Uitgangspunten voor MUG 2.0, discussie-concept voor redactie.

"Elke euro moet ik eerst tien keer omdraaien voordat ik die uitgeef. Maar soms gaat het mis, dan sta ik bij Dirk voor de kassa en blijken de boodschappen een stuk duurder dan verwacht. Ik laat een deel terugleggen en een andere keer reken ik toch maar gewoon alles af. Er is dan de rest van de week alleen nog geld voor brood en melk. Het is overleven. Ik kom een beetje op adem de twintigste van de maand als de toeslagen binnenkomen." Bijstandsmoeder 5.1,2,e

Wat willen we? Doel:
1 We willen met MUG Magazine een groter bereik krijgen onder een nu snel groeiende doelgroep (toenemende werkloosheid), met behoud van de papieren uitgave.
2 De mensen om wie het gaat (de minima, de werklozen, de bijstanders, arbeidgehandicapten etc) willen we meer betrekken bij MUG, we willen hen zelf het woord geven en mee laten doen in het publieke debat.
3 Het is belangrijk dat beleidsmakers via MUG Magazine op deze manier ook direct feedback krijgen uit de doelgroep en rechtstreeks hun verhalen lezen/horen.
4 De papieren MUG kan alleen op lange termijn overleven als we de activiteiten van MUG uitbreiden en de doelgroep beter op diverse manieren bedienen en opzoeken.
5 We willen ook mensen die niet veel lezen en laaggeletterden bereiken.

Hoe kunnen we dit gaan doen?:
*We kunnen dit bereiken door (veel) meer gebruik te maken van social media. Dat kan als alle artikelen eerst op de website staan: 'digital first'. Van daaruit wordt ook de papieren editie samengesteld.
*Met een wekelijkse digitale nieuwsbrief (via mail) aan de hand van de actuele berichten op de site.
*Door de intensivering van onze social media bouwen we een eigen community.
*Die community bieden we via het MUG-platform een waaier aan mogelijke activiteiten:
MUG is het kenniscentrum op gebied van sociale zekerheid, armoedebestrijding, schuldhulp met:
Een actuele website en uitgebreide social media-activiteiten.
Een talkshow of debat.
MUG-tv: om meer mensen te kunnen bereiken, onder wie mensen die niet veel lezen en laaggeletterden. Online video via een eigen youtube-kanaal (of uitzending op tv in samenwerking met een omroep.) Met korte uitzendingen die een mix hebben van luchtige, serieuze en prikkelende items.
Projecten onderzoeksjournalistiek.
Een stevigere papieren-uitgave van MUG Magazine met mogelijk een hogere oplage en grotere verspreiding.

Plan van Aanpak: september en oktober: voorbereidend onderzoek: doelgroep, inventarisatie samenwerkingsverbanden, vinden van partners.
1 november - 1 december: concretiseren van plan samen met partners.
We beginnen met het uitbouwen van social media/community (dit kan starten in september). Dit is de basis.
Maken van aantal uitzendingen MUG-tv (oktober- december)