



HET ONTWERPEN VAN HET NIEUWSPLATFORM OPENBRON

**Naam: Vincent van Loon, Danny
Kerssens en Niek van den Berg**

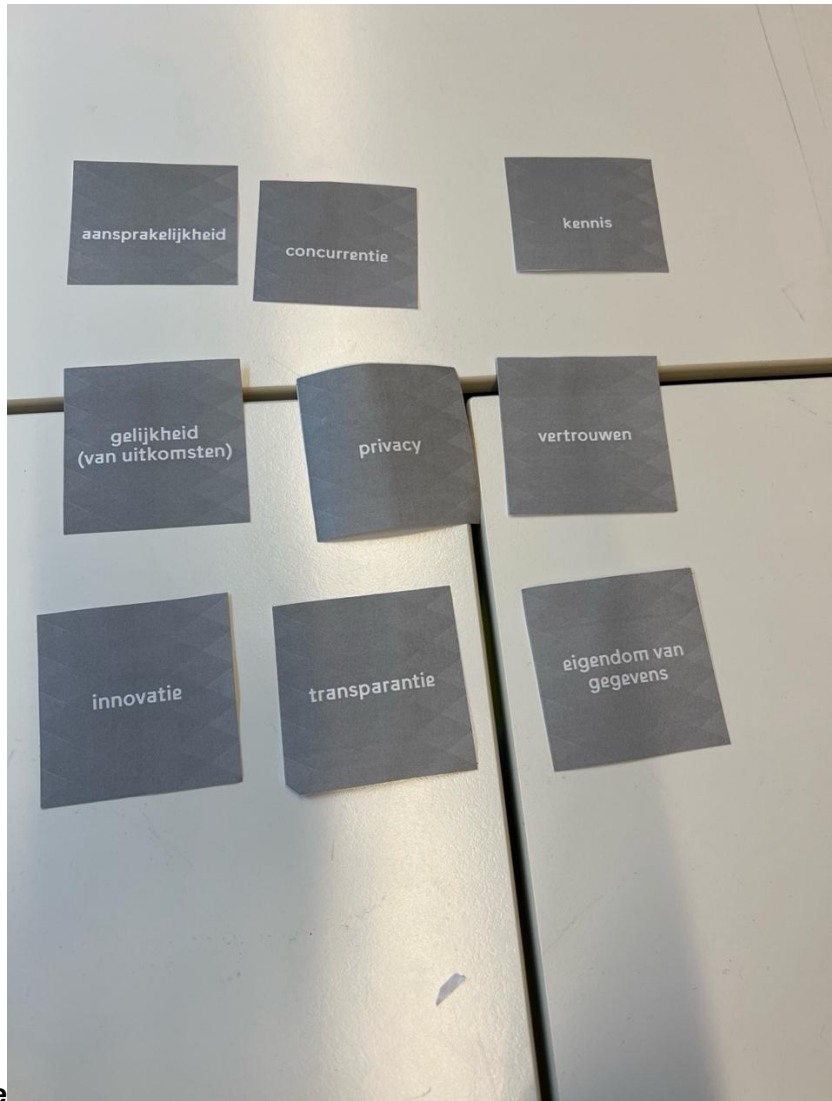
Datum: 10-10-2025

**Docent: D. Bout en A. Lubsen van-
Rooij**



Inhoudsopgave

1	<i>Probleemstelling</i>	3
2	<i>Wat er stuk is aan de huidige nieuwsvoorzieningen</i>	4
3	<i>Stakeholdersmap</i>	8
4	<i>Perspectief gebruikers op nieuwsvoorzieningen</i>	10
5	<i>Koppeling tussen interviews en waarden</i>	12
6	<i>Visualisatie</i>	15
7	<i>Storytelling</i>	22
8	<i>Uitwerking van het businessmodel</i>	23
9	<i>Conclusie</i>	31
10	<i>Bibliografie</i>	32
	<i>Bijlage A: Business Model Canvas</i>	33
	<i>Bijlage B: Transcriptie interviews</i>	35
	<i>Bijlage C: Poster</i>	38
	<i>Bijlage D: Logboek</i>	39



Bijlage E: Waardeanalyse

..... 41

Bijlage F: Aanpassingen herkansing 44

1 Probleemstelling

Tegenwoordig twijfelen er steeds meer mensen of de huidige informatievoorziening niet stuk is. Mensen twijfelen bijvoorbeeld bij NOS over de betrouwbaarheid van artikelen, de transparantie naar de gebruiker toe, privacy. Waardes die centraal zouden moeten staan in het designproces van een nieuw nieuwsplatform. Er ontstaat door nieuwsplatformen polarisatie binnen de samenleving. Daarom was de challenge in dit rapport om nieuwsplatform op te zetten volgens een designproces. Daarbij zal er voor gezorgd worden dat dit nieuwsplatform onafhankelijk is van Big Tech en er een koppeling gemaakt zal worden met het Fediverse om de informatie op te zien. De opdracht was om binnen 2 weken versneld het designproces volgens het open Diamond principe. Namelijk met de fases research, ideation, solution en prototypes. Research was de vraag van wat is er stuk aan de huidige nieuwsplatformen. Ideation was de fase om zoveel mogelijk publieke waarden te verzamelen van de gebruiker door middel van interviewen. Solution was het bedenken van een concept die gebruikt zou kunnen worden volgens de Crazy Eight methode. En het prototype was om daar een Storyboard van te maken en een filmpje volgens de Golden Circle methode.

2 Wat er stuk is aan de huidige nieuwsvoorzieningen

Definitie van nieuws

Nieuws gaat over alle informatie die maatschappelijke waarde heeft wat in eerste instantie niet bekend was bij het publiek. En dit is dan over een maatschappelijke gebeurtenis met een impact, waar collectieve belangstelling voor is. En dit nieuws kan informatie betreffen uit het heden en verleden (Wikipedia, 2024).

Audience Turn

Er vindt volgens Routledge: Taylor & Francis group (2020) een verschuiving in het nieuws plaats door het concept van de audience turn. Uit onderzoek blijkt dat 80% van de inkomsten door kranten wordt misgelopen door digitalisering. Kranten die objectief nieuws leveren, genereren minder inkomsten aan de verkoop van abonnementen etcetera. Onder digitalisering wordt verstaan de opkomst van Youtube en Tiktok etcetera. En dat die vervolgens nieuws verspreiden.

Gebrek aan referentie

NOS gebruikt in artikelen de stelling ‘volgens ingewijden blijkt’ (NOS, 2025) of ‘volgens documenten blijkt’. Signalen die een gebrek aan transparantie in nieuwsartikelen representeren.

In het artikel ‘Familievete over opvolging mediamagnaat Rupert Murdoch ten einde na miljardendeal’ (NOS, 2025), dat de woordcombinatie volgens ingewijden blijkt wordt toegepast zonder referentie naar wie de ingewijden nou zijn. Dit is de zin uit het artikel waar het om gaat ‘ Volgens ingewijden die The New York Times sprak, krijgen de drie kinderen ieder zo'n 1,1 miljard dollar voor hun deel (omgerekend ruim 935 miljoen euro).’ Een signaal voor gebrek aan transparantie in het artikel.

Bovendien blijkt uit het artikel ‘Minister bemoeide zich toch met energiesector voor ze lobbyist werd’, dat de woordcombinatie ‘uit documenten blijkt’ (Jonker, 2023) wordt toegepast zonder referentie. Referenties kunnen hier zijn wat voor documenten er gepubliceerd worden en waar deze documenten vandaan komen. De zin uit het artikel waaruit dit blijkt is ‘Dat blijkt uit documenten die de NOS en Nieuwsuur hebben opgevraagd bij haar voormalige ministerie en die pas na een lange procedure werden overhandigd.’

In het artikel van ‘Familievete over opvolging mediamagnaat Rupert Murdoch ten einde na miljardendeal’ blijkt dat er geen auteur staat vermeld die het artikel heeft geschreven. De

lezer van het artikel moet uitgaan van de professionaliteit dat NOS de juiste auteur bij een artikel heeft gevonden (NOS, 2025).

Uit het tweede artikel van 'Minister bemoeide zich toch met energiesector voor ze lobbyist werd' blijkt dat er geen verdere achtergrondinformatie over de auteur wordt gegeven (Jonker, 2023). De auteur is Jorn Jonker en de lezer moet er zelf van uitgaan wat alle achtergrondinformatie achter de auteur Jorn Jonker is.

Cookies

Als er naar de site over NOS wordt genavigeerd ziet de gebruiker dat er in eerste instantie Cookies op de website van NOS worden gebruikt, in figuur 1 is dat te zien. En vervolgens als de gebruiker drukt op meer uitleg ziet het dat de NOS functionele en analytische cookies gebruikt. Inbreuk op de privacy van de gebruiker (Over de NOS, z.d.). Dit is in figuur 2 te zien.

Cookies op de website van NOS.

NOS gebruikt Functionele en Analytische cookies voor website optimalisatie en statistieken. [meer uitleg](#)



Figuur 1 Bewijs cookiegebruik NOS

Waarom cookies?

De NOS plaatst specifieke cookies om het gebruiksgemak voor bezoekers te vergroten. Ze helpen in functionaliteit en zijn bedoeld om inzicht te krijgen in de werking en effectiviteit van de websites. Hierdoor zijn wij in staat structuur, navigatie en inhoud van de website zo gebruiksvriendelijk mogelijk te maken. De statistieken en overige rapportages kunnen wij niet herleiden tot personen, en zijn dus geanonimiseerd.

Functionele cookies

Cookies die er voor zorgen dat deze website naar behoren functioneert De NOS kan cookies gebruiken voor:

- het opslaan van voorkeuren, zoals de taal, locatie, regio, dark mode/light mode, het gewenste aantal te tonen zoekresultaten, etc.
- het opslaan van instellingen voor een optimale video-weergave, zoals de gewenste buffergrootte en de resolutiegegevens van je scherm
- het uitlezen van je browserinstellingen om onze website optimaal op je beeldscherm te kunnen weergeven
- het opsporen van misbruik van onze website en diensten, door bijvoorbeeld een aantal opeenvolgende mislukte inlogpogingen te registreren
- het gelijkmatig belasten van de website, waardoor de site bereikbaar blijft
- het mogelijk maken om te reageren op onze websites

Analytische cookies

Cookies waarmee het gebruik van de website kan worden gemeten.

Om te bepalen welke onderdelen van de website het meest interessant zijn voor onze bezoekers, meet de NOS met behulp van de software van de NPOTag continu hoeveel bezoekers op haar website komen en welke onderdelen van de website het meest bekeken worden. Hiervoor gebruikt zij cookies.

Het is onderdeel van de (wettelijke) taak van de Nederlandse Publieke Omroep om te rapporteren over het publieksbereik. Daarvoor is het nodig om webstatistieken bij te houden. Ook nemen wij deel aan het landelijke internetbereikonderzoek NMO. Hiervoor gebruiken wij cookies, zodat wij de browser kunnen herkennen en op die manier het aantal bezoekers aan onze websites kunnen meten.

Van de informatie die wij zo verzamelen worden statistieken gemaakt. Deze statistieken geven ons inzicht in hoe vaak onze webpagina's bezocht worden, waar bezoekers de meeste tijd doorbrengen, enzovoort. Hierdoor zijn wij in staat structuur, navigatie en inhoud van de website zo gebruiksvriendelijk mogelijk te maken. De statistieken en overige rapportages kunnen wij niet herleiden tot personen.

Wij gebruiken cookies voor:

- het bijhouden van het aantal bezoekers op onze webpagina's
- het bijhouden van de tijdsduur die elke bezoeker doorbrengt op onze webpagina's
- het bepalen van de volgorde waarin een bezoeker de verschillende pagina's van onze website bezoekt
- het beoordelen welke delen van onze site aanpassing behoeven
- het optimaliseren van de website

Figuur 2 Uitleg cookiegebruik NOS

Wat is het fediverse

Het Fediverse is een verzameling van Open Source platforms die met elkaar kunnen communiceren door de protocollen ActivityPub. Doordat de Fediverse decentraal is en dat elk platform bestaat uit een eigen server wordt er voorkomen dat 1 server zorgt voor zijn eigen regels en de verspreiding van een type bron. Het maakt niet uit welk type Fediverse medium er gebruik van gemaakt op elke Fediverse instance wordt exact dezelfde informatie getoond als op de andere bron. Doordat big tech bedrijven al hun social media closed source maken en gecentraliseerd maken is het tot op heden niet mogelijk om betrouwbaar nieuws te kunnen delen (PublicSpaces, 2024). Closed source houdt in dat de code die op een server staat niet zichtbaar is voor andere servers (PublicSpaces, 2024).

Het gemeenschappelijke protocol ActivityPub zorgt ervoor dat communicatie tussen alle Fediverse instances mogelijk is. Een voorbeeld hiervan is dat een gebruiker een account maakt bij bijvoorbeeld 1 Fediverse instance. Maar nu ook toegang krijgt tot een andere Fediverse instance waardoor het op dezelfde manier aan informatie kan komen. Hoe inhoudelijk decentrale servers werken is als volgt. Normaal gesproken als server Y en verzoek stuurt aan server X dan mag hij niet met een andere server communiceren, een voorbeeld van een centrale server. Maar bij het fediverse is het als server Y en verzoek stuurt aan server X mogen ze met elkaar communiceren, een voorbeeld van decentrale servers (Daele, 2024).

Zolang het Fediverse niet toegepast wordt op een nieuwsplatform is er maar 1 server die het nieuws kan verspreiden en kan dit niet via meerdere servers.

Afhankelijkheid big tech

Verder zie je dat NOS afhankelijk is van de Big Tech bedrijven om nieuws te verspreiden. Het plaatst video's op YouTube over diverse onderwerpen om de doelgroepen te benaderen (NOS op 3, 2018).

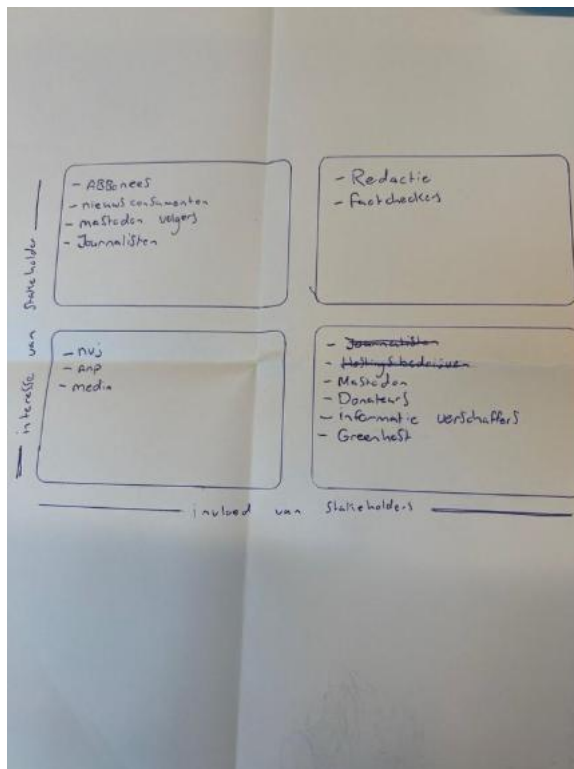
Wat is er stuk is aan andere nieuwsplatformen

Er blijkt dat de verspreiding van nepnieuws via Tiktok, Instagram en Facebook een slechte invloed heeft op de ontwikkeling van het brein bij jonge kinderen. En het kan bij jongeren ook oproep geven tot valse herinneringen over nieuws, het roept bijvoorbeeld gedachten op die niet zijn gebeurd (voorlichtingopscholen.nl, 2025).

Ook heb je in de huidige social media een algoritme die beïnvloedt wat een gebruiker voorgeschoteld krijgt aan nieuws. En als de gebruiker eerst allemaal nepnieuws heeft gezien, krijg hij dat nu ook te zien. Signalen dat je in een zogenaamde filterbubbel beland. Een gebruiker krijgt alleen maar nieuws te zien wat hem interesseert, wat hij in het verleden heeft gezien krijg hij nu ook te zien. (Mediawijsheid, z.d.).

Drie argumenten waarom zo snel mogelijk een nieuw nieuwsplatform ontworpen moet worden om desinformatie te voorkomen . Want 70% van de jongeren gebruikt social media om aan nieuws te komen (Breemer, 2024).

3 Stakeholdersmap



Figuur 3 Gemaakte stakeholderanalyse

In figuur 3 is een stakeholdersanalyse gemaakt en die wordt hier besproken. De stakeholders die zoveel mogelijk geïnformeerd willen worden zijn de abonnees binnen het premium model van het nieuwsplatform. Dit zal een groep nieuwsconsumenten zijn die artikelen tegen betaling kan lezen. En die betaling ontvangt de redactie van het nieuwsplatform. Verder heb je naast de abonnees de gebruikelijke nieuwsconsumenten op het platform. Dit zijn de mensen die gebruikmaken van het nieuwsplatform als nieuwsplatform en er niet voor betalen om bepaalde artikelen te kunnen lezen. Tot slot heb je ook de Mastodon volgers voor de koppeling naar het Fediverse platform. Het platform zal ook een aparte instance hebben op Mastodon en daarop zullen exact dezelfde artikelen aan de Mastodon volgers worden getoond die het nieuwsplatform niet via de website maar via de Mastodon instance bekijken. Belangrijk is dat het platform als common wordt aangeboden en al deze groepen een artikel op kunnen sturen naar Openbron. Iedereen in dit deel van het kwadrant is automatisch bij het nieuwsplatform ook een journalist en auteur van het artikel. Om deze reden hebben zij wel interesse in het platform, maar niet een grote invloed.

De stakeholders die grondig en goed geïnformeerd willen worden is de redactie van het nieuwsplatform. De redactie bestaat uit een team van betrouwbare journalisten met een journalistieke achtergronden, kennis en kunde. Journalisten die al minstens twee jaar ervaring hebben in de journalistiek.

De stakeholders die regelmatig en normaal contact willen met het nieuwsplatform zijn de NVJ (Nederlandse Vereniging van Journalistenvakbond). Want de vakbond voor journalisten behartigt de belangen van alle mensen die de nieuwsartikelen naar het nieuwsplatform opsturen. Een vakbond komt op voor alle werknemersgerelateerde zaken binnen het nieuwsplatform. Daarnaast heb je het ANP (Algemeen Nederlands Persbureau). Deze organisatie levert foto's aan voor artikelen. En deze foto's gebruiken de journalisten. Maar ze hebben verder net als de NVJ geen grote interesse en ook geen grote invloed binnen dit platform. Tot slot heb je de media, die de informatie uit de artikelen op de site van het nieuwsplatform gebruiken als bron om ander nieuws weer op te baseren.

De stakeholders die de verwachtingen peilen en hieraan voldoen zijn de informatieverschaffers. Zij zijn de mensen die meewerken met de journalisten om informatie te geven voor een achtergrondartikel. Zij leveren input voor een artikel, maar hebben geen interesse in ons nieuwsplatform. Daarentegen hebben zij als stakeholder wel invloed, omdat zonder deze informatieverschaffers er geen artikel wordt gepubliceerd. Daarnaast heb je hostingsbedrijven. De website van het nieuwsplatform wordt bij de partij Greenhost gehost. Zij stellen de regels vast waaraan de website moet voldoen. Tot slot heb je de beheerders van de instance binnen Mastodon. Want zij stellen regels vast waaraan het nieuwsplatform zich zal moeten houden als er artikelen worden gepubliceerd op de instance.

4 Perspectief gebruikers op nieuwsvoorzieningen

Tijdens de interviews werd duidelijk dat beide respondenten kritisch staan tegenover nieuwsplatformen, maar dat hun perspectieven op verantwoordelijkheid, transparantie en innovatie verschillen.

Aansprakelijkheid

De eerste geïnterviewde vindt dat nieuwsplatformen te weinig verantwoordelijkheid nemen voor de juistheid van hun berichten. Volgens hem tonen veel platforms slechts één kant van het verhaal, waardoor de nuance verloren gaat. Hij vindt dat de persoon die het artikel publiceert aansprakelijk moet zijn voor eventuele misleidende informatie. De tweede respondent daarentegen heeft meer vertrouwen in de journalistieke verantwoordelijkheid van nieuwsplatformen. Hij vindt dat de hoofdredactie verantwoordelijk is voor de juistheid van de berichtgeving en gelooft dat de meeste media dit goed doen.

Concurrentie

Beide respondenten merken op dat veel nieuwsplatformen sterk op elkaar lijken en vaak hetzelfde nieuws brengen. De eerste geïnterviewde ervaart daardoor weinig echte keuze. De tweede vindt dat er wel keuze is, maar dat de inhoud grotendeels overlapt. Over het effect van concurrentie verschillen ze licht van mening: de eerste suggereert dat concurrentie de kwaliteit niet per se ten goede komt, terwijl de tweede juist denkt dat concurrentie het nieuws verbetert omdat het platforms dwingt scherp en actueel te blijven.

Kennis

Op het gebied van kennis en diepgang zijn beide respondenten kritisch. De eerste zegt dat nieuws hem overspoelt met meningen en weinig echte verdieping biedt. Hij mist achtergrondinformatie en bespreekt nieuws daarom liever met anderen om meer context te krijgen. De tweede respondent bekijkt het nieuws selectiever en gebruikt andere bronnen, zoals ChatGPT, wanneer hij meer diepgang wil. Hij ziet nieuws vooral als een startpunt voor verdere verdieping.

Innovatie

De eerste respondent vindt nieuwsplatformen weinig vernieuwend: ze gebruiken allemaal dezelfde opbouw en stijl. Wel pleit hij voor meer focus op sociale media en meer diepgang in artikelen. De tweede respondent vindt nieuwsplatformen juist behoorlijk innovatief. Hij waardeert vooral de snelheid en toegankelijkheid van nieuws vandaag de dag. Wel zou hij graag meer gebruik van beelden zien, zodat kijkers hun eigen conclusies kunnen trekken.

Transparantie

De eerste respondent let nauwelijks op bronnen, maar geeft wel aan dat hij de bron uiteindelijk belangrijk vindt voor betrouwbaarheid. De tweede gelooft dat nieuwsmedia bepaalde voorkeuren en belangen hebben, maar vertrouwt er over het algemeen op dat hun berichtgeving klopt. Voor hem is transparantie over de herkomst van een verhaal minder belangrijk, zolang de feiten juist zijn en de bron vermeld wordt.

Eigendom van gegevens

Op het gebied van datagebruik verschillen de respondenten opnieuw. De eerste is zich niet bewust van hoeveel data nieuwsplatformen verzamelen en geeft aan dat hij liever heeft dat platforms weinig over hem weten. De tweede is zich daar wél van bewust en vertrouwt erop dat nieuwsorganisaties zorgvuldig met persoonlijke gegevens omgaan.

Conclusie

Beide interviews tonen een zekere scepsis tegenover nieuwsplatformen. De eerste respondent mist vooral diepgang, nuance en transparantie, terwijl de tweede het nieuws over het algemeen betrouwbaar en innovatief vindt, maar beseft dat belangen altijd meespelen. Beiden ervaren dat nieuwsplatformen inhoudelijk veel op elkaar lijken, wat de diversiteit en geloofwaardigheid van nieuws beperkt.

5 Koppeling tussen interviews en waarden

Aansprakelijkheid

De eerste respondent vindt dat nieuwsplatformen te weinig verantwoordelijkheid nemen voor de juistheid van hun berichten. Waarom: Hij merkt dat veel artikelen slechts één kant van een verhaal belichten. Daardoor raakt nuance verloren, en volgens hem moeten de auteurs van zulke stukken persoonlijk aansprakelijk zijn voor misleidende informatie. De tweede respondent vertrouwt meer op de journalistieke codes en ziet de hoofdredactie als eindverantwoordelijke. Waarom: Hij gaat ervan uit dat redacties professioneel omgaan met feiten en correcties. Uit analyse blijkt dat de waarde aansprakelijkheid door gebruikers verschillend wordt geïnterpreteerd: de een wil directe persoonlijke verantwoordelijkheid, de ander vertrouwt op professionele controle binnen redacties. Dit laat zien dat transparantie over verantwoordelijkheden cruciaal is voor geloofwaardigheid.

Concurrentie

Beide respondenten vinden dat nieuwsplatformen veel op elkaar lijken. De reden is dat de eerste respondent ervaart daardoor weinig keuze en denkt dat de focus op snelheid in plaats van kwaliteit concurrentie zinloos maakt. De tweede ziet juist dat concurrentie platforms dwingt om actueel te blijven. De analyse is dat concurrentie een dubbel effect heeft. Het kan innovatie stimuleren, maar ook leiden tot oppervlakkig nieuws. Gebruikers willen diversiteit in perspectieven, niet alleen meer van hetzelfde.

Kennis

De eerste respondent vindt nieuws vaak te oppervlakkig en vol meningen. Want hij mist achtergrondinformatie en context, waardoor hij moeite heeft om nieuws te begrijpen zonder erover te praten met anderen. De tweede respondent gebruikt nieuws vooral als startpunt en zoekt vervolgens verdieping via andere bronnen zoals ChatGPT. De reden is dat hij nieuws ziet als een basis, niet als volledige informatievoorziening. De analyse is dat de waarde kennis komt onvoldoende tot zijn recht: gebruikers verlangen verdieping, context en uitleg in plaats van losse feiten of meningen.

Gelijkheid (van uitkomsten)

Beide respondenten geven aan dat nieuws vaak eenzijdig is. Want de eerste respondent noemt expliciet dat veel platforms 'één kant van het verhaal' tonen, terwijl de tweede erkent dat media bepaalde voorkeuren heeft. De analyse is dat de waarde gelijkheid wordt bedreigd doordat niet alle perspectieven evenveel aandacht krijgen. Nieuwsplatformen zouden meer diversiteit in bronnen en meningen moeten nastreven om representatiever te zijn.

Privacy

De eerste respondent is zich nauwelijks bewust van wat nieuwsplatformen aan data verzamelen. Want hij gaat ervan uit dat nieuws lezen iets neutraals is en schrikt bij het idee dat persoonlijke gegevens kunnen worden gebruikt. De tweede respondent weet dat nieuwsplatformen data verzamelen, maar vertrouwt erop dat ze er zorgvuldig mee omgaan. Want Hij ziet nieuwsmedia als betrouwbaarder dan sociale media. De analyse is dat privacy door respondenten verschillend wordt beleefd. Sommigen vertrouwen blind op een nieuwsplatform, anderen zijn onwetend daarover. Nieuwsplatformen kunnen hier winst behalen met duidelijke uitleg over datagebruik en privacyopties.

Vertrouwen

De eerste respondent is sceptisch over nieuws omdat hij te vaak partijdigheid of herhaling ziet. Want hij heeft het gevoel dat nieuws 'gemaakt' is vanuit bepaalde belangen of politieke voorkeuren. De tweede respondent heeft meer vertrouwen in de journalistieke standaarden, maar erkent dat belangen altijd een rol spelen. Want hij ziet fouten als onvermijdelijk, zolang bronnen en feiten kloppen. De analyse is dat vertrouwen in nieuwsmedia samenhangt met transparantie en eerlijkheid. Wanneer lezers begrijpen hoe nieuws tot stand komt, groeit hun vertrouwen.

Innovatie

De eerste respondent vindt nieuwsplatformen weinig vernieuwend. Want volgens hem gebruiken ze al jaren dezelfde formats en stijlen, terwijl de samenleving verandert. Hij mist vernieuwing in vorm en diepgang. De tweede respondent vindt juist dat nieuwsinnovatie wél bestaat. Want hij waardeert de snelheid van online nieuws en de toegankelijkheid via apps. De analyse is dat innovatie anders wordt geïnterpreteerd. Waar de een inhoudelijke vernieuwing verwacht (meer context, analyse), waardeert de ander technologische snelheid. Een goed nieuwsplatform combineert beide benaderingen van innovatie.

Transparantie

De eerste respondent zegt weinig op bronnen te letten. Want hij leest nieuws vooral snel en vertrouwt erop dat het klopt, maar merkt wel dat bronvermelding belangrijk is voor geloofwaardigheid. De tweede respondent vindt bronvermelding essentieel, maar maakt zich minder zorgen zolang de informatie juist is. Want hij vertrouwt meer op de reputatie van gevestigde nieuwsmedia. De analyse is dat transparantie pas belangrijk wordt als vertrouwen ontbreekt. Nieuwsplatformen kunnen dit versterken door duidelijk te communiceren waar hun informatie vandaan komt en hoe keuzes in berichtgeving worden gemaakt.

Eigendom van gegevens

De eerste respondent wil liever niet dat platforms veel over hem weten. Want hij vindt het idee ongemakkelijk dat persoonlijke voorkeuren of klikgedrag worden opgeslagen. De tweede respondent accepteert dat zijn data worden gebruikt, zolang het netjes gebeurt. Want hij vertrouwt erop dat nieuwsplatformen minder commerciële motieven hebben dan bijvoorbeeld sociale media. De analyse is dat de waarde eigendom van gegevens draait om bewustzijn en controle. Gebruikers willen zelf beslissen wat ze delen en verwachten dat platforms hier transparant over zijn.

6 Visualisatie

Ideation methode: Crazy eight

Uit de waardeanalyse en de interviews zijn de volgende 9 waarden gekomen die in het nieuwsplatform verwerkt zullen worden, namelijk aansprakelijkheid, concurrentie en kennis, gelijkheid (van uitkomsten), privacy, vertrouwen, innovatie, transparantie en eigendom van gegevens.

Voordat de ideation begon is er een naam voor het nieuwsplatform bedacht en dat is OpenBron.

Voor deze ideation methode wordt er alleen ingezoomd op de waarde transparantie. De vraag waar deze crazy eight inspiration model op ingaat is: "Hoe kan ervoor gezorgd worden dat het proces tot het publiceren van een artikel transparant blijft voor de gebruiker van het nieuwsplatform OpenBron."

De eerste oplossing is dat de redacteuren die de keus maken om een artikel te publiceren de keus onderbouwen. De tweede oplossing is dat er onderaan elk artikel een apart vak komt met een bronvermelding. De derde oplossing is dat er tijdens de communitysessies alle ideeën in een artikel met elkaar delen binnen de community. De vierde oplossing is dat diegene die het nieuws opstuurt naar de redactie binnen 1 week een document ontvangt en dat daarin staat of de redactie gekozen heeft om het artikel te publiceren of niet. De vijfde oplossing is dat er bovenaan een artikel staat welke informatie de auteur van het artikel heeft opgegeven en niet alleen een naam van de auteur.

De zesde oplossing is dat de redactie de keus heeft uit meerdere artikelen voordat iets wordt gepubliceerd wordt over een onderwerp. De redactie kan zo meerdere invalshoeken met elkaar vergelijken.

De zevende oplossing is dat alle documenten die de redactie opmaakt onderaan de website getoond worden. De gebruiker kan dit dan ook nalezen welke overwegingen de redactie heeft gemaakt.

Oplossing 8 is dat er tijdens een zoekopdracht op de achtergrond een script bijhoudt hoe de zoekresultaten tot stand komen. De gebruiker kan zo zien hoe zijn zoekterm is verwerkt door het nieuwsplatform.

Uit de uitvoering van de ideation methode zijn 8 oplossingen gekomen op de vraag die centraal staat, daarvan wordt oplossing 7 verder uitgewerkt als concept. De oplossing is 'alle documenten die de redactie opmaakt onderaan de website getoond worden. De gebruiker kan dit dan ook nalezen welke overwegingen de redactie heeft gemaakt.'

Wij hebben het nieuwsplatform OpenBron waarin de waarde transparantie centraal staat. Hieronder volgt de uitleg van de waarde die wij willen verwerken in Openbron.

Ondoorzichtige processen

De waarde transparantie is in huidige nieuwsplatformen niet altijd meer aanwezig. Bijvoorbeeld bij de NOS In artikelen staat dan de woordcombinatie uit documenten blijkt of volgens ingewijden. Maar wie zijn deze ingewijden of wat zijn deze documenten. Een gebrek aan transparantie. Zoals waar de informatie vandaan komt en hoe dit is gegaan.

Daarom is er uit de ideation methode gebleken dat deze oplossing wordt verwerkt in OpenBron Ook op NOS onderbouwt de redactie bijvoorbeeld niet de keuzes waarom een bepaald artikel gepubliceerd wordt.

Het idee om de transparantie te verwerken in OpenBron wordt hier toegelicht:

Oplossing 7 is dat alle documenten die de redactie opmaakt onderaan de website getoond worden. De gebruiker kan dit dan ook nalezen welke overwegingen de redactie heeft gemaakt.

Storyboard

De oplossing van de ideation methode Crazy eight waarop het concept is gebaseerd, wordt toegelicht met behulp van een storyboard die grofweg 6 stappen heeft op het moment als een journalist een artikel stuurt totdat het gepubliceerd wordt op OpenBron zelf. Met dit storyboard komt nadrukkelijk de waarde transparantie terug gedurende het gehele proces. Het proces dat een auteur een artikel schrijft totdat de redactie het artikel heeft gepubliceerd op de website.



Figuur 4 Storyboard OpenBron

In figuur 4 is het proces te zien binnen OpenBron die weergeeft hoe de transparantie gedurende het proces van de publicatie van artikelen duidelijk is voor de auteur van het artikel en de gebruiker. De stappen worden duidelijk uit de prompt die in OpenAI is ingevoerd.

Nu volgt de prompt die in OpenAI is ingevoerd om het storyboard te maken:

Hierin wordt de waarde transparantie in de stappen toegelicht.

Voor het storyboard op te stellen is het platform van OpenAI gebruikt. Hieronder volgt de prompt die is ingevoerd in OpenAI waar het storyboard is uitgekomen.

Om deze oplossing te visualiseren willen we een Storyboard maken met 6 stappen. Maak de afbeelding in de stap zo gedetailleerd mogelijk. Deze 6 stappen willen we visualiseren in het Storyboard waarin de werking van OpenBron wordt uitgelegd.

1. Iemand schrijft een nieuwsartikel, door het commons idee van Openbron kan iedereen uit de Nederlandse samenleving artikelen opsturen naar het nieuwsplatform
2. Het artikel wordt naar de redactie opgestuurd. De redactie bestaat uit drie personen achter een tafel die het artikel opgestuurd krijgen
3. De redactie beoordeelt het artikel achter dezelfde tafel.
4. Vervolgens stelt de redactie achter dezelfde tafel een document op met de motivatie en deelt dit met de auteur van het artikel
5. Vervolgens krijgt de auteur een email van de redactie dat het artikel op de website wordt gepubliceerd en juicht hiervoor.
6. Als laatste wordt het artikel vervolgens zichtbaar op de website van OpenBron die via Greenhost gehost wordt. En op de Mastodon instance in het fediverse van OpenBron. Wat belangrijk is om in deze stap van het storyboard uit te tekenen is dat de informatie op de website van OpenBron gelijk is aan de informatie in de Mastodon instance. Het artikel is nu gedeeld met iedereen en dit is het proces binnen OpenBron.

Kun je het Storyboard maken van deze 6 stappen in Landscape mode. Waarin de titel van de poster is: De procesflow van OpenBron.

Key Screens

OpenBron



Wat is er speciaal aan jouw product, dienst of bedrijf? Benoem de dingen die je onderscheiden van je concurrenten, of het nu een speciaal voordeel is, een unieke filosofie, of bekroningen en erkenning die je hebt ontvangen. Zie dit als je elevatorpitch om de aandacht van de lezer te trekken.

GA NAAR DE ARTIKELEN

OpenBron



30 augustus 2030

Artikel 1

Naam auteur



23 oktober 2030

Artikel 2

Naam auteur

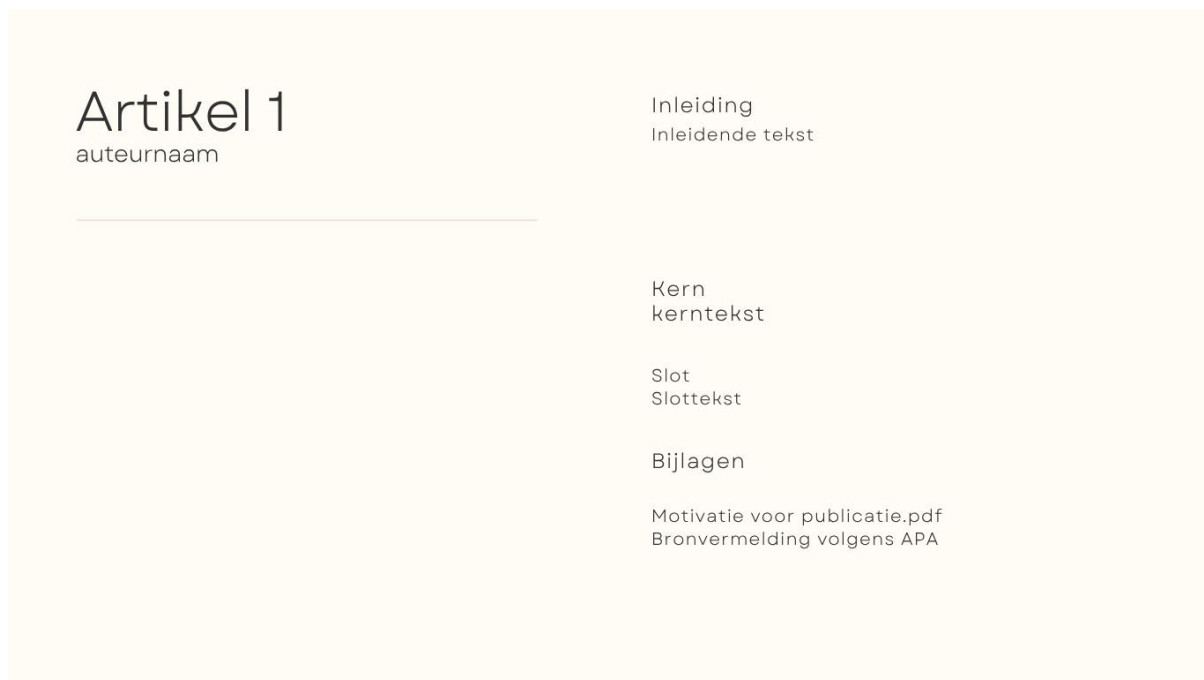


20-22 nov 2030

Artikel 3

Naam auteur

Figuur 5 Eerste keyscreen



Figuur 6 Tweede keyscreen

In figuur 5 en 6 zijn de key screens te zien van hoe de website van OpenBron er ongeveer uit gaat zien. In figuur 5 is er te zien dat de gebruiker binnenkomt op de Homepagina waar meerdere artikelen staan over alle type onderwerpen waarover nieuws gemaakt kan worden. Dezelfde scope als bijvoorbeeld bij de NOS artikelen. In figuur 6 is vervolgens 1 artikel te zien wat een achtergrondartikel is. Het heeft een inleiding, kern en een slot met perspectieven van meerdere informatieverschaffers. Dit zijn de mensen die meewerken aan de publicatie van een artikel. Verder is het onderscheid met NOS dat er nu een bijlage wordt gegeven met de motivatie voor de publicatie. Die de redactie publiceert bij een artikel. En dat alle bronvermeldingen volgens APA worden bijgevoegd. Tot slot kan de lezer op de auteursnaam bij een artikel klikken en daar wordt er achtergrondinformatie over een auteur gegeven.

Alleen basiscookies

Ons nieuwsplatform implementeert alleen essentiële cookies en dat je alleen daarmee akkoord kan gaan of dat het afgewezen kan worden. En de nieuwsconsument op het nieuwsplatform niet de mogelijkheid krijgt om akkoord te gaan met andere cookies. En er worden artikelen gepubliceerd met meer achtergrond, zoals wat is de geschiedenis van deze persoon, geef oplossingen uit meerdere invalshoeken. Dit idee bestaat al maar willen we combineren met dat artikelen chronologisch worden opgezocht.

Koppeling Fediverse

Om de koppeling met het Fediverse te maken wordt ervoor gezorgd dat de inhoud van de artikelen en het verdere nieuwsplatform op de website van Greenhost en in de Mastodon instance exact gelijk is aan elkaar. De feiten kloppen 1 op 1. Verder is de Mastodon instance in beheer van OpenBron en dat zorgt ervoor dat OpenBron zelf de regels kan opstellen voor binnen de instance hoe gebruikers met elkaar omgaan. Het laatste kenmerk is dat alle Mastodon instance aparte servers zijn en onafhankelijk opereren. Stel 1 server ligt eruit dan gaat de publicatie van artikelen binnen OpenBron ongestoord verder. Dit idee wordt verder verduidelijkt in het storyboard.

7 Storytelling

De promotievideo is opgebouwd volgens de Golden Circle methode. Hieronder volgt het script van de video.

Voor het bestand met de video zie het ingeleverde bestand op de DLO.

8 Uitwerking van het businessmodel

Missie

De missie van OpenBron is het verminderen van polarisatie in de samenleving door volledige transparantie te creëren in het proces van de publicatie van artikelen. In een tijd waarin wantrouwen tegenover media en instituties toeneemt, wil OpenBron een nieuw fundament leggen voor open, betrouwbare en inzichtelijke journalistiek. Het platform streeft ernaar om de kloof tussen journalistiek en publiek te verkleinen door duidelijk te maken hoe nieuws tot stand komt, welke keuzes worden gemaakt en welke waarden daarachter schuilgaan.

OpenBron maakt zichtbaar hoe nieuws ontstaat, zodat openheid leidt tot begrip, en begrip tot verbinding.

OpenBron staat voor openheid, eerlijkheid en inzicht in de totstandkoming van nieuws, met als doel het versterken van vertrouwen en wederzijds begrip binnen de samenleving. Het platform gelooft dat kennis niet iets is dat van bovenaf wordt gedeeld, maar ontstaat in samenwerking tussen makers, lezers en controleurs. Door het journalistieke proces transparant te maken, wordt zichtbaar welke keuzes worden gemaakt, welke bronnen worden gebruikt en welke afwegingen ten grondslag liggen aan de publicatie van een artikel. Dit maakt het mogelijk voor lezers om niet alleen het eindresultaat te zien, maar ook de reis ernaartoe te begrijpen.

De afgelopen jaren is de samenleving steeds meer verdeeld geraakt door uiteenlopende interpretaties van dezelfde gebeurtenissen. Mensen lezen hetzelfde nieuws, maar trekken er verschillende conclusies uit, vaak door een gebrek aan zicht op het proces achter de berichtgeving. OpenBron wil deze kloof verkleinen door open te laten zien hoe journalistiek werkt en zo het begrip voor verschillende perspectieven te vergroten. Het platform biedt inzicht in hoe de redactie artikelen beoordeelt, waarom een bepaald onderwerp is gekozen en hoe de betrouwbaarheid van bronnen wordt gecontroleerd. Door bij elk artikel uitgebreide bronvermeldingen en een toelichting als motivatie te plaatsen, kunnen lezers zelf de herkomst en integriteit van informatie beoordelen.

Op deze manier bevordert OpenBron een cultuur van kritisch denken, open dialoog en gedeeld vertrouwen. Door transparantie centraal te stellen in de journalistiek, helpt het platform om meningen te verbinden, nuance te herstellen en de kwaliteit van het publieke debat te versterken. Uiteindelijk wil OpenBron laten zien dat transparantie niet alleen een journalistieke keuze is, maar een maatschappelijke houding die nodig is om elkaar beter te begrijpen in een tijd van verdeeldheid en desinformatie.

Kortom, OpenBron onderscheidt zich door de nadruk te leggen op de menselijke kant van journalistiek. Transparantie gaat niet enkel over het delen van bronnen of methoden, maar ook over het tonen van de intenties, twijfels en ethische afwegingen die elke redacteur maakt. Door ook deze persoonlijke lagen zichtbaar te maken, ontstaat er een dieper begrip voor het werk achter nieuwsproductie. Dit draagt bij aan een cultuur waarin fouten niet worden veroordeeld, maar worden gezien als kansen tot verbetering en collectief leren.

Netwerken

Wanneer er wordt gekeken naar de netwerken van OpenBron, zijn er vier hoofdcategorieën waarin het nieuwsplatform actief is: het productienetwerk, het gebruikersnetwerk, het technologisch netwerk en het institutioneel netwerk. Deze netwerken vormen samen het ecosysteem waarin OpenBron opereert en maken het mogelijk om kennis, kwaliteit en maatschappelijke betrokkenheid te combineren tot een duurzaam geheel.

In het productienetwerk bevinden zich de journalisten, fact-checkers en de overige Nederlandse maatschappij. De journalisten en fact-checkers leveren artikelen aan OpenBron en zorgen voor de inhoudelijke kwaliteit en betrouwbaarheid van de publicaties. Door hun werk transparant te maken, bijvoorbeeld door te laten zien hoe artikelen tot stand komen en gecontroleerd worden, dragen zij direct bij aan de missie om polarisatie te verminderen. De overige maatschappij fungeert hierbij als een indirecte partner: zij kan nieuws aanleveren, feedback geven en zo helpen bij het waarborgen van evenwichtige berichtgeving. Dit netwerk is de motor van het platform en legt de basis voor samenwerking tussen professionele expertise en maatschappelijke input.

In het gebruikersnetwerk bevinden zich dezelfde stakeholders als in het productienetwerk. Binnen OpenBron kan een maker van een artikel ook een lezer zijn, wat zorgt voor een dynamische wisselwerking tussen productie en consumptie van nieuws. In dit netwerk zijn de gebruikers dus de journalisten, fact-checkers en de Nederlandse samenleving. Door deze kruisbestuiving tussen makers en lezers ontstaat een transparante en participatieve nieuwsomgeving, waarin wederzijds begrip en dialoog worden gestimuleerd, wederom in lijn met de missie van OpenBron. Dit zorgt ervoor dat lezers niet langer passieve consumenten zijn, maar actieve deelnemers in het vormgeven van betrouwbare informatie.

In het technologisch netwerk spelen Greenhost en Mastodon een belangrijke rol. Greenhost verzorgt de duurzame hosting van de website van OpenBron, wat aansluit bij de waarden van transparantie en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Greenhost biedt openheid over haar werkwijze en zet zich in voor digitale veiligheid en privacy, waardoor het een natuurlijke partner is in het streven naar betrouwbare infrastructuur. Daarnaast heeft OpenBron een koppeling met het Fediverse via een Mastodon-instance. Hierdoor worden dezelfde artikelen ook via een open, gedecentraliseerd sociaal netwerk gedeeld. Dit vergroot

de toegankelijkheid van informatie en stimuleert eerlijke verspreiding van nieuws zonder afhankelijk te zijn van commerciële algoritmes.

In het institutioneel netwerk bevinden zich de NVJ (Nederlandse Vereniging van Journalisten), het ANP en andere media- en beleidsinstanties. De NVJ ondersteunt OpenBron door journalisten te vertegenwoordigen en richtlijnen te bieden over ethische en transparante journalistiek. Daarmee draagt de NVJ bij aan de borging van kwaliteit en integriteit binnen het platform. Het ANP levert foto's aan voor artikelen, wat de betrouwbaarheid en professionaliteit van de publicaties versterkt. Door samen te werken met een gerenommeerde persdienst kan OpenBron garanderen dat beeldmateriaal authentiek en verantwoord wordt gebruikt. Tot slot zijn ook andere mediapartners en beleidsinstanties onderdeel van dit netwerk. Zij dragen bij door regelgeving, subsidie en samenwerking te bieden, zodat OpenBron haar missie kan blijven uitvoeren binnen een eerlijk, stabiel en professioneel journalistiek ecosysteem.

De kracht van dit netwerkmodel ligt in de onderlinge afhankelijkheid en wederkerigheid. Elk netwerk levert unieke waarde, maar pas in samenhang ontstaat het volledige potentieel van OpenBron. Zo vormt het technologisch netwerk de infrastructuur, het productienetwerk de inhoud, het gebruikersnetwerk de betrokkenheid, en het institutioneel netwerk de legitimiteit. Door deze balans te bewaken, blijft het platform veerkrachtig en toekomstbestendig, ook in een snel veranderend medialandschap.

Eigendom

De redactie en het aandelenkapitaal van OpenBron vallen volledig onder de verantwoordelijkheid van het platform zelf. De redactie vormt zowel het bestuur als mede-eigenaar, ondersteund door een selecte groep aandeelhouders die actief bijdragen aan de missie. De initiële investering komt van een vermogende familie die sterk gelooft in de waarden en doelstellingen van OpenBron: transparantie, betrouwbaarheid en maatschappelijke verbinding. Deze vorm van betrokken eigenaarschap zorgt voor een solide basis waarin idealisme en zakelijkheid elkaar versterken.

Dankzij deze opzet behoudt OpenBron volledige controle over koers, inhoud en kwaliteit. Het platform werkt onafhankelijk en laat zich niet leiden door externe druk of kortetermijnwinst. Hierdoor ontstaat ruimte voor vernieuwing, experiment en strategische groei, altijd met het publieke belang als uitgangspunt. Onafhankelijkheid wordt gezien als een noodzakelijke voorwaarde om geloofwaardig te kunnen opereren in een medialandschap dat vaak wordt beïnvloed door commerciële en politieke belangen.

Als rechtsvorm is gekozen voor een besloten vennootschap (BV). Deze structuur maakt het mogelijk om aandelen uit te geven en aandeelhouders te betrekken, terwijl het dagelijks bestuur in eigen handen blijft. OpenBron waarborgt een duidelijke scheiding tussen privévermogen en bedrijfsrisico's en legt transparant vast wie welke rechten heeft, wie mag

meebeslissen en hoe opbrengsten worden verdeeld. De BV-structuur biedt bovendien flexibiliteit in toekomstige groei, bijvoorbeeld bij het aantrekken van maatschappelijke investeerders of het uitbreiden van het redactieteam.

OpenBron onderzoekt daarnaast de mogelijkheid om op termijn over te stappen naar een steward-ownershipmodel. Dit model, bekend van organisaties als *We Are Stewards*, biedt een juridische structuur waarin de missie en maatschappelijke verantwoordelijkheid blijvend worden verankerd in het eigendom. In een steward-owned onderneming ligt de controle bij zogeheten stewards: mensen die direct betrokken zijn bij de organisatie, zoals medewerkers of bestuursleden. Zij beheren het bedrijf namens de missie, niet voor persoonlijk financieel gewin.

Aandelen zijn binnen dit model verdeeld in twee typen: stemgerechtigde aandelen, in handen van de stewards, waarmee de richting en waarden van het bedrijf worden bewaakt; en economische aandelen, die recht geven op een beperkte winstuitkering, maar niet op zeggenschap. Deze kunnen bijvoorbeeld worden gehouden door investeerders of maatschappelijke partners. Door deze scheiding tussen zeggenschap en winstbelang wordt voorkomen dat OpenBron in de toekomst onder druk komt te staan van commerciële motieven of overnames die niet bij de missie passen.

Binnen deze eigendomsstructuur blijft zeggenschap een belangrijk uitgangspunt. Medewerkers, zoals journalisten en fact-checkers, krijgen een stem in de strategische koers van OpenBron en worden betrokken bij beslissingen over redactionele standaarden en ethiek. Daarnaast onderzoekt OpenBron hoe ook de gemeenschap van lezers en volgers invloed kan uitoefenen, bijvoorbeeld via een adviesraad of periodieke dialoogsessies. Op die manier blijft OpenBron trouw aan haar kernwaarden: openheid, vertrouwen en transparantie, niet alleen in journalistiek, maar ook in bestuur en eigendom.

Door eigendom en zeggenschap zorgvuldig te structureren, creëert OpenBron een duurzaam model waarin waarden belangrijker blijven dan winst. Dit model biedt niet alleen bescherming tegen commerciële druk, maar dient ook als inspiratie voor andere maatschappelijke ondernemingen. Door open te communiceren over financiële beslissingen en bestuursstructuren, draagt OpenBron bij aan een bredere beweging richting ethisch eigenaarschap en verantwoordelijk ondernemen.

Toezicht

Binnen OpenBron is toezicht ingericht volgens het principe dat de gemeenschap het gemeenschappelijk goed bewaakt. Concreet monitort de gemeenschap het gemeenschappelijk goed. Het gemeenschappelijk goed bestaat uit de artikelen op het platform, en de gemeenschap omvat de gehele Nederlandse samenleving — inclusief journalisten, fact-checkers en betrokken burgers die bijdragen aan de kwaliteit van de berichtgeving. Dit toezichtmodel maakt de journalistieke verantwoordelijkheid zichtbaar en gedeeld.

De fact-checkers hebben een centrale rol binnen dit systeem. Zij kunnen artikelen beoordelen, van feedback voorzien en, indien nodig, verbeteringen of correcties voorstellen aan de redactie. De redactie beoordeelt vervolgens of deze aanpassingen gegrond zijn. Wanneer een wijziging wordt doorgevoerd, wordt de motivatie hiervan als bijlage of notitie onder het artikel geplaatst. Op deze manier blijft het redactionele proces volledig transparant, en kan het publiek volgen waarom een artikel is aangepast en door wie. Zo versterkt OpenBron het vertrouwen tussen makers en lezers en creëert het een lerende gemeenschap waarin fouten niet worden verborgen, maar gecorrigeerd in het openbaar.

In plaats van te werken met financiële boetes of strafmaatregelen, richt OpenBron zich op herstel en dialoog. Daarom is de tweede regel dat OpenBron samen met de gemeenschap een lijst van oplopende sancties ontwikkelt. Wanneer er sprake is van herhaaldelijk onnauwkeurig of misleidend werk, wordt dit eerst besproken binnen de gemeenschap van fact-checkers en redactie. De auteur ontvangt een officiële waarschuwing met een inhoudelijke toelichting en suggesties voor verbetering. Indien er herhaaldelijk problemen optreden, kan het artikel tijdelijk worden voorzien van een kwaliteitslabel of contextverklaring, zodat lezers weten dat het onderwerp intern wordt herzien. Deze aanpak voorkomt reputatieschade, moedigt verbetering aan en bevordert vertrouwen tussen betrokkenen.

Alle beslissingen rondom beoordeling, correcties en waarschuwingen worden openbaar en controleerbaar vastgelegd. Onder elk artikel wordt vermeld of er redactionele aanpassingen zijn gedaan, wat de motivatie daarvoor is, en of het artikel onderwerp is geweest van een kwaliteitsdiscussie. Daarnaast publiceert OpenBron periodiek een transparantieverslag, waarin het platform inzicht geeft in het aantal correcties en herzieningen, de aard van de discussies binnen de gemeenschap en de maatregelen die zijn genomen om journalistieke kwaliteit te verbeteren.

De kracht van OpenBron ligt in gedeelde verantwoordelijkheid. Toezicht is geen strafsysteem, maar een open en lerend proces waarin de gemeenschap samen de kwaliteit van informatie bewaakt. Door meningsverschillen bespreekbaar te maken en fouten

zichtbaar te herstellen, draagt dit model direct bij aan de missie van OpenBron: het verminderen van polarisatie door transparantie en vertrouwen.

Financiën

De financiële structuur van OpenBron is ontworpen om onafhankelijkheid, transparantie en maatschappelijke waarde te waarborgen. Alle inkomsten en uitgaven staan in dienst van de missie om betrouwbare, open en niet-gepolariseerde journalistiek te bevorderen. Financiële keuzes worden dus niet alleen beoordeeld op rendement, maar ook op hun bijdrage aan de maatschappelijke doelstelling van het platform.

De belangrijkste kosten van OpenBron bestaan uit het hosten van de website via Greenhost, een duurzame en privacygerichte hostingpartij, en uit de lonen van de journalisten en fact-checkers die verantwoordelijk zijn voor de inhoudelijke kwaliteit van het platform. Daarnaast worden middelen ingezet voor het onderhoud en de voortdurende innovatie van het platform, zodat de transparantie en gebruiksvriendelijkheid steeds verder kunnen worden verbeterd. Deze uitgaven zijn essentieel om de onafhankelijkheid en de kwaliteit van het nieuws te waarborgen en tegelijkertijd de technologische en redactionele vernieuwing mogelijk te maken.

De inkomsten van OpenBron bestaan uit verschillende, maatschappelijk verantwoorde bronnen. Een belangrijk deel van de omzet komt voort uit donaties van lezers en lezers die de missie van het platform ondersteunen. Daarnaast ontvangt OpenBron een maandelijkse bijdrage van de aandeelhouder, bedoeld als structurele steun in de opstartfase van het platform. Ook levert de samenwerking met andere mediapartners inkomsten op, doordat zij een vergoeding betalen wanneer zij artikelen van OpenBron gebruiken of herpubliceren. Op deze manier kan OpenBron inkomsten genereren zonder afhankelijk te worden van commerciële belangen of advertenties die invloed zouden kunnen uitoefenen op de redactionele onafhankelijkheid.

Het startkapitaal van OpenBron is afkomstig van een maatschappelijk betrokken aandeelhouder die sterk gelooft in de missie van het nieuwsplatform. Deze investering is niet gericht op financiële winst, maar op het ondersteunen van een journalistiek initiatief dat bijdraagt aan een transparantere en meer verbonden samenleving. Eventuele toekomstige investeringen zullen eveneens worden gezocht bij fondsen en financiers die missiegedreven werken en de principes van steward ownership onderschrijven. Op die manier blijft de financieringsstructuur consistent met de kernwaarden van OpenBron.

Binnen deze financiële structuur wordt winst niet gezien als doel op zich, maar als middel om de maatschappelijke missie te versterken. Winst wordt niet uitgekeerd aan aandeelhouders, maar hergebruikt om de organisatie en haar gemeenschap te laten groeien. Een deel van de winst wordt geïnvesteerd in journalistieke innovatie, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van nieuwe vertelvormen, onderzoeksprojecten en opleidingen voor redacteuren en fact-checkers. Een ander deel wordt ingezet voor het versterken van de gemeenschap, door het organiseren van publieksdialogen, transparantieverslagen en

educatieve initiatieven die burgers betrekken bij de nieuwsproductie. Tot slot blijft er een financiële reserve beschikbaar om de continuïteit van het platform te waarborgen en de onafhankelijkheid op de lange termijn te beschermen.

Op deze manier blijft elke euro die OpenBron verdient ten dienste staan van haar waarden: openheid, vertrouwen en maatschappelijke verantwoordelijkheid. De financiële structuur ondersteunt niet alleen de dagelijkse werking van het platform, maar vormt ook een fundament voor duurzame groei vanuit de missie, en niet vanuit winstbelang. Door deze aanpak combineert OpenBron solide bedrijfsvoering met maatschappelijke relevantie en bewijst het dat onafhankelijk journalistiek ondernemerschap hand in hand kan gaan met publieke verantwoordelijkheid.

Tot slot om de financiële transparantie verder te versterken, publiceert OpenBron jaarlijks een open financieel verslag waarin niet alleen de cijfers, maar ook de achterliggende keuzes worden toegelicht. Dit verslag maakt inzichtelijk hoe middelen worden besteed en welke overwegingen daarbij zijn gemaakt. Zo kunnen donateurs, lezers en medewerkers begrijpen hoe elke euro bijdraagt aan de missie. Dit openboekbeleid vormt een essentieel onderdeel van de identiteit van OpenBron als voorbeeld van integere journalistieke bedrijfsvoering.

9 Conclusie

In dit rapport is onderzocht hoe een nieuwsplatform ontworpen kan worden dat transparantie, onafhankelijkheid en betrouwbaarheid centraal stelt. Vanuit de probleemstelling bleek dat veel bestaande nieuwsplatformen kampen met een gebrek aan transparantie, afhankelijkheid van Big Tech en een toenemend wantrouwen vanuit het publiek. Door middel van het designproces volgens het open Diamond-principe zijn deze knelpunten stapsgewijs geanalyseerd en vertaald naar concrete waarden voor het nieuwe platform OpenBron.

Uit de onderzoeksfase kwam naar voren dat gebruikers behoefte hebben aan duidelijkheid over de herkomst van nieuws, meer diepgang in artikelen en inzicht in de keuzes die redacties maken. De ideationfase heeft deze waarden omgezet in oplossingen, waarvan de nadruk op transparantie de basis vormt voor het concept van OpenBron. Dit concept maakt het gehele publicatieproces inzichtelijk, van de aanlevering van een artikel tot de uiteindelijke publicatie, waardoor lezers kunnen begrijpen hoe nieuws tot stand komt.

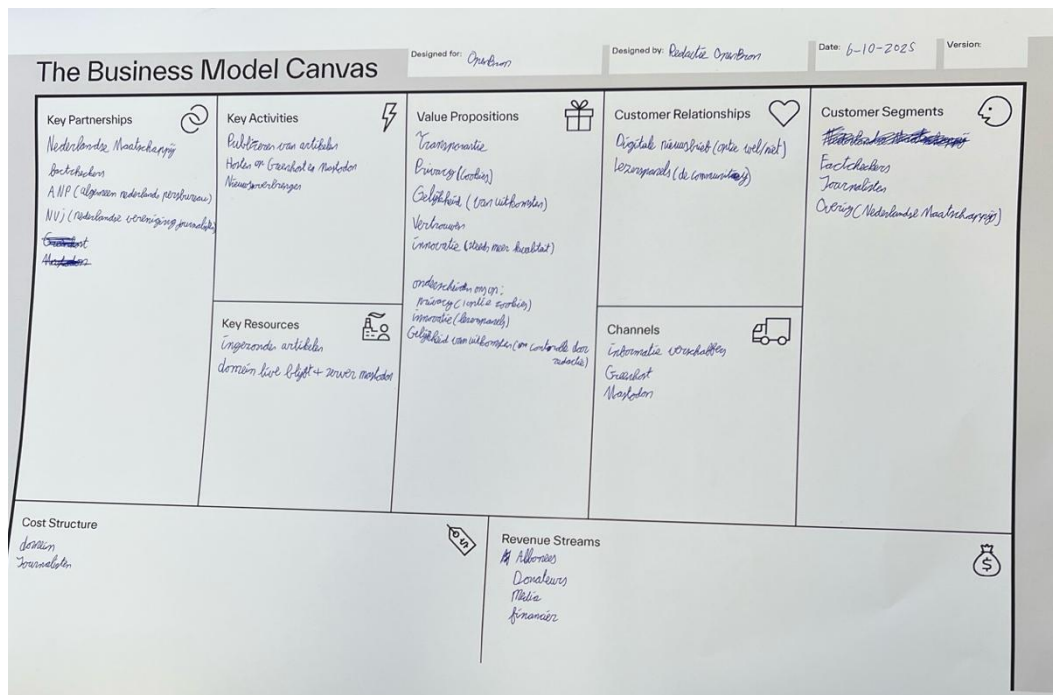
De verdere uitwerking in het storyboard, de technische koppeling met het Fediverse en de keuze voor een onafhankelijk eigendoms- en toezichtmodel zorgen ervoor dat de kernwaarden van OpenBron in alle onderdelen van het platform terugkomen. Daarmee wordt een nieuwsomgeving gecreëerd waarin openheid, samenwerking en vertrouwen centraal staan.

Samenvattend laat dit rapport zien dat transparantie niet alleen een ontwerpkeuze is, maar een noodzakelijke voorwaarde voor geloofwaardige en verbindende journalistiek. OpenBron bewijst dat een nieuwsplatform dat werkt vanuit openheid en wederzijds vertrouwen kan bijdragen aan een eerlijker en minder gepolariseerd medialandschap.

10 Bibliografie

- NOS. (2025, 09 09). *Familievete over opvolging mediamagnaat Rupert Murdoch ten einde na miljardendeal*. Opgeroepen op 10 17, 2025, van nos.nl: <https://nos.nl/artikel/2581733-familievete-over-opvolging-mediamaagnaat-rupert-murdoch-ten-einde-na-miljardendeal>
- Jonker, J. (2023, 12 03). *Minister bemoeide zich toch met energiesector voor ze lobbyist werd*. Opgeroepen op 10 17, 2025, van nos.nl: <https://nos.nl/artikel/2502916-minister-bemoeide-zich-toch-met-energiesector-voor-ze-lobbyist-werd>
- Over de NOS. (z.d.). *Over de nos*. Opgeroepen op 10 17, 2025, van over.nos.nl: <https://over.nos.nl/>
- NOS op 3. (2018). *Dit is NOS op 3, nieuws om te delen*. Opgeroepen op 10 17, 2025, van youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=FL7ZO3B1PMQ>
- Costere, I. M. (2020). *Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020*. Amsterdam: Routledge & Taylor Francis Group.
- voorlichtingopscholen.nl. (2025). *Wat doet nepnieuws met het brein van jonge kinderen?* Opgeroepen op 10 19, 2025, van voorlichtingopscholen.nl: <https://voorlichtingopscholen.nl/wat-doet-nepnieuws-met-jouw-brein/>
- Mediawijsheid. (z.d.). *Algoritmes*. Opgeroepen op 10 19, 2025, van mediawijsheid.nl: <https://www.mediawijsheid.nl/algoritmes/>
- Wikipedia. (2024, 11 09). *Nieuws*. Opgeroepen op 10 09, 2025, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Nieuws#:~:text=Nieuws%20omvat%20alle%20informatie%20van,er%20collectieve%20belangstelling%20voor%20bestaat.>
- Breemer, A. v. (2024, 06 24). *Wat als je kind desinformatie van TikTok of YouTube gelooft?* Opgeroepen op 10 19, 2025, van volkskrant.nl: <https://www.volkskrant.nl/opvoeden/wat-als-je-kind-desinformatie-van-tiktok-of-youtube-gelooft~b1260895/>
- PublicSpaces. (2024, 09 04). *Alles wat je moet weten over het Fediverse*. Opgeroepen op 10 19, 2025, van publicspaces.net: <https://publicspaces.net/alles-wat-je-moet-weten-over-het-fediverse/>
- Daele, T. v. (2024, 10 20). *Weg van big tech, dit is het fediverse*. Opgeroepen op oktober 19, 2025, van id.nl: <https://id.nl/huis-en-entertainment/computer-en-gaming/software/weg-van-big-tech-dit-is-het-fediverse>

Bijlage A: Business Model Canvas



Figuur 7 Gemaakt Business Model Canvas

In dit Business Model Canvas zijn 9 segmenten te zien waarop het nieuwsplatform OpenBron gebaseerd wordt. In figuur 7 is dit te zien. Al deze 9 segmenten zijn gebaseerd op de stakeholdersanalyse die hierboven wordt besproken. Alle overige stakeholders die invloed kunnen hebben op OpenBron zijn buiten beschouwing gelaten.

Het segment Key Partnerships heeft de volgende stakeholders de Nederlandse maatschappij die de artikelen aanlevert aan de redactie. In het idee van Commons is iedereen betrokken bij het aanleveren van artikelen. Specifieke categorieën binnen de Nederlandse maatschappij kunnen de factcheckers en de journalisten zijn. Verder heb je het ANP (Algemeen Nederlands Persbureau) die de foto's tegen betaling aan zullen leveren aan de klanten.

Het segment Key Activities beschrijft wat er nodig is om het platform binnen het Fediversum goed te laten draaien. De belangrijkste activiteiten zijn het publiceren van artikelen, het delen van informatie en het faciliteren van gesprekken tussen makers en lezers. Ook is er aandacht voor onderzoek en verificatie van informatie, zodat alles wat verspreid wordt betrouwbaar blijft. De activiteiten zijn gericht op open samenwerking en transparante kennisdeling tussen verschillende gemeenschappen.

Het segment Key Resources gaat over de middelen die nodig zijn om actief te blijven binnen het Fediversum. Belangrijke middelen zijn de ingestuurde bijdragen van gebruikers, de kennis van redacteuren en experts, en de technische infrastructuur die nodig is om met

andere Fediverse-platforms te kunnen communiceren. De servers vormen een essentieel onderdeel van deze infrastructuur, omdat het platform zelf gehost wordt en dus onafhankelijk functioneert.

Het segment Value Propositions laat zien wat het platform uniek maakt binnen het Fediversum. De belangrijkste waarden zijn transparantie, betrouwbaarheid en open samenwerking. Gebruikers krijgen de kans om zelf bij te dragen aan kennisdeling, waardoor er een gevoel van verbondenheid en eigenaarschap ontstaat. Het platform biedt een vrije en decentrale omgeving waar informatie gedeeld wordt zonder tussenkomst van grote commerciële partijen. Hierdoor sluit het goed aan bij de waarden van het Fediversum: openheid, onafhankelijkheid en gemeenschapszin.

Het segment Customer Relationships gaat over hoe het platform contact houdt met zijn gebruikers binnen het Fediversum. De relatie is digitaal en interactief, met ruimte voor directe communicatie tussen redactie en lezers. Via nieuwsbrieven en communitygesprekken blijft iedereen betrokken. De interactie is gelijkwaardig: gebruikers zijn zowel publiek als bijdragers aan het platform.

Het segment Channels beschrijft via welke kanalen de gebruikers bereikt worden. Het belangrijkste kanaal is Mastodon, een onderdeel van het Fediversum waar het platform actief is en rechtstreeks contact heeft met de gemeenschap. Daarnaast worden de website en nieuwsbrieven gebruikt om informatie te delen en het publiek op de hoogte te houden. Deze combinatie zorgt voor open communicatie en directe betrokkenheid van gebruikers.

Het segment Customer Segments richt zich op de doelgroepen binnen en buiten het Fediversum. Dit zijn Nederlandse burgers, factcheckers, journalisten, nieuwslezers en onderzoeksinstituten die actief zijn in de onlinegemeenschap. Binnen het Fediversum spreken we zowel actieve bijdragers als volgers aan mensen die geïnteresseerd zijn in open kennisdeling, onafhankelijke journalistiek en digitale samenwerking.

Het segment Cost Structure gaat over de kosten die gemaakt worden om het platform te laten functioneren binnen het Fediversum. De belangrijkste kosten zijn de servers en de technische middelen die nodig zijn om zelfstandig te kunnen draaien, zonder afhankelijkheid van commerciële partijen. Daarnaast zijn er kosten voor de journalisten die verantwoordelijk zijn voor het schrijven, controleren en publiceren van de artikelen. Deze kosten zorgen ervoor dat het platform veilig, stabiel en onafhankelijk blijft.

Het segment Revenue Streams beschrijft hoe het platform inkomsten genereert binnen het Fediversum. De inkomsten komen uit donaties van gebruikers en geld dat de media betaald voor auteursrecht. Daarnaast is er een financierder die gelooft in ons plan en ons een geldbedrag heeft gegeven om het project te kunnen realiseren. Deze financiële steun zorgt ervoor dat het platform kan doorgroeien en zijn missie onafhankelijk kan blijven uitvoeren.

Bijlage B: Transcriptie interviews

Interview 1

Aansprakelijkheid

- Vind jij dat nieuwsplatformen genoeg verantwoordelijkheid nemen voor de juistheid van hun berichten?

Verschillende nieuwsplatformen over hetzelfde en je laat vaak op 1 artikel bij een nieuwsplatform 1 kan van het verhaal.

- Wie moet er volgens jou aansprakelijk zijn als er nepnieuws of misleidende informatie wordt verspreid?

De persoon die het artikel publiceert.

Concurrentie

- Heb jij het idee dat er nog echte keuze is tussen nieuwsplatformen, of lijken ze allemaal hetzelfde?

Veel nieuwsplatformen lijken op elkaar.

- Denk je dat concurrentie de kwaliteit van nieuws beter of juist slechter maakt?

Concurrentie maakt de kwaliteit van nieuwsartikelen minder goed. Er wordt dan minder achtergrondinformatie over een artikel gegeven.

Kennis

- Heb je het gevoel dat je via nieuwsplatformen écht wijzer wordt, of meer wordt overspoeld door meningen en ruis?

Je krijgt meer meningen dus wordt niet echt wijzer.

- Wat mis jij qua diepgang of kennis in het nieuws dat je nu leest of ziet?

Ik mis diepgang in het nieuws, vaak praat ik erover met mn ouders.

Innovatie

- Hoe vernieuwend vind jij nieuwsplatformen op dit moment?

Alle platformen hebben dezelfde basis van hoe een artikel wordt gepresenteerd.

- Wat zou jij graag anders of innovatiever zien in hoe nieuws wordt gebracht?

Ik vind het wel goedzo, focus ook op social media platformen en meer diepgang in de artikelen,

Transparantie

- Vertrouw jij hoe nieuwsplatformen omgaan met hun bronnen en belangen? Waarom wel/niet?

Ik kijk niet naar de bronnen

- Hoe belangrijk vind jij het dat een nieuwsplatform laat zien hoe een verhaal tot stand komt?
De bron vind ik daarentegen wel belangrijk

Eigendom van gegevens

- Ben jij je bewust van hoeveel data nieuwsplatformen van jou verzamelen?

Nee, eigenlijk niet.

- Hoe zou jij willen dat nieuwsplatformen met jouw gegevens omgaan?

Dat ze niet veel van mij weten van de data

Interview 2

Aansprakelijkheid

- Vind jij dat nieuwsplatformen genoeg verantwoordelijkheid nemen voor de juistheid van hun berichten?
Ja dat denk ik wel.
- Wie moet er volgens jou aansprakelijk zijn als er nepnieuws of misleidende informatie wordt verspreid?
De hoofdredactie van het desbetreffend medium.

Concurrentie

- Heb jij het idee dat er nog echte keuze is tussen nieuwsplatformen, of lijken ze allemaal hetzelfde?
De keuze is er wel maar ze brengen allemaal het zelfde nieuws.

- Denk je dat concurrentie de kwaliteit van nieuws beter of juist slechter maakt?
Dat zou in theorie het nieuws beter moeten maken, dat vind ik ook blijken uit de praktijk

Kennis

- Heb je het gevoel dat je via nieuwsplatformen écht wijzer wordt, of meer wordt overspoeld door meningen en ruis?
Ik kijk een beetje door de ruis heen en selecteer zelf waar ik wijzer van wordt.
- Wat mis jij qua diepgang of kennis in het nieuws dat je nu leest of ziet?
Voor diepgang zoek ik andere media als ik daar behoefte aan heb. Voor meer diepgang gebruik ik chat gtp.

Innovatie

- Hoe vernieuwend vind jij nieuwsplatformen op dit moment?
Best vernieuwend want al het nieuws is altijd beschikbaar in tegenstelling tot vroeger. Alles gaat nu heel snel
- Wat zou jij graag anders of innovatiever zien in hoe nieuws wordt gebracht?
Zo veel mogelijk beelden zodat je zelf een betere conclusie kan trekken over een bepaald item

Transparantie

- Vertrouw jij hoe nieuwsplatformen omgaan met hun bronnen en belangen? Waarom wel/niet?
Kranten hebben een voorkeur voor bepaalde bronnen en hebben bepaalde belangen. Maar over het algemeen ga ik daar wel van uit.
- Hoe belangrijk vind jij het dat een nieuwsplatform laat zien hoe een verhaal tot stand komt?
Vind ik niet zo belangrijk, zolang de reportage maar juist is. Alleen weten wat de bronvermelding is.

Eigendom van gegevens

- Ben jij je bewust van hoeveel data nieuwsplatformen van jou verzamelen?
Ja daar ben ik me bewust van.
- Hoe zou jij willen dat nieuwsplatformen met jouw gegevens omgaan?
Ik neem aan dat ze zo zorgvuldig mogelijk met mijn gegevens omgaan

Bijlage C: Poster



Figuur 8 Poster OpenBron

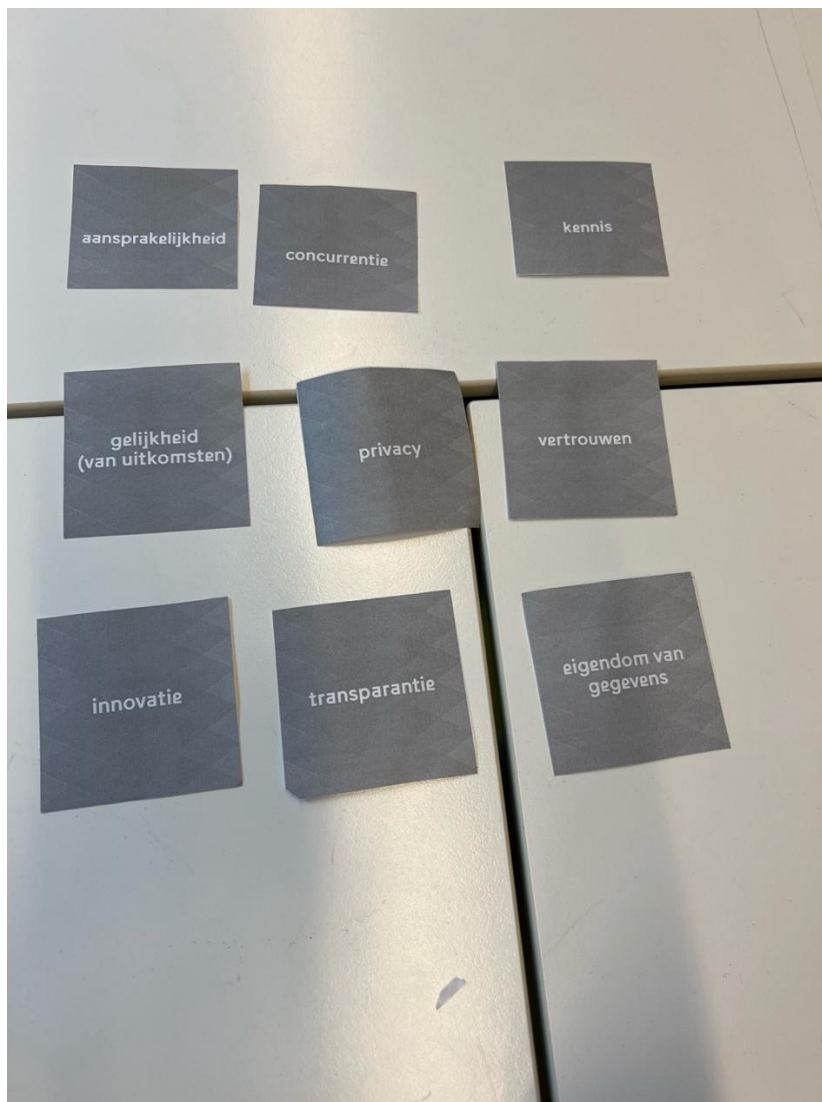
In figuur 8 is de poster van OpenBron te zien wat gepresenteerd is aan Marleen Stikker. Hierin zijn onder andere de waarden te zien die in dit nieuwsplatform verwerkt zullen worden. Wat de doelgroep voor dit nieuwsplatform is. Hoe OpenBron zal zorgen voor een betere nieuwsvoorziening en hoe het nieuwsplatform gedeeld zal worden onder het publiek.

Bijlage D: Logboek

Student	Datum	Wat gedaan?
Danny Kerssens	30-09-2025	Vooronderzoek naar huidige nieuwsplatformen
Niek van den Berg	30-09-2025	Vooronderzoek naar huidige nieuwsplatformen
Vincent van Loon	30-09-2025	Vooronderzoek naar huidige nieuwsplatformen
Danny Kerssens	01-10-2025	Stakeholdersmap gemaakt
Vincent van Loon	01-10-2025	Stakeholdersmap gemaakt
Danny Kerssens	02-10-2025	Interviews afgenomen
Vincent van Loon	02-10-2025	Interviews afgenomen Poster gemaakt
Niek van den Berg	06-10-2025	BCM gemaakt
Vincent van Loon	06-10-2025	BCM gemaakt
Danny Kerssens	07-10-2025	Script video gemaakt en video opgenomen
Vincent van Loon	07-10-2025	Script video gemaakt
Niek van den Berg	07-10-2025	Script video gemaakt
Vincent van Loon	08-10-2025	Businessmodel uitgewerkt in eigendom, financiën, toezicht, missie en netwerken
Niek van den Berg	08-10-2025	Businessmodel uitgewerkt in eigendom, financiën, toezicht, missie en netwerken
Danny Kerssens	09-10-2025	Presentatie gehouden
Vincent van Loon	09-10-2025	Presentatie gehouden Conclusie gemaakt

		Feedback presentatie verwerkt
--	--	-------------------------------------

Bijlage E: Waardeanalyse



Figuur 9 Belangrijke waarden voor het nieuwsplatform

In deze bijlage wordt de waardeanalyse besproken waarin de waarden staan die de nieuwsmakers en de nieuwslezers belangrijk vinden. In figuur 9 is deze waardeanalyse te zien.

De eerste waarde is **aansprakelijkheid**. Op dit moment nemen veel nieuwsplatformen te weinig verantwoordelijkheid voor de juistheid van hun berichtgeving. Wanneer er fouten worden gemaakt, is het vaak onduidelijk wie daarvoor verantwoordelijk is: de journalist die het artikel heeft geschreven of de redactie die het heeft goedgekeurd. OpenBron wil dit verbeteren door duidelijk te vermelden wie het artikel heeft geschreven, welke bronnen zijn geraadpleegd en welke redactionele keuzes zijn gemaakt. Op deze manier wordt de verantwoordelijkheid zichtbaar en wordt de geloofwaardigheid vergroot.

De tweede waarde is **concurrentie**. Binnen de huidige nieuwsvoorziening ligt de nadruk sterk op concurrentie tussen verschillende media. Dit zorgt ervoor dat nieuws vaak gericht is

op snelheid en sensatie in plaats van kwaliteit en diepgang. OpenBron ziet concurrentie niet als iets negatiefs, maar wil deze waarde opnieuw vormgeven door samenwerking en kennisdeling centraal te stellen. Het platform richt zich op co-creatie tussen makers en lezers, waardoor niet alleen de kwaliteit van artikelen toeneemt, maar ook het vertrouwen in de journalistiek versterkt wordt.

De derde waarde is **kennis**. Veel nieuwsberichten bieden te weinig achtergrond en context. Gebruikers krijgen vooral korte updates of meningen, maar missen vaak uitleg over de achterliggende oorzaken of gevolgen van gebeurtenissen. OpenBron wil deze diepgang terugbrengen door achtergrondinformatie en verschillende perspectieven toe te voegen aan elk artikel. Op deze manier krijgen de lezers nog steeds de kans om een mening te vormen, maar kunnen ze deze mening baseren op meer en betrouwbare achtergrondinformatie. Op die manier draagt het platform bij aan een beter begrip van maatschappelijke thema's en bevordert het de kennisdeling tussen makers en lezers.

De vierde waarde is **gelijkheid van uitkomsten**. Nieuwsplatformen gebruiken algoritmes die bepalen welke berichten gebruikers te zien krijgen. Hierdoor ontstaan filterbubbels en krijgen mensen vaak alleen nieuws te zien dat aansluit bij hun eigen overtuigingen. Dit leidt tot ongelijkheid in de informatievoorziening. OpenBron wil dit voorkomen door nieuws chronologisch en zonder algoritmische voorkeuren te tonen. Zo krijgt iedere gebruiker dezelfde informatie en blijft de nieuwsvoorziening eerlijk en gelijkwaardig.

De vijfde waarde is **privacy**. Veel nieuwsplatformen vragen bezoekers om cookies te accepteren en verzamelen op die manier gegevens van gebruikers. Deze data worden niet alleen gebruikt voor analyse, maar ook gedeeld met commerciële partijen zoals Google. Hierdoor verliest de gebruiker de controle over zijn eigen gegevens. OpenBron kiest ervoor om alleen functionele cookies te gebruiken die strikt noodzakelijk zijn voor het functioneren van de website. Gebruikers behouden zo hun anonimiteit en bepalen zelf welke gegevens zij willen delen.

De zesde waarde is **vertrouwen**. In de huidige nieuwsvoorziening neemt het vertrouwen van lezers in de media af, mede doordat niet altijd duidelijk is hoe nieuws tot stand komt. OpenBron wil dit vertrouwen herstellen door volledige openheid te bieden over het redactionele proces. Lezers kunnen zien welke bronnen zijn gebruikt, welke afwegingen zijn gemaakt en waarom een artikel is gepubliceerd. Door deze transparantie wordt het vertrouwen in zowel de journalist als het platform vergroot.

De zevende waarde is **innovatie**. Hoewel nieuwsplatformen technisch steeds verder ontwikkelen, ontbreekt vaak inhoudelijke vernieuwing. Artikelen volgen nog steeds dezelfde structuur en opbouw. OpenBron beschouwt innovatie als een voortdurend proces van verbetering en samenwerking. Het gaat niet alleen om technologische vooruitgang, maar om het vernieuwen van de manier waarop nieuws wordt gemaakt, gecontroleerd en

gepresenteerd. Door de inzet van open netwerken zoals het Fediverse wordt innovatie ingezet om transparantie en samenwerking te bevorderen.

De achtste waarde is **transparantie**. Deze waarde is essentieel binnen OpenBron. In veel bestaande nieuwsorganisaties, zoals de NOS, wordt slechts beperkt inzicht gegeven in hoe een artikel tot stand komt. Vaak wordt gebruikgemaakt van termen als “volgens ingewijden”, zonder dat duidelijk is wie deze bronnen zijn. OpenBron wil hier verandering in brengen door het gehele proces van nieuwsproductie zichtbaar te maken. Van de eerste bron tot de uiteindelijke publicatie wordt getoond welke keuzes de redactie heeft gemaakt en waarom.

De negende waarde is **eigendom van gegevens**. Wanneer een gebruiker een nieuwsplatform bezoekt, verliest hij vaak het eigenaarschap over zijn persoonlijke gegevens. Deze worden beheerd door het platform zelf en kunnen worden gebruikt voor marketingdoeleinden. OpenBron wil dit anders doen door gebruikers eigenaar te laten blijven van hun eigen data. Er wordt duidelijk gecommuniceerd wat er met gegevens gebeurt, en niets wordt gedeeld zonder toestemming van de gebruiker.

Bijlage F: Aanpassingen herkansing

Design gedeelte

- Specifieke voorbeelden met bronnen gegeven waarom transparantie binnen NOS stuk is.
- Definitie van nieuws uitgelegd en het begrip de audience turn in het vooronderzoek.
- In het vooronderzoek de NOS en social media platformen gepakt en beredeneerd wat er stuk is aan die platformen.
- Waardeanalyse kort samengevat bij ideation en niet als apart hoofdstuk
- Hoofdstuk toegevoegd koppeling interviews met waarden
- Poster in de bijlage verwerkt
- Perspectief gebruikers op nieuwsvoorziening opnieuw geformuleerd en aangevuld
- Uitwerking van business model omtrent inrichting van de redactie aangepast
- Connectie met de Fediverse gelegd
- Uitgelegd hoe lezers meningen kunnen vormen, maar met meer achtergrondinformatie in de waardeanalyse.

Economie gedeelte

- Stuk uitgebreid naar ongeveer 2300 woorden
- Missie: Kernzin toegevoegd en uitgebreid
- Netwerken: Rollen van de NVJ en ANP duidelijker uitgelegd en uitgebreid
- Eigendom: Steward owners ship voor OpenBron uitgewerkt en uitgelegd hoe het zeggenschap verdeeld is en uitgebreid
- Toezicht: Afgestapt van boetes en overgestapt naar een kwaliteitsborging voor de auteur en uitgebreid
- Financiën: Uitgelegd wat Openbron met de winst doet en uitgelegd hoe dat ethisch verantwoord is en uitgebreid