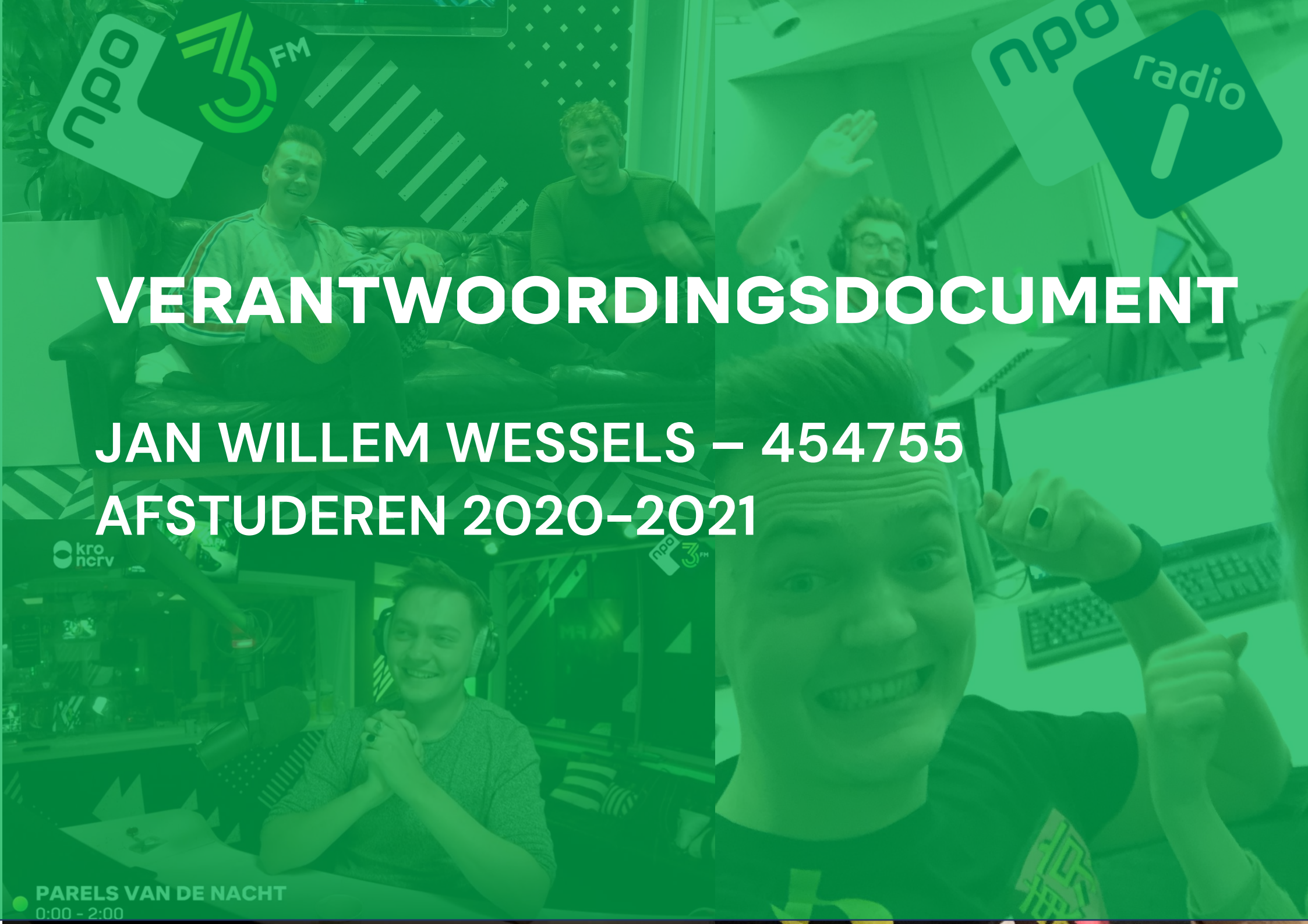




VERANTWOORDINGSDOCUMENT

JAN WILLEM WESSELS – 454755
AFSTUDEREN 2020–2021

kro
ncrv

Voorwoord

Voor u ligt mijn verantwoordingsverslag voor het afstuderen op portfolio. Dit verslag is gebaseerd op werk wat ik heb verricht bij de omroep KRO-NCRV voor NPO Radio 1 en NPO 3FM. Dit verslag is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Creative Business aan de Hogeschool Saxion in Enschede. De werkzaamheden die ik in dit verslag beschrijf zijn begonnen in januari 2019, tot op heden ben ik nog steeds werkzaam voor de KRO-NCRV bij NPO 3FM.

Samen met mijn afstudeerbegeleider, Stan de Jong, heb ik bepaald hoe ik dit verslag en de documentatie van mijn werkervaring het beste op papier kon zetten. Dit heeft erin geresulteerd dat dit verslag duidelijk weergeeft hoe ik de afstudeercompetenties doormiddel van mijn werk heb 'bemachtigd'.

Ik wil bij deze graag een aantal mensen bedanken. Ten eerste mijn afstudeerbegeleider Stan de Jong. Toen ik voor het eerst aan het werk ging in Hilversum, was Stan erg enthousiast en meedenkend. Ook kreeg ik van hem de ruimte om mijzelf bij de radio te ontwikkelen, ook als dat betekende dat ik één dag in de week minder naar school ging. Verder wil ik mijn oud-lerares Iris Bernhard bedanken. Toen ik voor het eerst de kans kreeg om bij de radio te gaan werken, heeft zij me erg geholpen met het schrijven van goede motivaties en gaf ze mij bruikbare tips om goed uit de verf gekomen.

Ik wil ook mijn eindredacteur bij de KRO-NCRV, Teun Verstegen, bedanken. Vanaf het moment dat ik bij de KRO-NCRV binnenkwam heeft hij me onder zijn hoede genomen en mij veel geleerd over het vak radio. Zonder Teun was ik niet de radiomaker geweest die ik nu ben geworden.

Maar... mijn grootste dank gaat uit naar mijn zus Anne die me jaren geleden meenam naar Het Glazen Huis in Enschede. Ik had toen geen idee dat dit uitstapje mijn toekomst zou bepalen.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Jan Willem Wessels

Daarle, 3 mei 2021

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Casus 1: Reportages	5
<i>Competenties</i>	<i>7</i>
<i>Voorbeeld: Reportage NPO Radio 1</i>	<i>8</i>
Casus 2: Productie	11
<i>Competenties</i>	<i>13</i>
<i>Voorbeeld 1: Item NPO 3FM</i>	<i>14</i>
<i>Voorbeeld 2: Mix de Viral</i>	<i>16</i>
Casus 3: Regie	17
<i>Competenties</i>	<i>19</i>
<i>Voorbeeld: Uitzending Parels van de Nacht</i>	<i>20</i>
Reflectie	22
Bronnenlijst	24



Inleiding

Ik was 12 jaar oud toen mijn zus me mee nam naar het Glazen Huis in Enschede. Toen ik daar op het plein stond wist ik het meteen: Ik wil later bij de radio werken! Sinds dat moment deed ik er alles aan om dat doel te halen. Ik bouwde een radiostudio op mijn slaapkamer, ging aan de slag bij een lokale omroep en maakte zoveel mogelijk vliegreuen.

Ik begon aan de opleiding Creative Business, om op die manier ook meer te leren over de mediawereld in zijn geheel.

Begin 2019 werd ik geselecteerd voor de KRO-NCRV Radioschool. Hier mocht ik meelopen bij verschillende programma's op NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM en NPO Radio 5. Ik kreeg daar ook de kans om echte werkervaring op te doen bij het programma *Fris!* op NPO Radio 1. Hier heb ik een jaar lang reportages en audiomontages gemaakt, interviews uitgeschreven én uitzendingen geregisseerd.

Begin 2020 ontstond vanuit dat werk ook een nieuwe kans. Ik werd gevraagd om aan de slag te gaan als producer bij het programma *Parels van de Nacht* op NPO 3FM. Eerst voor één dag in de week, maar sinds dit jaar werk ik daar fulltime. Dit programma heeft geen grote redactie. Ik werk alleen samen met de dj Kevin van Arnhem. Ik bedenk onder andere items, schrijf teksten en houd contact met (telefonische) gasten en luisteraars voor in de uitzending.

In dit verslag leest u over de werkzaamheden die ik bij de radio heb uitgevoerd de afgelopen jaren.

Ook leg ik hier, doormiddel van drie casussen, uit hoe ik de verschillende afstudeercompetenties heb bemachtigd door het werk dat ik heb gedaan én nog steeds doe.

Casus 1: Reportages

Voor mijn werk bij het programma *Fris!* op NPO Radio 1 heb ik veel reportages gemaakt. Dit zijn audioreportages van vier á vijf minuten. Voor deze reportages deed ik alles zelf, van het bedenken van een idee tot de nabewerking. In deze casus leg ik uit hoe deze reportages tot stand kwamen en hoe de verschillende afstudeercompetenties hierin verwerkt zitten. Mijn portfolio betreffende deze casus is te vinden via [deze link](#).

Vraag uit het werkveld:

Hoe bedien je de doelgroep van NPO Radio 1 met content waar ze zich mee kunnen identificeren, om op deze manier waarde te creëren en luisteraars aan het programma te binden?

De doelgroep van NPO Radio 1 bestaat uit hoger opgeleiden in de leeftijdsgroep 40+, deze mensen luisteren het meeste thuis (One Media, 2021). Dus niet vanuit de auto, wat doorgaans vaak het meest gebruikte middel is om radio te luisteren. Hierdoor wordt er ook aandachtiger naar de radio geluisterd. Verder wordt er door deze doelgroep ook langer dan gemiddeld geluisterd naar de radio (One Media, 2021).

De doelgroep van NPO Radio 1 luistert dus langer dan gemiddeld en ook aandachtiger. Deze informatie neem ik mee naar het antwoord van dit vraagstuk.

Het bovenstaande vraagstuk is bepaald aan de hand van de eindredacteuren van het programma. Met ook de doelgroep van de luisteraars in het achterhoofd. Zij maakten het programma al jaren, vanuit hun kwam dit duidelijk naar voren.

Het vraagstuk dat is geformuleerd heb ik beantwoord middels het maken van reportages die aansloten op de doelgroep van NPO Radio 1: 40-plussers. Deze mensen luisteren doorgaans aandachtiger naar content op de radio dan mensen die bijvoorbeeld een muzikzender op de achtergrond aan hebben staan.

Reportages zijn een goede oplossing voor dit vraagstuk omdat het een manier is om informatie aan de doelgroep over te brengen die doormiddel van audio en verschillende elementen prettig zijn om naar te luisteren. Deze reportages zijn vaak wat langer dan een gemiddeld radio item, maar omdat de doelgroep vaak ook langer luistert is dat geen probleem. Ook omdat NPO Radio 1 amper muziek uitzendt. 's Nachts luisteren mensen expliciet om gesproken woord te horen. Door middel van een reportage krijgt dat meer kleur, ook is er de ruimte om dat op deze manier op de radio te brengen.

De reportages die ik heb gemaakt gingen onder andere over actuele gebeurtenissen, relevante onderwerpen uit het verleden of andere noemenswaardige gebeurtenissen.

De daadwerkelijke luistertijd wordt tijdens nachtelijke uren niet gemeten. Het is daarom erg belangrijk dat de leiding van de zender én het programma zelf, tevreden is met de producten. Zij bepalen uiteindelijk of iets akkoord gaat of niet.

Ik maakte regelmatig een reportage voor dit programma. Ook bedacht ik zelf de onderwerpen en pitchte deze tijdens de wekelijkse redactievergaderingen. Als een idee werd goedgekeurd mocht ik ermee aan de slag.

Verder contacteerde ik personen die interessant waren om te interviewen en deed ik onderzoek naar het onderwerp.

Het onderzoek dat ik voor een reportage deed was een combinatie van desk- en fieldresearch, waar veel overleg met collega-redacteuren en eindredacteuren aan vooraf ging.

Deskresearch bestond uit het doen van online onderzoek naar de verschillende onderwerpen, en de fieldresearch deed ik bij verschillende mensen die ik interviewde voor de reportage. Ik nam eerst ruim de tijd om de mensen te spreken over het onderwerp en scoutte de locatie naar plekken die goed 'hoorbaar' waren om vervolgens in de reportage te vragen naar de kwesties die het meest toe zouden voegen aan het eindproduct.

Omdat deze reportages niet daadwerkelijk voor een publiek getest konden worden, ging het testen en evalueren van een eerste versie voornamelijk gepaard met redactioneel overleg en evaluaties met de eindredacteur.

In een voorbeeld over een van deze reportages ga ik straks dieper in op de totstandkoming van een reportage en het proces wat ik gevolgd heb om tot een definitief eindproduct te komen.

Competenties

Hier leg ik per afstudeercompetentie kort uit wat deze casus er mee te maken heeft en hoe deze zijn terug te vinden.

Creëren van mediaconcepten

Bij het maken van een audioreportage ligt hier ook de start. Tijdens een redactievergadering worden verschillende ideeën gepitcht, waarvan er een aantal worden uitgekozen die worden uitgevoerd voor de daadwerkelijke uitzending. Ik heb met de eindredacteur voor de reportage in het voorbeeld hieronder verschillende ideeën besproken om de reportage aan te vliegen, uiteindelijk was de eindredactie erg enthousiast over het plan waarna ik het mocht uitvoeren.

Produceren van mediaproducten en -diensten

Voor het produceren van de reportages begon het allemaal op de redactie. Hier benaderde ik telefonisch verschillende mensen die ik graag wilde interviewen. Ik vroeg ze naar verschillende punten over het onderwerp, om op die manier te checken of ze passend waren voor een bijdrage. Na deze research ging ik met opnameapparatuur op zak naar deze mensen toe, daar nam ik eerst de tijd om de locatie te onderzoeken en plekken te bekijken die qua audio ook interessant waren. In de nabewerking maakte ik verschillende versies, die telkens door de eindredactie en

collega-redacteuren werden beluisterd, om zo tot een zo goed mogelijk eindresultaat te komen.

Marketing van mediaconcepten, -producten en -diensten

Het vermarkten van deze reportages werd tijdens de uitzending gedaan. De presentatrice van het programma heeft verschillende teksten waarmee ze de bijdrages in de uitzending zo goed mogelijk probeert neer te zetten voor de luisteraars van NPO Radio 1. Deze teksten zorgen ervoor dat de luisteraar niet weggaat en geïnteresseerd blijft in het onderwerp.

Reflectieve en flexibele professional

Nadat de reportage is uitgezonden, volgde er altijd een ronde feedback waarmee werd teruggekeken op het uiteindelijke product wat werd opgeleverd. In deze feedback werd ook breder gekeken naar de verschillende keuzes die waren gemaakt tijdens het produceren van de desbetreffende reportage. Op deze manier werd er altijd gestreefd naar een zo goed mogelijk resultaat.

Voorbeeld: Reportage

NPO Radio 1

Voor 4 en 5 mei heb ik een extra lange reportage gemaakt over Albert Ensing. Een oom van mijn moeder die op 18-jarige leeftijd tijdens een razzia om het leven is gekomen. Deze reportage is ook te beluisteren in mijn portfolio, via [deze link](#).

Hiervoor kwam ik in eerste instantie met het plan om een reportagereeks van drie reportages te maken, waar ik bij drie familieleden langs ging om over Albert te praten. Dit werd door de eindredactie niet goedgekeurd. Omdat je niet zeker weet of de luisteraars elke week de reportages hoorden, en omdat de periode van 4 en 5 mei dan ook alweer was afgelopen.

Uiteindelijk kwam ik met het idee om er één lange reportage van te maken. Dit werd wél goedgekeurd. Uiteindelijk duurde de reportage negen minuten en is het in de nacht van 4 op 5 mei uitgezonden op NPO Radio 1.

Ik ging hiervoor bij verschillende familieleden op bezoek. Ik heb informatie over Albert bij ze ingewonnen en heb ze daarna over het verhaal geïnterviewd. Ik ging altijd op stap met een aantal vragen die ik sowieso gesteld wilde hebben. Ook maakte ik een lijst met verschillende achtergrondgeluiden die ik kon opnemen. Zoals hier te zien

waren dit vaak korte vragen. Ik gebruikte dit voornamelijk als reminder aan mezelf om op terug te vallen zodat ik zeker wist dat ik niks vergat.

TANTE INA

- Wat was Albert voor een persoon?
- Wat deed Albert toen de oorlog begon?
- Wat deed Albert in het verzet?
- Wat weet je nog over die razzia waar het mis ging?
- En over de dood van Albert?
- Wanneer hoorde je dat Albert was overleden?

ANOUK

- Wat deed Albert tijdens de oorlog?
- Hoe kwam Albert aan zijn einde?
- Wat was er zo bijzonder aan dit verhaal?
- Waarom werd er thuis niet over dit onderwerp gesproken?

ALI VAN BUUREN

- We zijn op een bijzondere plek, waar staan we?
- Wat is er met Albert na zijn dood gebeurt? Waar ging hij heen?
- Wat is dit voor een monument? Beschrijf hoe ziet het er uit...
- Waarom is dit monument zo belangrijk?

GELUIDEN

- Omgevingsgeluid, lopen door de trappenhal
- Buiten geluiden op de begraafplaats, grind.
- Oude poort van begraafplaats apart opnemen.
- Geluid in het huis van Anouk, spelende kinderen
- Tante Ina, oude klok, apart opnemen

Een voorbeeld van een geïnterviewd persoon is mijn oudtante Ina. Zij is een zus van Albert, bijna 90 jaar oud, haar heb ik geïnterviewd over haar broer Albert en hoe hij was als persoon. Toen ik bij haar binnenkwam heb ik eerst een tijd met haar gepraat. Uit dat gesprek heb ik een paar opvallende uitspraken gekozen die ik daarna heb opgenomen.

Voor een reportage is het belangrijk om geluid terug te laten komen. Ik dacht eerst dat ik bij tante Ina weinig achtergrondgeluid zou vinden, maar toen ik er was bleek er genoeg te zijn. De tv met omroep MAX stond nog aan en je hoorde de klok constant tikken. Ik heb zelfs het geluid van de televisie apart opgenomen om het er vervolgens onder te monteren. Zo kreeg je als luisteraar toch een idee van de locatie waar ik me op dat moment bevond.

Nadat ik alle audio had opgenomen heb ik de volledige nabewerking gedaan. Dit ging samen met veel overleg en feedback van de eindredactie. Die feedback was altijd erg 'to the point'. Hiernaast is een deel van de feedback op deze reportage te zien.

[In mijn portfolio](#) is ook een versie van de reportage voor de feedback én een versie na de feedback te horen. Daar is duidelijk te horen hoe de feedback werd toegepast om er een zo goed mogelijk eindresultaat van te maken.

00.00
Begin met geluid, al is het maar dat lopen. Zonde om te beginnen met je stem.

00.20
Die deurbel, dan je verhaal vervolgen en dan de 'hallo' is TOP!

00.28
Het is een beetje gek dat ik in de eerst lopen op een trap hoort en vervolgens weer rijdende auto's. Kan je dat niet omdraaien?

00.35
(of vooral hiervoor), beschrijf even hoe je tante woont. Iets meer sfeer.
Tante Ina is wel wat moeilijk te verstaan. Gelukkig hou je het kort. Je kan overwegen om dat nog even in twee zinnen samen te vatten.

1.22
Beetje lelijke fade, kan je nog wat aan doen denk ik

1.30
Beetje passieloze VoiceOver
Beetje Mission impossible muziek ook. Qua tempo past het, die piano vind ik mwaaaaaa.

1.55
Het zou zo mooi zijn als je hier dus hoort hoe Anouk woont of zo iets. Iets dat meer sfeer geeft. Ze duikt nu meteen het verhaal in, dat hoeft niet. Al pakt ze alleen maar het boekje uit de kast ofzo..

2.22
ook nog een lelijke fade/knip

3.00
Muziek mag iets zachter. Verhaal van Anouk verdrinkt een beetje!

Voor de regisseur en presentatrice van dienst maakte ik een sheet met alle info en een introductietekst. Deze gebruikte de presentatrice om de reportage aan te kondigen.

TITEL	Fris! - Reportage Albert Ensing
Redacteur	Jan Willem Wessels
Datum:	05-05-2019
Bron	Omniplayer
Aanleiding:	Het is vandaag bevrijdingsdag, gisteren was het dodenherdenking.
Wat willen we er uit halen:	Een persoonlijk oorlogsverhaal over het verlies dat vandaag de dag nog steeds relevant is.
Opmerkingen (instarts bv):	Het zou mooi zijn als je het nummer State Lines van Novo Amor direct erna draait. Die past qua gevoel en tekst goed bij de reportage.
Titel Radiomanager	Albert Ensing: "De oom die ik nooit heb gekend, maar die er wel altijd was"

Gisteravond om acht uur was heel Nederland stil. De Nederlandse slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog herdacht. Een van deze slachtoffers is Albert Ensing, familie van onze verslaggever Jan Willem Wessels. Hij ging op bezoek bij verschillende familieleden en zij vertellen over Albert.

OMNI: 20190505 REPO ALBERT

EW: "De oom die ik nooit..."

LW: ... hier met elkaar zitten"

TIJD: 8'10

PLAAT: NOVO AMOR - STATE LINES (STAAT IN UITZENDINGBAK)

Nadat ik alle feedback had verwerkt werd het uitgezonden op NPO Radio 1. De eindredactie was erg tevreden met het eindresultaat, ook kreeg ik van andere redacteuren én de presentatrice van het programma te horen dat het een

goede reportage was en dat luisteraars ook positief reageerden op het product.

Als ik terugkijk op het maken van deze reportage én het maken van reportages in het algemeen, ben ik erg tevreden over alles wat ik heb gemaakt. Ik vond het destijds wel lastig om contact op te nemen met mensen en de juiste vragen te formuleren. Maar naarmate ik meer reportages maakte kwam dit steeds beter uit de verf.

De montage nam erg veel tijd in beslag, omdat er veel feedback was vanuit de eindredactie, dit resulteerde er overigens wel in dat de reportages vaak veel beter klonken dan ik van tevoren had verwacht.

Casus 2: Productie

Tijdens mijn werk bij de radio ben ik erg veel bezig met productie. Dit is de voorbereiding die ten grondslag ligt aan een daadwerkelijke radio-uitzending. Dit deed ik al in de tijd dat ik nog bij NPO Radio 1 werkte, nu ik fulltime bij NPO 3FM werk doe ik het nog veel meer. Daarom is de vraag uit het werkveld ook toegespitst op mijn werk bij NPO 3FM. Mijn portfolio gebaseerd op deze casus is te vinden via [deze link](#).

Vraag uit het werkveld:

Hoe kan 'Parels van de Nacht' op een creatieve manier de doelgroep van NPO 3FM aan zich binden en deze onderdeel maken van het programma?

De doelgroep van NPO 3FM bestaat uit jongeren tussen de 18 en 39 jaar oud (Van Stuivenberg, 2020). In de avond zijn deze jongeren veel bezig met vrijetijdsbesteding als gamen. Verder wordt er later op de avond en in de vroege nacht steeds minder geluisterd, aldus Van Stuivenberg (2020). Ook wordt er ook steeds meer gewerkt op onregelmatige tijden, zoals 's nachts (SCP, 2020). Dit wordt door deze personen grotendeels wel als erg belastend ervaren. Het is vaak veel intensiever voor deze groep mensen om 's nachts te werken (SCP, 2020).

Bovenstaande informatie is relevant voor deze casus omdat het meer inzicht geeft over het doen en laten van de doelgroep ten tijde van het programma (tussen 00:00 en

02:00 uur). Ik ben altijd bezig om items te bedenken waar de luisteraar voor wil blijven luisteren. Ook omdat mensen rond de tijd van ons programma steeds minder luisteren, is het belangrijk om op de luistertijd te focussen. Verder luisteren er ook veel mensen die 's nachts werken. Deze mensen ervaren hun werk veelal als belastend. Daarom is het voor dit programma ook belangrijk om deze mensen goed te bedienen met content waardoor zij de nachtdienst hopelijk nét wat beter kunnen doorstaan.

Het vraagstuk zoals eerder beschreven beantwoord ik door het bedenken én uitvoeren van creatieve items die aansluiten op de doelgroep. Ook regel ik alles wat ervoor nodig is om het te laten slagen als het live op de radio is. Dit alles doe ik met de beoogde doelgroep in mijn achterhoofd. Wanneer ik een nieuw item verzin probeer ik te bedenken of de luisteraar dit zou willen horen of niet.

Ook bij NPO 3FM worden luistercijfers niet 's nachts gemeten. Daardoor is er geen beeld van de hoeveelheid mensen die 's nachts naar het programma luistert. Daardoor is het des te belangrijker om als producer zelf de kwaliteit van het programma en de items te bewaken. Items die ik of de dj bedenken, kunnen we niet eerst testen voordat ze op de radio gaan. Daarom is er altijd overleg met de eindredacteur voordat we iets nieuws proberen.

Overigens kunnen er wel dingen worden aangepast nadat het item een aantal keer is uitgevoerd in de uitzending. Het

is niet in beton gegoten dat het altijd op de manier die van tevoren is besproken moet gaan.

Om nieuwe dingen te bedenken voor in het programma, heb ik samen met de eindredacteur en de dj een overleg. We bespreken nieuwe ideeën en evalueren degene die al zijn uitgevoerd. Dit kunnen kleine dingen zijn, zoals een korte audiomontage om een nummer heen, of juist een item dat voor meerdere dagen wordt uitgevoerd. Van het tweede leest u straks een voorbeeld.

Verder bestaat productie ook uit het contact houden met gasten voor in de uitzending. Elke dag in het programma hebben we telefonisch een artiest aan de lijn die over een nieuw liedje verteld. Het is aan mij als producer om deze personen te benaderen, een voorgesprek te houden en ervoor te zorgen dat alles duidelijk is zodat het goed verloopt zodra het in de uitzending zit.

Over deze werkzaamheden heeft Kevin, de dj van het programma, ook een quote ingesproken:

“De werkzaamheden die Jan Willem doet voor het programma zorgen ervoor dat ik me nergens zorgen over hoeft te maken. Hij zorgt ervoor dat iedereen die ik in de uitzending spreek goed doorgelicht is, en geeft interessante informatie aan mij door om eventueel tijdens een interview te behandelen.

Verder is Jan Willem goed op de hoogte van wat er speelt in de wereld, ook op social media weet hij van de laatste trends, hij kan dit ook goed vertalen naar een item voor de radio, bijvoorbeeld bij het item ‘Mix de Viral’. Dankzij het werk wat Jan Willem dagelijks levert zorg hij ervoor dat elk idee dat uitgewerkt wordt goed staat en dat alles ervoor geregeld is. “

Competenties

Hier leg ik per afstudeercompetentie kort uit wat deze casus er mee te maken heeft en hoe deze zijn terug te vinden hierin.

Creëren van mediaconcepten

Bij het productiegedeelte van mijn werk voor de radio is het creëren van nieuwe concepten iets wat ik bijna dagelijks doe. Elke werkdag is er een uitzending waar verschillende plekken gevuld worden met items. Dit kunnen belletjes zijn met mensen uit het nieuws, een eigen verhaal van de dj, of bijvoorbeeld een creatief spel. Door hier op dagelijkse basis mee bezig te zijn, toon ik aan dat ik deze competentie absoluut bezit.

Produceren van mediaproducten en -diensten

Deze competentie sluit nodeloos aan op de casus waarvoor ik dit beschrijf. Er zit overigens wel een verschil tussen de creatie en de productie van een idee. Ik kan namelijk wel een fantastisch idee hebben bedacht, maar het moet wel te realiseren zijn op korte termijn. Aangezien het vaak diezelfde avond nog in de uitzending moet.

Marketing van mediaconcepten, -producten en -diensten

Het 'verkopen' van deze ideeën is niet direct aan de luisteraar, maar voornamelijk bestemd aan collega's. In dit geval eindredacteuren of de dj bij NPO 3FM waar ik op dat moment mee werkte. Uiteindelijk beslissen zij of een item in de uitzending komt of niet. Door mijn ideeën op een duidelijke manier te pitchen zorg ik ervoor dat ze zo goed mogelijk worden ontvangen.

Reflectieve en flexibele professional

Na elke uitzending op NPO Radio 1 kreeg ik altijd een mail met alle feedback op de verschillende items. Deze was heel praktisch en goed toe te passen op de dingen die ik in die periode heb gemaakt. Bij NPO 3FM heb ik tweewekelijks een meeting met de eindredacteur om te praten over het programma. Ook heb ik vaak gesprekken met de dj van dienst voor of tijdens de uitzending om items te bespreken en eventueel nog aan te passen waar nodig.

Voorbeeld 1: Item NPO 3FM

Tijdens de 'Zeroes Request week' bij NPO 3FM werd er de hele week alleen maar muziek van de jaren 2000 tot 2010 gedraaid. We wilden voor ons programma graag een item wat goed aansloot op het gevoel van deze week en de tijdsperiode die hier werd uitgelicht.

Tijdens deze brainstorm kwam ik op het idee van 'Beat The Downloadspeed'. Dit was een radiospel waar een luisteraar doormiddel van aanwijzingen een liedje uit de zeroes moest raden. De luisteraar kreeg hier tien minuten de tijd voor, omdat het destijds tien minuten duurde om een liedje te downloaden op het internet. Een voorbeeld hiervan is te vinden in mijn portfolio, via [deze link](#).

Het leek me in eerste instantie leuk om wat te doen met het feit dat het zo tergend lang duurde om muziek te downloaden. Iets waar veel luisteraars uit de doelgroep zich mee kunnen identificeren. Ook merkte ik op dat we erg veel berichten binnen kregen van luisteraars zodra Kevin vertelde over een liedje waar hij maar niet op kon komen.

Door die twee dingen te combineren kwam ik op dit idee terecht. Het sluit aan bij de doelgroep én er zijn waarschijnlijk wel luisteraars die hier wel aan mee willen doen.

Tijdens deze brainstorm hebben we besloten om dit door te zetten en te gebruiken tijdens de zeroes week op NPO 3FM.

Dat betekende ook dat het spel nu 'geproduceerd' moest worden. Dat houdt in dat er speciale vormgeving voor moest komen en dat er teksten voor moesten worden geschreven. Dit zijn aspecten die ik als producer van het programma voor mijn rekening neem.

In het draaiboek zag het item er als volgt uit:

00:27 **BEAT DE DOWNLOADSPEED**

Wist je nog toen je in de zero's muziek wilde downloaden via limewire... dat dit zo intens lang duurde vanwege het trage internet, oude computers noem maar op.. gemiddeld 11 minuten deed je erover om 1 liedje van 4 Megabit te downloaden

Aan de telefoon heb ik **XX**

Ik heb ik de volgende uitdaging voor je..

ik geef je zometeen 11 minuten de tijd om opzoek te gaan naar een liedje .. Je mag je telefoon of een computer gebruiken om op zoek te gaan naar het goede antwoord... je krijgt de volledige vrijheid!

je krijgt van mij een omschrijving van de videoclip en als je mij binnen 11 minuten titel en artiest doorgeeft win je een Parel van de Nacht fleece deken!

- In de videoclip zie je een flinke regenbui dat terecht komt op een oud verlaten huis
- en omdat het oud en verlaten is lekt het uit het dak, het plafond en dat proberen ze op te vangen met emmers en pannen
- verder zie je een hond en een uil meedeinen op de beat van het liedje

Veel succes!

00:38

TUSSENTIJDSE CHECK

Even kijken hoe het gaat met...

Je krijgt de volgende hint:

Het is geen familie van de grootste popster aller tijden

Dit is vrij kort en bondig opgeschreven, Kevin vindt het prettig om de belangrijkste dingen in een tekst te hebben staan en de rest erbij te improviseren. Voor Kevin is dit een rode draad om ervoor te zorgen dat hij het duidelijk uitlegt.

Voor het maken van vormgeving neem ik contact op met de vormgever van KRO-NCRV, met hem bespreek ik hoe de vormgeving moet klinken en wanneer ik het nodig heb.

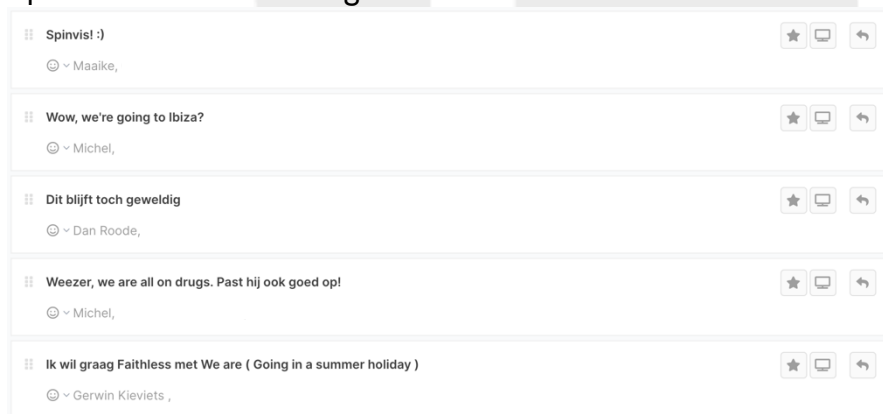
Daarnaast schrijf ik de teksten voor het item, dit zijn teksten die de dj gebruikt om het item uit te leggen aan de luisteraars.

Uiteindelijk heb ik ook nog een rol tijdens de uitzending. Wanneer de dj, in dit geval Kevin, een oproep doet aan luisteraars, is het aan mij om een luisteraar op te bellen die mee mag doen. Ik leg de luisteraar het spel nog een keer duidelijk uit en zorg ervoor dat ze goed te verstaan zijn en enthousiast klinken als ze live in de uitzending zijn te horen. Hoe dit item klonk is te beluisteren [in mijn portfolio via deze link](#).

Voorbeeld 2: Mix de Viral

Dit is een recenter voorbeeld waarbij ik duidelijker kan uitleggen hoe we dit hebben getest en uitgevoerd. Een paar weken geleden had Kevin een vaag idee om wat te doen met een viral video van Jack van Gelder die het lied *Summer Holiday* zong. Hij wist alleen nog niet wat. Na een tijdje brainstormen kwam ik op het idee om muziek voor het fragment te plakken die er goed op aansloot. Dit klonk meteen erg leuk, toen besloten we ook om dit 's avonds te doen met meerdere liedjes voor het fragment. Hoe dit eruit zag is te zien [via deze link in mijn portfolio](#).

Dit sloeg meteen goed aan bij de luisteraars omdat we verscheidene berichten kregen met bijvoorbeeld suggesties voor andere liedjes die er goed bij zouden passen. Hieronder staat een greep uit de berichten die we op het item binnen kregen:



Dit was meteen een signaal voor ons dat dit goed werd ontvangen door luisteraars. De volgende dag besloten we een clip van dit item op Instagram te zetten. De video zelf

kon u al zien in mijn portfolio, de reacties op deze video waren ook erg positief. De hoeveelheid reacties die Kevin hierop kreeg waren een stuk meer dan andere

fragmenten die op zijn Instagram staan. Dit was voor ons nog een signaal dat dit goed werd ontvangen. Toen we dit voor het eerst deden hadden we hier

zelfs nog geen naam voor. Kevin noemde het voor het idee de 'Jack van Gelder Challenge', maar toen we besloten dit wekelijks te gaan doen hebben we de naam *Mix de Viral* bedacht. Er is inmiddels zelfs al speciale vormgeving voor gemaakt om het item helemaal aan te kleden. Dit laat zien dat de ruimte voor experimenteren in ons programma goed benut wordt. Het item is ontstaan door spontaan iets te proberen, wat goed werd ontvangen!



Casus 3: Regie

Regie vind ik zelf een van de leukste dingen om te doen op het gebied van radio. Het houdt in dat ik tijdens de radio-uitzendingen ervoor zorg dat alles soepel verloopt. In deze casus leg ik uit wat mijn werk als radioregisseur inhoudt en welk product hieruit voortvloeit. Het portfolio betreffende deze casus is te vinden via [deze link](#).

Vraag uit het werkveld:

Hoe kan het programma 'Parels van de Nacht' op een correcte manier tot stand worden gebracht waarbij alle onderdelen van het programma goed en duidelijk verlopen?

Tijdens een radio-uitzending gebeuren er veel meer dingen dan de luisteraar zelf doorheeft. Zo hoor ik tijdens de uitzending amper de muziek die gedraaid wordt, omdat ik dan bezig met andere werkzaamheden.

Deze vraag uit het werkveld beantwoord ik door het uitvoeren van mijn taak als regisseur tijdens de uitzendingen van het programma op NPO 3FM. Dit klinkt misschien als een vaag begrip, maar het wordt later in deze casus duidelijk.

Mijn werk als regisseur ziet er als volgt uit:

Nadat ik overdag de voorbereidingen heb getroffen voor het programma, kom ik 's avonds aan in de studio om de uitzending te regisseren. Als regisseur van het programma zorg ik ervoor dat alles goed verloopt en dat we volgens schema uitkomen op het hele uur, aangezien dan het nieuws moet worden ingestart. Als er gasten langskomen in het programma ontvang ik deze, neem ik door hoe laat ze in de uitzending zijn en wat ze precies kunnen verwachten.

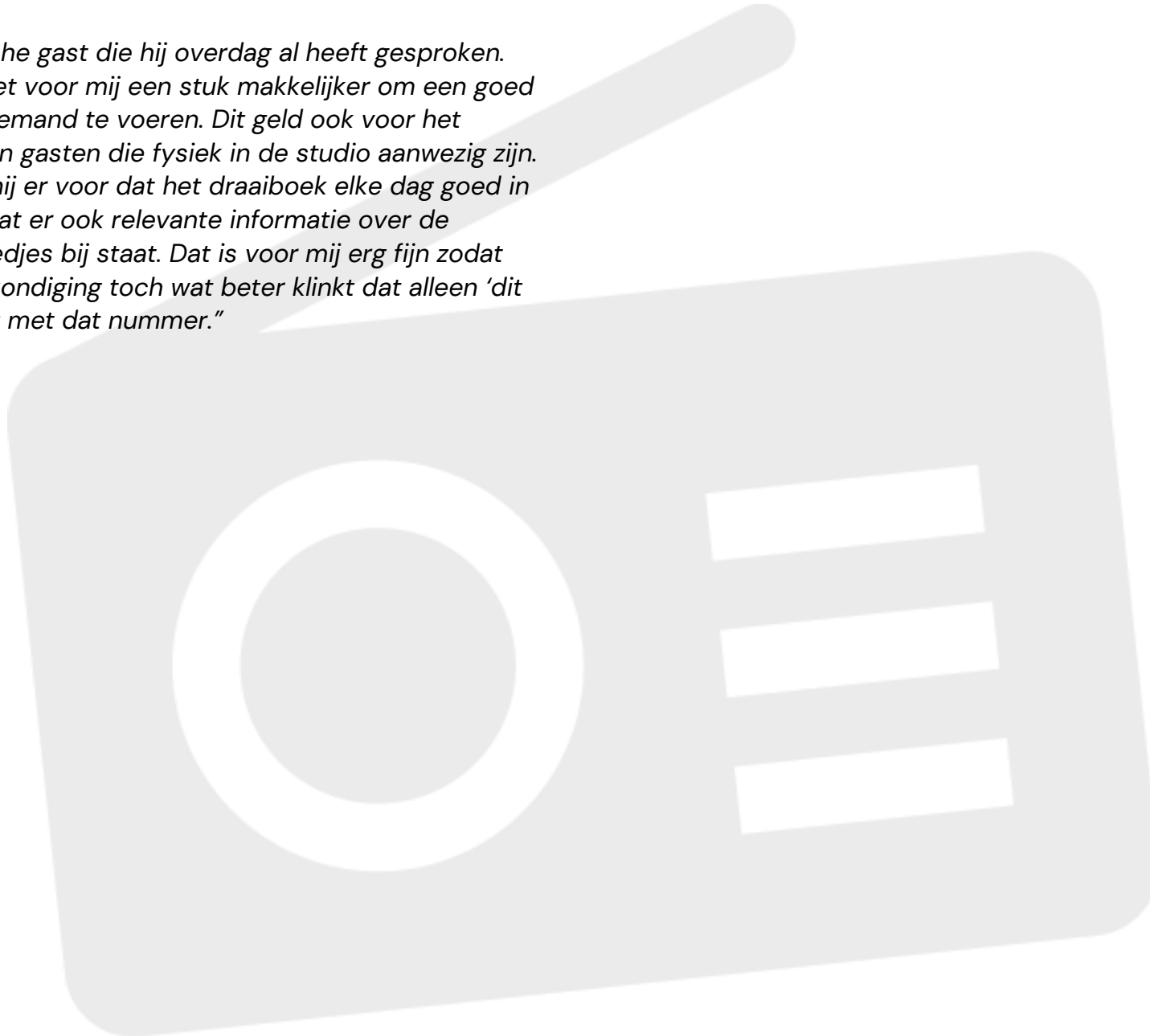
Verder neem ik tijdens het programma contact op met luisteraars, via een bericht naar de NPO 3FM app kunnen ze contact met ons maken. Als ik ze bel check ik of het een leuk persoon is die bij ons in het programma aan het woord kan komen.

Ook komen er regelmatig bands spelen in het programma. Dit is iets waar ik als regisseur ook een actieve rol in heb. Ik zorg ervoor dat ze op het juiste moment op de juiste plek zijn. Ook informeer ik ze voor én tijdens de uitzending over het verloop van hun bijdrage, zodat het allemaal vlekkeloos verloopt als het live te horen is op de radio.

Over deze Casus geeft Kevin ook een quote:

"De bijdrage die Jan Willem dagelijks geeft aan de uitzending is een stuk groter dan je op de radio misschien hoort. Hij zorgt ervoor dat iedereen die ik aan de telefoon heb enthousiast is en weet wat er gaat gebeuren. Of het nou een luisteraar is die hij net voor het eerst spreekt, of

een telefonische gast die hij overdag al heeft gesproken. Daardoor is het voor mij een stuk makkelijker om een goed gesprek met iemand te voeren. Dit geldt ook voor het begeleiden van gasten die fysiek in de studio aanwezig zijn. Verder zorgt hij er voor dat het draaiboek elke dag goed in elkaar zit en dat er ook relevante informatie over de artiesten of liedjes bij staat. Dat is voor mij erg fijn zodat een aan of afkondiging toch wat beter klinkt dat alleen 'dit is deze artiest met dat nummer.'



Competenties

Hier leg ik per afstudeercompetentie kort uit wat deze casus er mee te maken heeft en hoe deze zijn terug te vinden hierin.

Creëren van mediaconcepten

In deze casus is het creëren van mediaconcepten voornamelijk van tevoren gedaan in de productiefase. Natuurlijk zijn er wel kleine dingen die je nog bedenkt tijdens een uitzending en dan uitvoert, maar deze dienen een minder groot belang dan de grote items die je voortijdig al maakt.

Produceeren van mediaproducten en -diensten

Het mediaproduct dat in deze casus geproduceerd wordt is de gehele radio-uitzending. Tijdens de voorbereiding denk je verschillende items, maar tijdens de uitzending moet dit allemaal goed samenkomen en op elkaar aansluiten. Dit is het allerleukste aan mijn werk, je bent de hele dag bezig met het schrijven van teksten, het produceren van items en het maken van toffe content voor in het programma, en tijdens deze live-uitzendingen komt het allemaal samen tot één groot product.

Marketing van mediaconcepten, -producten en -diensten

Het vermarkten van hiervan is wat lastiger uit te leggen, aangezien het product dat hier gemaakt wordt de volledige radio-uitzending is. Het is hier belangrijk dat de eindredactie en ook het zendermanagement tevreden is met wat wij maken.

Reflectieve en Flexibele professional

Het reflecteren op de radio-uitzendingen doe ik wekelijks samen met de collega's waarmee ik de uitzending heb gemaakt. Dit zijn collega-redacteuren en dj's. We bespreken dan de uitzending die is geweest en hebben het over dingen beter konden. Het reflecteren gebeurt ook veel tijdens de uitzending. Als een onderdeel is geweest en de muziek weer aangaat op de radio, bespreek ik vaak al of het goed was en of er misschien dingen beter konden. Zo blijf ik scherp op eventuele verbeterpunten.

Voorbeeld: Uitzending Parels van de Nacht

Om een duidelijk beeld te krijgen van mijn regie-werkzaamheden bij het programma en alles wat daarbij komt kijken, geef ik hier een voorbeeld. Hieronder staat met tijdsaanduidingen aangegeven hoe een gemiddelde uitzending er aan toe gaat en wat de taken zijn die ik hierbij uitvoer. In het portfolio is ook een video van een uitzending te zien met uitleg bij de verschillende tijdstippen. Deze is te bekijken via [deze link](#).

00.00: Dit is de start van de uitzending. Hier doet Kevin meteen een oproep aan de luisteraars om te laten weten hoeveel 'Parels' ze hun dag geven. Als ze dit laten weten maken ze meteen kans op merchandise van het programma. Na deze oproep is het aan mij om een van de luisteraars te bellen en te bepalen of deze persoon leuk genoeg is om in de uitzending te komen. Ik neem door hoe het straks live op de radio verloopt en vraag ze ook om hun telefoon van de luidspreker te halen, anders klinken ze op de radio erg slecht.

00.15: Hier is het gesprek met een luisteraar over de afgelopen dag. In het gesprek dat ik buiten de uitzending met de luisteraar heb gehad pik ik een aantal punten die ik doorgeef aan Kevin, zodat hij meteen de juiste vragen kan

stellen. Zo gaf onlangs een luisteraar aan dat hij net een nieuwe blouse had gekocht voor een bruiloft... daardoor kan Kevin meteen daarover beginnen zodat er geen tijd verloren gaat aan een onduidelijk verhaal.

00.30: Rond deze tijd staat een band in de Live Box klaar om een nummer te spelen. Ik zorg voor het begin van de uitzending al dat ze kunnen soundchecken met een technicus. Ook houd ik contact met de band en de technicus zodat ze weten hoe laat ze live gaan en wat ze kunnen verwachten.

00.40: Hier doet Kevin een interview met de artiest die zojuist heeft gespeeld. Ik zorg ervoor dat ze in de studio kunnen plaatsnemen en dat de webcam goed staat, zodat alles via de website ook goed is te volgen.

00.50: Rond dit tijdstip speelt de band/artiest het tweede live nummer.

01.00: Op het hele uur wordt altijd het NOS nieuws uitgezonden. Het is hier belangrijk dat we niet te vroeg uitkomen, omdat het nieuws er dan simpelweg nog niet is. Als we wel te vroeg uitkomen overleg ik met Kevin of we nog wat gaan vertellen of dat we een extra liedje draaien.

01.15: Hier is het tijd voor een item genaamd 'De Toonladder' Elke dag stelt een artiest een andere artiest voor, die we dan weer bellen. Overdag heb ik al een

voorgesprek met de artiest, tijdens de uitzending neem ik alles nog een keer door met de artiest voordat ik ze doorzet aan Kevin. Zodra ze in de uitzending zitten weten de artiesten precies wat er van ze wordt verwacht en hoe het gaat verlopen.

01.30: Mensen mogen via de app van 3FM laten weten wat ze van het liedje vonden. Als het liedje de meeste stemmen van de week krijgt maakt de artiest kans om bij ons live te komen spelen. Ik verzamel zo snel mogelijk een aantal berichten van luisteraars zodat Kevin deze kan doornemen.

01.40: Op dit tijdstip doen we een oproep voor een item. Dit kunnen verschillende dingen zijn: een verzonnen item over de actualiteit van die dag, of een spel.

01.50: Hier voeren we het item daadwerkelijk uit. Vaak is er ook weer een luisteraar bij betrokken. Dus hier selecteer ik wederom een passende luisteraar voor bij het item en overleg ik met Kevin hoe we dit het beste kunnen aanschieten.

02.00: Het einde van de show. Ik overleg met het programma na ons welke luisteraars er bij ons in de uitzending hebben gezeten, zodat zij deze mensen niet nog een keer bellen.

Dit is in een notendop hoe een gemiddelde uitzending van 'Parels van de Nacht' eruitziet. Soms zijn er wel verschillen met hoe ik het hier uitleg, bijvoorbeeld vanwege een themaweek. Maar normaal gesproken ziet het programma er ongeveer zo uit.

Na de uitzending probeer ik te reflecteren op het verloop van de uitzending. Hier staat het perfect opgeschreven, maar dat wil niet zeggen dat het ook allemaal perfect loopt. Zo is het wel eens voorgekomen dat een band amper de tijd had om te soundchecken omdat het programma voor ons ook een band had die nog moest opruimen. Dat zijn dingen die me één keer overkomen. Maar ik leer er wel altijd van. Zo heb ik elke week dat ik heb gewerkt weer het gevoel dat ik nieuwe dingen heb geleerd die mij een betere regisseur maken.

In mijn portfolio is een radio-uitzending in zijn geheel te zien met uitleg over de items en mijn bijdrage aan het geheel. Dit is te bekijken via [deze link](#).

Reflectie

Als ik terugkijk op de afgelopen twee á drie jaar, ben ik erg tevreden over de ontwikkeling die ik heb doorgemaakt. In deze reflectie ga ik kort in op wat ik heb geleerd deze periode en wat nog beter kan.

Ik heb grote stappen gezet toen ik begin 2019 werd geselecteerd voor de KRO-NCRV Radioschool. Daar heb ik echt geleerd wat er komt kijken bij het maken van een professionele radio-uitzending. Toen ik aan het werk mocht bij onder andere NPO Radio 1 en NPO 3FM heb ik werkervaring opgedaan waar ik nog erg lang profijt van ga hebben.

Het mooie aan het maken van radio in de nacht is dat er ruimte is om te experimenteren. Als ik of een collega een tof idee had, was er de ruimte om dit meteen in de praktijk te testen. Als het dan toch niet bleek te werken, was dat geen probleem. Dit zorgde ervoor dat ik op alle vlakken van radio de ruimte heb gekregen om mijzelf zo breed mogelijk te ontwikkelen.

Er zijn overigens ook facetten waar ik mij nog meer in kan ontwikkelen. Een van de belangrijkste is mijn zelfverzekerdheid. Ik kan soms nog erg onzeker zijn over de producten die ik aanlever of de ideeën die ik pitch. Het is al

een stuk beter vergeleken met toen ik net begon. Maar hier kan ik nog een grote stap maken.

Ik weet dat als ik minder onzeker ben over mijn eigen werk, ik op creatief gebied nog meer kan toevoegen. Nu gebeurt het af en toe dat ik een idee niet pitch omdat ik bij voorbaat al denk dat het niet goed is. Ik maak hier nog elke week stappen in en hoop mij in de toekomst hier helemaal niet meer druk over te maken.

Ik heb het onlangs ook met Kevin gehad over mijn ontwikkeling, hier heeft hij ook een quote over gemaakt:

“Jan Willem en ik werken nu ongeveer anderhalf jaar samen, waarvan 3 á 4 maanden op fulltime basis, voor dit vak is dat nog relatief kort. De ervaring hier doe je op door veel vliegreuen te maken en ervaring op te doen. Waar hij ook al zeker stappen in heeft gemaakt. Als ik Jan Willem wat wil meegeven, zou dat zijn dat hij nog iets kritischer mag zijn op zijn eigen werk, af en toe vergeet hij nog wel eens de puntjes op de i te zetten. Daar valt nog wel wat winst te behalen. Verder zou hij de vertaalslag naar de luisteraar nog beter kunnen maken. Nog vaker bij zichzelf denken: ‘Wat heeft de luisteraar hier aan? Wat zou de luisteraar nu graag willen horen?’ dat zijn twee punten waar voor Jan Willem nog winst valt te behalen. Overigens gaat het verder erg goed en ben ik erg blij met hem als mijn collega!”

Wat ik heb geleerd van mijn werk bij de radio de afgelopen jaren en deze afstudeerperiode: Het belangrijkste dat ik heb geleerd van het werken bij de radio is: ga het gewoon doen. Ik kan wel urenlang vergaderen of broeden op ideeën, maar uiteindelijk kan ik dit het beste gewoon aanpakken. Als het dan toch niet helemaal is zoals ik had verwacht, neem ik die kennis mee naar een volgend plan. Ik ben me er van bewust dat niet alles meteen perfect is, dat scheelt ook flink wat frustratie. Natuurlijk blijf ik altijd streven naar een zo goed mogelijk product. Maar dit is iets wat ik heb geleerd en dat ik altijd in mijn achterhoofd houd.

Mijn visie op het werkveld de komende jaren en mijn rol daarin: Radio is de toekomst. Dat is een statement waar niet iedereen zich in zal kunnen vinden. Maar ik vind dit wel. Radio zal wel moeten meegroeien, er wordt steeds meer gestreamd en online geluisterd. Daarom is het belangrijk dat er steeds meer crossmediaal gewerkt wordt. Als ik kijk naar het werkveld, valt het mij op dat de teams waarmee radioprogramma's worden gemaakt steeds kleiner worden. De budgetten worden kleiner en er wordt op personeelskosten bespaard. Het wordt daarom steeds belangrijker om als allround radiomaker goed uit de voeten te kunnen. Je moet een interview kunnen schrijven, maar ook een audiomontage kunnen maken. Als je online ook nog eens snel iets kan vormgeven is dat mooi meegenomen. Dankzij de opleiding Creative Business zijn dit allemaal vaardigheden die ik bezit. Daardoor ben ik er zeker van dat

ik mij in het veranderende radiolandschap goed kan profileren.

Waar liggen mijn talenten: Mijn talenten bij de radio liggen – zoals ik net al zei – bij het feit dat ik allround goed inzetbaar ben. Verder kijk ik vaak met een net iets andere bril naar de wereld. Dit resulteert in ideeën of teksten die meer opvallen en een twist geven aan een onderwerp. Ook ben ik erg bekwaam in het contact op nemen met luisteraars en gasten voor in de uitzending. Mijn enthousiasme is aanstekelijk en dat hoor je terug als mensen live in de uitzending zijn.

Het komt erop neer dat ik inmiddels goed mijn weg weet in het radiolandschap van Nederland. Natuurlijk kan en wil ik ook nog veel leren. Maar dat is helemaal niet erg, want in dit vak stopt het leren nooit. Elke dag is er weer ruimte voor verbetering en nieuwe inzichten. Dat maakt dit vak ook zo ontzettend mooi.

Als ik terugkijk op de droom van die 12-jarige jongen uit Daarle, dan kan ik volmondig stellen dat die tien jaar later helemaal is uitgekomen.

Jan Willem Wessels

Bronnenlijst

One Media. (2021, 17 mei). *Wat is de doelgroep van NPO Radio 1?* Geraadpleegd op 27 mei 2021, van <https://onemedia.nl/doelgroep-radio-1/>

SCP. (2020, 28 mei). *Hoeveel werknemers hebben afwijkende arbeidstijden en wat vinden zij daarvan?* Geraadpleegd op 30 mei 2021, van <https://digitaal.scp.nl/arbeidsmarkt-in-kaart-wel-en-niet-werkenden-editie-2/hoeveel-werknemers-hebben-afwijkende-arbeidstijden-en-wat-vinden-zij-daarvan/>

van Stuivenberg, R. (2020). *Tijdsbesteding jongeren, 18–39 jaar*. NPO. Geraadpleegd van <http://janwillemwessels.nl/wp-content/uploads/2021/05/TIJDSEBESTEDING-DOELGROEP-NPO-3FM.pdf>