

Strategie 2023-2028

Quality First 2.0

Moedig. Menselijk. Mondiaal.

1. Wat?

Deze strategische visie sluit aan bij [Quality First \(2019-2022\)](#). De strategie vangt aan in 2023 en blijft inspireren tot 2028. Wat volgt is een ambitieuze en sturende leidraad.

2. Missie?

MO* is een uniek journalistiek non-profitmediaproject dat moedige, menselijke en mondiale verhalen brengt die helpen om de wereld rondom ons te begrijpen. MO* bereikt een divers en nieuwsgierig publiek, en heeft aandacht voor verschillende communicatiekanalen en hun eigenheid. MO* maakt de veranderende wereld begrijpbaar, ervaarbaar en hanteerbaar.

3. Waarden?

MO* draagt met zijn onafhankelijke, waardegedreven en transparante journalistiek bij tot een wereld waarin **menselijke waardigheid en rechtvaardigheid voor iedereen, solidariteit met kwetsbaren en verdrukten**, en een **duurzame omgang met de planeet** gerealiseerd worden.

De kernwaarden van MO*:

- MO* krijgt vorm door de inzet van een inclusief team waarin iedereen welkom is. Diverse visies op de samenleving bloeien naast elkaar. Het werk van iedereen verdient en ontvangt respect. MO* is een dynamische redactie, en dat toont zich in de interne communicatie en werkcultuur.
- MO* kan rekenen op complete redactionele onafhankelijkheid tegenover alle betrokken partijen om betrouwbare, diepgaande en feitelijk correcte verhalen te brengen die zich onderscheiden door nuance en diepgang (moedig), respect voor menselijke waardigheid (menselijk) en een mondiale visie (mondiaal).
- De wereld is intens verbonden. Lokale realiteiten kunnen niet begrepen worden zonder mondiale en regionale ontwikkelingen te bestuderen.
- Het georganiseerde middenveld is een cruciale actor om rechtvaardige en constructieve pistes te ontwikkelen voor de toekomst. De brede sokkel van lidorganisaties vormt een inspiratiebron.
- Maatschappelijke keuzes moeten altijd ontstaan door democratische processen en een inclusieve vertegenwoordiging van zo veel mogelijk mensen.
- Elke evolutie treft mensen. Elke evaluatie of oplossing moet de impact op mensen die op weinig kansen konden, kunnen en zullen kunnen rekenen in acht nemen. MO* hanteert een intersectionele blik.
- De universele mensenrechten vormen de deontologische toetssteen en bepalen de maatschappelijke horizon.

Vijf thematische assen spelen niet alleen een redactionele, maar ook een organisatorische rol:

- **Diversiteit:** MO* wil de superdiverse samenleving, inclusief mensen op de vlucht en leden van gemarginaliseerde groepen, reflecteren en versterken.

- **Klimaat:** MO* wil de eigen negatieve impact op de klimaatcrisis bestuderen en verminderen, en zet zich in op het vlak van interne duurzaamheid.
- **Ongelijkheid:** MO* is er voor, en dankzij, iedereen en behoudt en versterkt een actief inclusieve redactionele cultuur waarin de rechten van iedereen gewaarborgd zijn.
- **Conflict:** MO* verbindt zich ertoe zich op een constructieve en moedige manier in het publieke debat te mengen en erkent de grote verantwoordelijkheid van media in de beeldvorming, doelen en uitdagingen van samenlevingen overal ter wereld.
- **Macht:** MO* speaks truth to power en legt ongelijke en oneerlijke machtsrelaties bloot. Want bij veel macht hoort veel verantwoordelijkheid én een plicht om aan het lot van anderen te denken.

4. Hoe?

MO* produceert moedige, menselijke en mondiale verhalen als één team. De hele redactie draagt collectief de gedeelde waarden en ieders werk uit. De onderzoeksvraag en het onderwerp van een verhaal bepalen de concrete uitwerking en distributiekkanalen. Er wordt blijvend en iteratief geëxperimenteerd met vertelvormen. Elk verhaal kan en mag niet op dezelfde manier verteld worden. Eenzelfde redactionele toon én visuele identiteit staat centraal, zonder de eigenheid van elk kanaal te verwaarlozen. Het werk van MO* bereikt zijn publiek via verschillende kanalen:

- Community
 - Van proMO*'s en leden van de jongerenadviesraad tot (ex-)stagiairs en freelancers: MO* bestaat alleen dankzij het werk, de steun en het vertrouwen van een hele gemeenschap.
 - Het is de taak van de redactie om leden van die gemeenschap te betrekken in haar werk.
- Online
 - De klemtoon ligt op kanalen in eigen beheer, zoals het online platform MO.be en nieuwsbrieven.
 - Gesloten (bv. groepen) en open (bv. sociale media) online platformen in beheer van derden.
- Print
 - Kwartaalmagazine
 - Het kwartaalblad, een bewaarnummer met een lange levensduur, wordt op verschillende manieren verspreid (samenwerking Knack, proMO*'s, individuele abonnementen, kennismakingsnummers, uitdeelacties enzovoort).
 - Er wordt redactioneel ingezet op agendasetting. Promotioneel ligt de klemtoon op het werven van proMO*'s en het vergroten van naamsbekendheid. Het individuele printabonnement blijft bestaan, maar wordt niet expliciet gepromoot.
 - Het magazine bereikt onder andere de proMO*'s, maar is vooral een uithangbord om nieuwe mensen aan te trekken. Het magazine wordt zo opgebouwd en ingevuld, met aandacht voor alle deelaspecten van het werk van MO*.
 - Dankzij terugkerende rubrieken, een goede balans tussen diepgang en toegankelijkheid en voldoende visuele elementen spreekt het kwartaalnummer een grote en diverse groep lezers aan.
 - Specials
 - Extra edities van het magazine kunnen in samenwerking met (lid)organisaties opgebouwd worden volgens afgesproken redactionele en bestuurlijke procedures. De onafhankelijkheid van het redactionele werk blijft altijd gewaarborgd.
- Platform
 - MO* vormt een platform voor de uitwisseling van ideeën. De redactie stimuleert unieke en broodnodige on- en offline gesprekken die elders niet plaatsvinden. Deze worden redactioneel ondersteund.
- Samenwerkingen en kennisdeling
 - MO* hanteert een atypische strategie in de mediasector en bouwt voortdurend constructieve samenwerkingen op om de eigen doelen beter te bereiken.
 - Waar mogelijk, en altijd met respect voor ieders auteursrechten, wordt de impact van het werk versterkt door:
 - Vertalingen op MO.be – met als doel meer mensen bij het gesprek te betrekken, inclusiever

te worden en het bereik in binnen- en buitenland te versterken – die ontstaan dankzij:

- Het werk van (vrijwillige) vertalers.
- Een samenwerking met Kompreno gericht op het verkrijgen en verspreiden van Engelse, Spaanse, Franse, Duitse en Italiaanse versies van verhalen.
- Overnames:
 - (Vertalingen van) verhalen herpubliceren op andere waardevolle plaatsen zorgt voor toegevoegde waarde. Er wordt altijd een vermelding gevraagd van (en indien mogelijk een hyperlink naar) MO* en het proMO*lidmaatschap.
 - Kennis is rijkdom. De waarde neemt toe naarmate de kennis gedeeld wordt. Er is ook plaats om het werk van anderen aan te bevelen.
- Lidorganisaties:
 - We maken voortdurend en aanhoudend de reflex om kennis en ervaring te delen met lidorganisaties, een groep die waar mogelijk groeit en diversificeert.
 - MO* neemt een brugfunctie op en versterkt bestaande netwerken.
- Externe optredens:
 - De mensen achter MO* maximaliseren de impact van hun werk dankzij optredens en passages in andere media, gastlessen aan hogescholen en universiteiten ... in binnen- en buitenland.

5. Positionering in het medialandschap

MO* is op alle kanalen een **magazine**. De ambitie is niet om aan verslaggeving te doen of de tsunami aan gedevalueerd “nieuws” in de enge zin van het woord te versterken. MO* stapt niet mee in een nooit eindigende stroom berichten, opinies, feiten en gebeurtenissen met korte levensduur. De mainstreammedia zijn geen concurrentie. MO* zorgt voor toegankelijke en accurate duiding bij bepalende trends of vergeten realiteiten, met uitdrukkelijke aandacht voor de samenhang tussen ontwikkelingen en realiteiten veraf en dichtbij. MO* profileert zich met journalistiek die beantwoordt aan de behoefte aan kritische bevraging en inzicht. MO* voegt noodzakelijke en ontbrekende inzichten, perspectieven en analyses toe. De redactie is gedeeld verantwoordelijk voor alle kanalen waarop MO* contact legt met het publiek.

De volgehouden focus op **mondiale tendensen** maakt MO* uniek. Extra aandacht gaat naar het perspectief uit het Globale Zuiden, naar ervaringen van uitgesloten of kwetsbare groepen en naar onderwerpen die uit economische overwegingen te vaak onderbelicht worden door commerciële media.

MO* erkent de kracht van **taal** en gaat er uitzonderlijk kritisch mee om. MO* vermijdt ontmenselijkende of stigmatiserende taal.

MO* heeft een eigen redactie die met haar **expertise en terreinkennis** garant staat voor feitelijke correctheid en kritische, weloverwogen benaderingen. De expertise van de redactie wordt niet alleen inhoudelijk ingezet (van eigen werk tot de beoordeling en opvolging van bijdragen van freelancers), maar ook organisatorisch, communicatief, creatief en ondersteunend. Die expertise wordt voortdurend gevoed door onder andere vorming en reportagewerk.

De vzw Wereldmediahuis verzekert de nodige middelen om de journalisten en het geheel van de redactie in staat te stellen hun opdracht grondig en kwaliteitsvol uit te voeren. Als redactie blijft MO* professionaliseren om de kwaliteit en impact van verhalen te maximaliseren.

6. Identiteit

MO* kiest voor unieke **slow journalism** en gaat daar bewust mee om door:

- de nadruk te leggen op onderzoek naar en duiding van de actualiteit;
- onderbelichte maar maatschappelijk relevante tendensen en realiteiten toegankelijk te maken;
- in de mate van het mogelijke geen verhalen over mensen te vertellen zonder hen aan het woord te laten en te betrekken in het gesprek;
- complexe realiteiten te vertalen in herkenbare en concrete verhalen die betrokkenheid en hoop stimuleren.

MO* doet zijn berichtgeving **volgehouden, verdiepend en verbreedend**:

- Volgehouden: als de redactie overtuigd is van de relevantie van een onderwerp, houdt het de berichtgeving erover aan, ook als een groot publiek niet meteen aanwezig is. MO* zoekt altijd naar vormen en manieren om het onderwerp voor een ruimer publiek aantrekkelijk te maken. Ook wordt het archief van MO* zo

intens mogelijk gebruikt om verhalen opnieuw onder de aandacht te brengen, als die meer en andere mensen kunnen bereiken.

- **Verdiepend:** MO* lijst niet simpelweg feiten of gebeurtenissen op, maar zoekt naar samenhang en achterliggende belangen of tendensen.
- **Verbrekend:** inhoudelijk zorgt de MO*redactie voor accurate en gespecialiseerde journalistiek die toegankelijk én aantrekkelijk is, ook voor mensen die zich laten leiden door andere waarden.

Kwaliteit is prioritair: centraal in de kwaliteitsambitie van MO* staan betrouwbaarheid, transparantie en accurateheid. De redactie en de freelancers verbinden zich tot een deontologische code. Bovendien verzekert de hoofdredacteur in samenwerking met de redactie voortdurend de nodige waakzaamheid in de relaties met freelancers om de kans op foute berichtgeving tot het kleinst mogelijke risico te beperken. Dankzij de klemtoon op unieke meerwaarde en redactionele keuzes die dat reflecteren, neemt de werkdruk niet toe en blijft MO* freelancemedewerkers correct vergoeden. Om de kwaliteit op te trekken en de gepaste waakzaamheid aan de dag te kunnen leggen, wordt de kwantiteit (het aantal verhalen) geleidelijk afgebouwd, terwijl de intensiteit, rijkdom en creativiteit in de uitwerking en presentatie wordt opgevoerd.

MO* beoogt een toename van waardevolle en diverse contactmomenten met een groeiende groep mensen die MO* steunt. MO* streeft geen toevalstreffers, mondiale clickbait, exotisme of onnodig polariserende berichtgeving na. MO* beoefent eerlijke journalistiek, met ruimte voor nuance en debat.

7. Strategische doelstellingen

MO* versterkt het mondiale bewustzijn onder een brede en diverse groep burgers en bepaalt mee de agenda op het vlak van de inhoudelijke thema's die tot de kernopdracht behoren, geeft duiding bij mondiale actualiteit en houdt relevante berichtgeving vol.

MO* zet kwaliteit voorop, zowel in de selectie van thema's, de journalistieke uitwerking als de vormelijke afwerking.

MO* zet organisatorische én redactionele stappen, onder andere via de raad van bestuur, een stageprogramma en een op te richten jongerenadviesraad, om de **volgende generaties** te verwelkomen en zowel ruimte als inspraak te geven.

MO* zet organisatorische én redactionele stappen om **als organisatie de maatschappij beter te reflecteren** en zet concrete stappen om verder te dekoloniseren. MO* verbindt zich er zo onder andere toe mensen en partners uit het Globale Zuiden te betrekken in haar werk, minder aan helikopterjournalistiek te doen en in de mate van het mogelijke de mensen wiens leven beïnvloed wordt ook te bereiken. MO* is een echt mondiaal magazine.

MO* wordt beschouwd als een **betrouwbaar en relevant** medium. De journalistieke uitstraling is die van een aantrekkelijk en noodzakelijk non-profitmediaproject.

Wereldmediahuis, als uitgever van MO*, is een **duurzame organisatie** op vier niveaus: i) een robuuste financiering op lange termijn via een diversificatie van de inkomsten, ii) een verbreding van de groep van tevreden lidorganisaties, iii) een verkrachtige, tevreden redactie, en iv) de evaluatie en verbetering van de eigen duurzaamheid.

8. Tien principes voor redactionele keuzes

Deze strategie wordt dagelijks vertaald in duidelijke, redactionele keuzes. De redactie hanteert tien, uitdagend geformuleerde, principes om keuzes te toetsen aan de opdracht.

- I. **Meer menselijke verhalen, minder complexe analyses:** inzicht bieden in de beleving van mensen en hun realiteit centraal stellen, spreekt aan, doet lezen en beklijft. Meer verhalende journalistiek sluit aan bij de keuze voor een magazinestrategie: het brengt meer afwisseling in het aanbod en maakt het toegankelijker. Dat wordt ook gereflecteerd in de communicatie- en promotiestrategie. In de eerste plaats zet die in op menselijke communicatie. Het non-profitmodel en de risicovolle aard van het werk worden in de kijker gezet. In een hard en doorgedreven gecommmercialiseerd medialandschap onderscheidt MO* zich door persoonlijke taal, transparantie, authenticiteit en de afwezigheid van enige opdringerigheid.
- II. **Meer creativiteit, minder tekst:** MO* kan, zonder betaalmuur, online rekenen op een unieke positie in het medialandschap. Dat maakt het makkelijker om veel mensen te bereiken met innovatief en uniek werk. De redactie verbindt zich ertoe (ook offline) meer inspanningen te doen om verhalen op een creatieve wijze met mensen te delen. Daarvoor worden voldoende middelen vrijgemaakt. Samenwerkingen en kansen om slim te investeren worden omarmd.
- III. **Meer toegevoegde waarde, minder verschillende verhalen:** om de verhoging van zowel inhoudelijke als vormelijke kwaliteit te kunnen waarmaken, zal de kwantiteit afnemen. Dat is met name van belang om de afwerking en distributie voldoende aandacht te geven. Een verhaal begint bij een onderzoeksvraag en pas later wordt er nagedacht over hoe het idealiter gebracht en verspreid wordt.
- IV. **Meer globaal, minder ver weg:** de talloze manieren waarop lokale realiteiten verbonden zijn met mondiale ontwikkelingen staan centraal in de journalistieke aanpak van MO*. Dat houdt ook in dat de band met de realiteit die

lezers kennen, of kunnen herkennen, van groot belang is. Er wordt uitdrukkelijk rekening gehouden met de superdiversiteit in de samenleving. MO* brengt wat ver weg is dichterbij en vestigt de aandacht op verbanden over grenzen heen.

- V. **Meer vragen, minder ontvangen:** de redactie gaat meer proactief samenwerken met freelancers die het grootste potentieel hebben om MO* te versterken. De poule van freelancers wordt kleiner en er zullen minder verhalen aangekocht worden. Wel volgt er niet alleen een betere vergoeding, maar worden freelancers ook betrokken bij het gehele publicatie- en promotieproces.
- VI. **Meer journalistiek, minder meningen:** De ruimte voor opiniestukken is beperkt. De meningen van gastauteurs mogen niet dominant worden in de beeldvorming over MO*. Over opiniërende journalistiek geldt de regel dat er alleen ruimte is voor mensen, meningen en inzichten die elders, naar eigen redactioneel oordeel onterecht, geen aandacht krijgen.
- VII. **Meer oplossingen, minder problemen:** journalistiek moet achterdochtig zijn tegenover macht en alle vormen van propaganda. Vanuit die kritische houding gaat er meer aandacht naar positieve elementen zoals verzet, autonomie, engagement en andere oplossingsgerichte bewegingen – van onderuit of van bovenaf. De redactie verbindt zich ertoe de lezer niet achter te laten in hulpeloosheid. Wanhoop en woede maken plaats voor perspectief en veerkracht.
- VIII. **Meer onderzoek, minder verkiezingen:** de MO*redactie kiest haar onderwerpen op basis van relevantie, niet op basis van kalenderjournalistiek. De eigen redactie krijgt ten volle haar meerwaarde als ze inzet op eigen onderzoek en op inhoud die elders niet aan bod komt, of die eerst of beter bij MO* uitgespit wordt.
- IX. **Meer goede relaties met lezers, minder eenmalig contact:** het magazineconcept vertaalt zich ook in de opdracht om de overgang te maken van eenmalige leescontacten naar mensen die trouw zijn aan MO* en zich verbonden voelen met het project.
- X. **Meer maatschappelijke impact, minder bereikcijfers:** de evaluatie van het geleverde werk zet meer in op kwalitatieve indicatoren zoals impact, trouwe relaties, erkenning en appreciatie.

9. Monitoring en evaluatie

Het succes van Wereldmediahuis vzw in de realisatie van deze strategie zal door de raad van bestuur opgevolgd worden via Key Performance Indicatoren (KPIs) verbonden aan de doelstellingen. In lijn met deze strategie komen er meer kwalitatieve indicatoren en krijgen die ook een groter relatief belang.