

# OneWorld Jaarverslag 2018

## Algemene ontwikkelingen OneWorld 2018

Eind 2017 is Stichting OneWorld opgericht met als missie het creëren van positieve impact op de transitie naar een duurzame en rechtvaardige wereld. Deze missie is in lijn met de missie van Stichting NCDO.

Na de benoeming van bestuursvoorzitter Maurits Groen is het bestuur snel uitgebreid met vier overige bestuursleden: Steven Collet (secretaris), Linda Midgley (penningmeester), Milouska Meulens, Richard Kooloos en Jan Bouke Wijbrandi als waarnemend bestuurslid namens Stichting NCDO. Er is bij het samenstellen van het bestuur zorgvuldig gekeken naar een balans in ervaring. Zodoende is het bedrijfsleven, de overheid, sociaal ondernemers en journalistiek/media vertegenwoordigd. Ook is rekening gehouden met een balans in leeftijd, achtergrond en geslacht. De bestuursleden vervullen hun functie onbezoldigd.

De directie, verantwoordelijke voor de dagelijkse leiding van de organisatie, bestond in 2018 uit Emma Lok (zakelijk manager / uitgever), sinds 2014 werkzaam voor OneWorld. Zij heeft vanuit OneWorld de transitie afgelopen jaren geleid. In februari is Seada Nourhussen aangetreden als hoofdredacteur van OneWorld. Met haar jarenlange journalistieke ervaring bij de Volkskrant en Trouw en gespecialiseerd in thema's als Afrika, mensenrechten en gelijkheid, sluit haar profiel goed aan bij de koers van OneWorld.

Het bestuur en de directie hebben gezamenlijk de positionering van de organisatie aangescherpt:

*“Wij zijn een social enterprise die journalistiek inzet om ‘glocal heroes’ te bewegen om bij te dragen aan een rechtvaardige en duurzame wereld”*

Deze positionering heeft zich vertaald in de ambitie voor 2018:

- Nummer 1 in het medialandschap als het gaat om informatie-en kennisverstrekking over mondiale duurzame ontwikkelingen (SDGs)
- Een eerlijke, duurzame community van 10% van de Nederlandse bevolking (1,7 miljoen mensen)
- Structureel gezonde organisatie en financiële basis (€ 1.4 miljoen)

In het eerste jaar na oprichting van de organisatie is er naast de voortzetting van de redactionele werkzaamheden, het produceren van een maandelijks magazine en het dagelijks publiceren van journalistieke verhalen op de website, hard gewerkt aan het structureel vormgeven van een professionele organisatie. Een team van vaste medewerkers en freelance medewerkers is gevormd, met een balans tussen redactionele en zakelijke capaciteit. Er is tijd en geld geïnvesteerd in het vormgeven van processen en een professionele infrastructuur, ontwikkeling van de medewerkers en innovatie van de (journalistieke) producten en diensten voor de lezers en (nieuwe) partners.

## Activiteiten en resultaten OneWorld 2018

### Journalistieke aanpak OneWorld 2018

In 2018 heeft OneWorld haar journalistiek onverminderd ingezet om maatschappelijke onderwerpen te agenderen, bestaande discussies te beïnvloeden door podium te bieden aan onvertelde perspectieven en bedrijven, overheid en ngo's aan te sporen tot verandering. Om tot deze publicaties te komen heeft hoofdredacteur Seada Nourhussen de volgende redactionele pijlers voor OneWorld gedefinieerd:

1) Het ontbrekende verhaal: OneWorld ziet wat andere media over het hoofd zien. Wat wordt er in deze actuele kwestie niet besproken? Wij gaan niet blind mee in hypes, maar kijken er eerst rustig naar en zien dan helder wat er mist: het verhaal vanuit Jerry Afriye zélf in plaats van alle reuring om hem heen. En verhalen waar andere media het überhaupt niet over hebben, zoals hun eigen verrechtsing.

2) Het gekantelde narratief: Een als positief bekend staand fenomeen kan negatief blijken en een als negatief bekend staand fenomeen kan positief blijken. Deze aanpak vergt (zelf)reflectie, maar biedt ook hoop. Elektrisch rijden klinkt als een oplossing, maar wie lijdt er onder onze lithiumkoorts? Katoenen tasjes lijken duurzaam, maar zijn inmiddels een plaag. Afrika heeft nog nauwelijks stroom, maar dat biedt juist de kans om met één *frogleap* het continent van de schone energie te worden.

3) De ongemakkelijke vragen: Alledaagse consumentenkeuzes en levenskeuzes toetsen we aan onze thema's: kinderswens vs klimaatvoetafdruk, helpen vs superioriteitsdenken, superfood vs voedselonzekerheid, lekker wonen vs gentrificatie.

4) Zelfkritiek: Dwars tegen andere media in stellen wij ons wèl kwetsbaar op. Of het nu om onze eigen koloniale taal, hetero-normatieve blik of andere blinde vlekken gaat. Door ook onszelf op de pijnbank te leggen zijn we authentiek, integer, zullen we het vertrouwen van mediagebruikers winnen en op een compleet nieuwe manier tot producties komen.

5) De systeemvraag: Via welk kruispunt komen we tot de wezenlijke machtskwestie? Kortom: hoe leggen we niet alleen een specifiek probleem, maar ook het systeem erachter bloot? Wat zijn de dwarsverbanden tussen racisme en de bio-industrie of vrouwenonderdrukking en kapitalisme? Dat columnisten racistische of seksistische aanvallen ervaren is noemenswaardig, maar waar wat doen (hoofd)redacties hier tegen? We gaan voorbij de publieke verontwaardiging en gaan altijd terug naar de systeemvraag.

6) De wereldblik: Alles speelt overal en alles is verbonden. MeToo is geen westers probleem, maar een wereldprobleem. Klimaatverandering raakt ons allemaal en veroorzaken we collectief. Een natuurramp in Mozambique is verschrikkelijk, maar wat heeft onze CO<sub>2</sub>-uitstoot ermee te maken? Met al onze onderwerpen proberen we naar de wereld te kijken.

7) How to? Wij bieden handelingsperspectief door positieve ontwikkelingen van onderop én van bovenaf te reconstrueren: hoe lukte de verduurzaming van een wijk wel? Hoe kreeg deze jongen *blackface* verwijderd uit alle Nederlandse McDonalds? Hoe hou je een vlucht tegen die iemand wil deporteren? Met andere woorden: wat kun je zelf doen?



Met deze journalistieke aanpak is in 2018 onze community verder gegroeid naar meer dan 1,7 miljoen unieke lezers online, 11.000 betaalde magazine Vrienden, meer dan 60.000 volgers op de verschillende sociale mediakanalen en bijna 50.000 nieuwsbriefontvangers, wat bij heeft gedragen aan de maatschappelijke impact van onze journalistieke producties.

### **Journalistieke impact 2018**

Met eerdergenoemde journalistieke pijlers hebben we afgelopen jaar nieuwe onderwerpen geagendeerd. Met de redactie zijn we in ons journalistieke archief gedoken en hebben we ons eigen koloniale taalgebruik onder de loep genomen. Dit heeft geresulteerd in een artikel waarin wij schrijven over welke alternatieve woorden wij vanaf nu zullen gebruiken. Dat maakte weer ongelooflijk veel reacties los in andere media, bij lezers en professionals. Mensen en organisaties die zich gesteund en geholpen voelden met deze nieuwe 'taalgids'. Maatschappelijke organisaties (ngo's) en een onderzoeksinstituut hebben laten weten hun communicatie te hebben aangepast. Anderzijds kregen we reacties van mensen die zich voelden aangesproken op hun taalgebruik en verontwaardigd waren waarom bepaalde woorden niet meer zouden kunnen. Een mooi bewijs dat het bewustzijnsproces is gestart.

Journalist Leontien Aarnoudse kwam er achter dat Nederlands' grootste Pensioenfonds ABP investeert in niet-duurzame palmolie en daarmee investeert in het kappen van bossen en regenwouden. Dit artikel leidde tot een Kassa televisie-uitzending, Kamervragen van Partij voor de Dieren, petitie van pensioenhouders én tot terugtrekking van het pensioenfonds uit deze investering.

OneWorld was het eerste medium dat wetenschapper Ellen Laan interviewde over de zogeheten *orgasm gap* (slechts 30% van de vrouwen komt geregeld klaar bij coïtus, versus 90% van de mannen). Het artikel ging viral en trok het onderwerp uit de taboesfeer. Daarna heeft Ellen Laan nog verschillende interviews in andere media gegeven en opgetreden bij evenementen om dit fenomeen, waarover ze als eerste bij OneWorld vertelde, verder te verspreiden.

Wij agenderen niet alleen door te schrijven, maar ook door te doen. Zo stapten we naar de rechter vanwege een afgewezen Wob-verzoek van onderzoeksjournalist Vincent Harmsen. Hij wilden inzage krijgen in de correspondenties tussen Wageningen Universiteit en de

chemiebedrijven Bayer, Syngenta en Monsanto. De universiteit weigerde de documenten openbaar te maken. Harmsen besloot dat via de rechter af te dwingen en wij publiceerden vervolgens ook over dat proces.

Daarnaast hebben we gemarginaliseerde perspectieven kunnen belichten. Behalve het artikel van Jerry Afriye (dat 50.000 keer is gelezen), behoorden het verhaal van Manju Reijmer over de kwetsbaarheid van queer jongeren die liefde zoeken en Seada Nourhussen zelf die schreef over haar vertrek als columniste bij Trouw tot de best gelezen stukken van het jaar. Dat bewijst dat lezers het onvertelde verhaal waarderen.

### PR: media-aandacht

Met de verzelfstandiging van OneWorld en het aantreden van een nieuwe hoofdredacteur was er voor andere media genoeg reden om in 2018 aandacht te besteden aan onze vernieuwingen en koers. Radioprogramma Spraakmakers (NPO Radio 1) nodigde hoofdredacteur Seada Nourhussen geregeld uit als commentator bij de actualiteiten en televisieprogramma RTL Late Night met Humberto Tan had haar ook in de uitzending. NRC wijdde een interview aan de visie de hoofdredacteur en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek sprak met zakelijk manager/uitgever Emma Lok over de online groei en het businessmodel achter OneWorld. Ook de OneWorld-producties kregen aandacht of vervolg in andere media. Zo was onze beslissing om te stoppen met koloniale taal voer voor vele columns in landelijke dagbladen. Het artikel van magazine chef Emma Meelker over de klimaatvoetafdruk van haar tweede kind leidde tot veel commotie op Twitter na een post van de ASN Bank over het artikel. En zoals eerder beschreven werd de onthulling dat pensioenfonds ABP investeerde in palmolie, door Leontien Aarnoudse, overgenomen in verschillende media. Dat laatste leidde ook tot een uitzending van televisieprogramma Kassa, een petitie tegen de investering onder pensioenhouders van ABP en uiteindelijk een terugtrekking van de investering door ABP. Dit is slechts een kleine greep uit de media-aandacht die OneWorld heeft gehad, naar aanleiding van haar journalistieke verhalen of verzelfstandiging.

## **Innovatie 2018**

Innovatie heeft in 2018 op verschillende vlakken plaatsgevonden om de organisatie duurzaam te ontwikkelen: 1) journalistieke innovatie, het uitrollen van nieuwe journalistieke thema's en content vormen, 2) innovatie voor onze lezers en 3) zakelijke innovatie, het ontwikkelen van nieuwe proposities en partnerschappen.

### Journalistieke innovatie

In 2018 hebben we op onze website verschillende nieuwe content vormen ontwikkeld om verhalen te vertellen met als doel om meer mensen op verschillende manieren bij onze maatschappelijke thema's te betrekken. Zo hebben we strips gepubliceerd om gevoelige verhalen te vertellen over bijvoorbeeld seksueel geweld en *slut shaming*.

Ook hebben we *explanimation* ontwikkeld onder de naam: *The making of...* In dit korte videoverhaal van twee minuten wordt weergegeven hoe een alledaags product wordt geproduceerd, wat daarvan de effecten zijn op mens en milieu en welke eerlijke, duurzame keuzes eventueel voorhanden zijn. Voorbeelden zijn *The making of...* witte T-shirts, humus, kattenvoer, vibrators, plastic tasjes, cocosmelk en nagellak.

Daarnaast hebben we mini-documentaires over inburgeren ontwikkeld om zo een inkijkje te geven in ervaringen van mensen die moeten inburgeren.

Op Instagram zijn we een experiment gestart met stories. Korte bewegende beelden die een verhaal vertellen met een tekst die aanzet tot nadenken. We hebben vooral van jongere lezers enthousiaste reacties ontvangen op onze originele en inhoudelijke Insta-stories.

## Lezersinnovatie

Vanaf 2018 zijn we overgestapt op het Vrienden-model. Niet langer zien we onze lezers als abonnees. We zien ze als onze Vrienden, waarmee we onze verhalen willen delen. Naar aanleiding van verschillende lezersonderzoeken (bijv. focus groepen) merkten we dat onze lezers vooral bereid zijn om voor OneWorld te betalen, omdat ze enthousiast zijn over onze missie 'journalistiek voor een eerlijke, duurzame wereld'. De exacte prijs en wat ze er precies voor krijgen is minder van belang. Ook kregen we van de lezers terug dat ze voorkeur hadden voor een maandbedrag in plaats van een betaling per jaar.

Daarom zijn we gestart met een nieuwe 'propositie' voor onze lezers: *Word Vriend van OneWorld voor € 4,- per maand* en ontvang tien keer per jaar ons magazine (op papier en digitaal), wekelijks onze beste online verhalen in de nieuwsbrief en word onderdeel van de grootste eerlijke én duurzame community van Nederland.

Onze technische partij heeft deze communicatie vormgegeven in verschillende banners en die gepositioneerd op de homepage en ingebouwd op relevante plaatsen op de site, bijvoorbeeld halverwege een artikel. Naast de technische uitrol hebben we dit gecommuniceerd op al onze communicatie kanalen online (nieuwsbrief, vacaturebank, sociale media, partners) en offline (magazine, events en op relevante plekken als cultuur en debatcentra, kroegen, (yoga)scholen, bibliotheken, etc).

Ook hebben we door continu aandacht te geven aan publicaties over racisme en diversiteit een meer diverse en gekleurde achterban aangetrokken en hebben we de verjonging van onze lezers verder door kunnen zetten (47% van onze lezers is tussen de 22 en 44 jaar). De meerderheid van onze lezers blijft vrouw (63% t.o.v. 36% man) conform de resultaten van afgelopen jaren.



Met de verzelfstandiging hebben we ook afscheid genomen van onze abonnementenservice. We hebben afgelopen jaar een eigen lezerssysteem ontwikkeld, gekoppeld aan onze website. Hierdoor kunnen de online verhalen en diensten makkelijker gekoppeld worden aan het account van de lezers. Ook hebben we hierdoor het contact met onze lezers in eigen hand. We kunnen onze eigen toon hanteren, keuzes maken en zelf (inhoudelijke) vragen beantwoorden. We hebben veel tijd en energie geïnvesteerd in het creëren van de juiste functionaliteiten van het systeem en zullen in 2019 dit systeem nog verder ontwikkelen om onze lezersservice te optimaliseren.

In het vierde kwartaal zijn we een traject gestart voor het vernieuwen van de visuele identiteit, waarin we meer visuele consistentie creëren tussen onze producten (magazine, website en vacaturebank) en we beter kunnen vertellen wie we zijn, wat we doen en waar we voor staan. Dit traject zal in 2019 worden voortgezet. Zodoende zal een gedeelte van de financiële middelen doorgeschoven worden naar dit jaar.

### Partnerinnovatie

Voor een duurzame toekomst zijn structurele inkomstenstromen nodig, gekoppeld aan de verschillende waarden die we creëren als organisatie. Partners, in zowel non-profit als profit sector, zijn daar een groot en fundamenteel onderdeel van.

Afgelopen jaar hebben we een nieuwe zakelijke propositie ontwikkeld: *Hoe zit het met ... ?* Onafhankelijke 'uitzoekjournalistiek' vertaald in een multimediaproductie (magazine en online) op een specifiek maatschappelijk thema. Vier keer per jaar gaan we een speciale editie publiceren met daarin de feiten, fabels en de laatste ontwikkelingen rondom een thema.

We vertrekken daarbij vanuit een consumentendilemma. Consumenten worden steeds kritischer over de producten die ze kopen. Is het wel duurzaam? Vindt er geen uitbuiting plaats? Mag ik nog chocola eten? Tegelijkertijd is er veel verwarring over wat duurzaam gedrag is én wat bedrijven nu wel of niet doen om duurzamer te produceren. Kortom: consumenten ervaren vaak dilemma's en hebben behoefte aan heldere informatie.

Multinationals, social enterprises en ngo's worstelen op hun beurt met het op een geloofwaardige manier delen van hun kennis, kunde en perspectief op een bepaald thema. Onafhankelijke journalistiek kan helpen bij een heldere en informatieve dialoog tussen bedrijven en consumenten en het vinden van constructieve oplossingen. Consumenten kunnen zo geïnformeerde keuzes maken en bedrijven kunnen op een geloofwaardige manier bijdragen aan het publieke debat omtrent maatschappelijke thema's. Betrokken partijen werken op deze manier aan hun geloofwaardigheid, zichtbaarheid in relatie tot een maatschappelijk thema én zichtbaarheid binnen de OneWorld community.

Wij geloven namelijk dat we verschillende partijen uit de markt bij dit format moeten betrekken om een volledig beeld neer te zetten van een bepaald consumentendilemma. We willen daarom samenwerken met zowel multinationals, social enterprises als ngo's. De bedrijven en organisaties die wij bij deze producties betrekken zijn niet enkel onderdeel van een probleem, maar ook cruciaal bij het vinden van een oplossing omdat ze sleutelrollen vervullen in de keten. Met een financiële bijdrage aan onafhankelijke journalistiek kunnen bedrijven en organisaties helpen bij transparantie en zichtbaarheid van een thema.

Het is voor ons belangrijk om een goede balans te vinden met de betrokken partners. We willen het onafhankelijke karakter van dit format te allen tijde borgen. We doen daarom op voorhand geen toezeggingen over de rol van partners in de publicatie.

Afgelopen jaar hebben we hard gewerkt aan het format en het enthousiasmeren van partners. Voor onze eerste editie *Hoe zit het met plastic?* die in maart 2019 is uitgekomen hebben we samengewerkt met Nestlé en Dopper. Deze editie is officieel gelanceerd tijdens een publieksevenement over plastic in Pakhuis de Zwijger, waarbij het magazine op het podium tot leven werd gebracht. Daarnaast hebben we een Ronde Tafel georganiseerd voor de partners, Plastic Soup Foundation, wetenschappers en journalisten, waarin we een open en eerlijk gesprek hebben gehad over het plastic probleem en wat een ieder daar vanuit zijn of haar professionele rol aan kan doen. Zo hebben we het gesprek gefaciliteerd tussen partijen die elkaar normaal gesproken niet zouden hebben gesproken.

Van lezers en overige betrokkenen hebben we enthousiaste reacties over deze thema-aanpak ontvangen. Zodoende zal het *Hoe zit het met?*-format voor toekomstige edities over water (juni 2019), geld (september 2019) en cacao (december 2019) gecontinueerd worden.

**ONE WORLD**  
Journalistiek voor een eerlijke duurzame wereld

"Dit is ethische journalistiek ten top"  
- Plastic Soup Foundation

"OneWorld biedt helderheid en nuance"  
- Nestlé

magazine special

onderzoeksjournalistiek  
Feiten en feits op een rij

(foto)reportages  
Verschillende perspectieven in beeld

praktische tips  
Wat kan jij doen?

online thema publicaties

**HOE ZIT HET MET ... ?**  
Wat je écht wilt weten en zelf kunt doen

Exclusieve ronde tafel sessie  
Inhoudelijk gesprek met betrokken partners, redacteurs en experts.

Publieksevenement Pakhuis de Zwijger  
Lancering van Hoe zit het met...? gevolgd door thema avond.

Jouw organisatie kan meedoen!

↓  
Partners

Vier keer per jaar publiceert OneWorld een speciale **Hoe zit het met...?** editie. **Uitzoekjournalistiek over een maatschappelijk thema. Het vertrekpunt is een consumentendilemma. We helderen feiten en feits op in alle schakels van de keten.**

**Thema's 2019**  
Plastic (maart), Water (juni), Geld (september), Cacao (december)

**Consumentendilemma**  
Consumenten worden steeds kritischer over de producten en diensten die ze afnemen. Is het wel duurzaam? Vindt er geen uitbuiting plaats? Kan ik nog plastic gebruiken zonder schuldgevoel? Wat is eerlijke chocolade? Tegelijkertijd is er veel verwarring over wat duurzaam gedrag is en wat de rol en invloed is van de verschillende partijen in de keten.

**Perspectieven uitgelicht**  
Consumenten, bedrijven, sociale ondernemers, ngo's en de overheid spelen ieder hun eigen rol binnen een maatschappelijk thema en hebben daarmee een verschillend perspectief. **Hoe zit het met...?** wil zoveel mogelijk verschillende perspectieven belichten en de lezer uitnodigen om zelf een mening te vormen.

**Geloofwaardigheid**  
Onafhankelijke journalistiek draagt bij aan een heldere en informatieve dialoog tussen de verschillende spelers in de keten. Consumenten kunnen geïnformeerde keuzes maken en organisaties kunnen op een geloofwaardige manier bijdragen aan het publieke debat. Samen werken we op deze manier aan constructieve stappen naar verbetering.

**Multimedia productie**  
Een onafhankelijke onderzoek vertaald in een journalistieke multimedia productie in het OneWorld magazine en op alle online en social media kanalen.

**Magazine special** (oplage 13.000)  
**Online verhalen** (1,7 mln unieke bezoekers/jaar)  
**Nieuwsbrief** (48.000 lezers)  
**Social media** (70.000 volgers)  
**Exclusieve ronde tafel sessie**  
**Publieksevenement** (Pakhuis de Zwijger)

- Helpen om een maatschappelijk thema op de kaart te zetten
- Maken onafhankelijke journalistieke thema productie mogelijk
- Zijn zichtbaar binnen de OneWorld community
- Nemen deel aan een exclusieve ronde tafel sessie
- Worden uitgenodigd voor een publieksevenement over het thema in Pakhuis de Zwijger
- Ontvangen 50 exemplaren van het magazine

## Lancering themaplatforms: Harlot, Movement, Powerswitch

### Themaplatform over seksuele rechten en gender: Harlot

Met een achterstand op gendergelijkheid (SDG 5) in Nederland en de daarmee samenhangende noodzaak en toenemende belangstelling voor het onderwerp heeft bijgedragen aan het besluit dat seksuele vrijheid en rechten een eigen platform verdient met structurele berichtgeving. Zodoende is begin 2018 themaplatform Harlot gelanceerd met projectfinanciering vanuit het ministerie van Buitenlandse Zaken.

Harlot is afgelopen jaar redactioneel aangestuurd door redacteur Justine van de Beek, afgestudeerde sociologe (Universiteit van Amsterdam) met specialisatie in gender en seksualiteit. Eerder richtte zij het feministische platform Stellingdames.nl op.

Het platform biedt een gelaagd perspectief op seksuele vrijheid in Nederland en elders, met een glansrol voor jonge activisten. Jonge activisten op het gebied van bijvoorbeeld seksuele rechten, antiracisme of feminisme zijn vaak nog niet bekend bij gevestigde media. Als ze al ruimte krijgen, worden ze vaak geforceerd tegenover een conservatief geluid gezet, wat hun boodschap inperkt. Ze moeten hun doel teveel verdedigen, en krijgen weinig ruimte om hun ideeën te ontvouwen. Harlot biedt die marginale geluiden op het gebied van seksuele rechten een podium. Wij praten niet over mensen, we praten met ze. We geven een podium aan nieuwe, progressieve geluiden die elders geen waardige ruimte krijgen. Daarmee veranderen we de richting en manier van discussies en motiveren we tot micro-revoluties in ieders eigen omgeving.

Harlot is een ouderwets Engels scheldwoord voor seksueel actieve vrouwen. Platform Harlot richt zich echter niet alleen op vrouwen. We hebben deze naam gekozen omdat de trotse toe-eigening van stigmatiserende termen staat voor een breder fenomeen dat emancipatiebewegingen typeert: de schaamte voorbij, de macht nemen over je hoe je wordt gelabeld.

Harlot publicaties waren afgelopen jaar vooral gericht op thema's als: Queer rechten; de rechten van niet-hetero mensen, seksueel geweld zoals de #MeToo-beweging en diens impact en reproductieve rechten zoals abortus, anticonceptie en het taboe op menstruatie. Met 30.000 tot 50.000 unieke lezers per maand (al vanaf februari) constateren we dat er behoefte is aan meer inzicht over deze onderwerpen, die andere media vaak niet belichten.

Voor structurele voortzetting van het platform is nieuwe financiering nodig. Er zijn verschillende gesprekken gevoerd met potentiële partners als Rutgers, COC, Yoni, Wo=men, Mama Cash, SOS Kinderdorpen, Plan Nederland, Action Aid en Hivos. Met Rutgers hebben we [één artikel](#) betaald gemaakt over een nieuw bevolkingsgroei-rapport. Met overige partners is het nog niet tot een (structurele) betaalde samenwerking gekomen, de gesprekken daarvoor worden momenteel voortgezet. Momenteel publiceren we nog wekelijks (i.p.v. dagelijks) nieuwe artikelen op Harlot totdat er weer financiering is voor een vaste redacteur en structurele publicatiestroom.

### Themaplatform over migratie: Movement

Themaplatform Movement over migratie zoomt in op de juridische en politieke systemen achter migratie en vertelt verhalen van mensen in beweging. Migratie is een van de belangrijkste issues van deze tijd geworden. Het leidt niet zelden tot verhitte debatten, tot angst, en soms zelfs tot regelrechte haat en geweld. De berichtgeving in de mainstream media schildert migratie vaak af als een probleem. Op Movement schuiven we emoties terzijde en stellen we feiten en menselijke verhalen centraal. Die verhalen laten we zoveel mogelijk door vluchtelingen zelf vertellen en schrijven.

In de eerste helft van 2018 was Zara Toksöz als redacteur verantwoordelijk voor het platform. Zara studeerde Politicologie en Internationale Betrekkingen. Hierna heeft ze onder andere gewerkt als Turkije correspondent voor de Volkskrant. Ula Idzikowska heeft in de tweede helft het stokje overgenomen. Ze is zelf migrant die jarenlang in de Belgische integratiesector heeft gewerkt en later journalistieke projecten rond migratie deed in het kader van haar studie Onderzoeksjournalistiek in Nederland. Op Movement heeft ze zich ingezet om verandering te brengen in de manier waarop naar migranten wordt gekeken. Daarom heeft ze geanalyseerd welke taal gebruikt wordt als er over migratie wordt gepraat en heeft ze een alternatief voor dehumaniserende migratietaal voorgesteld. Ze interviewde verschillende migranten en zette hen neer als een persoon, niet als een 'vluchteling' of 'asielzoeker'.

Op Movement hebben we afgelopen jaar veel verschillende verhalen verteld in uiteenlopende genres en vormen. Zo zijn we in de oorzaken van migratie gedoken. Conflict en instabiliteit in het Midden-Oosten, de Sahelregio, Oost-Afrika, droogte, onderdrukking en ongelijkheid. Daarnaast hebben we de routes belicht met de gevaren onderweg, de mensensmokkelaars, de grenswachten en de ngo's. Ook hebben we het onzekere lot van mensen die in een juridisch limbo verkeren een plek gegeven op het platform en persoonlijke verhalen rondom integratie. En dat gecombineerd met verhalen over de wetenschap en mechanismen achter migratiebeleid. Deze verhalen hebben maandelijks meer dan 15.000 unieke lezers geïnformeerd en mogelijk geactiveerd.

Movement heeft zich weten te onderscheiden van andere media door de manier waarop er over migratie en migranten geschreven wordt en ook door wie de verhalen worden geschreven. Zo hebben we bijvoorbeeld gewerkt met een groep van ervaren Nederlandse en buitenlandse freelance journalisten. Voor de buitenlandse producties kiezen we schrijvers die ter plekke zijn en betrokken personen kunnen spreken. Daarnaast had Europarlementariër Judith Sargentini een maandelijks blog op Movement over de Europese politiek achter het asiel- en migratiedebat.



Voor structurele voortzetting van het platform is nieuwe financiering nodig. Er zijn verschillende gesprekken gevoerd met potentiële partners als Hivos, Stichting Vluchteling, Warchild, Artsen zonder Grenzen. Met deze partners is het nog niet tot een (structurele) betaalde samenwerking gekomen, de gesprekken daarvoor worden momenteel voortgezet. Daarnaast bekijken we de mogelijkheden voor een fondsaanvraag bij Stichting Democratie en Media en/of het Gieske Strijbisfonds. Momenteel publiceren we nog wekelijks (i.p.v. dagelijks) nieuwe artikelen op Movement totdat er weer financiering is voor een vaste redacteur en structurele publicatiestroom.

### Themaplatform over de energietransitie: Powerswitch

Heel Nederland moet de knop omzetten naar schone energie. Maar hoe?

Eind 2017 werd het OneWorld-platform Powerswitch met financiering van Economische Zaken en Klimaat opgericht om nut, noodzaak en voordelen van de energietransitie te laten landen bij een brede groep Nederlanders en daarmee hun deelname aan de energietransitie te stimuleren door ze toegankelijke informatie aan te reiken.

PowerSwitch is zowel laagdrempelig - wat betekent de energietransitie, wie gaat het aan, hoe gaan we de transitie samen maken? -, als een plek waar kenners en experts nieuwe inzichten ophalen. Ook is de onderwerp-aanpak van micro naar macro. Van wamtepompen tot warmtenetten. Daarom is de site opgedeeld in verschillende categorieën: huis, buurt, bedrijf, land, wereld. Van heel dichtbij en tastbaar tot ver weg brengt PowerSwitch de transitie in kaart. De producties variëren van je zelf kan doen in huis, tot energiecoöperaties op buurtniveau, innovaties bij grote bedrijven, beleidsmaatregelen in Nederland en wereldwijd.

Onze verslaggevers gaan langs bij uitvinders, huizenbezitters of bewoners die hun energie in eigen handen nemen, windmolenbouwers, industrieën die een omslag moeten maken, doe-het-zelf'ers en bedrijven die zichzelf opnieuw moeten uitvinden. We zijn daar waar het knettert van pioniersdrift en daar waar het schuurt tussen burger en overheid. Want een energietransitie kan natuurlijk ook voor wrijving zorgen.

De coördinatie en dagelijkse leiding van PowerSwitch waren van eind 2017 tot en met eind 2018 in handen van redacteurs Janno Lanjouw en Leonie Hosselet. Later in het jaar nam Leontien Aarnoudse het stokje van Leonie over. Allen zijn freelance journalist met een portefeuille op duurzaamheid en mensenrechten. Voor een deel gebruikten de vaste redacteurs hun persoonlijke zoektocht binnen de energietransitie geportretteerd. Goedgelezen waren de series 'Duurzame verbouwing', waarbij Leontien Aarnoudse haar jaren 30 woning in zes delen van een F- naar een A-label kreeg. Dat werd opgepikt door andere media, zoals VT Wonen. En Leonie Hosselet wilde af van haar vliegverslaving en nam de lezer wekenlang mee op zoek naar alternatieven en/of compensatie. Dat wekte de interesse van het televisieprogramma Brandpunt +.

De rest van de wekelijkse verhalen worden vooral geschreven door journalisten met expertise in energie- en duurzaamheidsvraagstukken. Daarnaast leveren aansprekende experts zoals Ruud Koornstra (nationale energiecommissaris), Marcel Beukeboom (klimaatgezant namens het ministerie van Economische Zaken en Klimaat) en Talitha Muusse (oprichter van onder andere de Energieboot) regelmatig blogs op het platform.

Gaandeweg het jaar hebben we op PowerSwitch ook meer gedaan met nieuwe contentvormen, zoals de podcast 'De Grootste verbouwing van Nederland', waarin Lot van Hooijdonk (wethouder Utrecht), energiecommissaris Ruud Koornstra en Olof van de Gaag (directeur NVDE) hun visie delen op een gasloze toekomst. Door de combinatie van meer technische en politieke producties en de alledaagse verhalen, biedt PowerSwitch voor elke mediagebruiker informatie.

Ook is in 2018 de start gemaakt met drie minidocumentaires over schone energie in Afrika, om het onderwerp met een wereldblik aan te vliegen en de lessen te tonen op andere plekken in de wereld. Het subsidieprogramma Frame, Voice, Report!, dat Wilde Ganzen voert samen partners in zeven EU-landen, heeft tot doel om mensen in Nederland en Vlaanderen te informeren en betrekken bij de Sustainable Development Goals. Dankzij een subsidie van Frame, Voice, Report! kon OneWorld de zogeheten *frogleap* – in één sprong van géén energie naar hernieuwbare energie – in Ethiopië (waterkracht), Marokko (zonne-energie) en Kenia (poep en plastic) - portretteren in drie minidocumentaires. Daarbij hebben we op afstand samengewerkt met Afrikaanse journalisten en filmmakers, in plaats van zelf af te reizen. De documentaires worden in de zomer van 2019 gepubliceerd. Voor voortzetting en groei van het platform na 2019 (als de financiële steun van het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat afloopt), is nieuwe financiering nodig.

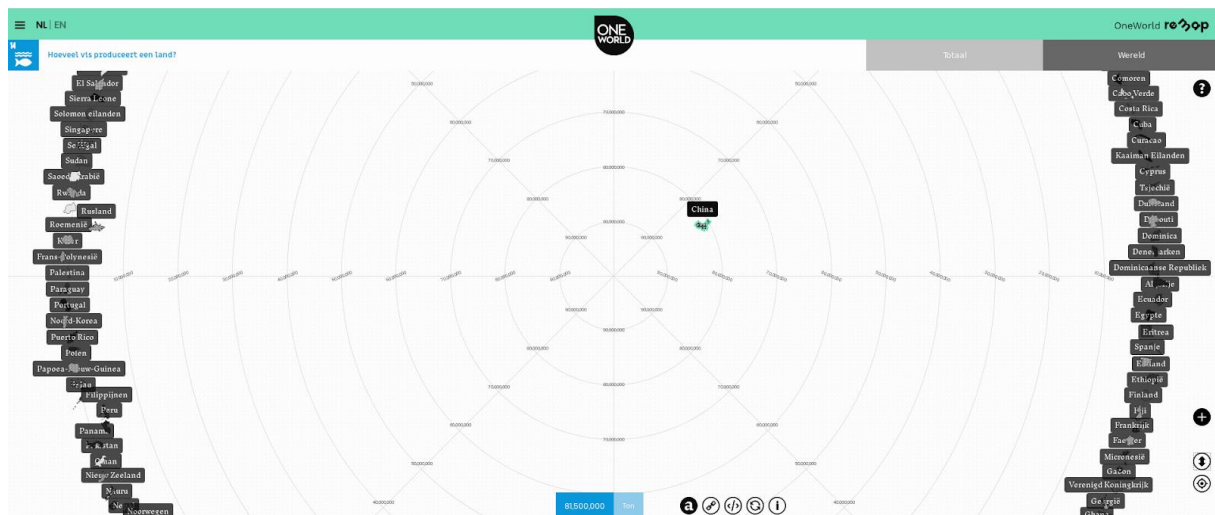
### Doorontwikkeling SDG-datatool 'Remap'

Om verschillende dynamieken in de samenleving te beschrijven, is een journalist afhankelijk van de verhalen die door andere mensen verteld worden. Data, geordende getallen, categorieën bieden weer een andere blik op de wereld. Datajournalistiek staat daarom al jarenlang hoog op de prioriteitenlijst van OneWorld. Een van de manieren waarop OneWorld datajournalistiek versterkt is het bouwen van tools om data beter te begrijpen door ze te visualiseren.

De SDG-datatool 'Remap' is in 2017 ontwikkeld door datajournalist Adriana Homolova, met co-financiering van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Afgelopen jaar hebben we de tool doorontwikkeld met projectfinanciering van het Ministerie van Buitenlandse Zaken.

In 2015 hebben wereldleiders de SDGs vastgesteld die een einde moeten maken aan armoede, ongelijkheid en klimaatverandering in 2030. Om erachter te komen of we op de goede weg zijn moeten we weten hoe we er wereldwijd voorstaan. OneWorld Remap maakt het mogelijk om meer te leren over de SDGs en landen te volgen in hun ontwikkeling naar een eerlijke en duurzame wereld. In de datatool hebben we ervoor gekozen om de wereld vanuit een andere invalshoek te laten zien dan een gebruikelijke kaartvisualisatie. Een kaart komt namelijk met vooroordelen. Op een kaart die de armoede visualiseert verwacht men al dat de Afrikaanse landen het slechtst zouden doen. Zo worden de kaarten vervolgens ook gelezen. Maar er zit veel nuance in de data. Zo leven er bijvoorbeeld minder mensen onder de nationale armoedegrens in Uganda dan in Bulgarije of Argentinië. Daarnaast verschillen landen natuurlijk in grootte. Zo komen Rusland, China, VS of Brazilië altijd prominent te staan op een wereldkaart. In Remap heeft elk land dezelfde grootte. Zo hebben we in Remap bijvoorbeeld een verhaal over de gokindustrie in Macao kunnen vinden, terwijl deze speciale eenheid van China maar 30 vierkante kilometer groot is.

Om verhalen met Remap te schrijven, keken we vooral naar uitschieters in de data. We zijn begonnen met een paar trends die we in de data hebben gevonden en hebben vervolgens met verschillende redacteuren samengewerkt om deze trends in een verhaal te verwerken.



*China produceert veel meer vis dan elke land op aarde*

Bijvoorbeeld het verhaal dat onthulde hoe Nederlandse banken bijdragen aan boskap in Liberia, een land dat in de afgelopen decennia beleid heeft doorgevoerd om minder bos te kappen. Een andere trend die we in de data hebben gevonden was het hoge percentage van remittances naar Tadzjikistan: een land waar veel van de inwoners naar Rusland gaat om te werken en vervolgens geld terug stuurt naar hun families in Tadzjikistan. Naar aanleiding hiervan hebben we [een interview met Keith Nurse](#), een handel- en ontwikkelingsbeleidsexpert uit Trinidad en Tobago gepubliceerd. Het artikel werd heel [goed opgepakt op Twitter](#).

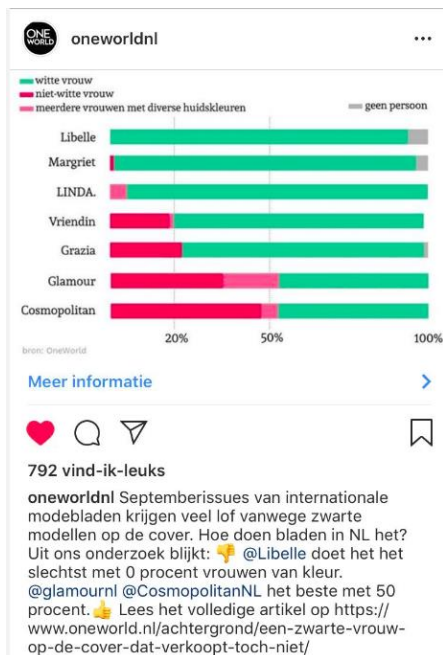
Onze dataverhalen in 2018 hadden tussen de 1000 en 7500 unieke lezers per publicatie. Vier aansprekende en goed gelezen verhalen worden hieronder uitgelicht.

### [1. Gemeenteraadsverkiezingen nog steeds gedomineerd door mannen](#)

Voor dit verhaal hebben we alle gemeenteraadsleden gecategoriseerd op geslacht en de situatie in Nederland gevisualiseerd als een interactieve kaart.

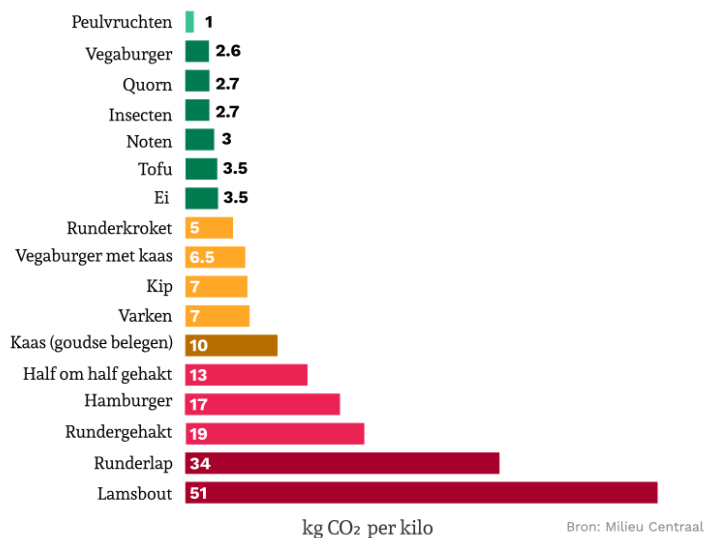
### [2. Libelle en Margriet zetten liever een object op de cover dan een zwart model](#)

Voor dit verhaal hebben we de zeven grootste glossy magazines onder de loep genomen en een database gemaakt met alle covers van de afgelopen 1.5 jaar. Uit het onderzoek bleek dat zwarte modellen weinig of helemaal niet worden ingezet op de cover van de populairste vrouwenbladen. Dankzij de publicatie waren we uitgenodigd om [op de radio](#) te spreken en bij een [openbare discussie over schoonheidsidealen](#) aan te sluiten. De data-visualisatie bij dit artikel heeft het ook goed gedaan op social media.



### 3. [Hoe doe je duurzaam?](#)

Voor deze reeks artikelen hebben een enquête naar onze lezers uitgestuurd waarin we vroegen naar manieren waarop ze duurzaam bezig zijn in hun dagelijks leven. De enquête hebben we geanalyseerd en vervolgens onderzocht wat zinvol en niet zinvol is om te doen op vlakken als water- en elektriciteitsverbruik, afval of eten.

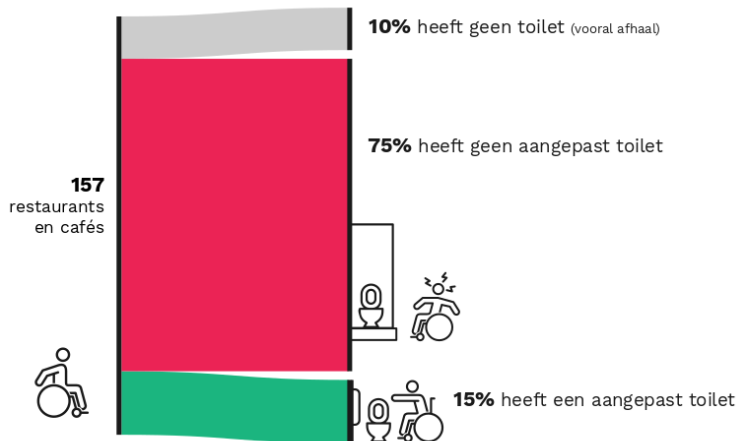


### 4. [U kunt hier niet naar de wc](#)

In dit onderzoek hebben we via een API gegevens opgehaald van alle restaurants in vijf grote Nederlandse steden. Deze hebben we vervolgens steekproefsgewijs nagebeld en gevraagd of hun restaurant rolstoeltoegankelijk is, of er drempels lagen en of er een toegankelijke WC is. Zo hebben we een unieke dataset opgebouwd die we hebben gebruikt om te illustreren hoe moeilijk soms integratie in het dagelijks leven is voor mensen met mobiliteitsbeperkingen. Het verhaal heeft de [Data Journalism TOP 10](#) van Global Investigative Journalism Network voor die week gehaald.

# Slechts 1 op de 6 restaurants en cafés heeft een rolstoeltoegankelijk toilet

Een aangepast toilet is groter dan een regulier toilet en heeft armsteunen, een alarmkoord en een onderrijdbare wastafel met elleboogkraan.



Gebaseerd op eigen onderzoek naar rolstoeltoegankelijkheid van 157 restaurants en bars in Utrecht, Alkmaar, Emmen, Maastricht, Ede en Groningen.

Bron: OneWorld

OneWorld.nl

Voor het maken van deze verhalen hebben we de tool technisch doorontwikkeld op vijf gebieden:

1. *Verbeterde zoomfunctie:* De nieuwe zoom levels zorgen voor een betere overzicht van de data. De gebruiker ziet bijvoorbeeld nu meteen dat Rwanda, Bolivia en Cuba een bovengemiddelde aantal vrouwen in het parlement hebben zitten.
2. *Interactie met het toetsenbord is ingebouwd:* Zoom en beweging in de visualisatie en sub-menu's kan nu ook met scrollen en toetsenbord pijltjes.
3. *Snelheid:* De tool is veel sneller geworden. Het switchen tussen verschillende datasets kost nu geen wachttijd meer.
4. *Toevoegen van nieuwe datasets:* Een van de grootste positieve veranderingen is de mogelijkheid van het toevoegen van nieuwe datasets van de Wereldbank. Sommige datasets worden namelijk niet meer onderhouden en er komen nieuwe bij. Met de nieuwe ingebouwde achterkant kunnen we nieuwe datasets in Remap toevoegen.
5. *Zoekfunctie:* Met de zoekfunctie kan je makkelijk de doelen en indicatoren doorzoeken.

Deze doorontwikkelde versie van Remap gaan we in 2019 inzetten om (data)verhalen te maken en verhalen met data en visualisaties te ondersteunen. We zien geen mogelijkheden om specifieke partnerschappen te sluiten voor verdere ontwikkeling van de tool. We zullen zodoende focussen op het integreren van de tool in onze redactionele werkwijze en waar relevant als onderdeel van andere partnerschappen.

## SDG Nederland website

In 2018 heeft OneWorld haar activiteiten voortgezet voor het beheren van de website [sdgnederland.nl](http://sdgnederland.nl) en het leveren van redactionele bijdragen op de site in opdracht van de SDG Charter. Redacteuren Wayra Kowsoleea en later Afra de Leeuw waren daarvoor verantwoordelijk in 2018. Naast het onderhouden van de content, maakten zij verhalen over verpakkingsvrij boodschappen doen (doel 12), inclusiviteit op de werkvloer (doel 8), veiligheid voor lhbt+ (doel 10, 16 en 5) en de weg naar duurzaam onderwijs (doel 4).

Het contract dat eind augustus afliep is tot het einde van het jaar verlengd, zodat SDG Charter meer zicht had op financiering van een vervolg. Aangezien eind van het jaar nog geen

helderheid was, heeft OneWorld de website eind 2018 teruggegeven en overgedragen aan het SDG-Charter. Ondertussen is er met Jan Bouke Wijbrandi (NCDO) en SDG Charter gewerkt aan een SDG-communicatieplan voor komende jaren, gefinancierd uit de erfenis van NCDO, waarbij OneWorld een deel voor haar rekening zal nemen. Dit biedt de mogelijkheid om de SDGs structureel en explicieter aan onze journalistieke verhalen te verbinden en mensen zo op natuurlijke wijze bekender te maken met de SDGs. De verwachting is dat in de eerste helft van 2019 helderheid komt over de financiering van dit driejarige plan.

## **Personeel & organisatie**

### Team

In 2018 is het OneWorld team verder uitgebreid. In februari is de nieuwe hoofdredacteur Seada Nourhussen in dienst getreden. Tegelijkertijd startte Sabrina Simons als online chef. Zij bracht veel media en marketing ervaring, opgedaan bij Vice en Mindshakes, met zich mee. Onze eindredactionele capaciteit voor online is verder uitgebreid van een eindredacteur voor 4 dagen naar twee eindredacteurs voor gezamenlijk 6 dagen per week.

Aan de zakelijke kant is vanaf mei Marieke Megens als manager Partnerschappen gestart. Deze versterking aan de verkoopkant was absoluut noodzakelijk voor het behalen van de inkomstendoelstellingen. Vanaf september is Hannah Langen gestart, operationeel / HR-medewerker. Zij heeft op het gebied van personeelszaken, financiën en bedrijfsvoering de organisatie vooruitgeholpen.

Gedurende het hele jaar hebben diverse stagiairs stage gelopen op de redactie en een journalistiek inhoudelijke bijdrage geleverd.

### Overstap naar CAO voor het uitgeverijbedrijf (vrijwillige aansluiting)

Eind 2018 is OneWorld overgestapt van de KIT CAO naar de CAO voor het Uitgeverijbedrijf. Een logische stap gezien de aard van de onderneming en de activiteiten die daarbij horen. Het betreft een vrijwillige aansluiting. Alle medewerkers zijn middels verschillende sessies geïnformeerd over de overstap en de verschillen tussen de CAO's. Met zorgvuldigheid zijn alle medewerkers ingepast in de nieuwe CAO, waarbij behoud van de rechten voor werknemers het uitgangspunt was. Alle medewerkers hebben zodoende een nieuwe arbeidsovereenkomst getekend met Stichting OneWorld.

### Verzekeringen

In het kader van de CAO overstap heeft OneWorld ook een verzuimverzekering afgesloten bij de Amersfoortse. Daarnaast zijn alle medewerkers geïnformeerd over de mogelijkheid om zich aan te sluiten bij een collectieve WIA-verzekering. Hiervoor is uiteindelijk niet gekozen.

### Handboek

OneWorld heeft het personeelsbeleid vastgelegd in een handboek. Dit document omvat eigen regelingen van OneWorld en is een aanvulling op de individuele (arbeids)overeenkomsten en de CAO. Dit handboek legt de dagelijkse gang van zaken uit en helpt bij de interne communicatie en het in- en uit dienst treden van werknemers. Het beschrijft het personeelsbeleid van OneWorld, geeft inzicht in alle praktische zaken omtrent de huisvesting en gaat in op verstrekkingen, verlof, verzuimmeldingen en de contactgegevens van de vertrouwenspersoon.

### Personeelsvertegenwoordiging

Gezien de grootte van de organisatie is OneWorld niet verplicht om een ondernemingsraad te vormen. Ook is een personeelsvertegenwoordiging niet verplicht. Toch hebben we er voor gekozen om deze wel te vormen, zodat er standaard ruimte is ingeregeld voor inspraak. Een medewerker van het redactionele team, Emma Meelker en een werknemer uit het zakelijke team, Marieke Megens, hebben zich hier vrijwillig voor aangemeld. Zij vertegenwoordigen het gehele team. De personeelsvertegenwoordiging komt ieder kwartaal bij elkaar en wordt

op de hoogte gesteld van de belangrijkste ontwikkelingen in de organisatie. Ook kan de personeelsvertegenwoordiging zelf onderwerpen agenderen vanuit het team.

### Sociaal plan

Stichting NCDO heeft een voorziening van €270.000 overgedragen aan Stichting OneWorld om te kunnen voldoen aan de verplichtingen van het Sociaal Plan Koninklijk Instituut voor de Tropen 2016-2018 voor de vier overgedragen werknemers.

Eén van de vier werknemers, Hans Ariens, is per juni 2018 officieel uit dienst getreden. Met hem zijn afspraken gemaakt rondom zijn vertrek. Deze afspraken zijn bekostigd uit de lopende begroting van 2018, zodat we het daarmee vrijgevallen deel van de sociale voorziening kunnen reserveren voor eventuele exploitatietekorten in de toekomst. Voor de overige werknemers zijn de voorzieningen van het sociaal plan onaangetast.

### Bedrijfsvoering

Afgelopen jaar is hard gewerkt om de IT-infrastructuur op orde te krijgen. Op succesvolle wijze is de NCDO & OneWorld IT-infrastructuur ontvlochten. Als kleine social enterprise hebben we gekeken naar *lean en mean* standaard, professionele systemen en flexibele IT-pakketten, zodat we niets speciaal voor onze organisatie hoeven te ontwerpen en we kunnen opschalen of terugschalen indien gewenst. Er is gekozen voor systemen in de cloud (Dropbox, etc), zodat er nooit gegevens verloren kunnen gaan bij verlies of diefstal van de laptops. Daarnaast zijn bestaande domeinregistraties en licenties omgezet en verzekeringen afgesloten. Het team is getraind op onepasswoord om de gegevens te beveiligen.

Verder is in het kader van de AVG een overzicht gemaakt van de verschillende data die wij als organisatie beheren en verwerken en hebben we een privacyverklaring opgesteld, die we na een juridische check op de website hebben geplaatst. Met onze technische partij Bolster, later overgenomen door Greenlight, hebben we de cookie melding op de website AVG-proof gemaakt en oud-werknemers toegangen ontzegd en een standaard protocol afgestemd wat in werking gaat als een werknemer uit dienst gaat.

### Huisvesting

OneWorld is eind 2017 verhuisd naar Spring House: *A community of innovators, creative and cultural entrepreneurs, artists, strategists and researchers who develop new concepts for a more social and sustainable society.* De dynamische omgeving met gelijkgestemden als het gaat om streven naar een eerlijke, duurzame wereld en de geweldige locatie naast Amsterdam Centraal Station maakten het een fijne werkplek. Afgelopen jaar hebben we daar een mix aan vaste en flexibele werkplekken afgenomen (door het hele pand). Het was niet mogelijk om meer vaste plekken af te nemen. De wens blijft om in één ruimte bij elkaar te zitten met het hele team. Ook zijn de kosten hoger uitgevallen dan verwacht door het boeken van vergaderruimtes. Zodoende hebben we afgesproken om in 2019 passief verder te kijken naar een ruimte die op al deze fronten aan onze wensen voldoet.