als sinds 2004 hét platform dat de inwoners van Tilburg en (vanaf 2019) de streek Hart van Brabant met elkaar verbindt. Als lokale publieke omroep richten we ons op het informeren en inspireren van ons publiek, waarbij we aandacht besteden aan de diversiteit en dynamiek van onze regio. Omroep Tilburg staat voor een eerlijke en pluriforme informatievoorziening in de stad. We brengen nieuws, verhalen die inspireren, en programma's die vermaken.

Bij Omroep Tilburg streven we ernaar ons media-aanbod te verrijken door samen te werken met partners die dezelfde doelstellingen nastreven. Een voorbeeld hiervan is Bureau Lokaal Brabant, een samenwerkingsverband van verschillende lokale omroepen in Noord-Brabant.

³ Voorbeelden van stromingen zijn: maatschappelijke zorg en welzijn, kunst en cultuur, kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag (zoals het humanisme), onderwijs en educatie, sport en recreatie, evenementen, etnische en/of culturele minderheden, jongeren, ouderen, werkgevers en werknemers.

Dankzij deze samenwerking worden onze artikelen en items sneller en makkelijker overgenomen door regionale partijen zoals [Omroep Brabant](#) en landelijke partijen zoals de [NOS](#). Hierdoor delen we nieuwe en originele verhalen via verschillende vormen en kanalen, afgestemd op waar ons publiek actief is. Tegelijkertijd werken wij aan het versterken van de positie van de Tilburgse wijkkranten. Met het opzetten van een digitaal platform voor de Tilburgse wijkkranten geven we lokaal nieuws een online podium. Zo wordt het nieuws direct toegankelijk voor een breed publiek.

Visie: *‘Samen op de hoogte van alles wat er speelt in het Hart van Brabant’*

Omroep Tilburg is de stem van de gemeente Tilburg en omliggende dorpen in de regio Midden-Brabant. We brengen radio, televisie en online nieuws over alles wat leeft in onze directe leef- en werkomgeving. Wij produceren onafhankelijk nieuws en bieden de regio daarnaast een breed aanbod aan informatieve, educatieve en culturele programma's, die voldoen aan de 100%-ICE-norm en vrij zijn van commerciële reclame.

Wij vinden het belangrijk dat inwoners op de hoogte zijn van wat er in de nabije omgeving gebeurt. Of het nu gaat om nieuws uit de buurt of belangrijke beslissingen van de Tilburgse gemeenteraad, al deze gebeurtenissen hebben invloed op het dagelijks leven. Daarom willen wij ervoor zorgen dat onze doelgroepen altijd goed geïnformeerd zijn. Als lokale omroep in Midden-Brabant zitten we in de haarvaten van de samenleving. Wat betekent dat? Wij weten wat er leeft en speelt in de regio. Waar nieuws is, daar is Omroep Tilburg. Of het nu gaat om klein of groot, hard of zacht nieuws: Omroep Tilburg is altijd dichtbij. Hoe we dat doen? We zoeken de interactie met ons publiek, bijvoorbeeld via straatinterviews in ons [programma 'T!'](#) of met cameraman en verslaggever in een [nieuwsitem](#). Tilburgers met verhalen die verteld moeten worden, nodigen we uit in programma's zoals [TilbuZz](#) en geven we een stem in onze berichtgeving.

Ook houden we ons gemeentebestuur scherp in de gaten. Als onafhankelijke partij tussen de politiek en de burger waarborgen we de controlerende functie die we hebben. Ook de 'Fact-Check' afdeling van Fontys Journalistiek kan hier in de toekomst een grote rol in gaan spelen. We brengen het nieuws uit de gemeente Tilburg helder in beeld en spreken met woordvoerders, wethouders en raadsleden. We zijn kritisch en stellen vragen, ook in programma's zoals [Stadsforum](#) (met interviewer Michel Jehae).

Wij zijn dé publieke lokale omroep voor de regio Tilburg. Ons nieuws is voor iedereen beschikbaar en omvat twee belangrijke lagen:

1. Ons nieuws is gratis en niet verborgen achter een betaalmuur. We geloven dat vrije nieuwsgaring voor iedereen beschikbaar moet zijn. Iedereen moet de mogelijkheid hebben om zich te informeren over wat er speelt in de regio Tilburg. Daartoe zetten wij al onze kanalen – radio, tv, online website en nieuwsapp – in.

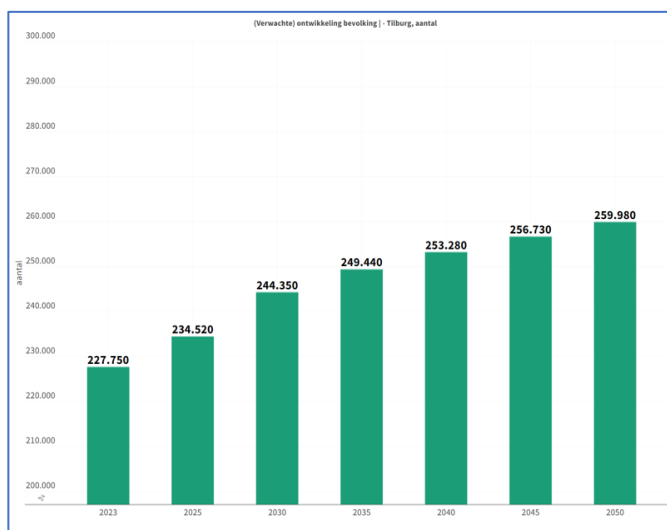
2. Ons nieuws is toegankelijk en voor iedereen te begrijpen. Alle bezoekers van onze online website en nieuwsapp moeten onze teksten kunnen lezen. Daarbij maken wij gebruik van een inclusieve taaltool: Tolkie. Tolkie helpt ons nieuws toegankelijk te maken voor mensen die moeite hebben met lezen of de Nederlandse taal. Het is een leeshulp die binnen vijf seconden een alternatieve tekst op A2-niveau biedt. Zo zorgen wij ervoor dat iedereen, op welk taalniveau dan ook, onze teksten kan lezen en begrijpen.

1.3 Demografische gegevens en culturele cohesie

Tilburg: de groeiende, multiculturele (studenten)stad

Tilburg is een groeiende stad. Tien jaar geleden woonden er nog zo'n 211.000 mensen, maar dat aantal is inmiddels gegroeid tot iets meer dan 230.000. Prognoses van de gemeente laten zien dat het aantal inwoners tot 2050 zal stijgen tot 260.000. Dat is een toename van veertien procent, wat hoger is dan het landelijke gemiddelde van ruim elf procent.

Een groeiende stad brengt allerlei uitdagingen met zich mee. Hoe meer inwoners, hoe meer de ruimtelijke kwaliteit onder druk komt te staan. Is er wel genoeg groen? Hoe zit het met parkeren? Dit zijn allemaal onderwerpen waar we als Omroep Tilburg aandacht aan besteden. Maar ook op het gebied van woningbouw en de huisvesting van statushouders liggen er genoeg uitdagingen. De groeiende stad biedt kansen, maar brengt ook uitdagingen met zich mee waar we als omroep aandacht aan besteden. Al die mensen zijn niet allemaal even oud, hebben niet dezelfde achtergrond en delen niet dezelfde cultuur. Om iedereen te voorzien van een passend nieuwsaanbod, is het als omroep belangrijk om te weten wie de mensen in je stad zijn.



Leeftijd

Een groot deel van de inwoners van Tilburg is tussen de 15 en 29 jaar oud, zo blijkt uit de cijfers. Dit is te danken aan de aanwezigheid van verschillende onderwijsinstellingen, zoals de Hogescholen Fontys en Avans, MBO-opleidingen ROC Tilburg, Rooi Pannen en Yuverta, en Tilburg University. Dit resulteert in een grotere groep jongeren dan gemiddeld in Nederland, namelijk 23,9 procent tegenover 18,8 procent. In absolute aantallen komt dit neer op:

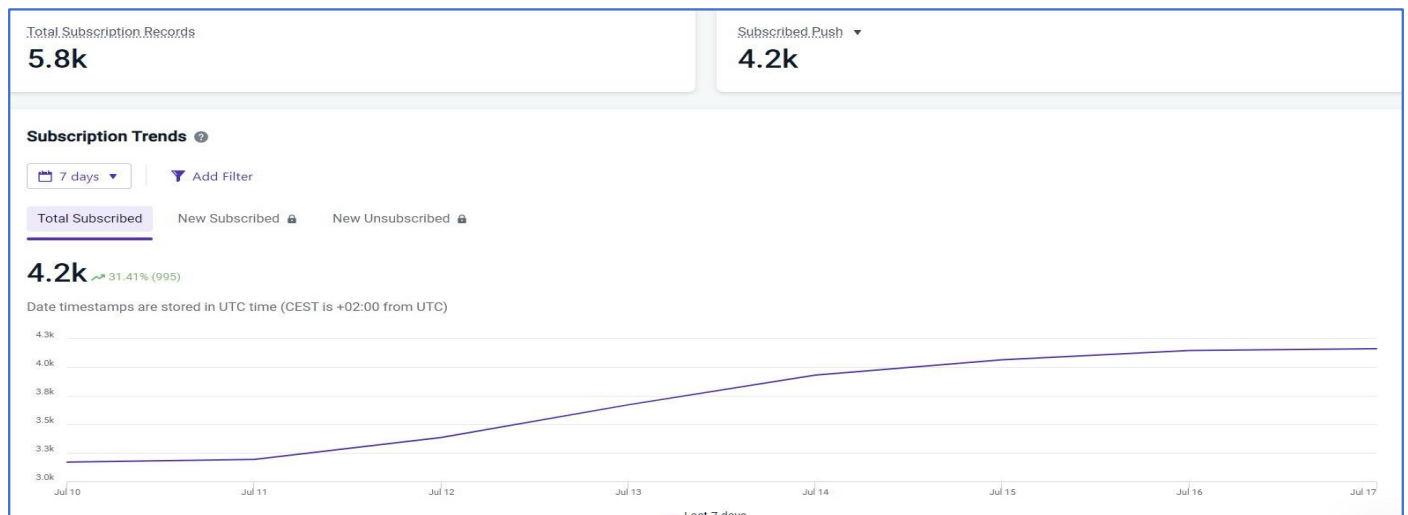
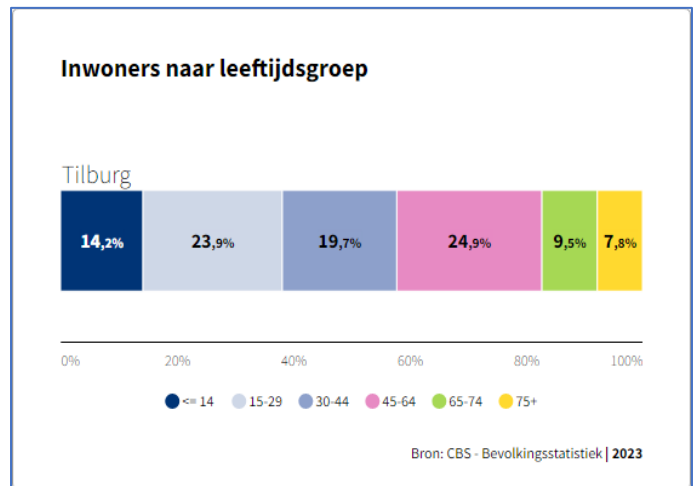
- 6.000 leerlingen MBO
- 7.920 leerlingen HBO
- 9.020 leerlingen WO

Maar de grootste groep mensen in Tilburg is tussen de 45 en 64 jaar oud. Bijna een kwart van alle Tilburgers valt in die leeftijdscategorie. Toch ligt dit percentage wel lager dan het landelijke gemiddelde van een kleine 27 procent. De gemiddelde leeftijd in Tilburg is dan ook 40,6 jaar.

In principe is de doelgroep iedereen in de regio Tilburg, maar we maken onderscheid tussen verschillende leeftijden.

Voor studenten is de prijs van een muntje tijdens carnaval interessant, terwijl de ontwikkelingen op de woningmarkt van groot belang zijn voor starters die een huis zoeken. Voor ouders is het belangrijk om te weten dat een aantal zwembaden deze zomer gesloten zijn. En voor senioren kan het relevant zijn dat zorgcentrum Den Herdgang verhuist naar een nieuwe locatie. We moeten al deze verschillende doelgroepen voorzien van nieuws dat specifiek voor hen relevant is.

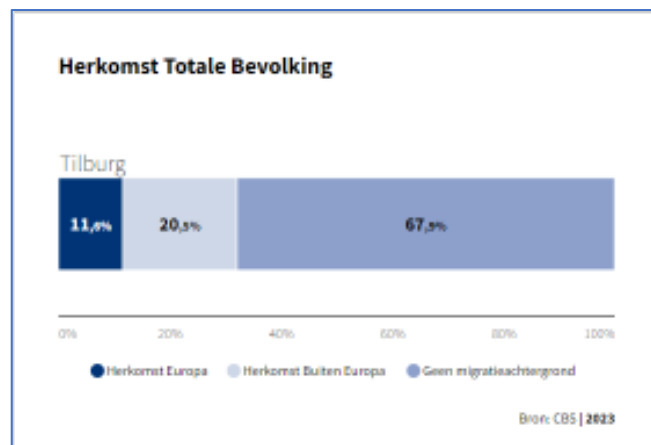
Het bereiken van al die leeftijdsgroepen doen we dus in onze onderwerpkeuze, maar ook door middel van onze verschillende (uitzend)kanalen. Jongeren proberen we te bereiken via TikTok en Instagram, terwijl mensen van middelbare leeftijd Omroep Tilburg goed weten te vinden via Facebook en de website. Daarnaast maken we gebruik van traditionele mediakanalen zoals TV en radio om ouderen in Tilburg van nieuws te voorzien. Zie hieronder een overzicht van onze doelgroep op Facebook.



Herkomst

Tilburg is een multiculturele stad. Alleen in Tilburg Noord wonen al meer dan 120 verschillende nationaliteiten. Bijna een derde van alle Tilburgers heeft een migratieachtergrond en dat is een stuk meer dan het gemiddelde in Nederland.

Een deel hiervan komt vanbinnen Europa (11,6 procent, met name uit Polen) en het andere deel van buiten Europa (20,5 procent, met name uit Turkije en Marokko). Dat betekent dat er in Tilburg ruim 73.000 mensen met een migratieachtergrond wonen, blijkt uit cijfers van de gemeente.

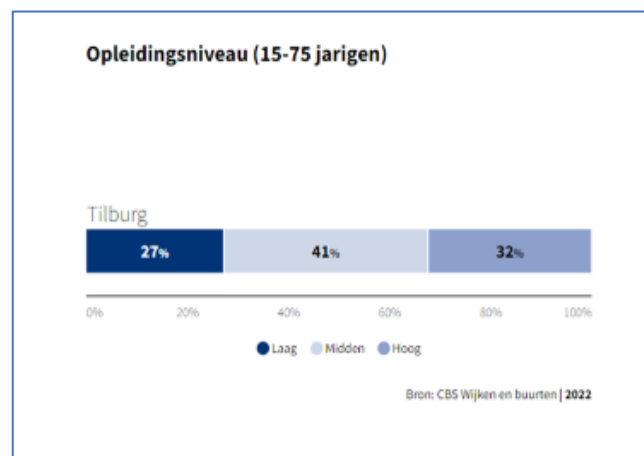


Hier moet je als omroep rekening mee houden, omdat je iedereen een lokaal toereikend media-aanbod wil bieden.

Dat doen we bijvoorbeeld door programma's als [130 x Tilburg](#), waarin verhalen van de mensen met al die verschillende nationaliteiten verteld worden. Maar ook met programma's als [Mijn Noord](#), waarin T-reporter Eyas Sawas 'zijn' wijk in gaat om daar reportages te maken over onderwerpen die de mensen in Tilburg Noord bezighouden.

Opleidingsniveau

De Tilburgse samenleving is verdeeld in verschillende opleidingsniveaus. Iets meer dan een kwart van de inwoners is laagopgeleid, wat betekent dat ze een basisschool- of vmbo-diploma hebben. De grootste groep (41 procent) is middelbaar opgeleid, wat staat voor een havo-, vwo- of mbo 1/2/3-diploma. Daarnaast is er een groep hoogopgeleiden (32 procent) die minimaal een hbo- of wo-opleiding heeft afgerond. We vinden het belangrijk dat iedereen onze artikelen en video's begrijpt.



Daarom zorgen we ervoor dat we geen onnodige moeilijke woorden of jargon gebruiken in onze teksten of voice-overs. Wanneer dit wel nodig is, leggen we het woord altijd uit. Daarnaast werken we samen met het initiatief Tolkie. Deze leeshulp is geïntegreerd in de website van Omroep Tilburg. Met deze tool kun je elk woord laten uitleggen, laten uitspreken of zelfs een afbeelding erbij krijgen. Tolkie kan ook de tekst vertalen of voorlezen. Zo zijn onze artikelen ook begrijpelijk voor mensen die minder vaardig zijn in de Nederlandse taal.

DNA van Tilburg: Sociaal x Experimenteel = Creatie

Ontstaan vanuit ons verleden als arbeidersstad. We doen het samen en hebben hierbij oog voor elkaar. Daaruit ontstaan de mooiste experimenten. In Tilburg durven we veel en staan we open voor testfasen en experimenten. Ons fundament is creatie. Dat is de kracht van onze lokale economie en onze stad. Een stad met een hele grote maakindustrie en ontzettend veel opleidingen met grote talenten.



1.4 Lokaal Toereikend Media Aanbod

Omroep Tilburg heeft ten doel een Lokaal Toereikend Media-Aanbod (LTMA) aan te bieden aan de inwoners van ons verzorgingsgebied. Een media-aanbod dat gericht is op de omgeving waar mensen wonen, werken, sporten, naar school gaan, uitgaan, winkelen en gebruikmaken van publieke voorzieningen. Dit aanbod betreft een streek met een eigen geografische, economische en sociaal-culturele identiteit of enige mate van samenhang, waarbij het aanbod mogelijk gemeentegrenzen overschrijdt. Volgens de NLPO en de VNG voldoet een omroep aan het LTMA als het aanbod voor iedereen in de streek toegankelijk en vindbaar is, onafhankelijk is en bijdraagt aan de lokale democratie. Daarnaast moet het beschikbaar zijn op alle relevante platforms, waaronder radio, televisie, internet, sociale media, mobiele apparaten en OTT (Over-The-Top-Televisie). Minimaal vijf dagen per week moet er nieuws worden aangeboden via alle kanalen en mediatypen, met redactionele bereikbaarheid van 24/7 bij calamiteiten. Verder zijn er criteria voor de bedrijfsvoering: het aanbod moet tot stand komen door een professionele aanpak met optimale redactionele samenwerking tussen professionals en vrijwilligers. Hoe we dat doen?

Gericht op de lokale omgeving

Alle nieuwsartikelen die we produceren zijn relevant voor de bevolking binnen en buiten de gemeente Tilburg. We brengen nieuws over gebeurtenissen die invloed hebben op de inwoners in ons verzorgingsgebied, zoals artikelen over het landelijke probleem van [het verdwijnen van PostNL-punten](#) en de gevolgen daarvan voor Tilburg, of over de resultaten van een [experiment in de Trouwlaan](#), waar een deel van de straat werd afgesloten voor doorgaand verkeer. Ook luchtige, persoonlijke artikelen [over Tilburgers](#) worden gepubliceerd op onze website en sociale media.

Streek met eigen identiteit

Omroep Tilburg dekt niet alleen de stad Tilburg, maar ook omliggende dorpen en gemeenten zoals Berkel-Enschot, Udenhout, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek en Oisterwijk. Dit blijkt bijvoorbeeld uit een artikel en videoreportage over de nieuwe [spooronderdoorgang in Rijen](#), die van groot belang is voor de mobiliteit en verkeersveiligheid in de regio. Daarnaast zijn er artikelen en videoreportages over een [snelheidsmeterspaarpot voor een gevaarlijke straat in Udenhout](#) en de strijd tegen [pesticiden in de bloembollenteelt in Hilvarenbeek](#).

Bereikbaar en vindbaar aanbod

Omroep Tilburg zorgt ervoor dat haar content voor iedereen bereikbaar en vindbaar is door gebruik te maken van een breed scala aan platforms, waaronder een website, Instagram, Facebook en radio- en televisiekanalen. Bovendien werken we samen met Omroep Brabant, zodat [onze artikelen](#) ook op de app en website te vinden zijn. Ook [Stadsnieuws](#), de huis-aan-huiskrant in Tilburg, publiceert artikelen van Omroep Tilburg.

Onafhankelijk en bijdragend aan lokale democratie

Omroep Tilburg draagt bij aan een goede lokale democratie door actuele en betrouwbare informatie te verstrekken over relevante gebeurtenissen en gemeenteraadsvergaderingen. Dit helpt inwoners goed geïnformeerd te blijven en stimuleert burgerparticipatie, bijvoorbeeld door het [organiseren van bijeenkomsten](#) en het publiceren van [lokale initiatieven](#).

De omroep bevordert transparantie door verslag te doen van politieke besluitvorming en biedt een platform voor diverse stemmen binnen de gemeenschap, wat bijdraagt aan bredere discussies over maatschappelijke vraagstukken. Door inwoners te informeren over lokale thema's vergroot Omroep Tilburg het bewustzijn van rechten en verantwoordelijkheden. Bovendien streeft de omroep naar onpartijdige verslaggeving, wat essentieel is voor het vertrouwen van de gemeenschap en het versterken van een geïnformeerde samenleving. Voorbeelden hiervan zijn artikelen over de [nul-emissiezone in Tilburg](#) en de ophef over de [komst van een coffeeshop in Berkel-Enschot](#), die bijdragen aan belangrijke maatschappelijke discussies.

Continu nieuwsaanbod

Omroep Tilburg biedt zeven dagen per week nieuws via verschillende mediakanalen. In de toekomst streven we ernaar om met een grotere professionele staf ook in het weekend volledig operationeel te zijn. Momenteel zijn we in het weekend nog niet 24/7 bereikbaar, maar er zijn wel piketdiensten voor grote gebeurtenissen of 112-nieuws.

Professionele bedrijfsvoering

Het aanbod van Omroep Tilburg komt tot stand door een professionele bedrijfsvoering, met samenwerking tussen vijf professionals (afgestudeerde journalisten) en twintig vrijwilligers. De journalistieke redactie krijgt sturing van de eind- en hoofdredacteur.

1.5 ICE-norm

Omroep Tilburg voldoet aan de ICE-norm door een breed scala aan programma's te produceren die de lokale gemeenschap Informeren, Culturele diversiteit promoten en Educatieve waarde bieden. Meer dan 90% van deze programma's worden in eigen beheer geproduceerd en van content dat door derden wordt geproduceerd is de onafhankelijkheid gewaarborgd.

Naast het dagelijks brengen van nieuws uit het verzorgingsgebied door middel van nieuwsreportages en geschreven onlineartikelen, heeft de omroep ook een divers aanbod aan programma's, zowel op tv als op de online kanalen. Programma's zoals [TilbuZz](#) en [Stadsforum](#) zorgen voor actuele en diepgaande berichtgeving over nieuws, politiek en belangrijke gebeurtenissen in Tilburg, waardoor de inwoners goed geïnformeerd blijven over wat er in hun omgeving speelt (Informatie). [Even over Tilburg](#) biedt studenten journalistiek de kans om praktijkervaring op te doen, terwijl ze actuele kwesties belichten, en T! verzamelt lokale meningen en draagt zo bij aan een levendige publieke dialoog (Informatie, Educatie). Zie ook paragraaf 'videocontent' in het volgende hoofdstuk.

1.6 Redactionele visie

Omroep Tilburg werkt volgens de ICE-norm, wat betekent dat ons aanbod bestaat uit Informatie, Cultuur en Educatie. Onder deze richtlijn vallen verschillende thema's, onderwerpen en invalshoeken, waarmee we zorgen voor een Lokaal Toereikend Media-aanbod (LTMA). We werken altijd volgens de [Code voor de Journalistiek](#) en de [Code van Bordeaux](#). We vinden het belangrijk dat de inwoners van Tilburg op de hoogte zijn van de thema's zoals hieronder beschreven.

Balans tussen snel en diepgaand nieuws

We vinden het belangrijk om 'snel nieuws' af te wisselen met verhalen met meer diepgang. Onder snel nieuws verstaan we calamiteiten, zoals ongelukken, drugscriminaliteit of branden. Ook politieke beslissingen van de gemeente brengen we in eerste instantie als snel nieuws. Een voorbeeld hiervan is een [nieuw](#), hoger of lager parkeertarief. Dit is iets waarvan de inwoners van Tilburg op de hoogte moeten zijn, en dat is dus een taak voor ons. Naast het snelle nieuws maken we vaak een follow-up waarbij we ingaan op de redenen achter deze verhoging. Waarom neemt de gemeenteraad deze beslissing? Wat betekent dit voor [mensen met een vergunning](#)? Is dit een incidentele verhoging of onderdeel van een structurele reeks verhogingen? Tot slot kan er daarna een [per-](#)



[soonlijk verhaal](#) gemaakt worden, waarbij we in gesprek gaan met een inwoner die direct te maken heeft met de politieke beslissing, bijvoorbeeld iemand die in de problemen komt door het hogere tarief. Op deze manier besteden we op drie manieren aandacht aan één onderwerp (Informatie en Educatie).

Sport: van lokale helden tot profclubs

We besteden aandacht aan wedstrijden van voetbalclub [Willem II](#) of een nieuwe ijshockeyer van [Tilburg Trappers](#). We zijn regelmatig aanwezig bij grote sportevenementen zoals de [Tilburg Ten Miles](#) of [Swim to Fight Cancer](#).

Verder maken we vaak verhalen over lokale sporthelden, zoals padelspeler [Bart van Opstal](#) of Nederlands Kampioen Bike Trial [Victor van der Velden](#). Ook geven we aandacht aan verenigingen in de regio wanneer er bijvoorbeeld een reünie plaatsvindt of als er een nieuw complex geopend wordt.

Cultuur: van hiphop tot muurschilderingen

Cultuur is een ander thema waar we veel aandacht aan besteden. We zijn vaak aanwezig bij muzikale evenementen zoals [het Hiphopfestival Het Moment](#) of het [Festival van het Levenslied](#). Ook besteden we veel aandacht aan de grootste evenementen in de stad, zoals de [Tilburgse Kermis](#). Daarnaast schenken we aandacht aan lokale initiatieven, zoals het festival rondom het [offerfeest in Tilburg Noord](#). We schrijven over lokale kunstenaars en zijn aanwezig bij [onthullingen van muurschilderingen](#) of andere tentoonstellingen. Zo zetten we lokale Tilburgse kunstenaars in de schijnwerpers om jongeren in de stad te inspireren.

Opbouw van dossiers over grote onderwerpen

Tot slot zijn er verschillende dossiers waar we de afgelopen twee jaar aan hebben gewerkt. Dit zijn grote onderwerpen die niet in één of zelfs tien nieuwsitems passen, onder andere vanwege de enorme ontwikkelingen op deze gebieden. Voorbeelden van dossiers zijn de [woningmarkt](#), [vluchtelingen](#) en [statushouders](#), [milieu](#), [klimaat en duurzaamheid](#), [gezondheidszorg](#) en [bestaanszekerheid](#).

We belichten deze onderwerpen vanuit verschillende invalshoeken. We duiken ieder kwartaal in de laatste cijfers over de woningmarkt en spreken ook met inwoners die veel te veel huur betalen. We melden het als er een nieuwe opvanglocatie voor vluchtelingen geopend wordt, maar gaan ook in gesprek met statushouders over hun eerste maanden in Nederland. We brengen informatie over de zero-emissiezone in Tilburg naar buiten, maar praten ook met experts over de hoge grondwaterstand en de natte kelders die dat met zich meebrengt. Op het gebied van bestaanszekerheid gaan we in gesprek met de betrokken wethouder, maar we nemen ook regelmatig contact op met de voedselbank om de situatie daar in kaart te brengen. Op deze manier brengen we regelmatig nieuws over deze belangrijke onderwerpen zodat mensen op de hoogte zijn.

Relevant nieuws

Bij het brengen van nieuws denken we altijd na in hoeverre het onderwerp invloed heeft op mensen in ons verzorgingsgebied. Dit betekent niet dat het onderwerp altijd voor iedereen in de stad belangrijk hoeft te zijn. Wij brengen nieuws dat voor de Tilburgse samenleving relevant is, al zijn het maar honderd mensen uit één bepaalde wijk.

Om te bepalen wat relevant is voor wie, staan we regelmatig in contact met onze doelgroep. Dit

doen we bijvoorbeeld via sociale media, waar we antwoorden geven op reacties van lezers. Maar wanneer we op locatie zijn, bijvoorbeeld tijdens een evenement, gaan we het gesprek aan met aanwezigen. Dit kan leiden tot nieuwe inzichten of zelfs nieuwe verhalen. We staan altijd open voor kritiek of feedback op onze berichtgeving en zullen dit in overweging nemen. De redactie staat namelijk in dienst van onze kijkers, luisteraars en lezers, en we willen ervoor zorgen dat die in hun nieuwsbehoefte worden voorzien. Dit alles met in achtneming van de Code voor de Journalistiek. Direct contact tussen de redactie en de inwoners van de stad is daarom van groot belang.

Focus op samenwerken

Omroep Tilburg bundelt graag de krachten met verschillende partijen in de regio. Zo werken we samen met omliggende lokale omroepen uit Goirle, Gilze en Rijen, Hilvarenbeek en Oisterwijk. We wisselen nieuwsberichten uit, brainstormen over onderwerpen en gaan binnenkort gezamenlijke reportages maken. Ook de samenwerking met Omroep Brabant verloopt goed. Nieuwsberichten en video's van de lokale omroep [vinden vaak hun weg naar de verschillende platformen van de regionale omroep](#). Op deze manier vergroten we onze zichtbaarheid en ons bereik en kunnen we steeds meer mensen voorzien van lokaal nieuws. Ook met wijkkranten hebben we regelmatig contact over het uitwisselen van content.

Daarnaast onderhouden we nauw contact met tal van maatschappelijke organisaties zoals Stichting Quiet, Feniks, ContourdeTwern en de voedselbank, omdat wat zij doen ook relevant is voor de inwoners van Tilburg. Zodra er iets nieuwswaardigs binnenkomt, neemt de redactie dit in overweging. Dan wordt bepaald of we er iets mee doen, wat we er mee doen en wanneer we dat doen.

Naast de lokale en regionale samenwerkingsverbanden werkt Omroep Tilburg samen met mediapartners in vijf andere landen (België, Hongarije, Ierland, Malta, Servië en Slovenië). Dit doet de omroep onder de noemer van [YoCoJoin](#) en [Press Kids](#). Het doel van het project is om jongeren weer bewust te laten worden van wat journalistiek is door het zelf te bedrijven. Deze jongeren kunnen bijvoorbeeld ingezet worden om content te maken voor de omroep.

Toekomst

De omroep heeft zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld. Dit willen we continueren maar er is ook altijd ruimte voor verbetering. We besteden momenteel aandacht aan alle belangrijke nieuwsfeiten in de regio en willen hiermee doorgaan. Waar we echter nog in willen groeien, is onderzoeksjournalistiek. Naast snel nieuws, persoonlijke verhalen en achtergrondartikelen zouden we graag meer tijd willen besteden aan diepgravende onderwerpen, zoals ouderenzorg of de energietransitie. Vaak is dit nu lastig door de dagelijkse drukte; er gebeurt altijd wel iets en er is altijd iets te doen, zoals op elke redactie. Als we in de toekomst de redactie kunnen versterken met een (gedeeltelijke) extra fte, zou een onderzoeksjournalist of datajournalist van grote waarde zijn. Op die manier kunnen we een ander deel van de doelgroep aanspreken, die mogelijk hun nieuws elders haalt⁴.

⁴ Voor details over de meerjarenbegroting wordt verwezen naar ons overkoepelende meerjaren beleidplan

Programma's en speerpunten voor de komende jaren

Levendige Democratie

De [LocHal](#) van de [Bibliotheek Midden-Brabant](#) bedient dezelfde doelgroep als Omroep Tilburg en is daarom een ideale partner voor samenwerking. Samen gaan we de komende jaren content ontwikkelen over onderwerpen zoals: Wat is een levendige democratie? Hoe gaat de gemeente wijkgericht werken? Waarom moeten jongeren zeker stemmen? We zullen hierbij inzetten op burgerparticipatie, buurthuizen en wijkkranten. Ook voor onze Press-Kids biedt dit kansen om te participeren.

Ethics Bowls

We ontwikkelen momenteel het project "Ethics Bowls", dat de verbinding legt tussen MBO en WO. Een Ethics Bowl combineert elementen van wedstrijddebatteren met dialoogtechnieken, met als doel om de denk-, luister- en spreekvaardigheden van de deelnemers te verbeteren. Deelnemers met verschillende (onderwijs) achtergronden gaan met elkaar in debat en gesprek over lokale thema's en dagen elkaar uit om een dieper begrip te krijgen van de wereld om hen heen. Zowel MBO-studenten van ROC Tilburg als WO-studenten van Tilburg University zullen deelnemen aan deze serie.

'Het Andere Verhaal' (Brabant Herinnert)

Brabant Herinnert herdenkt en viert 80 jaar vrijheid. We zullen vier talkshows ontwikkelen waarin content gepresenteerd wordt, gemaakt door studenten en jongeren van Fontys, [Yuverta](#), PressKids en ROC. Deze content moet 'crossmediaal' zijn en een balans vinden tussen verhalen van toen en nu. Tijdens de talkshows worden zowel artikelen en producten voor 'Het Andere Verhaal' als content gerealiseerd door studenten gepresenteerd.

Stand van Zaken

Omroep Tilburg zal in 2025 een serie maken over het ondernemersklimaat in Tilburg en in de regio Hart van Brabant. In dit programma gaan we o.a. in op de volgende onderwerpen:

Innovatie:	Wat zijn de nieuwe technologische ontwikkelingen binnen het bedrijfsleven?
Braindrain:	Hoe behoud ik kennis binnen mijn bedrijf? (kennisvlucht)
Digitalisering:	Hoe blijf ik en mijn personeel bij m.b.t. de digitalisering. Wat moet ik doen om mijn bedrijf en bedrijfsgegevens te beschermen.
Verduurzaming:	Alles wat met o.a. de transitie en klimaat te maken heeft.
Waarom?	Qua ondernemerschap doen we het in de regio erg goed en als je kijkt naar de brede welvaart, zitten we écht in de lift
(Werk)Titel:	Stand van Zaken
Medium:	Online/TV/Podcast

'Stand van zaken' past binnen de doelstelling van de overheid. Het doel is, dat onze

economie in 2050 100% energieneutraal en circulair zal zijn. Waar staan we nu? Wat moet er nog gebeuren? En vooral, welke (non-profit) organisaties gaan het MKB daarbij helpen? Een informatief/educatieve programma dat ook aansluit bij stromingen binnen het PBO. Hierbij zoeken we ook de samenwerking met verschillende opleidingen

Medeklinkers

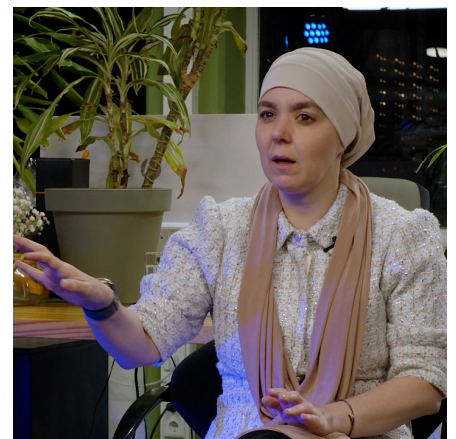
Laaggeletterdheid is een veelvoorkomend probleem in onze regio. Samen met het [Taalhuis](#) en Bibliotheek Bibliotheek Midden-Brabant zullen wij programma's zoals [Medeklinkers](#) ontwikkelen om dit probleem zichtbaar en bespreekbaar te maken.

Maatschappelijke Diensttijd (MDT)

Omroep Tilburg heeft zich aangemeld om deel te nemen aan het MDT-project. Vanaf 2025 gaan wij programma's ontwikkelen en jongeren begeleiden die geïnteresseerd zijn in multimedia. Dit doen wij samen met onder andere [R-Newt](#), [ContourdeTwern](#), Bibliotheek Midden-Brabant, [Sterk Huis](#), Willem II, [Ateliers Tilburg](#) en [Popcentrale](#). Door de diversiteit van de deelnemers leent dit project zich goed voor al onze mediaplatformen.

"Diversiteit en Inclusie" (130x Tilburg)

Het programma [130x Tilburg](#) laat zien welke nationaliteiten in Tilburg wonen en geeft een kleurrijk beeld van onze inwoners. We willen de komende jaren doorgaan met dit programma. Uit statistieken blijkt dat het percentage inwoners met een andere culturele achtergrond in Tilburg hoger ligt dan het landelijke gemiddelde. Dit is een reden om de komende jaren extra aandacht te besteden aan deze doelgroep. Daarnaast willen wij ook actief blijven in de [PACT-wijken van Tilburg](#), niet alleen door verslag te doen van jongeren, maar vooral door samen met hen content te maken. Diversiteit is zichtbaar, maar wat is inclusie?



1.7 Samenwerking met externe partijen en interactie met inwoners

In deze paragraaf wordt de samenwerking van Omroep Tilburg met externe partijen en de interactie met inwoners behandeld. De omroep produceert meer dan negentig procent van de content zelf, terwijl programma's als 'Nieuws in makkelijke taal' van de NOS, het ANP nieuws en de 'Universiteit van Nederland' worden ingekocht. Hieronder worden drie specifiek aspecten van deze samenwerking en interactie kort belicht.

Interactie met inwoners

Omroep Tilburg stimuleert interactie met inwoners door hen de mogelijkheid te bieden om bij te dragen aan producties en nieuwstips door te geven. Zo maken we gebruik van social media om [oproepjes te plaatsen](#), wat vaak veel reacties oplevert. We riepen mensen op om te reageren als ze zich zorgen maken over de nul-emissiezone, maar zijn we ook op zoek gegaan naar mensen met een grote oldtimerscollectie. Toekomstige inzet moet liggen op het uitbreiden van deze interactie, met meer nadruk op digitale platforms en sociale media om de betrokkenheid verder te vergroten. Dit gaan we doen door meer onderzoek, maar ook door het opzetten van pop-up redacties in omliggende gemeenten binnen het verzorgingsgebied.

Samenwerking met lokale partners

Omroep Tilburg werkt samen met diverse lokale partners, zoals de Bibliotheek Midden-Brabant, sportclubs (Tilburg Trappers, Willem II) en kunst- en cultuurhuizen (Pophuis), en scholen (Fontys, Universiteit Tilburg). Deze samenwerkingen zijn vaak vastgelegd in samenwerkingsovereenkomsten die beide partijen ten goede komen. De omroep haalt inhoudelijke steun en faciliteiten, terwijl partners toegang krijgen tot media-expertise en publiciteit. Bovendien werken we ook samen met het [Tilburgs Mediafonds](#). Diverse makers en journalisten die subsidie krijgen voor hun verhaal, kunnen de verhalen bij ons op de website of op ons televisiekanaal verschijnen. In de komende jaren zou er meer aandacht moeten zijn voor gezamenlijke evenementen en projecten om de lokale verbinding verder te versterken.

Samenwerking met overige partijen

Naast lokale partners werkt Omroep Tilburg ook samen met overige partijen zoals lokale uitgevers (Stadsnieuws) en niet-publieke instellingen. De samenwerking met Bureau Lokaal en [Hart van Brabant Nieuws](#) zorgt voor een efficiënte contentuitwisseling, wat de zichtbaarheid van lokale nieuwsitems vergroot. Deze samenwerkingen zijn essentieel voor een breed en toegankelijk nieuwsaanbod. In de toekomst komt er meer focus op coproducties, met specifieke aandacht voor de ICE-normen 1.8 Kijk- en luisteronderzoek en

bezoekersgegevens

Voor een kijk- en luisteronderzoek is op dit moment helaas onvoldoende geld beschikbaar. Hierdoor kunnen we de cijfers van zowel het televisiekanaal, als de radio niet bijhouden. Mogelijk zouden we in de toekomst een onderzoek kunnen laten uitvoeren, maar we zijn huiverig, omdat dit erg tijd- en kostenintensief is.

Omroep Tilburg monitort wel dagelijks, wekelijks, maandelijks en jaarlijks de bezoekersaantallen op de website en verschillende socialmediakanalen (zie bijlage 3). Op die manier krijgen we inzicht in de groei van ons bereik, de interesses van onze doelgroep en waar de kansen of valkuilen liggen.

Groei op alle fronten

Omroep Tilburg is een groeiende organisatie. We worden een steeds sterker en betrouwbaar medium met professionele artikelen en nieuwsvideo's. We hechten veel waarde aan

de kwaliteit die we leveren, zowel in tekst als in beeld. Dit zien we terug in het groeiende bereik dat we genereren op zowel de website als op ons grootste socialmediaplatform Facebook. We zijn ons ook bewust van de uitdagingen – of liever gezegd, kansen – die nog voor ons liggen. Het feit dat we op sommige van onze platforms groeien, heeft onder andere te maken met de vergroting van de redactionele capaciteit. Begin 2024 is het aantal fte op de journalistieke redactie gegroeid van twee naar vier. Dit is een welkome impuls, omdat we hierdoor steeds vaker aanwezig kunnen zijn bij evenementen, nieuws niet meer hoeven te laten liggen vanwege tijdgebrek en er ruimte is voor meer diepgaande verhalen achter het snelle nieuws. Dit heeft zijn vruchten afgeworpen, want in de periode tussen januari 2024 en juni 2024 hebben we ons bereik op de website ruim verdubbeld, van 95.000 weergaven naar 256.000 weergaven.

Versterkte redactie

Wanneer we niet alleen naar het aantal weergaven kijken, maar ook naar het aantal berichten dat we zelf maken, zien we een enorme stijging. Dit komt door de twee extra fte die we nu op de redactie hebben. Van oktober 2022 tot januari 2024 bestond de redactie uit slechts twee journalisten/verslaggevers. Dit leidde ertoe dat we onderwerpen moesten laten liggen of afspraken moesten afzeggen, omdat er simpelweg niet genoeg tijd was om alles op te pakken.

In januari 2023 maakten we zo'n veertig berichten en in juli 2023 was dit al gestegen naar zestig. Maar dit is niets in verhouding tot de aanwezigheid van de omroep in het Tilburgse medialandschap op dit moment. In de maand januari 2024 maakten we namelijk 89 berichten en in de maand juni zelfs 217. Dit is een vervijfvoudiging van het aantal berichten in vergelijking met begin 2023. We constateerde echter dat dit aantal te hoog ligt. We overspoelden onze lezers en kijkers met berichten, wat het aantal weergaven per bericht niet ten goede komt. Daarom streven nu we naar tussen de 160 en 180 berichten per maand.

Andere kanalen

Een soortgelijke stijging zien we op Facebook, wat ook te maken heeft met de hogere kwantiteit en kwaliteit van onze berichtgeving. Hier steeg het bereik van 166.000 naar 354.000, wat neerkomt op een ruime verdubbeling. Een nieuw element is de Omroep Tilburg-app. Hiermee kunnen we pushmeldingen sturen en heeft onze doelgroep een makkelijke, overzichtelijke plek om ons nieuws te lezen. In de eerste maanden hebben zich bijna 6000 mensen aangemeld voor deze pushmeldingen. Dit zorgt ervoor dat we een deel van de doelgroep direct kunnen benaderen bij grote gebeurtenissen (zie bijlage 3 voor de volledige cijfers van het afgelopen halfjaar).

2. Mediaproducten

In dit hoofdstuk worden de kernaspecten van de Omroep Tilburg gepresenteerd, met een focus op de doelstellingen, de vorming van streekomroepen en de diverse categorieën. In paragraaf 2.1 wordt de strategische richting van de omroep uiteengezet, waarbij belangrijke doelstellingen zoals 'verhaal boven platform' en 'online first' centraal staan. Dit kader omvat ook het naleven van LTMA- en ICE-normen en de mediawet. Paragraaf 2.2 behandelt de geschreven content, die bestaat uit vier hoofdcategorieën: 112-berichtgeving, gemeentelijk nieuws, persoonlijke interviews en cultureel, sport- en evenementennieuws. Daarnaast wordt er in deze paragraaf een pleidooi gedaan voor een sterkere focus op onderzoeksjournalistiek, die kan bijdragen aan diepgaande lokale verslaggeving. Paragraaf 2.3 bespreekt de audiocontent, waaronder Omroep Tilburg Radio, en het aanbod dat deze omroep voor de lokale muzieksceen biedt. Tot slot wordt in paragraaf 2.4 de videocontent behandeld, met aandacht voor programma's die zowel informatie als educatie bieden en de lokale cultuur en identiteit versterken. Deze elementen samen illustreren de rol van Omroep Tilburg als een belangrijke speler in de regionale media.

2.1 Doelstelling

Omroep Tilburg heeft diverse doelstellingen die de kern vormen van onze missie en visie. Deze doelstellingen zijn gericht op het versterken van onze positie als een toonaangevende lokale omroep en het dienen van onze lokale gemeenschap met hoogwaardige en betrouwbare informatie. De omroep legt de nadruk op de inhoud van het verhaal, ongeacht het medium waarop het wordt gepresenteerd. Het gaat erom dat het verhaal centraal staat en op de geschiktste manier wordt verteld, of dat nu via televisie, radio, online of social media is. Omroep Tilburg streeft ernaar om nieuws en verhalen eerst online te publiceren. Dit betekent dat de omroep snel en efficiënt inspeelt op actuele gebeurtenissen en alle digitale kanalen benut om het publiek direct te informeren.

De omroep richt zich op het voldoen aan de landelijke technische en media-adviezen (LTMA-normen). Dit zorgt ervoor dat de technische kwaliteit van de uitzendingen consistent hoog is en voldoet aan de gestelde eisen. Omroep Tilburg houdt zich aan de ICE-normen, waardoor de inhoud van hun programma's divers en waardevol is voor de kijkers en luisteraars. Deze normen helpen de omroep om een brede waaier van onderwerpen te behandelen die informatief, cultureel verrijkend en educatief zijn.

We streven naar een sterke band met de lokale gemeenschap door verhalen te brengen die direct relevant zijn voor de inwoners van Tilburg en omliggende gebieden. Dit omvat het belichten van lokale gebeurtenissen, personen en onderwerpen die anders wellicht onderbelicht zouden blijven. Het is een prioriteit om transparant en betrouwbaar te zijn in alle vormen van verslaggeving. De omroep wil het vertrouwen van het publiek winnen en behouden door accurate en feitelijke informatie te bieden.

Innovatie

De omroep zet in op continue innovatie en vooruitgang in hun journalistieke en technische processen. Dit omvat het benutten van nieuwe technologieën en methoden om de kwaliteit en reikwijdte van de content te verbeteren. In de toekomst willen we daarom investeren in het programma [Smartocto](#) dat ons een specifiek inzicht kan geven in het bereik van onze verhalen en tips geeft in het verbeteren van de leesbaarheid.

Omroep Tilburg streeft naar inclusieve en diverse representatie in zijn programma's. Dit betekent dat we aandacht besteden aan verschillende perspectieven en gemeenschappen binnen de regio, zodat iedereen zich vertegenwoordigd voelt. We zijn Partners in Education van Fontys Journalistiek (samenwerkingsovereenkomst bijgevoegd) en werken samen met het project 'Ontwikkelaars' op het gebied van kunstmatige intelligentie en nieuwe vormen van journalistiek. We zijn op dit moment bezig met het opzetten van een digitaal platform voor de verschillende wijkkranten, zodat we nog meer in de haarvaten van de lokale samenleving zitten.

Vorming streekomroepen

Vanaf 1 januari 2027 ondergaat het publieke omroepbestel een ingrijpende verandering, waarbij de 234 lokale omroepen samengevoegd worden tot 80 streekomroepen. Omroep Tilburg, samen met andere lokale omroepen zoals [Langstraat Media](#), [LOG \(Goirle\)](#), [VLOH \(Hilvarenbeek\)](#), OHM (Oisterwijk en Moergestel) en [HalloGilzeRijen](#), heeft de opdracht gekregen van het Rijk om de nieuwe streekomroep Hart van Brabant te vormen. Dit houdt in dat de licenties van de verschillende lokale omroepen zullen verdwijnen ten gunste van één gezamenlijke licentie voor de nieuwe streekomroep.

Als grootste omroep van bovenstaande lokale omroepen proberen we in dit proces de kartrekker te zijn. De eerste stappen zijn al gezet: de centrale website voor de streekomroep staat op het punt om gelanceerd te worden en er is nauw contact tussen Omroep Tilburg en de andere lokale omroepen. Er wordt regelmatig vergaderd en content van Omroep Tilburg wordt overgenomen door de andere omroepen bij gebeurtenissen in de omliggende gemeenten. Deze samenwerking moet in de toekomst een stevigere vorm krijgen. Onze voorkeur gaat uit naar een tweesporenbeleid met twee edities en één overkoepelend bestuur. Streekomroep Hart van Brabant zal bestaan uit twee delen: Noord, dat De Langstraat (met de gemeenten Waalwijk, Dongen en Loon op Zand) omvat, en Zuid, dat de gemeenten Tilburg, Goirle, Hilvarenbeek, Gilze en Rijen en Oisterwijk omvat.

2.2 Geschreven content

De geschreven content van Omroep Tilburg kan worden ingedeeld in vier categorieën die samen de dagelijkse nieuwsstroom vormen:

1. 112-berichtgeving

De redactie volgt, in samenwerking met 112-persbureaus, het belangrijkste politienieuws in de regio op de voet. Denk aan de [serie nachtelijke autobranden](#) die Tilburg Noord in zijn greep hield of een grote politiezoekactie in Oisterwijk vanwege een vermiste jongen. Door nauwkeurige en betrouwbare berichtgeving over incidenten en noodgevallen zorgt Omroep Tilburg ervoor dat inwoners altijd op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen.

2. Gemeentelijk nieuws

Wanneer er belangrijke beslissingen vanuit de gemeenteraad worden genomen, is het essentieel dat inwoners hiervan op de hoogte zijn. Bijvoorbeeld wanneer een belangrijke [motie over het veilig testen van drugs](#) wordt aangenomen, maar ook wanneer een inwoner een lintje of onderscheiding ontvangt van de burgemeester. Omroep Tilburg presenteert dit nieuws grondig en duidelijk, zodat inwoners goed geïnformeerd zijn over beslissingen die hun dagelijks leven beïnvloeden. Deze berichten worden helder en toegankelijk gepresenteerd.

3. Persoonlijke interviews en portretten

Mensen lezen het liefst over elkaar. In Tilburg wonen mensen met bijzondere en belangrijke verhalen, rechtstreeks uit de haarvaten van de samenleving. Een voorbeeld hiervan is wanneer Ella en Henk Wolfs na 28 jaar stoppen als eigenaren van [cafetaria 't Wolfke](#), wat mooie reacties oproept van vaste klanten uit de buurt. Omroep Tilburg biedt deze verhalen een podium. Persoonlijke verhalen geven een gezicht aan de nieuwsfeiten en creëren een unieke verbinding tussen de gemeenschap en de journalistiek.

4. Cultureel-, sport- en evenementennieuws (CSE-nieuws)

Er gebeurt ontzettend veel in Tilburg op het gebied van cultuur, sport en evenementen. Tilburg is dan ook niet voor niets uitgeroepen tot evenementenstad van het jaar. Of het nu gaat om een wedstrijdverslag van Willem II of Tilburg Trappers, of een grootschalig benefietevenement zoals [Swim To Fight Cancer](#) in de Piushaven: Omroep Tilburg is erbij. Ook wanneer stadsgenoten uitblinken in minder bekende (niche) sporten, komen we graag langs. Denk aan de eerder genoemde Victor van der Velden, die op hoog niveau aan [biketrial](#) doet, of [de tweeling Noortje en Bregje](#), die gouden medailles behalen met synchroonzwemmen. De sterke focus op lokaal cultureel, sport- en evenementennieuws draagt bij aan een levendig beeld van het leven in de stad en maakt de omroep een belangrijke bron van informatie over deze sectoren.

Meer inzetten op onderzoeksjournalistiek

In de komende jaren zou Omroep Tilburg graag meer kunnen inzetten op onderzoeksjournalistiek om diepgaande en kritische reportages te maken die belangrijke lokale kwesties belichten. In tegenstelling tot het 'snelle' nieuws biedt onderzoeksjournalistiek de diepgang die nodig is om complexe problemen te begrijpen. Dit type berichtgeving kan thema's behandelen die een langdurige impact hebben op de regio, zoals milieuproblemen, economische ongelijkheid of sociale rechtvaardigheid. De redactie merkt dat het met de huidige capaciteit lukt om de dagelijkse nieuwsstroom te verzorgen. Onderzoeksjournalistiek vereist een aanpak waarbij journalisten de tijd krijgen om grondig onderzoek te doen, complexe verhalen te ontrafelen en misstanden aan het licht te brengen. Er is simpelweg meer tijd en mankracht nodig om ons vast te bijten in lastige dossiers en om gebruik te maken van journalistieke tools, zoals de [Wet open overheid](#) (Woo). De komende tijd wordt er nagedacht over hoe Omroep Tilburg goede onderzoeksjournalistiek kan bedrijven met de huidige capaciteit en middelen.

In 2023 heeft Omroep Tilburg door middel van het geld van het mediabeleid gemeente Tilburg geïnvesteerd in onderzoeksjournalistiek door freelancejournalisten in te huren. Deze

journalisten deden in opdracht van de omroep onderzoek naar de leef- en werkomstandigheden van arbeidsmigranten in Tilburg. Dit [drieluik](#) werd gepubliceerd in december 2023 en januari 2024. De omroep wil kijken of deze manier van het uitbesteden van onderzoeksjournalistiek iets is waar zij in de toekomst verder mee kan. Samen met Omroep Brabant en de andere grote lokale omroepen in de regio (Studio 040, DTV Nieuws, ZuidWest Update) wordt gekeken of er lokale redactiekracht gebundeld ingezet kan worden om samen grote onderzoeksjournalistieke verhalen te produceren. Dit project zit nog in een verkennende fase en zal in de komende jaren uitgerold worden.

Waarin onderscheidt Omroep Tilburg zich?

De omroep onderscheidt zich door altijd iets 'eigens' toe te voegen aan de berichtgeving. We nemen persberichten nooit klakkeloos over, maar bedenken daar een nieuwe invalshoek bij. Daarbij streven we ernaar altijd één of meerdere bronnen te spreken voor het nieuwsbericht. Ook vertalen we mondiaal of landelijk nieuws door lokale invalshoeken te bedenken. Bijvoorbeeld, wat heeft klimaatverandering voor gevolgen voor de tuin van de Tilburger? We gaan altijd crossmediaal te werk en schuwen het experiment niet, waardoor we ook een proeftuin kunnen zijn voor nieuwe initiatieven met partners in de stad. Op die manier onderscheidt Omroep Tilburg zich, in tegenstelling tot andere platforms, door een sterke nadruk te leggen op een persoonlijke stem binnen het verhaal. Deze stemmen maken het nieuws menselijker en herkenbaarder voor het publiek.

2.3 Audiocontent

Omroep Tilburg Radio (OTR) is in de gemeente Tilburg analoog te ontvangen via 107.6 FM of op de kabel via 87.5 FM. Daarnaast is OTR digitaal te beluisteren via kanaal 915 (Ziggo, regio) of 1044 (KPN, gemeente Tilburg). Ook online is OTR beschikbaar, zowel via de website als de [Tuneln-app](#). De basis van OTR bestaat uit een divers non-stop muzikaanbod, aangevuld met dagelijkse nieuwsblokken, podcastuitzendingen die voldoen aan de ICE-norm, [OT Sessies](#) en wekelijkse radio- en muziekprogramma's die allemaal eigen beheer worden geproduceerd.

Non-stop muziek: Het Ontdekstation

Tilburg staat bekend om haar rijke muziekgeschiedenis, waar muziek een centrale rol speelt in het stadsleven. Een belangrijk voorbeeld hiervan is de [Rockacademie](#), waar veelbelovende muzikanten en singer-songwriters hun eerste stappen in de muziekwereld zetten. Daarnaast zijn er twee toonaangevende podia voor zowel nationale als internationale pop- en jazzartiesten: [Poppodium 013](#) en [Paradox](#). Opkomende muzikale talenten kunnen ook bij Pophuis Tilburg terecht voor begeleiding en een intensief talententraject. In deze levendige muziekscene biedt onze radiozender een uniek en divers muziekprogramma.

OTR richt zich op de rijke en gevarieerde muziektraditie van Tilburg en kiest bewust voor niche- en progressieve muziek in plaats van de mainstream hits die op de landelijke radio te horen zijn. Deze eigen sound onderscheidt OTR van andere radiostations en maakt het een waardevolle aanvulling op het lokale muzikaanbod. Bij OTR hoor je muziek die je normaal gesproken niet snel op de radio tegenkomt, variërend van lokale talenten tot unieke genres die elders onderbelicht blijven. De omroep is trots op deze diversiteit en zet

zich in om luisteraars een unieke muzikale ervaring te bieden. Of je nu een fervent muzik-liefhebber bent of gewoon op zoek bent naar iets nieuws, OTR blijft verrassen en heeft voor ieder wat wils.

Nieuwsblokken

Omroep Tilburg biedt een dagelijkse nieuwsvoorziening op de radio. Elk heel uur wordt het landelijke nieuws gepresenteerd door journalisten van het ANP, terwijl elk half uur het lokale Hart van Brabant-nieuws wordt verzorgd door onze eigen redactie. Het Hart van Brabant Nieuws is een belangrijke stap voor Omroep Tilburg om het lokale nieuws nog breder te verspreiden binnen ons verzorgingsgebied.

Podcast-Broadcasts

Iedere maandagavond tussen 21.00 uur en 22.00 uur zorgt OTR voor een Podcast-Broadcast. Dit zijn door de omroep geproduceerde podcastseries met uiteenlopende thema's zoals inclusie, politiek, nieuws, milieu en cultuur (Informatie & Educatie). Een voorbeeld hiervan is de podcast '[Op weg naar een inclusieve stad](#)' van journalist Halima Özen. In acht afleveringen onderzoekt ze met verschillende gasten wat er nodig is om van Tilburg een inclusieve stad te maken.

OT Sessies

In samenwerking met Pophuis en de Rockacademie maakt Omroep Tilburg het muziekprogramma OT Sessies. Lokale singer-songwriters (Cultuur) krijgen een podium om hun eigen muziek te laten horen. Het programma promoot en ondersteunt de lokale muziekcultuur. De opnamen worden gemaakt in de studio van Omroep Tilburg. Iedere vrijdagavond tussen 20.00 uur en 21.00 uur te horen op OTR en zijn via televisie en Facebook te zien.

Wekelijkse radio- en muziekprogramma's

- **Peto's World Music Train**

De Nigeriaanse Peto Cadmus is host van de wekelijkse radioshow Peto's World Music Train. Iedere dinsdagmiddag van 15.00 uur tot 17.00 uur maakt hij radio voor de Afro-Afrikaanse gemeenschap in Tilburg. Vaak met interessante muzikale gasten zoals [Kenny B](#) (Cultuur).

- **United Sounds**

Iedere woensdagavond van 20.00 uur tot 22.00 uur zendt OTR het programma United Sounds uit. United Sounds draait dancehall-reggae muziek en focust zich op muziek en cultuur uit de reggaegemeenschap (Cultuur).

- **HARDT**

HARDT wordt iedere vrijdagavond tussen 23.00 uur en 00.00 uur uitgezonden. Een uur lang luister je naar de nieuwste hits uit de hardstyle en hardcore wereld, verzorgd door een hardstyle artiest uit de regio (Cultuur).

- **Pophuis Presenteert**

Pophuis Tilburg biedt een talentontwikkelingstraject (Educatie) voor lokale muzikanten. In het programma Pophuis Presenteert wordt aandacht geschonken aan lokaal muzikaal ta-

lent. Iedere week wordt een ander thema binnen de muziekwereld uitgelicht. Iedere maandag tussen 16.00 uur en 18.00 uur.

- **TilbuZz**

TilbuZz is een live talkshow die elke vrijdag plaatsvindt in bibliotheek de Bibliotheek Midden-Brabant, waarin de 'buzz' in Tilburg centraal staat. Met een divers aanbod aan actuele onderwerpen zoals nieuws, cultuur, politiek en sport, houdt TilbuZz de inwoners van Tilburg goed geïnformeerd (Informatie). Door gesprekken met lokale artiesten, culturele evenementen en sportfiguren wordt de culturele identiteit van de stad benadrukt (Cultuur). De wekelijkse talkshow van Omroep Tilburg is ook te beluisteren via OTR. Twee keer per week op woensdag tussen 16.00 en 17.00 uur en op vrijdag van 16.00 en 17.00 uur. Het programma is ook te zien op televisie, YouTube, Facebook.

- **Stadsforum**

Stadsforum is het politieke programma van Omroep Tilburg waar raadsleden, wethouders en vertegenwoordigers van lokale organisaties met politieke raakvlakken samenkomen. Vanuit de Concertzaal, met uitzicht op het gemeentehuis en het vernieuwde plein 'Stadsforum', worden politieke kwesties en beslissingen besproken en geanalyseerd (Informatie). Het programma biedt inzicht in lokale politiek en beleidsvorming, wat bijdraagt aan de educatie van de burgers over hun bestuursstructuur (Educatie). Uitzendingen zijn iedere dinsdagavond tussen 20.00 uur en 21.00 uur op OTR, televisie en YouTube.



2.4 Videocontent

Naast het dagelijks verslaan van online nieuws uit Tilburg en omgeving, maakt Omroep Tilburg programma's die voldoen aan de ICE-norm, zoals het hierboven genoemde TilbuZz, Stadsforum en OT Sessies.

Even over Tilburg

[Even over Tilburg](#) is een semi-live nieuwsprogramma geproduceerd door studenten van Fontys Journalistiek onder begeleiding van Omroep Tilburg. Dit programma behandelt actuele kwesties in Tilburg en leert studenten hoe een actualiteitenprogramma tot stand komt (Educatie). Door reportages en discussies met studiegasten vanuit diverse invalshoeken wordt de lokale gemeenschap geïnformeerd (Informatie).

Vanaf september 2024 breidt het programma uit naar 'Even over de Regio', om ook nieuws uit omliggende steden en dorpen in de regio hart van Brabant te behandelen. Voorsortend op de vorming streekomroep. Het programma is te zien op YouTube, televisie en Facebook.

360 graden boeken

[360 graden boeken](#) is een boekenprogramma dat wordt opgenomen in de Bibliotheek Midden-Brabant. In dit programma gaat Omroep Tilburg in gesprek met lokale, regionale en landelijke schrijvers, waardoor literatuur toegankelijker wordt gemaakt voor het publiek (Educatie). Het programma draagt bij aan de culturele diversiteit en literaire cultuur van de regio (Cultuur). Uitzendingen zijn te zien op televisie.

130x Tilburg

130x Tilburg belicht de diverse culturen in de stad, waar meer dan 130 nationaliteiten samenleven. Door verhalen te delen over de verschillende culturen, draagt het programma bij aan een beter begrip en waardering voor de culturele diversiteit in Tilburg (Cultuur). Dit bevordert ook de educatie over culturele identiteit en gemeenschapsvorming (Educatie). Het programma wordt uitgezonden op YouTube, televisie en Facebook. Dit programma wordt in opdracht van Omroep Tilburg geproduceerd.

T!

Bij T! worden meningen van mensen op straat verzameld over lokale onderwerpen, met speciale aandacht voor de wijken waar deze onderwerpen spelen. Dit programma houdt inwoners op de hoogte van de lokale publieke opinie (Informatie) en versterkt de betrokkenheid van de gemeenschap bij lokale kwesties. Voorbeelden zijn video's over arbeidsmigranten in Riel. T! wordt soms verwerkt in nieuwsreportages en uitgezonden op YouTube, televisie en Facebook.

KermisTV

Tijdens de jaarlijkse Tilburgse Kermis maakt de omroep verschillende afleveringen met bijzondere Tilburgers (Cultuur) in de vorm van de talkshow [KermisTV](#). Ook is de omroep tien dagen aanwezig op de kermis om nieuwsgebeurtenissen (Informatie) te verslaan in de vorm van tekst en video.

Weekoverzicht nieuwsreportages

Elke vrijdag is op het televisiekanaal een nieuwsoverzicht te zien van de gemaakte reportages die week. Actuele nieuwsvideo's (Informatie) uit Tilburg en omliggende dorpen zijn op die manier ook te zien op televisie, en niet alleen op ons YouTubekanaal, website, app en Facebook.

Trappers Off Ice

De ijshockeyclub Tilburg Trappers gaat in september 2024 zijn tiende seizoen in de Oberliga in en ze zijn niet meer weg te denken uit de Duitse competitie. In '[Trappers Off Ice](#)' leren we de speler achter het nummer kennen. We zien nu vooral hun prestaties op het ijs, maar in deze serie duiken we nog dieper in het leven van de sporters (Cultuur). In elke aflevering staat één speler van Tilburg Trappers centraal.



3. Mediakanalen

In de onderstaande paragrafen wordt ingegaan op alle mediakanalen die Omroep Tilburg heeft. Van tv tot TikTok en van Facebook tot de app. We bespreken wat we hebben, wat de doelstellingen zijn, wat we daar mee doen en wat we in de toekomst willen verbeteren. Hoewel deze doelstellingen op sommige punten overeenkomen, zijn ze ook net iets anders.

3.1 Doelstelling

Het doel is om op elk medium zoveel mogelijk mensen op de hoogte te brengen van het laatste nieuws in Tilburg en omgeving. Naast het borgen van de continuïteit willen ook graag ons bereik langzaam maar zeker verder uitbouwen. We willen op ieder platform structureel doorgroeien om zo veel mogelijk mensen van betrouwbaar, interessant nieuws te voorzien. De voortgang van deze doelstellingen houden we dagelijks, wekelijks, maandelijks en jaarlijks bij. Door dit regelmatig te monitoren, kunnen we bijsturen waar nodig.

3.2 Platformen

In de volgende paragrafen worden de door Omroep Tilburg gehanteerde platformen beschreven, inclusief de doelstellingen voor dit platform in de komende jaren.

3.2.1 Website

Omroep Tilburg is een 'online first' platform, wat betekent dat wij voornamelijk digitaal werken en uitzenden. Alles wat de redactie produceert, wordt gepubliceerd op de website, die fungeert als een herkenbare en overzichtelijke plek voor bezoekers. De website van Omroep Tilburg biedt inwoners van de regio toegang tot een breed scala aan nieuws en informatie. Je vindt er de dagelijkse nieuwsstroom (112-berichtgeving, gemeentelijk nieuws, persoonlijke interviews/portretten en CSE-nieuws), videoreportages, televisieprogramma's, podcasts, en je kunt online Omroep Tilburg Radio luisteren en Omroep Tilburg televisie kijken. Daarnaast kunnen bezoekers eenvoudig contact opnemen met de redactie via de website. Er staan een telefoonnummer, e-mailadres en het bezoekadres vermeld. Voor mensen die ontevreden zijn over de berichtgeving, een nieuwstip hebben of andere zaken willen melden, is er een aparte klachtenbutton. Deze leidt naar een formeel klachtenformulier dat per e-mail of post naar de redactie kan worden gestuurd. Alle relevante informatie over de organisatie Omroep Tilburg is terug te vinden op onze [website](#).

Toegankelijkheid

Omroep Tilburg hecht veel waarde aan de toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van onze website, zodat iedereen, inclusief mensen met beperkingen, toegang heeft tot onze content. Een manier om deze toegankelijkheid te bevorderen, is onze schrijfstijl. Al onze berichten worden helder en duidelijk geschreven, zodat iedereen onze teksten kan begrijpen, ongeacht het leesniveau. Daarnaast maken we gebruik van de inclusieve taaltool Tolkie, zoals in het hoofdstuk over de demografische gegevens is uitgelegd.

Doelgroep

Omroep Tilburg richt zich op een diverse doelgroep, variërend van jong tot oud binnen ons verzorgingsgebied. Door de financiële bijdrage van het stimuleringsfonds voor de journalistiek is ons verzorgingsgebied voor nieuws uitgebreid. Onder ons verzorgingsgebied vallen nu de volgende gemeenten: Tilburg, Goirle, Oisterwijk, Gilze en Rijen, Hilvarenbeek. Wij streven ernaar om iedereen in deze regio te bereiken en te bedienen met relevante en nieuwswaardige content. Onze doelgroep bestaat uit inwoners van verschillende leeftijden, achtergronden en interesses. Door deze diversiteit in de doelgroep proberen we met een breed scala aan onderwerpen en media de gemeenschap te informeren, te verbinden en te vermaken.

Omroep Tilburg biedt voor elke leeftijdsgroep wat wils. Jongeren kunnen zich aangetrokken voelen tot ons sportnieuws en de culturele evenementen die we in de berichtgeving meenemen, zoals hiphopfestivals en ludieke happenings zoals een [zeepkistenrace](#) in de Spoorzone. Voor volwassenen en ouderen is deze content ook beschikbaar, maar we bieden ook diepgaande berichtgeving over gemeentelijke beslissingen, lokale politiek en belangrijke 112-incidenten. Onze persoonlijke interviews en portretten spreken een breed publiek aan door de verhalen van medebewoners te delen. Anticiperend op de vorming van de streekomroep willen we ons in de komende jaren nog meer verankeren in de omliggende gemeenten en dorpen. We merken dat we in Tilburg goed weten waar we moeten zijn voor al het grote en kleine nieuws. Ons doel is om dat ook in de regio te bereiken, zodat we nog meer in de haarvaten van de samenleving komen. Hiervoor hebben we al enkele ideeën, zoals het opzetten van een regioredactie.

Pop-upredactie

Meerdere keren per maand willen we met twee redacteuren van de omroep op een publieke plek in een regiogemeente werken. Dit kan bijvoorbeeld de lokale bibliotheek zijn. Het idee is dat bewoners op deze laagdrempelige manier kennis kunnen maken met Omroep Tilburg en een praatje met ons kunnen maken. Daarbij zien ze direct een gezicht achter de organisatie, waardoor we nog dieper in de lokale gemeenschap kunnen treden.

Groeiende weergaven en aantal berichten op de website

Met de komst van twee extra redacteuren heeft onze website de afgelopen zes maanden een indrukwekkende groei doorgemaakt, zowel in het aantal weergaven als in het aantal gepubliceerde berichten. Deze cijfers benadrukken de toenemende populariteit en invloed van de omroep in de regio. In januari begonnen we met 95.000 weergaven. Dit aantal steeg geleidelijk naar 103.000 in februari en 118.500 in maart. De groei versnelde aanzienlijk vanaf april, met een sprongetje naar 147.000 weergaven. Deze trend zette door in mei met 208.000 weergaven en bereikte een hoogtepunt van 256.000 in juni. Vergelijkbaar met de stijging in weergaven, is ook het aantal gepubliceerde berichten per maand toegenomen. In januari werden er 89 berichten geplaatst. Dit aantal nam aanzienlijk toe in de daaropvolgende maanden: 124 in februari, 161 in maart en 180 in april.

Hoewel mei een lichte daling kende met 168 berichten, werd deze trend in juni weer doorbroken met 217 berichten. Deze groei in beide statistieken is te danken aan de voortdurende inspanningen van de redactie om relevant en boeiend nieuws te bieden. De toename in het aantal berichten is het resultaat van het feit dat de redactie in deze periode werkte met vier voltijd-redacteuren en drie stagiaires.

3.2.2. Radio

[Omroep Tilburg Radio](#) is te beluisteren via FM 107.6 / Kabel 87.5

Ontdekstation

Tilburg, “De stad van makers”, zoals de gemeente Tilburg zichzelf noemt, sluit naadloos aan bij de visie van OT-Radio. Al sinds de jaren 60 kent Tilburg een levendige muzieksce­ne met bekende namen als [Les Cruches](#), [Doe Maar](#), [VOF de Kunst](#), [Green Lizard](#), [Krezip](#) en Kenny B, die allen hun oorsprong vinden in deze voormalige industriestad. De muziek uit Tilburg sluit vaak aan bij het beeld dat buitenstaanders hebben van onze inwoners: “Ruw en te­gendraads”. Momenteel zijn er in Tilburg enkele honderden bands actief die kleur geven aan onze stad. Met toonaangevende podia zoals 013, [Hall of Fame](#), Paradox en [Little Devil](#) hebben muzikanten ook de mogelijkheid om zich te profileren. Naast pop en rock heeft Tilburg een bloeiende hiphopcultuur onder jongeren met diverse culturele achtergronden, een diversiteit die we graag belichten. Omroep Tilburg zoekt daarbij altijd samenwerking met lokale partijen. Met de komst van de Rockacademie heeft de popmuziek een volwas­sen gezicht gekregen, en bieden wij studenten een platform op OT-Radio. Naast landelijk nieuws op het hele uur en lokaal nieuws op het halve uur heeft Omroep Tilburg een vrij progressieve muziekkeuze, geïnspireerd door het STU-BRU-model. Dit, in combinatie met regionaal nieuws en muziek, geeft Omroep Tilburg een uniek karakter. We streven ernaar dat onze luisteraars met hun mobiel bij de speakers zitten om via muziekherkenning (Sha-zam) te ontdekken welke artiest of band er op de radio speelt.

Ambities voor de komende jaren

Omroep Tilburg realiseert meer zichtbaarheid in de stad door live radio te maken bij grote evenementen, gezien Tilburg als evenementenstad. Deze regio kent grote festivals zoals [Spoorpark Live](#), [Draaimolen Festival](#), [Rebirth](#), [Levenslied](#), [Het Moment](#) en [Roadburn](#). We zorgen voor meer aandacht voor deze festivals op de radio. Bij Roadburn hebben we al eerste stappen gezet door samen met lokale partner LOG vier dagen Roadburn Radio te verzorgen vanaf het festivalterrein. Partners op muziekgebied zijn onder andere R-NEWT/[NextUp](#), 013, Pophuis, Rockacademie, Hall of Fame, Paradox en Factorium. Op het ge­bied van nieuws willen we de komende jaren meer gepresenteerde nieuwsprogramma's ontwikkelen, zoals een dagelijkse ochtendshow, en in het kader van de vorming van de streekomroep samenwerken met collega-omroepen uit het verzorgingsgebied. Partners op nieuwsgebied zijn bijvoorbeeld Fontys Journalistiek, Bibliotheek Midden-Brabant, Tilburgse wijkkranten, T-Reporters en Press Kids (YoCoJoin).

Radiozender(s) van Omroep Tilburg

Omroep Tilburg heeft als radiozender een sterke focus op het bereiken van een diverse doelgroep, variërend van jongeren tot ouderen. Onze zender is goed te beluisteren via etherfrequentie en binnenkort ook via DAB+, maar ook via online-streaming en digitale kabel. We richten ons op een breed muziekformat dat progressief en divers is, passend bij de culturele en muzikale diversiteit van Tilburg. Onze programma's reflecteren de verscheidenheid binnen de lokale gemeenschap, met aandacht voor diverse groepen, thema's en onderwerpen. We zien mogelijkheden voor meer focus op specifieke doelgroepen en onderbelichte thema's. Voor meer informatie over onze programmering, zie de bijlage.

3.2.3 Televisie

Omroep Tilburg hanteert een horizontale programmering met vaste programma's op specifieke tijden en dagen om een breed publiek te bereiken. We hebben gekozen voor programmaformats en zenden geen losse items uit. Alle geproduceerde content voor tv moet binnen een vastgesteld format passen. [De tv-uitzendingen](#) (op Ziggo kanaal 40 / KPN kanaal 1344) beginnen dagelijks om 19:00 uur en draaien 24 uur in een continue loop. In het weekend zendt Omroep Tilburg een compilatie uit van de meest bijzondere reportages en programma's van de afgelopen week, aangevuld met een nieuw weekendoverzicht. Bij bijzondere gebeurtenissen, zoals de [verkiezingsuitslagen voor de gemeenteraad](#), gaan we live. We willen deze live-uitzendingen de komende jaren verder uitbreiden.

3.2.4 App

De betaversie van de Omroep Tilburg-app bestaat al ongeveer een half jaar, maar sinds juni 2024 zijn we actief bezig met het bekendmaken van de app aan ons publiek. De app heeft dezelfde lay-out en huisstijl als de website, maar is geoptimaliseerd voor mobiel gebruik. Alles wat op de website te vinden is, wordt automatisch ook in de app weergegeven.

Pushmeldingen

Een interessante functie van de app is de pushmelding. Hiermee kunnen artikelen van Omroep Tilburg onder de aandacht worden gebracht bij gebruikers die deze optie hebben ingeschakeld. De redactie kan pushmeldingen handmatig activeren per bericht en zorgvuldig selecteren welke berichten op deze manier worden uitgelicht. Ruim 5.800 mensen hebben pushmeldingen ingeschakeld voor onze app. Dat is ruim 4 procent van de gemeente Tilburg.

3.3. Sociale Media

In de volgende paragrafen worden de door Omroep Tilburg gehanteerde platformen op het gebied van sociale media beschreven, inclusief de doelstellingen voor deze platformen in de komende jaren.

Facebook

Elke dag plaatsen we minimaal 5 (nieuws)berichten op Facebook, omdat een groot deel van onze doelgroep zich hier bevindt. Dit platform gebruiken we ook voor oproepen en community-informatie, waardoor we direct contact kunnen leggen met de inwoners en hen

kunnen betrekken bij lokale initiatieven (informatie, cultuur, educatie).

De inzet van Facebook verloopt zeer succesvol. We hebben ontdekt dat het posten van ongeveer vijf berichten per dag, verspreid over de hele dag, bijzonder goed presteert onder onze volgers. Dit betekent dat we in een week tijd ongeveer 35 berichten plaatsen. Eerder hebben we geëxperimenteerd met een hogere frequentie, waarbij we in één week 71 berichten plaatsten. Dit bleek echter te veel voor onze volgers, die oververzadigd raakten door het aantal nieuwsberichten. Ondanks het hogere aantal berichten was het absolute bereik lager dan in de maand daarvoor. In mei bereikten we namelijk ruim 355.000 mensen via Facebook, terwijl dat in juni 'slechts' 316.000 was, hoewel we in die maand meer berichten plaatsten. Dit is iets om in de toekomst rekening mee te houden. Onze Facebook-pagina bedient drie grote doelgroepen: mensen van 20-39 jaar, 40-54 jaar en 55+. Sinds november 2022 is ons volgersaantal gestegen van 14.885 naar 17.654 in juli 2024. Dit laat een duidelijke groei zien, maar er is altijd ruimte voor verbetering. We kunnen dit onder andere doen door mensen actief uit te nodigen om ons te volgen, veel interactie te hebben met degenen die reageren op onze berichten.

Om in te zetten op toekomstige groei, moeten we dieper onderzoeken wat onze doelgroepen nodig hebben. Door inzicht in data kunnen we hier verder op voortborduren. Via [Meta Business Suite](#) kunnen we inzien welke berichten het beste presteren en daarvan leren. Waarom doet dit bericht het goed en waarom spreekt het onze volgers aan? Momenteel hebben we een goede structuur ontwikkeld voor het consistent posten van berichten. Het is dus belangrijk dat we op deze voet doorgaan. Door in te zetten op doelgerichte contentcreatie, consistentie in postfrequentie, diversificatie van content, community engagement en voortdurende analyse en aanpassing, kunnen we onze groei op Facebook voortzetten. Met deze strategieën kunnen we niet alleen ons volgersaantal vergroten, maar ook de interactie en betrokkenheid versterken, waardoor onze Facebook-pagina een nog waardevollere bron van nieuws en informatie wordt voor al onze doelgroepen.

YouTube

Op het YouTube-kanaal post de redactie dagelijks een uitgebreid aanbod van verschillende videoreportages en programma's (T!, OT Sessies, TilbuZz, Trappers Off Ice, 130x Tilburg, Stadsforum, Even over Tilburg, 360° Boeken, [CulTuur](#)). We zien graag nog meer publiek op ons YouTube-kanaal. Om het aantal weergaven te verhogen en meer betrokkenheid te genereren, gaan we meer onderzoek doen hoe we dit in de toekomst kunnen verbeteren. Momenteel heeft ons kanaal ruim 1500 volgers en we hebben meer dan 3000 video's gepost. De doelgroepen die we momenteel vinden op ons YouTube-kanaal zijn 13 – 19 jaar en 20 – 39 jaar. Zo kunnen we mogelijk meer inzetten op het verbeteren en optimaliseren van onze video beschrijvingen. We gaan werken aan een consistent uploadschema, zodat kijkers weten wanneer ze nieuwe content kunnen verwachten. Ook kan het gebruik van teasers helpen om kijker naar ons kanaal te trekken voor de volledige video. Momenteel wordt een video van ons standaard gezet bij een artikel. Alleen mist er een duidelijke call-to-action om kijkers aan te moedigen om naar ons kanaal te gaan en zich te abonneren. Wellicht kan een aanpassing aan onze [thumbnails](#) ook al zorgen voor een positief effect.

X (voorheen bekend als Twitter)

Omroep Tilburg is momenteel weinig actief op [X \(Twitter\)](#), maar we beschouwen het platform nog steeds als een potentieel waardevolle nieuwsbron. Ondanks onze 516 volgers hebben we sinds 5 maart geen berichten meer geplaatst, omdat het delen van links weinig interactie opleverde en te veel tijd kostte. In de toekomst kan het interessant worden om artikelen automatisch te delen als deze functie beschikbaar komt. Hoewel onze activiteit op X momenteel laag is, biedt het platform nog steeds potentieel om onze nieuwsverspreiding en betrokkenheid te vergroten. Door te investeren in automatisering, analyse, interactie en diversificatie van content, kunnen we onze aanwezigheid op X nieuw leven inblazen. Dit zal ons helpen om onze volgers beter te begrijpen en effectiever te bereiken, waardoor X een waardevol onderdeel van onze sociale mediastrategie kan worden.

[Instagram](#)

Elke dag plaatsen we een post met duidelijke teksten gericht op onze doelgroep. Hiermee willen we niet alleen informeren, maar ook de betrokkenheid van onze volgers vergroten door visueel aantrekkelijke en inhoudelijk relevante berichten te delen (informatie, cultuur, educatie). We hebben momenteel ruim 3500 volgers en bereiken maandelijks een vergelijkbaar aantal mensen met onze berichten. Er liggen echter aanzienlijke kansen om een relatief jonge doelgroep aan ons medium te binden.

Regelmatiger posten

Om verwachtingen te creëren en een routine op te bouwen, is het essentieel om berichten op vaste tijdstippen te plaatsen. We moeten onderzoek doen naar de beste tijdstippen, met de focus op onze twee belangrijkste doelgroepen: 13-19 jaar en 20-39 jaar. Hier schakelen we de expertise van Omroep Brabant bij in.

Experimenteren met content

Daarnaast willen we gaan experimenteren met het contentaanbod. Momenteel gebruiken we vooral foto's met bijschriften, maar dit kan aantrekkelijker gemaakt worden. Zo willen we in de toekomst gebruik maken van videocontent. We willen korte fragmenten van videoreportages verwerken in [Instagram Reels](#). Video's trekken vaak meer aandacht en kunnen helpen om een breder publiek te bereiken. Dit hebben we al eens geprobeerd en we zien dat dit resultaten oplevert. Elke Reel die we plaatsen, bereikt tussen de 1000 en 2000 mensen. Helaas is er niet altijd voldoende capaciteit om van iedere relevante video een Reel te maken. Daarnaast moet er dan ondertiteling worden toegevoegd in de video. Veel gebruikers bekijken video's zonder geluid, dus ondertiteling zorgt ervoor dat je boodschap altijd overkomt en dat mensen langer naar je video blijven kijken.

Ondersteuning door een socialemediaredacteur

Gezien de tijdsinvestering die nodig is voor contentcreatie, is het wenselijk om in de toekomst een socialemediaredacteur aan te nemen. Met onze huidige capaciteit is er onvoldoende ruimte om voldoende aandacht aan specifieke content voor Instagram te besteden. Deze persoon kan zich richten op het creëren en beheren van content, wat de consistentie en kwaliteit van onze posts ten goede zal komen. Door deze strategieën toe te passen, kunnen we meer uit ons Instagram-account halen, ons volgersaantal laten groeien en het bereik van onze nieuwsberichten en video's vergroten.

LinkedIn

Onze aanwezigheid op LinkedIn heeft tot nu toe voornamelijk bestaan uit het reposten van berichten waarin we worden getagd. Hoewel we weinig actieve berichten hebben geplaatst, hebben we ontdekt dat LinkedIn een waardevol platform kan zijn voor onze journalistieke en zakelijke berichtgeving. Ook gebruiken we LinkedIn voor het vinden van gasten voor programma's zoals Stadsforum en TilbuZz. Onze doelgroep op LinkedIn bestaat voornamelijk uit mensen van 40-54 jaar, een demografische groep die vaak professioneel betrokken is.

Aanbevelingen voor een strategische aanpak

Om LinkedIn effectief te benutten, moeten we een strategische aanpak ontwikkelen die onze journalistieke doelen ondersteunt en waardevolle connecties bevordert. We moeten onderzoeken of regelmatig posten een meerwaarde biedt voor onze redactie. Hierbij kunnen we variëren van nieuwsartikelen tot aankondigingen van nieuwe programma's. LinkedIn biedt toegang tot belangrijke figuren in ons netwerk. We kunnen mede-journalisten, experts en andere relevante professionals toevoegen om meer potentiële interviewkandidaten en gasten voor onze programma's te vinden en te benaderen. Het is belangrijk dat we onze posts zo formuleren dat ze uitnodigen tot interactie en reacties van volgers. Daarnaast kunnen we experimenteren met verschillende soorten content en niet alleen links naar onze website, maar ook video's plaatsen.

Betrokkenheid en reputatie

Verder kunnen we op LinkedIn mijlpalen en bijzondere gebeurtenissen rondom de omroep delen. Dit biedt volgers een kijkje achter de schermen en helpt bij het creëren van meer betrokkenheid. Deze aanpak zal ons niet alleen helpen om waardevolle connecties te maken en potentiële gasten te vinden, maar ook om onze reputatie als betrouwbare nieuwsbron te versterken en onze doelgroep effectiever te bereiken.

TikTok

Op TikTok experimenteren we met jongeren die content creëren op basis van ons laatste nieuws. Dit stelt ons in staat om een jonger publiek te bereiken en hen te betrekken bij actuele gebeurtenissen en culturele initiatieven in hun omgeving. Dit experiment wordt begeleid door stagiairs die onderzoek doen naar het gebruik en de effectiviteit van Reels en TikTok.

Doelgroep en benadering

Onze aanwezigheid op TikTok heeft ons in contact gebracht met een nieuwe doelgroep: jongeren van 13-19 jaar. Deze groep is moeilijk te bereiken via traditionele kanalen, maar TikTok biedt een unieke kans voor communicatie. We hebben gemerkt dat hard nieuws minder goed aanslaat bij deze doelgroep. Daarom hebben we geëxperimenteerd met een benadering die nieuws vertaalt naar de persoonlijke ervaringen van jongeren in de regio. Content die inspeelt op lokale gebeurtenissen en hun betekenis voor jongeren, zoals video's over [vapen](#), [Spotify Wrapped](#) en [nieuws van vandaag](#), heeft goed resultaat opgeleverd. Deze onderwerpen zijn gerelateerd aan het nieuws, maar zijn op een manier gepresenteerd die deze doelgroep aanspreekt.

Resultaten

Deze aanpak heeft geleid tot indrukwekkende resultaten, met enkele van onze meest bekeken video's die meer dan een half miljoen views hebben behaald. In zes maanden tijd hebben we vier miljoen weergaven op al onze video's gehaald. Momenteel heeft onze TikTok-pagina meer dan 200.000 likes en ruim 4.000 volgers. Hoewel het aantal weergaven niet direct bijdraagt aan het vergroten van ons bereik op andere kanalen, is dit ook niet het primaire doel. TikTok introduceert een jongere generatie aan Omroep Tilburg, zodat ze in de toekomst weten wie we zijn en wat we doen, en bij ons aankloppen wanneer ze meer interesse in nieuws hebben.

Toekomstige groei

Om deze groei voort te zetten en de betrokkenheid van onze volgers te vergroten, gaan we ons richten op de volgende strategieën: lokale betrokkenheid en relevantie, visuele content, analyse en optimalisatie. Het is belangrijk dat we nieuws vertalen naar wat het betekent voor de jongeren in de stad, variërend van verkeerswijzigingen en schoolnieuws tot lokale evenementen en activiteiten. Daarnaast kunnen we meer inzetten op persoonlijke verhalen, zoals die van lokale helden, jonge ondernemers en opvallende inwoners. Dit creëert een emotionele connectie met de kijkers.

TikTok vraagt om nieuws dat snel en eenvoudig gepresenteerd wordt. Daarom moeten we zorgen voor korte, krachtige video's die de aandacht trekken en vasthouden. We kunnen ook gebruik maken van pakkende visuals en ondertiteling om de boodschap over te brengen. Dit zal ons helpen om niet alleen ons volgersaantal te vergroten, maar ook de betrokkenheid van deze unieke en vaak moeilijk te bereiken doelgroep te verhogen. TikTok biedt ons een krachtige tool om jongeren te informeren en te betrekken bij wat er speelt in hun regio, en met de juiste aanpak kunnen we deze kans optimaal benutten.

Huidige uitdagingen

Het creëren van deze content kost momenteel veel extra tijd, wat heeft geleid tot een stilstand van ons TikTok-kanaal. We hopen in de toekomst met de hulp van stagiaires en nieuwe versterkingen deze activiteiten weer op te pakken. TikTok biedt een krachtige tool om jongeren te informeren en te betrekken bij wat er speelt in hun regio. Met de juiste aanpak kunnen we deze kans optimaal benutten en onze aanwezigheid op dit platform verder ontwikkelen.



Andrew Greenwood in:

A MISSION WITH AN URGENCY

"It's about unlocking the power within. Dance is medicine for the souls. Your in the now, when you dance."

Cast: Andrew Greenwood - Erik Scherder - Marcelle Hendrickx - Meta de Zeeuw
Philip Idenburg - Machteld Huber - Eveline Wouters - Frank van Empel - Caro Sicking
Regie: Ron Schuurkes - Erwin Danklof

Duur: 45 min

1 Programmering radio 2024

Radiogids							
	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag
00:00	Non-stop 00:00 - 16:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 15:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 16:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 20:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 16:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	Non-stop 00:00 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws
01:00							
02:00							
03:00							
04:00							
05:00							
06:00							
07:00							
08:00							
09:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00		Peto's World Mus... 15:00 - 17:00 Peto Cadmus is afkomstig uit Nigeria dooit van de					
17:00	Pophuis Presente... 16:00 - 18:00 Thematisch muziekprogramma met actuele klassiekers	Non-stop 17:00 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	TilbuZz 17:00 - 20:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws		TilbuZz 17:00 - 20:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws		
18:00							
19:00	Non-stop 18:00 - 21:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws						
20:00			United Sounds 20:00 - 22:00 Een reggae programma. Strictly Roots & Soul	Stadsgeneem 20:30 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws	OT Sessies 21:00 - 23:00 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws		
21:00	Podcast-Broadcast						
22:00			Non-stop 22:00 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws				
23:00	Non-stop 22:00 - 23:59 Op het hele uur ANP nieuws, op het halve uur Lokaal Nieuws						
00:00					HARDT		

2 Programmering televisie 2024

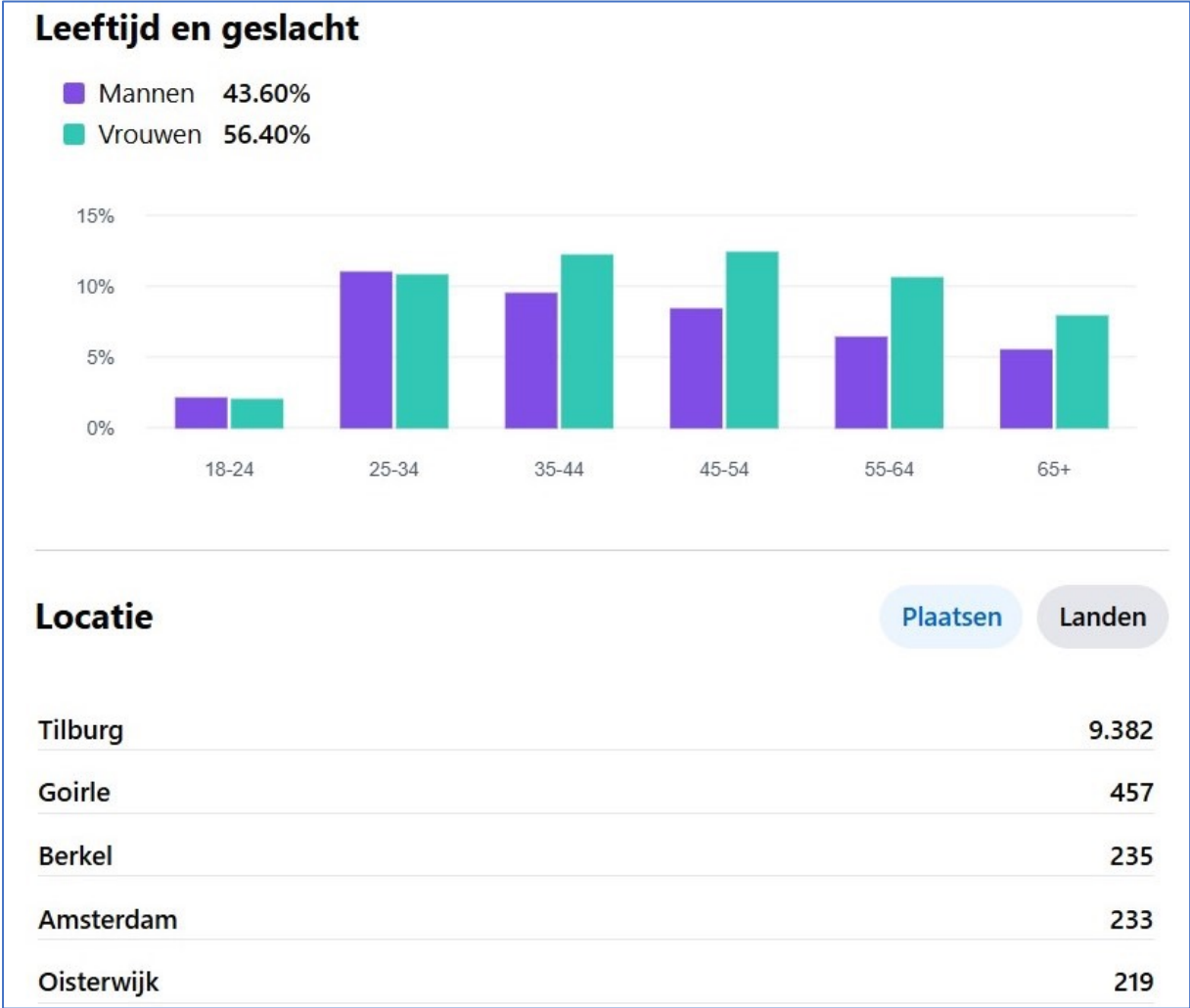
TV-gids

De programmering voor tv begint elke werkdag om 19:00u en wordt vervolgens elk uur herhaald. De programmering van maandag is dus vanaf maandag 19:00u te zien en start elk heel uur opnieuw tot dinsdag 19:00u. Op dat moment start de programmering van dinsdag. In het weekend duurt onze programmering twee uur. De programmering van zaterdag start dus op zaterdag om 19:00u en de herhaling ervan start om 21:00u.

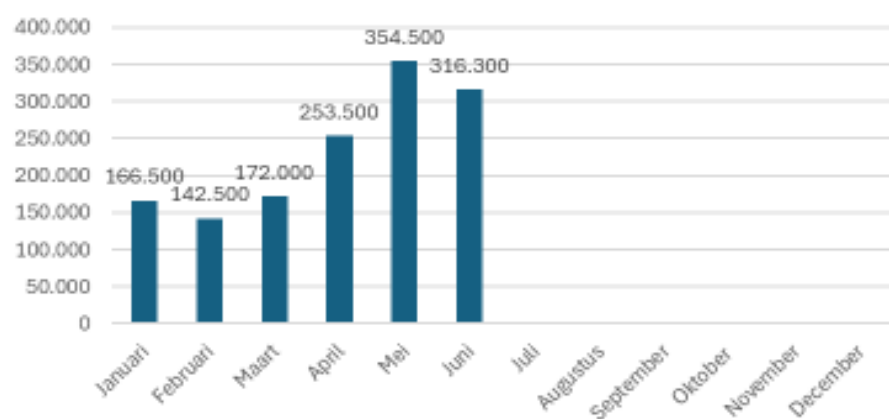
	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag
19:00	Hart van Bra... 19:00 - 19:10	Hart van Bra... 19:00 - 19:10	Hart van Bra... 19:00 - 19:10	Hart van Bra... 19:00 - 19:10	Hart van Bra... 19:00 - 19:10	Herhalingen 19:00 - 20:55	Herhalingen 19:00 - 20:55
19:10	T! - Eyecatch...	T! - Eyecatch...	TilbuZz 19:10 - 20:00	T! - Eyecatch...	T! - Eyecatch...		
19:20	De universite... 19:15 - 19:30	Stadsforum 19:15 - 19:35		CulTuur 19:15 - 19:35	OT Sessies 19:15 - 19:35		
19:30	Fontys Colle... 19:30 - 19:40	De LocHal G... 19:35 - 19:55		NOS nieuws l... 19:35 - 19:45	130x Tilburg 19:35 - 19:50		
19:40	360° Boeken 19:40 - 20:00						
19:50							
20:00							
20:10							
20:20							
20:30							
20:40							
20:50							
21:00							

3 Gegevens bereikonderzoek 2024

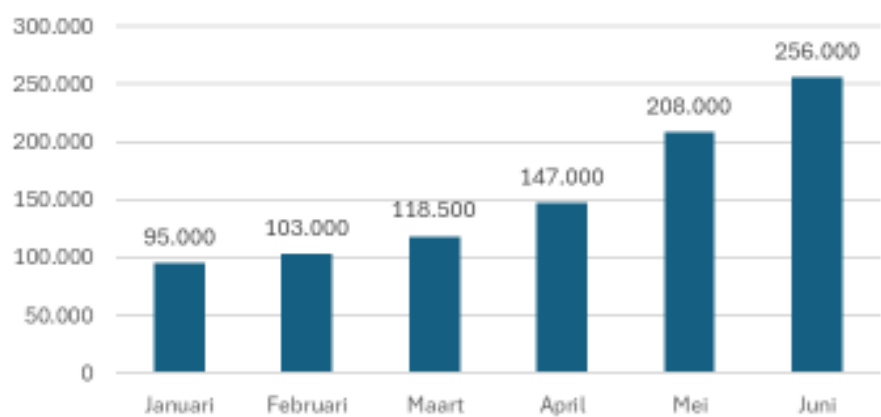
Facebook & website



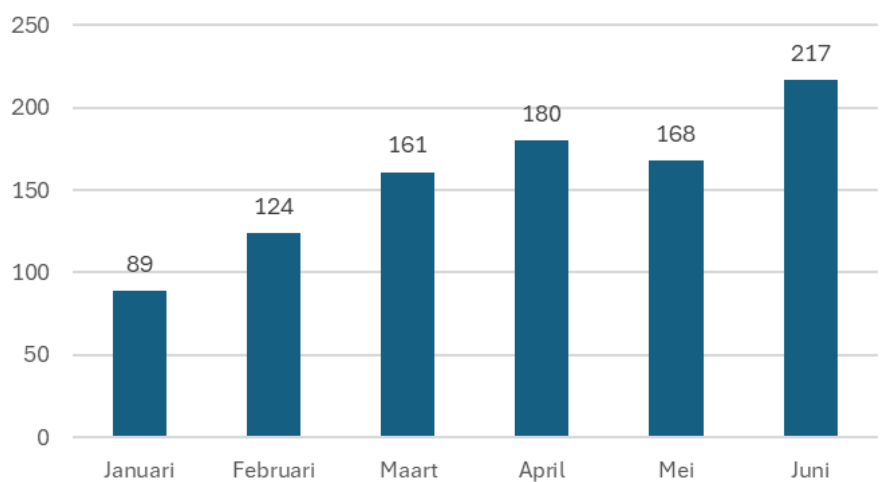
Bereik Facebook



Aantal weergaven



Aantal berichten





Duur: 48 min

Regie:
Ron Schuurkes
Pieter Bon

Camera:
Michel Klop
Ruben Klop

Omroep Tilburg presenteert:

TUSSEN TILBURG EN FREETOWN

Het verhaal van Abubakarr Bangura