5.1,2,e

Van: 5.1,2,e <5.1,2,e@wooninfo.nl>
Verzonden: dinsdag 11 augustus 2020 20:46
Aan: 5.1,2,e
CC: 5.1,2,e; 5.1,2,e@gmail.com; 5.1,2,e; 5.1,2,e; 5.1,2,e 5.1,2,e@telfort.nl); 5.1,2,e
Onderwerp: RE: opgehaalde vragen MUGFW: Extra steun c.q eerste steun c.q liquiditeitssteun 2020, ex afkoop, incl kosten advocaat, 5.1,2,e mediation
Bijlagen: MUG 2020 o.b.v. p1-6 versie 03.xlsx; MUG 2020 liquiditeitsprognose v03.xlsx; MUG-discussie.doc; besparing36-pagina.docx

Opvolgingsvlag: Opvolgen
Vlagstatus: Met vlag

Beste 5.1,2,e (en 5.1,2,e),

Hog dank voor de extra speelruimte in deze hitte. Bij deze:

a) De nieuwste prognose 2020, hopelijk ook inzichtelijker voor jullie ingedeeld, gebaseerd op de cijfers werkelijke kosten periode 1-6 en onze kennis over wat daarna naar onze verwachting gezoen het 5.1,2,e nodig is en wat verder nodig is voor de wens om in 2021 een doorstart te kunnen maken en daar nu mee te beginnen. Waar we bij een post bij de prognose afwijken van eerste halfjaar maal twee is dat hetzij evident, hetzij in een opmerking bij de betreffende Excel cel toegelicht.
b) Een liquiditeitsprognose gebaseerd op de kaspositie per 01-08-2020 en de verwachte ontvangsten en uitgaven in de laatste 5 maanden van 2020, die deels een keuze zijn. Namelijk de uitgaven m.b.t. inzet op vernieuwing in 2020 en 2021. Mede namens 5.1,2,e bij deze het verzoek om nu ook de factuur voorschotten oktober te mogen versturen. Vervolgens in september dan de factuur november en in oktober de factuur december. Daarna kunnen we in 2020 geen facturen meer sturen, dat is ook verwerkt in het liquiditeitsoverzicht. Daarin gaan we uit van toekenning van onze verzoeken en uitbetaling daarvan in oktober. Bij een ander besluit moeten uiteraard de kosten, verder worden beperkt en deze prognose van uitgaven en inkomsten aangepast. Bij 8 pagina's minder wordt bespaard op druk, opmaak, beeld en redactiekosten. Zie bijlage. De besparing was en is als verlaging van de kosten en daarmee benodigde extra bijdrage opgenomen. Hoe dan ook maar 1 maal.

We hebben hiermee, samen met de eerste reactie (p1-5 is periode januari t/m mei) antwoord gegeven op de 1e zeven á acht opgehaalde vragen en jouw vraag naar de liquiditeit, m.n. in augustus. Voor wat betreft de liquiditeit is het nodig om nu de voorschot facturen september én oktober te mogen sturen (en betaald krijgen uiteraard) i.p.v. alleen september. Dat is nodig voor een positieve kas eind augustus. Zie de kolom augustus.

c) Hoe het negatieve resultaat 2018 echt is ontstaan weten we niet. We denken op basis van de, ongecontroleerde, cijfers door tegenvallende project (gingen niet door) en advertentie inkomsten. Zo bleek mij deze week dat de begrote advertentie inkomsten inclusief BTW waren terwijl de hele BTW via de balans verloopt (kas, ontvangen BTW, betaalde BTW, aangifte en betaling saldo). De begroting opbrengst advertenties moet dus "BTW loos" en was ca 20% te hoog. Dat werkte ook door in de begrotingen 2019 en 2020, tot nu. Eind 2018 was er een negatief vermogen van €25.000 dat door jullie op ons verzoek in 2019 is weg gesubsidieerd. Eind 2019 bleek ons bij het opstellen van de jaarcijfers dat de reservering pensioen nog €7.700 te laag was zodat 2019 toch met een negatief resultaat en vermogen van €7.700 eindigde. Jullie hebben in 2019 ook nog de eerste vervangingskosten 5.1,2,e 5.1,2,e met €30.000 gesubsidieerd. Daarvan is €15.000 in 2019 ingezet en €15.000 voor de vervanging periode 1-4 2020 gereserveerd. Door 5.1,2,e van mij en 5.1,2,e kwamen we in 2019 niet verder dan een tekortbegroting 2020 (zie budgetten in de prognose) met de afspraak hier in het 1e kwartaal van 2020 een oplossing voor te vinden. Dat is niet gelukt. Het inzicht krijgen in de kosten, in de ontwikkeling van de kosten en de potenties duurde langer en vervolgens bleef 5.1,2,e 5.1,2,e (2 maanden) en raakten we veel tijd kwijt aan het 5.1,2,e en zijn we nu al een aantal maanden met elkaar (intern en met jullie) in gesprek. Onderliggende oorzaken zijn ook het niet

meerjarig niet actualiseren van de vergoeding (nog altijd niveau 2014) terwijl salarissen en overige kosten stijgen, hoewel ze onder CAO en minimum ZZP/Freelance vergoedingen liggen. We beseffen overigens dat met de reeks incidentele specifieke bijdragen voor jubileum, auto, verhuizing, 5.1,2,e vermogen jullie gemiddelde jaarlijkse bijdrage aanzienlijk hoger ligt dan de formele jaarlijkse vergoeding.

d) Nadat de gemeente heeft besloten over onze verzoeken tot extra steun weten we binnenkort waar we aan toe zijn en zullen we uiteraard alles op alles zetten kosten en dekking dan met elkaar in balans te brengen. Ook nu werken we aan beperken kosten/verruimen dekking. Als eerste inzet is het aantal pagina's juli en augustus met 8 teruggebracht en zullen we dat in oktober en november ook doen. Dat bespaart volgens 5.1,2,e €7.500 (zie bijlage), daarnaast is €3.000 besparing op de extra uitgaven opgenomen door samenwerking met AT5 (of opleiding) in de prognose als "korting" op extra kosten en daarmee extra bijdrage. We willen het eerste nazomer nummer en het kerstnummer graag op 44 pagina's houden.

e) Vandaag was het eerste mediation gesprek van het DB met 5.1,2,e en dat biedt nog geen perspectief op een overeenkomst. Volgende week donderdag is het tweede gesprek. Als er geen perspectief is, schakelen we over op mediation tot een overeenkomst tot vertrek. Door de IOAW regeling kunnen de kosten daarvan overigens lager uitvallen dan eerder aangegeven met alleen de WW als basisvoorziening bij vertrek. We bespreken dat graag afzonderlijk. We proberen e.e.a. zo snel mogelijk en toch in een redelijk proces naar een uitkomst te leiden. We hopen dat we 5.1,2,e inhoudelijk betrokken kunnen houden.

f) We hebben geen middelen voor een doelgroeponderzoek. Als de gemeente dat binnen haar onderzoeksbudget kan doen werken we daar graag aan mee. Dat zou bereiken van degenen die we nu (nog) niet bereiken mogelijk maken. We werken nu op basis van het onderzoek 2014 (ook door de gemeente betaald), maar vooral op basis gezond verstand. Bestuur en redactie omvatten veel deskundigheden en netwerken. Wij en jullie weten beide dat veel jongvolwassenen een flexbaan of, meer recent, geen baan hebben en als ze er wel een hebben veelal een laag inkomen. Zeker in relatie tot de woningmarkt en studieschuld. Een nieuwe doelgroep naast onze bestaande lezers. Die bedienen we kennelijk nog altijd goed want de bladen worden vlot meegenomen ook op nieuwe distributiepunten in voorheen "witte vlekken" in de stad. De meeste jongvolwassenen nemen kennis veel meer via social media en beeld tot zich. We weten ook dat we het bereik onder groepen met een ander achtergrond kunnen versterken, deels "eenvoudig" via distributie bij hun organisaties. Ook hebben wij ons de opmerking van Renger ter harte genomen. Dus zetten we ook in op een verschuiving naar graphics/beeld/video om die reden. Naarmate ons nu groeiend bereik op social media toeneemt, is het vragen van respons makkelijker. Als het geen corona tijd was konden we een enquête in het magazine vouwen. Later wellicht.

g) Aan de fondsaanvragen/partners zoeken wordt gewerkt. Ik voeg hieronder een overzicht m.b.t. de vorderingen van onze voorzitter en de vervangend hoofdredacteur toe (cursief). Er is nog geen zekerheid over de bijdragen fondsen/besparingen samenwerking. Voorlopig leidt de extra inzet daarop tot wat hogere kosten. We verwachten dat gesprekken nu kortere doorlooptijden krijgen. Ook vanuit de redactiegroep wordt nu meegedacht en gewerkt.

h) We voegen bij deze een stuk over de strategie toe dat vanmorgen in de redactie is besproken (zonder 5.1,2,e) door 5.1,2,e en 5.1,2,e Zie bijlage. Het stuk bevat ook een globale planning voor de verdere uitwerking. In aanvulling daarop werk ik voor het bestuur aan begroting voor dat plan (gehoord de inhoudelijke bijdragen) met uiteraard de nodige aandacht voor het verdienvermogen en besparingskansen. Graag bespreken we dit, naast de situatie 2020, met jullie. Daarmee is een begin gemaakt met het antwoord op onderstaande vragen t.a.v. de visie op de toekomst. Zoals het stuk aangeeft werken we dat uit tot een nieuw beleid en businessplan.

5.1,2,e je vroeg me na de vorige mail of ik kon garanderen dat dit "het was". Ik zij daar met vertrouwen "ja" op dat blijkt t.a.v. het tekort 2020 niet juist. De cijfers waar ik op bouwde bleken net even minder robuust dan ik dacht. M.n. de verwachte advertentieomzet was te hoog (hiervoor toegelicht). Nu ben ik er echt met de stofkam doorheen gegaan, dus dit is het wel. Naast de beperkte tegenvaller zijn we wel verder in perspectiefontwikkeling, maar dat neemt niet weg dat ik geen "ja" had moeten zeggen. Excuus daarvoor.

T.a.v. de vorderingen m.b.t. verwerven fondsen en partners:

Fondsen vragen vaak om een concreet afgerond project, starten met een "web" redactie en daarmee vergroten activiteit en daarmee zichtbaarheid, op social media is daarin lastig. Er zijn wel contacten maar nog geen concrete kansrijke aanvragen. Maar toch:

1) *We laten ons adviseren door een branding bureau m.b.t. de domeinstrategie, die ook tot nieuwe verdienmodellen moet leiden. Sponsored content, dat principe is jullie bekend* ☺
2) *MUG TV AT5 samenwerking. Dit contact verloopt via het net werk van* 5.1.2,e *We worden bij AT5 geïntroduceerd als mogelijk partner. Door persoonlijke omstandigheden van haar contact is er vertraging. We hebben een tweede ingang via BNN/VARA. De contactpersoon werkt niet zelf bij AT5. We gaan praten met manager concepten AT5, dan wel de hoofdredactie of de directeur gesponsorde programma's. Verder Met BNN/VARA en NH Nieuws. De eerste afspraak is gepland. Het idee is dat wij produceren en zij uitzenden (en we kunnen doorplaatsen op eigen MUG-YouTube kanaal.) Mogelijk dat omroep vergoeding betaalt. Want wij maken het goedkoper en bereiken 'onze' doelgroep beter dan zij het zouden doen waardoor het interessant kan zijn voor hen.*
3) *Redacteur* 5.1.2,e *wil graag meedenken (jarenlang ervaring bij bestuur Mediafonds) en stelt voor een expertgroepje social media te vormen.*
4) *MUG Werkt. Redacteur* 5.1.2,e *gaat vanaf half augustus tijd steken in het binnenhalen van adverteerders voor MUG Werkt op no cure no pay basis. Elke MUG-medewerker die een adverteerder binnenbrengt (al of niet voor MUG Werkt) krijgt 20 procent commissie over de verkoopprijs. Bij een advertentie-contract van een half of een jaar kan dat behoorlijk oplopen voor de medewerker. Een klant die eenmaal is binnengehaald is een volgende keer voor Mug. Mogelijke adverteerders: grote bedrijven in de zorg (Cordaan, Amsta), maar ook kleinere in de thuiszorg en de GGD. Ook in de logistiek en distributie (supermarkten: Albert Heijn, Jumbo en Picknick) en de voedingsindustrie (Zaanstreek). Een paar jaar geleden was er grote belangstelling vanuit Cordaan om maandelijks vacatures in de thuiszorg onder de aandacht te brengen onder de naam 'Zorgmaatje van de maand' in MUG Werkt. Door tijdgebrek bij Mug ging dat toen niet door.* jonge mensen met een uitkering (al is het er maar 1) in te zetten voor social media.
5) *Fondswerving. Half augustus hebben we een afspraak met een fondsenwerver. (Kansfonds, Oranjefonds, en vooral ook fondsen voor de journalistiek)*
6) *Werken met talentvolle stagiaires van een journalistiek opleiding en/of jonge mensen die een ww of uitkering hebben, m.n. voor webredactie. Dan keert MUG deels terug naar een oude doelstelling. Er moet dan wel een stagevisie en plan zijn, c.q. een trainingsplan en begeleidingscapaciteit. Een van onze redacteuren* 5.1.2,e *is o.a. docent creatief schrijven en taalbeheersing bij Fontys en vrijwilligerscoördinator en trainer bij WomanInc en heeft al rondgekeken naar divers community groepen op de social media. Zij adviseert daar connectie mee te maken omdat we elkaar kunnen versterken en wil ook meedenken over het stageplan.*

Graag bespreken we e.e.a. op korte termijn met jullie en uiteraard blijven nadere vragen welkom. Als het nodig is, ben ik beschikbaar voor een nadere toelichting over de financiële stukken aan jullie meelezers. Als de vragen inhoudelijke componenten hebben, is het nodig dat ook anderen meedoen. Verder staan we uiteraard open voor adviezen en tips.

Tot slot vraag ik in het bijzonder nog een keer aandacht voor het verzoek onder b).

Met vriendelijke groet, namens het bestuur BBU,
5.1.2,e penningmeester

Van: 5.1.2,e
Verzonden: maandag 3 augustus 2020 14:48
Aan: 5.1.2,e
CC: 5.1.2,e
Onderwerp: RE: opgehaalde vragen MUGFW: Extra steun c.q eerste steun c.q liquiditeitssteun 2020, ex afkoop, incl kosten advocaat, 5.1.2,e mediation

Beste 5.1.2,e

Zoals afgesproken is jullie aangepaste begroting 2020 bekeken door enkele collega's. Dat levert onderstaande vragen op.
Kun je de antwoorden ook richten aan dossierhouder 5.1.2,e

Volgende week klankbord ik met directeur Renger Visser.
Medio augustus heb je van ons meer duidelijkheid over de mogelijkheden.
We blijven werken aan een aanvullende subsidieaanvraag 2020 voor 1 september.

Daarnaast loopt het toekomspoor 2021 e.v.

Met groet, 5.1.2,e

5.1.2,e
Hoofd Afdeling Armoedebestrijding
Gemeente Amsterdam - RVE Inkomen
Telefoon 5.1.2,e - Mobiel 5.1.2,e

Van: 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>
Verzonden: maandag 3 augustus 2020 11:58
Aan: 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>
CC: 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>; 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>; 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>
Onderwerp: opgehaalde vragen MUGFW: Extra steun c.q eerste steun c.q liquiditeitssteun 2020, ex afkoop, incl kosten advocaat, 5.1.2,e mediation

Dag 5.1.2,e

5.1.2,e en 5.1.2,e hebben nog een aantal vragen voor MUG magazine op basis van de begroting en mail van 5.1.2,e 5.1.2,e

Voor aanvullende vragen richting MUG magazine:
Het belangrijkste is we goed inzicht krijgen in de realisatie van het eerste half jaar, zodat we de prognose beter kunnen beoordelen.
We hebben een aantal vragen over de begroting. Deze behoeft nog verduidelijking om explicieter te maken wat de urgente financiële risico's zijn. Het is belangrijk dat hierbij goed onderscheid wordt gemaakt tussen kosten en (daadwerkelijke) opbrengsten zodat het totale tekort duidelijke wordt.

Hieronder nog specifieke punten/vragen:

Realisatie eerste half jaar
We zien graag de werkelijke realisatie is van het eerste half jaar. Op basis van de realisatie van het eerste half jaar, kan er een betere prognose gesteld worden.

- Het is niet duidelijk wat er met p1-5 wordt bedoeld. Is dit per 1 mei? of wordt bedoeld 1 jan tm mei?
- Wat wordt bedoeld met werkelijk p1-5?
- Advies om in de begroting op te nemen: realisatie van het eerste half jaar, 1 jan tm juni.

Begroting
We willen graag een duidelijk beeld wat er precies nodig is vanuit de gemeente. Hiervoor dus graag een duidelijk overzicht van de werkelijke Baten, Kosten en daaronder weergeven wat de tekorten zijn.

- Bij Baten staan in het huidig overzicht ook tekorten benoemd.
- Bij het tekort komen een aantal posten duidelijk terug in het overzicht maar niet alle posten. Graag toelichten welke posten vallen onder het algemeen tekort van €16.400 en extra vervanging €30.075, welke posten zijn dit?
- En de tekorten die voortkomen uit de resultaten 2018, 2019 en prognose, kunnen jullie deze specificeren, en komt dit ook onder de kosten?
- En graag specificeren welke kosten worden bespaard bij minder pagina's: Mogelijke besparing 4 maanden -/- 8 pagina's ca €7500. Zijn dit drukkosten?
  En waarom staat deze post mogelijke besparing 4 maanden ook bij bijdrage gemeente: paginabesparing €7512?
- Is er al zekerheid over bijdragen fondsen?

Doorstart 2021

- In hoeverre sluit de genoemde aangepaste vorm bij de behoeften van doelgroep? Is er behoefteonderzoek onder de doelgroep gedaan?
- Advies om dit jaar een businessplan te maken voor 2021. Met een duidelijke begroting en onderbouwing. En een begroting van de organisatiekosten en aangeven hoe de organisatie er strak uit komt te zien. Ook of MUG commerciële activiteiten wil ontplooien om zelf inkomsten te verwerven.

Dit zijn de opgehaalde vragen. Hopelijk kunnen deze beantwoorden en de begroting verhelderen.

Met vriendelijke groet,

5.1.2,e
Beleidsadviseur
Afdeling Zorg, Armoede, Participatie & Volwasseneneducatie
RVE Participatie, Cluster Sociaal
Gemeente Amsterdam

Bezoekadres:
Jodenbreestraat 25
1011 NH Amsterdam

Postadres:
Postbus 1900
1000 BX Amsterdam

Tel: 5.1.2,e

Van: 5.1.2,e <5.1.2,e @wooninfo.nl>
Verzonden: zaterdag 18 juli 2020 12:12
Aan: 5.1.2,e <5.1.2,e @amsterdam.nl>
CC: 5.1.2,e @gmail.com; 5.1.2,e <5.1.2,e @planet.nl>; 5.1.2,e <5.1.2,e @brl-advocaten.nl>; 5.1.2,e <5.1.2,e +20MUG+20magazine+20+28+29@EURPRD10.PROD.OUTLOOK.COM>; 5.1.2,e <5.1.2,e @xs4all.nl>
Onderwerp: Extra steun c.q eerste steun c.q liquiditeitssteun 2020, ex afkoop, incl kosten advocaat, 5.1.2,e mediation

Dag 5.1.2,e

Hoop dat je een goede vakantie hebt gehad. Ik ga nu een week. De mediation met 5.1.2,e zal ook de week van de 27e starten (tenzij hij alsnog weigert). We zijn tegelijk weer terug en kunnen hier, zo nodig fysiek, over overleggen. De delegatie moeten we nog bespreken, hangt ook van de agenda af. Ik denk tenminste aan 5.1.2,e en 5.1.2,e In de bijlagen vindt je een Excel met wat we nodig hebben voor de basis, de worst case (nu ja 80%, het zijn opgaven van de schatting van betrokkenen) kosten van advocaat, mediator en ARBOconcern, de voorbereiding plan augustus/fondsaanvragen en een gedeelte van de kosten van begin/vingeroefening met de meer doelgroep gerichte domeinstrategie/community benadering Zie verderop voor de toelichting van de collega's. Daar werven we ook fondsen voor. Ik heb het gelaagd opgebouwd, zodat je overzicht hebt. Een kleine post is voor het procentueel gelijk trekken van de werkgeversbijdrage pensioen 5.1.2,e en dat van 5.1.2,e Elke maand minder dubbele lasten vanwege vervanging scheelt €4.600. We doen ons best om afkoop te voorkomen en zo nodig op redelijk niveau te houden. Ik stel voor dat we daar ook nader over spreken.

De posten zijn:

1. Algemeen tekort bij huidige ambitie: €16.400
2. Extra vervangingskosten (max p7-12) €30.075
3. Gelijk trekken pensioenbijdrage € 1.736
4. Kosten extra distributie € 2.800

5. Geschilkosten (Schatting o.b.v. opgave) €13.837
6. Voorbereiding plan 2021, fondsbijdragen € 8.000
7. Opstart domeinbenadering, community €16.000

Totaal € 88.848

Mogelijke besparing 4 maanden -/- 8 pagina's ca €7500, post 3, post 4, post 7 ca € 20.500

Als je het puur als liquiditeitssteun tot en met september ziet komt ik op 50% 1 + 50% 2 + ¾ 3 + ¼ 4 + 5 + 6 + ¼ 7 = €49.758, zeg €50.000

Ex MUG werkt, fonds en/of andere afdeling op "verwerkt in nieuwe benadering." (Opstart/plan 2021)

De toelichting op de vernieuwde benadering luidt op dit moment alsvolgt:
MUG is opgericht om minima van alle categorieën te steunen in hun streven de eigen maatschappelijke positie te verbeteren. MUG wil de doelgroep beter bereiken, hoewel het tijdschrift goed gelezen wordt, zijn we ons ervan bewust dat een grote groep minima vooral op social media zit en dat het maandblad voor laaggeletterden te complex is. Daarom moet MUG transformeren: Naast het magazine wordt MUG zichtbaar op social media en we starten met MUG TV.
We werken daartoe samen met sociale ondernemingen en bestaande platforms. We brengen nieuws en halen informatie op voor beleidsmakers. We ondersteunen hun emancipatie en gevoel van eigenwaarde door relevante informatie en door het vormen van een community; het gevoel ergens bij te horen. We willen in het laatste kwartaal van 2020 een belangrijke aanzet geven met social media en MUG tv.
Uiteindelijk wil MUG de belangrijkste media speler worden binnen het domein van armoede en sociale zekerheid, vanuit het perspectief van de doelgroep.

En specifiek met betrekking tot de domein strategie:
Het domein "armoede-sociale zekerheid" waarbinnen MUG actief is kunnen we omschrijven als een uitermate levendig domein met grote maatschappelijke relevantie. Met een toename van de ongelijkheid in de samenleving zal het belang van dit domein de komende jaren naar verwachting alleen maar groter worden. MUG verkeert in een positie om de komende jaren een belangrijke rol te spelen binnen dit domein en zou wat mij betreft dan ook veel meer autoriteit binnen dit domein moeten gaan claimen.

De positie van MUG kan in de toekomst versterkt worden door bijv. de volgende activiteiten:
- MUG blijft een maandblad uitgeven voor de directe doelgroep: de minima in de samenleving en die mensen die zich daarbij direct maatschappelijk betrokken voelen. Door direct contact met de deze doelgroep is MUG in staat om haar grote autoriteit breder te benutten en uit te bouwen. MUG heeft echte kennis van deze groep.
- MUG kan in de toekomst nog beter inspelen op de behoeften van de doelgroep, door haar kennis m.b.t. praktische informatie met betrekking tot hun situatie en de mogelijkheden welke leiden tot een verbetering van hun situatie (o.a. werk en scholing) via meer kanalen, plekken en toegankelijker (beeld, taalniveau deel blad) te verspreiden.
- MUG zal in de toekomst "agenda bepalender" moeten worden doordat zij realitychecks levert door de leefwereld en beleving van de regels van de doelgroep goed in beeld te brengen. MUG weet als geen ander wat er speelt binnen de doelgroep en is dus in staat onderwerpen zo nodig te agenderen, ook voor beleidsontwikkelaars en politici.
- MUG gaat het maatschappelijk debat over dit domein stimuleren. Het gaat ook zelf debatten organiseren met prikkelende- en spraakmakende thema's.
- Dat houdt in dat MUG naast het uitgeven van een magazine zal MUG vooral moet inzetten op online/mobiel, zichtbaar in doelgroep relevante social media groepen aanwezig zijn en deze met de MUG community verbnden. Zoals een van de redacteuren zei, digital first, het productieproces zal daarvoor moeten worden ingericht, daar waar het nu vooral gericht is op de productie van een maandelijks magazine. MUG gaat in de toekomst dus vooral cross mediale content maken. Juist ook video en audio (podcasts) zijn daarbij uitermate belangrijk met nieuws items en mini docu's als output. In principe zou iedere journalistieke medewerk(st)er van MUG in staat moeten zijn een video en/of podcast productie te leveren.
- Omdat MUG de autoriteit is binnen het domein gaat het betaalde content leveren aan andere nieuwsmedia bedrijven waar het mee gaat samenwerken.

- Omdat MUG de autoriteit is binnen het domein is er de kans betaalde content te leveren aan bedrijven en instellingen die behoefte hebben aan relevante content. Deze "branded content" krijgt een kwaliteitstempel om dat het gemaakt is door "de makers van MUG…".
- MUG kan op verzoek van beleidsmakers onderzoek-opdrachten doen naar specifieke onderwerpen doen.

Met vriendelijke groet,

5.1,2,e senior programmaontwikkelaar !WOON
Tel: 5.1,2,e
Mail: 5.1,2,e @wooninfo.nl
Werkdagen dinsdag en donderdag
5.1,2,e tel nr. 5.1,2,e ; mail: 5.1,2,e @wooninfo.nl

De gemeente Amsterdam streeft naar optimale dienstverlening en zorgvuldige afhandeling van e-mailverkeer. Als deze e-mail niet voor u is bestemd, laat dit dan weten aan de afzender en verwijder de e-mail. Voor meer informatie: www.amsterdam.nl/proclaimer.