



Inleiding

De regionale omroep staat op ooghoogte met het publiek, weet wat er in de regio leeft, waarborgt dat er nieuws en informatie voor iedereen is en versterkt de regionale identiteit. De RPO en de regionale omroepen zetten zich ook in 2023 in voor een breed publiek media-aanbod met een goede nieuwsvoorziening, programma's die mensen informeren, waarin vele geluiden klinken en de regionale identiteit tot haar recht komt. Programma's die verbinden en waarin mensen zich herkennen. Daar werken de meer dan duizend medewerkers van de dertien regionale omroepen met hart en ziel aan.

Het begrotingsjaar 2023 staat in het teken van de uitvoering van ons concessiebeleidsplan (CBP) [Liefde voor de regio](#). Het afgelopen jaar is er door de RPO en de dertien regionale publieke omroepen gewerkt aan de aanscherping en verdieping van dit plan, waarin thema's als digitale transformatie en innovatie een belangrijke rol spelen. In 2023 focust de RPO zich onder meer op het opzetten van een transformatielab: een fysieke en virtuele experimenteerruimte die onze digitale innovatie helpt versnellen. Ook het doorontwikkelen van een gezamenlijke web- en appomgeving past in het digitaliseringsbeleid van de regionale omroepen. Verder zal worden ingezet op het opstellen van een journalistieke kwaliteitsrichtlijn, op opleiding en scholing van journalistiek talent en op de verdere uitwerking van de in april 2022 ondertekende journalistieke alliantie met de NOS.

De regionale publieke omroepen committeren zich gezamenlijk aan het uitwerken van deze activiteiten die vallen onder de zeven strategische prioriteiten die voortkomen uit het [verdiepte en aangescherpte CBP](#) voor de periode van 2022 tot en met 2025:

- Journalistieke kwaliteit verhogen
- Breed en intensief samenwerken
- Digitale transformatie omarmen
- Innovatie samen organiseren
- Werken aan diversiteit en inclusie
- Talenten werven en behouden
- Bereik verbreden en verdiepen

De RPO coördineert de uitvoering van het CBP in samenwerking en overleg met directeuren en hoofdredacteuren van regionale publieke omroepen. Daarnaast vormt de in 2021 met de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) gesloten prestatieovereenkomst een belangrijke richtlijn voor de uitvoering van de activiteiten. De RPO beschrijft in deze begroting voor 2023 op welke wijze de sector invulling geeft aan de gemaakte afspraken.





De politiek speelt een belangrijke rol in de nabije toekomst van de regionale publieke omroep. De aandacht in het coalitieakkoord van Rutte IV voor het versterken van de lokale en regionale journalistiek biedt in regionaal opzicht veel kansen. Zo sluiten de strategische prioriteiten van de regionale publieke omroepen op het gebied van pluriformiteit, samenwerking en het leveren van onafhankelijke, kwalitatieve journalistiek hier naadloos op aan.

De regionale omroepen willen zich in 2023, net als in de afgelopen jaren, inzetten voor de versterking van de lokale journalistiek. In samenwerking met landelijke en lokale omroepen zetten we extra journalisten in om lokaal nieuws te maken en dit nieuws te distribueren via lokale en regionale aanbodkanalen. De technische en journalistieke infrastructuur maken van de dertien regionale publieke omroepen een sterk netwerk van professionele journalistieke organisaties met een groot bereik en vertrouwen van het publiek. Toch staat de financiering van de extra journalisten bij de publicatie van deze begroting nog op losse schroeven voor de lange termijn.

En dat terwijl we een toenemende polarisatie in de samenleving zien: door het innemen en uiten van extreme standpunten komen groepen mensen tegenover elkaar te staan. In dat krachtenveld moeten juist omroepen vanuit hun onafhankelijke journalistieke rol aandacht besteden aan de verschillende partijen met oog voor verbindende elementen in de regio. Regionale omroepen leveren in dat verband in samenwerking met lokale omroepen een belangrijke bijdrage aan het versterken van de lokale journalistiek. Daarbij wordt gebruik gemaakt van het brede bereik en het professionele, betrouwbare imago van de regionale radio, tv en online kanalen. De regionale omroepen hebben zich zoals gezegd daarom in de afgelopen jaren hard gemaakt voor extra lokale journalisten. Een structurele financiering is alleen nog niet toegezegd, waardoor de investeringen in dit project en de daarin opgebouwde kennis verloren dreigen te gaan.

In een tijd waarin de journalistiek onder druk staat door een toename van het aantal bedreigingen, verwachten de regionale publieke omroepen dat de regering haar verantwoordelijkheid zal nemen voor het terugdringen van agressie. De RPO en regionale publieke omroepen committeren zich onverminderd aan het faciliteren van een veilige werkomgeving voor journalisten, onder andere door persveiligheid op te nemen in hun veiligheidsbeleid. Het bewerkstelligen van persveiligheid stelt journalisten in staat hun belangrijke werk in een veilig klimaat te blijven doen en daarmee voldoende tegenwicht te kunnen blijven bieden aan desinformatie en nepnieuws en om verslag te kunnen doen van calamiteiten.

De publieke middelen bieden de financiële zekerheid en continuïteit, maar oplopende inflatie, stijgende energieprijzen en teruglopende reclame-inkomsten kunnen ertoe leiden dat financiële posities en daarmee de basisvoorzieningen van de omroepen steeds verder onder druk komen te staan.

Hoe dan ook, de komende jaren werken de meer dan duizend medewerkers van de regionale omroepen aan een breed regionaal media-aanbod. Onze regiohelden laten wij zien op de foto's in deze begroting.

Hilversum, 14 september 2022

Jan Müller

directeur – bestuurder

Media-aanbod

De regionale omroepen vertolken ook in 2023 een belangrijke rol in onze democratische samenleving. De dertien professionele journalistieke mediaorganisaties zijn geworteld in de maatschappij en zorgen in de regio voor een adequate en betrouwbare nieuws- en informatievoorziening. Ze zijn aanwezig bij bijzondere gebeurtenissen, doen er verslag van en dragen de cultuur uit van hun regio.



De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op het media-aanbod van de regionale omroep.

Afspraak

De RPO legt verantwoording af over de uitvoering van de publieke media-opdracht.

Via een rapportageschema maakt de regionale omroep inzichtelijk dat het media-aanbod van de regionale omroep voldoet aan artikel 2.1 lid 1 a en al van de Mediawet.

Afspraak

Alle regionale publieke media-instellingen (rpmi's) verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.

Via een rapportageschema wordt aangetoond dat het media-aanbod van de regionale omroep actueel is.

Afspraak

Alle rpmi's maken het jaarverslag van de mediaraad openbaar.

De mediaraad van iedere regionale omroep maakt een verslag van zijn activiteiten en dat verslag wordt openbaar gemaakt in het jaarverslag of op de website van iedere regionale omroep.

Evenementen

Omrop Fryslân	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep Gelderland	L1	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal
20	15	10	25	30	20	30	4	15	8	25	20	20	242

Documentaires

Omrop Fryslân	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep Gelderland	L1	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal
30	12	3	5	32	12	20	2	20	3	15	22	3	179

Afspraak

Iedere rpmi verslaat jaarlijks minimaal het aantal evenementen zoals aangegeven in de RPO-begroting, met een minimum van 200 evenementen in totaal per jaar voor alle rpmi's.

De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2023 242 evenementen verslaan.

Afspraak

Iedere rpmi verzorgt jaarlijks minimaal het aantal documentaires zoals aangegeven in de RPO-begroting, met een minimum van 100 documentaires in totaal per jaar voor alle rpmi's.

De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2023 179 regionale documentaires produceren.

Afspraak

De RPO rapporteert over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.

In deze begroting zijn voornemens van regionale omroepen voor onderzoeksjournalistiek beschreven.

Journalistieke kwaliteit verhogen

De journalistieke kwaliteit verhogen door het beter representeren van de pluriformiteit in de regio, het meer verdiepen van regionaal nieuws en het sterker ontkrachten van nepnieuws. Dat is een van de zeven speerpunten voor de verdieping van het CBP.

Ten behoeve van betrouwbare, breed gedragen, pluriforme journalistiek versterken de regionale publieke omroepen de gezamenlijke redactie voor journalistiek onderzoek. Deze onderzoeksredactie is onderdeel van Bureau Regio, de gezamenlijke redactie van de NOS en de regionale omroepen. De RPO zet zich in voor een structurele samenwerking met de NOS, tussen de regionale publieke omroepen onderling en met de lokale publieke omroepen. De regionale publieke omroepen zijn hierin de schakel tussen landelijke en lokale journalistiek, waarbij landelijk nieuws wordt verdiept en lokale journalistiek wordt versterkt. In het hoofdstuk Samenwerking wordt deze samenwerking verder beschreven ([zie pagina 33](#)).

Nieuws, informatie en achtergronden

De maatschappij herpakt zich na een coronacrisis die veel impact heeft gehad. De economische en sociale naweeën zijn voelbaar. De samenleving beweegt. Groepen mensen voelen zich uitgesloten en polarisatie dreigt. Er is een tekort aan betaalbare woningen, de energiekosten stijgen, de stikstofcrisis heeft grote impact en de aansluiting tussen mens en beleid wordt steeds lastiger.

Bij de regionale nieuwsorganisaties staat de mens centraal. Wat zijn de gevolgen van overheidsbesluiten en al die grote en kleine ontwikkelingen op de mensen in de samenleving? Journalisten in de regio geven de mensen een stem en de ontwikkelingen context, waarmee de verbinding wordt gemaakt tussen mensen en beleidsmakers.

Regionale journalisten hebben niet alleen oog voor de problemen van mensen, ze hebben ook aandacht voor hun ideeën en oplossingen. Ze besteden aandacht aan verschillende partijen en standpunten en hebben oog voor wat partijen van elkaar scheidt, maar ook voor wat hen verbindt. De regionale omroepen geven het nieuws een menselijk gezicht door onderwijzers, landbouwers, verpleegkundigen, ondernemers en anderen aan het woord te laten. De omroep geeft hen een stem waardoor ze zich gezien en gehoord voelen. Het publiek ervaart de impact van een nieuwsgebeurtenis door de ogen van mede-inwoners. De verslaggevers staan aan het ziekenhuisbed, kijken mee in de schoolklas, voelen de wanhoop van ondernemers, bezoeken de lege theaterzalen en laten de gevolgen zien van de corona-epidemie op de verpleegafdelingen.



Nieuws, informatie en achtergronden

RTV Oost rekent het tot zijn publieke taak en verantwoordelijkheid te voorkomen dat de berichtgeving polarisatie aanwakkert. De omroep zet in op constructieve journalistiek, wat onder meer inhoudt dat RTV Oost niet de scherpte van het debat zoekt, maar in samenspraak met maatschappelijke organisaties én betrokken burgers de hete hangijzers in de samenleving analyseert en verkent welke oplossingsrichtingen er mogelijk zijn. Waar inhoudelijke samenwerking op professioneel niveau mogelijk is, trekt RTV Oost hierin samen op met lokale omroepen in Overijssel. Zo is voor 2023 met ITwente in Enschede een project voorzien rond de maatschappelijke consequenties van de dreigende energiearmoede.

Omroep Brabant geeft het stille midden een stem om polarisatie tegen te gaan. Tijdens de coronacrisis heeft Omroep Brabant bewust beide zijden van het spectrum geportretteerd, maar ook bij de berichten over de stikstofcrisis geeft Omroep Brabant een stem aan alle kanten: pro boer en pro overheid. Omroep Brabant toont zich

daarbij kritisch op beide kanten en op de juistheid van de informatie, bijvoorbeeld door een artikelreeks met als strekking: De overheid/de boeren beweren x, maar klopt dat wel? Daarnaast organiseert Omroep Brabant een debatreeks over relevante maatschappelijke thema's, waar juist de stem van de 'gewone' Brabander gehoord mag worden.

Omroep Gelderland besteedt ook in 2023 speciale aandacht aan de verhalen van burgers die stuklopen op instanties en aan de positie van de boeren die in de regio een prominente plek innemen.

Een nieuw programma van Omrop Fryslân is de Thúsakademy. Met speciale colleges brengt de Omrop de wetenschap op een toegankelijke manier in de huiskamers. In 2023 wordt daarbij ingezoomd op de klimaatproblematiek; water, stikstof en natuur.



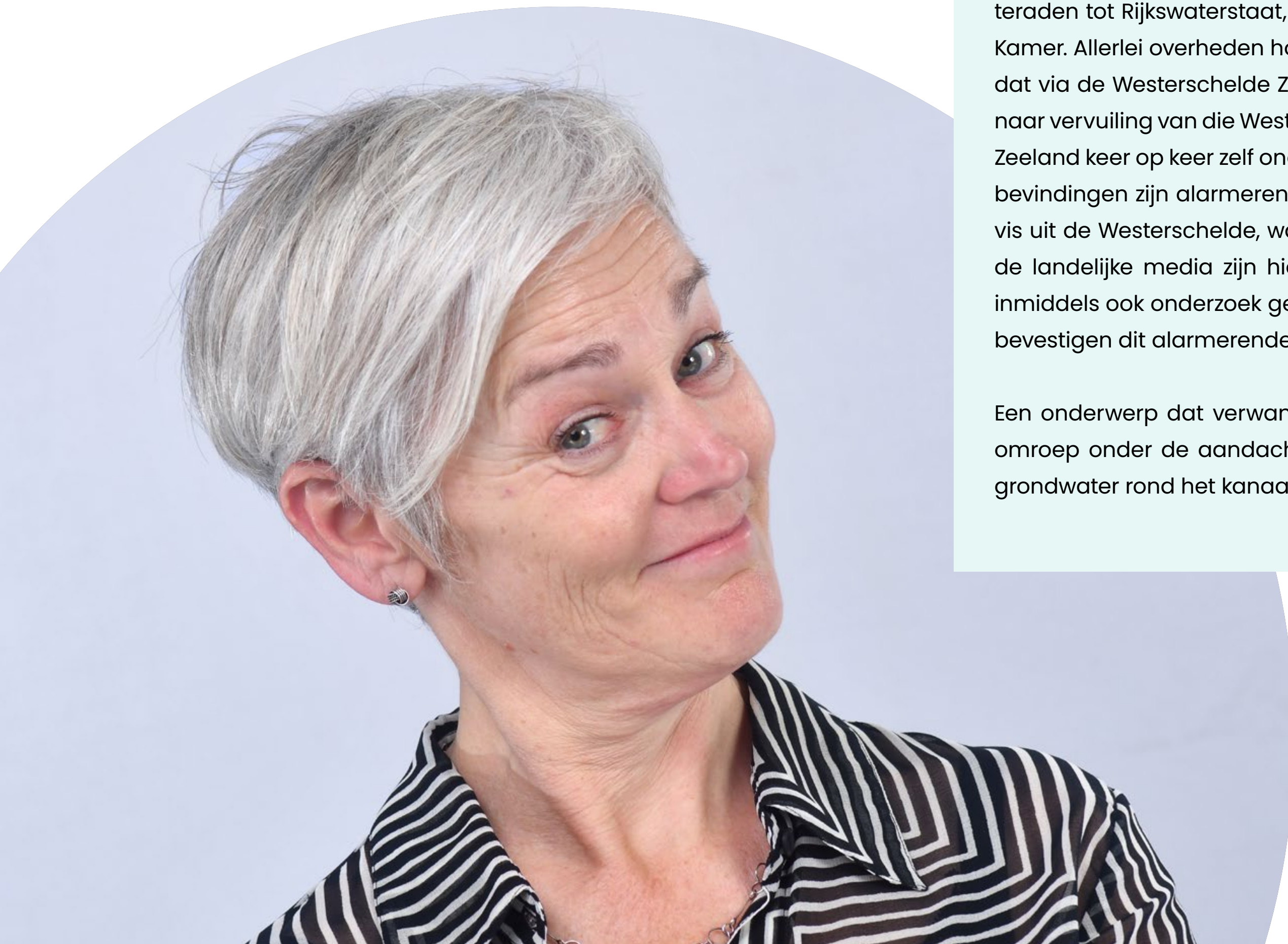
Journalistiek onderzoek

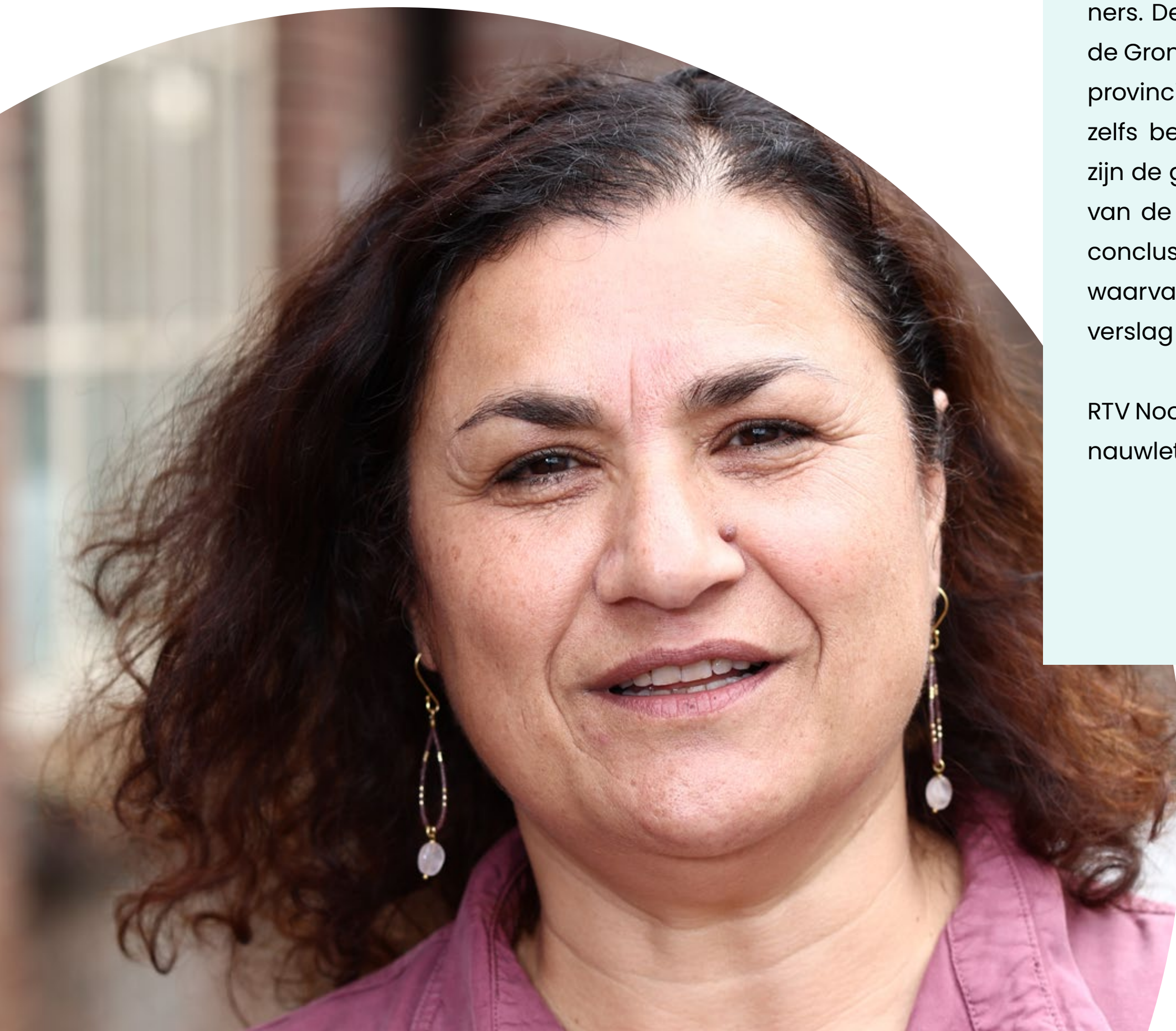
Voor Omroep Zeeland blijft de chemische stof PFAS een belangrijk onderwerp voor journalistiek onderzoek. Dit dossier dat door Omroep Zeeland onder de aandacht is gebracht, is tot op de dag van vandaag één van de grootste dossiers in de Zeeuwse politiek. Van gemeenteraden tot Rijkswaterstaat, van de Provincie Zeeland tot de Tweede Kamer. Allerlei overheden houden zich bezig met het vervuilde water dat via de Westerschelde Zeeland instroomt. Aanvullend onderzoek naar vervuiling van die Westerschelde blijft uit. Daarom doet Omroep Zeeland keer op keer zelf onderzoek en laat onder meer vis testen. De bevindingen zijn alarmerend. Een toxicoloog waarschuwt: "Eet geen vis uit de Westerschelde, waarden PFAS veel te hoog". De politiek en de landelijke media zijn hierdoor wakker geschud. Het RIVM heeft inmiddels ook onderzoek gedaan. De uitkomsten van dat onderzoek bevestigen dit alarmerende beeld.

Een onderwerp dat verwant is aan dit dossier en dat ook door de omroep onder de aandacht is gebracht, is de PFAS waarde in het grondwater rond het kanaal van Gent naar Terneuzen.

Uit het onderzoek van de omroep, samen met de Vrije Universiteit van Amsterdam, blijkt dat de waarden van bepaalde PFAS-soorten in het grondwater rond het kanaal vrijwel even hoog zijn als in het kanaal. Voor zowel betrokkenen als politici is dit de bevestiging dat er water onder de damwanden doorkomt. Bewoners en boeren in en rond Sluiskil hebben al jaren last van een hoge grondwaterstand met schade aan woningen en gewassen tot gevolg. Tot nu toe ontkent Rijkswaterstaat dat er sprake is van lekkage, maar de PFAS-waarden tonen iets anders aan. Omroep Zeeland blijft deze ontwikkelingen kritisch volgen.

Omroep Flevoland start een langlopend project samen met Fontys Hogeschool over de rol van het waterschap en haar gekozen vertegenwoordigers. Dit gebeurt in de aanloop naar de waterschapsverkiezingen van 2023. De omroep bezit een eigen onderzoeksredactie die een aantal projecten heeft uitstaan. Een onderdeel hiervan zijn redacteurs die zich hebben gespecialiseerd in procedures zoals de Wet Open Overheid (WOO). Het gaat over projecten die soms vele maanden lopen en in sommige gevallen zelfs jaren.





Provinciale statenverkiezingen

In 2023 zijn er Statenverkiezingen. RTV Noord besteedt hier vanuit een regionale invalshoek ruim aandacht aan. Anders dan in sommige andere provincies mag het overkoepelende bestuur van Groningen zich nog verheugen in een redelijk grote belangstelling van de inwoners. Deels is dat het gevolg van de sterk gevoelde identiteit onder de Groningers, deels vloeit dat voort uit de actuele kwesties die in de provincie spelen en waarop het provinciebestuur een sterke en soms zelfs bepalende invloed uitoefent. De belangrijkste ontwikkelingen zijn de gaswinning, de aardbevingsproblematiek en de afhandeling van de schade als gevolg van bodemdalingen. Mogelijk zullen de conclusies van de Parlementaire Enquête die dit jaar plaatsvindt –en waarvan RTV Noord dagelijks en continu via de verschillende kanalen verslag doet– leiden tot beleidswijzigingen.

RTV Noord zal die consequenties in kaart brengen en het vervolg erop nauwlettend blijven volgen.

De plannen van het kabinet die moeten leiden tot een sterk verminderde uitstoot van stikstof door de agrarische sector vormen eveneens een belangrijk punt van aandacht voor RTV Noord. Naar het zich nu laat aanzien zullen deze plannen en de daaropvolgende protesten vanuit de sector een grote invloed hebben op de Statenverkiezingen, met wellicht grote politieke verschuivingen. RTV Noord zal in de aanloop naar de verkiezingen uitgebreid op deze en andere thema's die van belang zijn ingaan, met nieuws, achtergronden, duiding en opinievorming.

Ook Omroep West besteedt vanuit een regionale invalshoek ruim aandacht aan de komende verkiezingen voor Provinciale Staten en Waterschappen. Er wordt gewerkt aan ideeën over een media-brede samenwerking met de lokale partners en de omroep. Jongeren worden hierbij nadrukkelijk betrokken.

Tot de initiatieven behoren: het organiseren van lokale debatten, het laten rijden van een verkiezingsbus door de regio, de inzet van de tool 'Rake Vragen' voor de interactie met het publiek, het houden van peilingen en het stimuleren tot deelname aan de verkiezingen.

Cultuur, documentaires en evenementen

De regionale omroepen hebben ook het komende jaar een ruim aanbod van onderhoudende, culturele en informatieve programma's. Het toont en versterkt de regionale identiteit. Documentaires vertellen de specifieke verhalen uit de regio. Ook het laten zien en horen van evenementen versterkt de regionale cultuur.

De maatregelen tegen corona hebben invloed gehad op de productie van programma's, documentaires en evenementen. De regionale omroepen houden er rekening mee dat corona ook in de komende periode nog een stempel kan gaan drukken op de samenleving. De lessen die geleerd zijn in de afgelopen periode zullen dan ook in de komende jaren worden toegepast, wanneer dat nodig is, zoals onder meer blijkt uit de voorbeelden van Omrop Fryslân en Omroep Brabant in het kader over evenementen op pagina 12.

Diversiteit

Het regionale media-aanbod weerspiegelt de regionale identiteit. Diversiteit in de regio is daar een onderdeel van, met regionale verschillen. Zo wordt in een aantal regio's Ketikoti uitgebreid gevierd en in andere provincies het lichtjesfeest Diwali, of de Pride.

Diversiteit media-aanbod

Het beleid van RTV Utrecht is erop gericht een betere afspiegeling te tonen van de diversiteit in de stad en provincie. De omroep zet zich ervoor in om meer verhalen uit de regio te brengen en vaker in te zoomen op de vele culturen die in Utrecht zijn vertegenwoordigd.

In 2023 start RTV Utrecht bijvoorbeeld met een serie korte tv- en online programma's onder de titel Vier de dag. Dit zijn verhalen rond bijzondere dagen in verschillende culturen. Alleen al in de stad Utrecht wonen mensen met 170 verschillende nationaliteiten. Via de feest- of gedenkdagen uit verschillende windstreken, maken mensen kennis met elkaar en de bijpassende rituelen.

De serie is in 2022 ontwikkeld in samenwerking met de lokale omroep Utrecht en U in de Wijk, een organisatie die vanuit vijf Utrechtse wijken community TV maakt en dat wordt in 2023 voortgezet. De korte programma's worden behalve via de regionale tv-zender natuurlijk ook online gedistribueerd en zijn dan gekoppeld aan een kalender.

Het media-aanbod van Rijnmond heeft ook het komende jaar een ruim aanbod van onderhoudende, culturele en informatieve programma's. Het toont en versterkt de regionale identiteit. Documentaires vertellen de specifieke verhalen uit de regio. Het laten zien en horen

van evenementen versterkt de regionale cultuur. De omroep brengt twee kenmerkende aspecten van Rotterdam dicht naar het publiek: diversiteit en de haven. Dat doet Rijnmond door ook in 2023 groots in te zetten op alle kanalen met onder andere het Zomercarnaval en de Wereldhavendagen. Ook in de rest van de regio laat Rijnmond zich zien en horen. Het radioprogramma Dwars Door Rijnmond doet haar naam eer aan door dagelijks vanaf een locatie in de regio drie uur live uit te zenden. De locaties die worden bezocht zijn breed uitgesmeerd over de veelzijdigheid en veelkleurigheid van de bevolking: van Ketikoti tot het Suikerfeest; van de Fokveedag tot de campingtour in de zomer.

Omroep Brabant benut tools (panels, vraaggesprekken) om zicht te houden op de diversiteit in Brabant. De omroep vertaalt dit naar een programma-aanbod met aandacht voor diverse communities en identiteiten, waaronder LHBTI+ in bijeenkomsten (zoals de Fontys Collegetour), informatieve programma's, evenementen (zoals de Pride Week) en documentaires. Aan de basis ligt het inclusiviteitsbeleid van Omroep Brabant.

Cultuur

Het cultuurprogramma Culture Club is inmiddels een vast onderdeel van de programmering van NH Media. Het programma brengt reportages over alle kunstdisciplines met de online focus voor het publiek op 'wat kan ik dit weekend gaan doen?'. Voor geschiedenis is uitgebreid aandacht in De Verdwenen stad (in 2023 in het teken van Haarlem) en Ons Dorp, waarin bijzonder beeldarchief centraal staat.

De Friese muziek hoort bij Omrop Fryslân. De omroep is de enige zender waar Friese muziek wordt gedraaid. Het draagt bij aan het profiel als Friese omroep. Het gaat hierbij niet alleen om het draaien van de muziek, maar ook om de verhalen die daar achter zitten.

De (Friese) livemuziek heeft een vaste plek bij Noardewyn (Live). Dit programma wordt op radio, televisie en online uitgezonden. De verbinding met het publiek wordt onder andere gezocht via de speciale programmapagina's op Facebook en YouTube.

Muziek is één van de onderscheidende elementen van de Limburgse cultuur. Met name op het gebied van harmonie, fanfare (hafa) en koren wil en kan LI een grote rol spelen. De traditie om zeer regelmatig in de hele provincie opnames te maken van muziekluitvoeringen zet de Limburgse omroep voort. Alle hafa-programma's op radio en tv worden sinds 2019 onder dezelfde vlag uitgezonden: Blaaskracht.

Ook Limburgse popmuziek krijgt aandacht, waarvoor LI samenwerkt met Stichting Pop in Limburg. Gezamenlijk reiken ze jaarlijks de Limburgse Poprijzen uit. En LI maakt regelmatig een podcast over popmuziek, een goed platform om jongeren en geïnteresseerden in popmuziek te bereiken.

Muziek uit de regio is ook bij RTV Drenthe goed vertegenwoordigd in het radio- en tv-programma Djammen, waar beginnende muzikanten en gevestigde artiesten een plek hebben. Alle muzieksoorten zullen ook in 2023 aan bod komen: van hip-hop, blues, country, rock 'n roll tot aan rap. Als het maar uit Drenthe komt! Een jaarlijks muzikaal hoogtepunt is het Drèents liedtiesfestival. Een live muziekfestival à la Eurovisie, maar dan met Drentse artiesten. RTV Drenthe is aanwezig op Drentse muziekfestivals met landelijke en internationale uitstraling, zoals het Holland International Blues Festival Grolloo en het Hello festival in Emmen.

De Drentse muziek zou aanvankelijk in 2022 een boost krijgen met twee 24 uur online muziekplatformen Radio Dreents met Drentstalige muziek en Blues radio Drenthe met aandacht voor de Drentse Blues. De kanalen ontsluiten ook het grote muzikale archief van Radio Drenthe voor het publiek. De aanvraag heeft in 2021 een positief advies gekregen van de Raad voor Cultuur en het Commissariaat voor de Media. Het wachten is nog op de goedkeuring van deze aanvraag door het ministerie van OCW.





Documentaires

RTV Oost heeft de keuze gemaakt met name te investeren in een sterke basisnieuwsvoorziening. RTV Oost is, gezien de beschikbare middelen, genoodzaakt terughoudend te zijn in het financieren van regionale documentaires. Toch is er ook in 2023 voorzien in een aanbod van producties die voldoen aan de RPO-definitie van documentaire. Bij voorstellen voor een documentaire of programmareeks hanteert de omroep als voorwaarde dat de productie op zijn minst een sterke online spin-off moet hebben. Liever nog is er sprake van een onlineconcept met een vertaling naar televisie.

Voorstellen voor documentaires en externe producties beoordeelt de omroep op journalistieke en artistieke kwaliteit en de relevantie voor de inwoners in Overijssel. Zo is RTV Oost mediapartner in het ambitieuze cultuurproject *Gelijk Spel*, de zoektocht in Overijssel naar een inclusieve samenleving in theaterproducties, debatten, community-art en audiovisuele producties, waaronder een documentairereeks rond de Zwolse rapper Typhoon. Het project krijgt in 2023 een vervolg.

Voor dit soort kostbare producties trekt RTV Oost graag samen op met andere regionale en landelijke omroepen. Dit leidde bijvoorbeeld in samenwerking met Omroep Gelderland tot een documentaire rond PHION, het orkest dat voortkomt uit een fusie tussen het Gelders Orkest en Het Orkest van het Oosten. Ten tijde van het opstellen van deze bekostigingsaanvraag zijn producties in voorbereiding rond de rietsnijderscultuur in de Kop van Overijssel en wordt geprobeerd met een externe producent als initiatiefnemer de financiering rond te krijgen van een meerjarig project over een talentvolle wielrenner en zijn obstakels op weg naar de top. Verschillende fondsen hebben een bijdrage toegezegd.

Omroep Zeeland hecht veel waarde aan regionale documentaires en vindt de ontwikkeling en realisatie van kwalitatief hoogstaande producties van belang, omdat deze de identiteit van de regio versterken en bijdragen aan vergrote betrokkenheid en bewustwording van haar inwoners. Om hier vorm en inhoud aan te geven heeft Omroep Zeeland

al in 2010 de 'Zeeuwse Documentaireweek' in het leven geroepen. In deze laatste week van het jaar zendt Omroep Zeeland, inmiddels traditioneel, dagelijks een recente Zeeuwse documentaire uit en biedt zo een duidelijk en herkenbaar platform voor Zeeuwse documentairemakers en/of producties die de regio raken. Door het uitzenden van documentaires worden deze producties lineair, maar ook via de uitzending gemist-optie gedurende een bepaalde periode on demand, voor een breed publiek ontsloten.

Daarnaast maakt Omroep Zeeland structureel ruimte vrij voor de ondersteuning van documentairemakers en neemt de omroep zelf initiatief voor de ontwikkeling van regionale documentaires. Omdat eigen middelen beperkt zijn en externe gelden voor de productie van documentaires sterk zijn afgenomen sinds de verdwijning van het Mediafonds, zoekt Omroep Zeeland actief naar mogelijkheden voor landelijke en regionale coproducties, om zo bij te kunnen blijven dragen aan de realisatie van regionale documentaires.

Evenementen

Omroep Gelderland is –ijs en weder dienende– in 2023 weer aanwezig bij belangrijke jaarlijkse evenementen in de regio, zoals de Nijmeegse Wandelvierdaagse, Zevenheuvelenloop, Airborne wandeltocht, Zwarte Cross, Market Garden, Mañana Mañana, Carnaval en corso's, maar ook bij belangrijke regionale sportevenementen.

Met de organisatie van Zomer in Gelderland zet de omroep in samenwerking met lokale organisaties en gemeenten iedere zomer weer zelf een aansprekend evenement neer. Gedurende een aantal zomerweken trekt de karavaan van Omroep Gelderland langs dorpen en steden die met elkaar de strijd aangaan om de titel 'de mooiste plaats van Gelderland'. In dit multimediale concept komen veel ambities samen: de ontmoeting tussen en met inwoners van de regio, de maatschappelijke verbinding en de trots op de eigen identiteit. Het evenement wordt gedragen door de gemeenschap en trekt ieder jaar weer een groot publiek dat zich vol enthousiasme inzet om een waar zomerfeest voor de hele gemeenschap te bouwen. In de komende jaren gaat Omroep Gelderland dit succesvolle multimediaconcept verder uitbouwen. In het najaar van 2023 wordt, samen met een aantal andere regionale omroepen, een Streeksongfestival gepland.

Omrop Fryslân heeft in 2021 geëxperimenteerd met een alternatief programma in de zomerperiode: Simmer yn Fryslân. Dit omdat een groot aantal reguliere evenementen vanwege corona verviel. Dit experiment is bijzonder goed aangeslagen bij het publiek zodat dit als alternatief scenario, in het geval van opnieuw opspelen van corona, ingezet kan worden.

Omroep Brabant is in staat snel te schakelen als corona weer opspeelt. Voor Carnaval, als belangrijkste evenement in het griep/corona seizoen, liggen verschillende scenario's klaar. Van een online opening van Carnaval (300 huiskamers via zoom) tot een live bijeenkomst (3000 mensen in een tent) en alles wat daartussen zit.

Aanbodkanalen

Het media-aanbod van de regionale omroep moet voor iedereen vrij toegankelijk zijn. Toegankelijkheid is ook een vereiste om invulling te kunnen geven aan de calamiteitentaak van de regionale omroep. Verspreiding van het media-aanbod vindt in ieder geval plaats via de aanbodkanalen die door de minister van OCW daartoe zijn goedgekeurd. In de RPO-begroting 2023 is het overzicht van deze aanbodkanalen opgenomen. Het regionale aanbod vindt ook via aanbodkanalen en platformen van anderen de weg naar het publiek; bijvoorbeeld via de samenwerking met de NOS, omroep MAX en de samenwerking met lokale omroepen. De inzet van eigen kanalen en platformen van anderen is onderdeel van de distributiestrategie die in hoofdstuk 3 wordt toegelicht.

Het wachten is nog op de goedkeuring van de aanvraag van de nieuwe aanbodkanalen van RTV Drenthe, zoals opgenomen in de RPO Begroting 2021. Hopelijk komt deze goedkeuring van het ministerie van OCW voor 2023.

Verantwoording

De regionale omroepen leggen verantwoording af over hun bijdrage aan de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau. Daarvoor maken de regionale omroepen onder meer gebruik van de afspraken die gemaakt zijn in de prestatieovereenkomst. Verantwoording vindt plaats via de jaarverslagen van de RPO en van de regionale omroepen.

De regionale mediaraad heeft een rol in de vaststelling en verantwoording van het media-aanbodbeleid van de regionale omroep. De mediaraad representeert maatschappelijke, culturele en geestelijke stromingen, het maatschappelijk achterveld, de geografische spreiding en doelgroepen van het media-aanbod. De mediaraad stelt het media-aanbodbeleid van de omroep vast en evalueert het. De mediaraad doet ook jaarlijks verslag van de uitvoering van het beleid en dat verslag wordt openbaar gemaakt. De RPO moedigt kennisdeling aan en organiseert hiervoor jaarlijks bijeenkomsten met raden van toezicht en mediaraden van de regionale publieke omroepen, zoals is vastgelegd in de verdieping van het CBP.

De regionale mediaraad

De mediaraad van RTV Drenthe heeft de volgende voornemens:

- In 2023 zal de mediaraad opnieuw een avond organiseren om een breder publiek te consulteren over het media-aanbod van RTV Drenthe. In september 2019 is dit voor de eerste keer gebeurd, maar een herhaling in 2020 was helaas onmogelijk door de coronacrisis. In het najaar van 2021 heeft een tweede bijeenkomst plaatsgevonden. Deze bijeenkomst met vertegenwoordigers van de agrarische sector was een groot succes. Enerzijds wilde de mediaraad hiermee de band met haar achterban versterken, anderzijds zou hiermee ook de doelstelling ‘optreden als klankbord tussen RTV Drenthe en haar achterban’ worden gerealiseerd. Een werkgroep trof de voorbereidingen en onder leiding van een gespreksleider van buiten discussieerden ongeveer 50 aanwezigen met de programmaleiding over het media-aanbod van RTV Drenthe.
- Elke vergadering schuift er een medewerker van RTV Drenthe aan die vanuit zijn of haar functie vertelt over de werkzaamheden bij de omroep. Hierdoor krijgen de leden van de mediaraad een beter beeld bij de dagelijkse praktijk en van het werk op de verschillende afdelingen van RTV Drenthe.
- Een keer per jaar krijgen de leden van de mediaraad ook een uitgebreide toelichting op de bereikcijfers van de omroep. Uitgesplitst in de verschillende portals als nieuwe media, radio en tv.

- Voor elke vergadering wordt er als ‘huiswerk’ een kijk- of luisteropdracht meegegeven aan de leden van de mediaraad. In de vergadering vindt dan een grondige evaluatie plaats van het gekozen programmaonderdeel.
- Elk nieuw lid van de mediaraad loopt een dag mee bij RTV Drenthe om enig inzicht te krijgen in de bedrijfsvoering. Zo’n meeloopdag wordt na een paar jaar –of op verzoek eerder– herhaald.

RTV Oost en haar mediaraad staan voor een inclusieve samenleving. Wat wil zeggen dat iedereen die zich thuis voelt in Overijssel zichzelf moet kunnen herkennen in een media-aanbod dat recht doet aan het brede spectrum aan politieke voorkeuren, geloofsovertuigingen, sociaal-maatschappelijke achtergronden en etniciteit. De omroep is nadrukkelijk geen doelgroepen-zender. Ze wil verkokering in de maatschappij juist doorbreken, door interactie mét het publiek en tussen het publiek onderling aan te jagen, zowel op de onlinekanalen (sociale media) als op locatie in de provincie (‘meetups’).

De mediaraad wil zodanig functioneren dat het voor bestuur en hoofdredacteur motiverend en waardevol is om hun werk en beleid toe te lichten, te bediscussiëren, voor feedback voor te leggen en waar nodig vast te stellen.

Bereik

De regionale omroep is er ook in 2023 voor iedereen met interesse in de eigen regio en zet zich ervoor in om verschillende doelgroepen te bereiken met haar pluriforme media-aanbod. In de afgelopen jaren is het bereik stabiel. Het jaarbereik van de regionale omroepen is gemiddeld 80% van het publiek in de verzorgingsgebieden. De regionale publieke omroepen richten zich op het behouden van bestaande en aanspreken van nieuwe doelgroepen, onder meer door in te zetten op het bereiken van meer diverse doelgroepen. Om dit te realiseren is het nodig om meer kennis over de diverse groepen te ontwikkelen.



De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op het bereik van de regionale omroep.

Afspraak

De RPO legt over de uitvoering van de samenhangende distributiestrategie verantwoording af.

Jaarlijks wordt voor de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie opgesteld. De rpmi's nemen deze distributiestrategie over in hun eigen begroting en maken deze 'op maat' voor de eigen situatie. De distributiestrategie van de regionale omroep is opgenomen in hoofdstuk 3 van deze bekostigingsaanvraag.

Afspraak

Het landelijk gemiddelde totaalbereik van de regionale omroepen is aan het einde van de tweede planperiode van de concessie (eind 2025) gemiddeld toegenomen ten opzichte van de eerste planperiode.

In 2021 is het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle regionale omroepen op onafhankelijke wijze door Motivaction gemeten. Dit totaalbereik geldt als nulmeting voor de prestatieafpraak.

Afspraak

De RPO rapporteert over het totaalbereik van de rpmi's uitgesplitst naar leeftijdscategorieën: 18-30, 31-44, 45-59, 60-75 jaar.

De RPO rapporteert hierover zoals dit op onafhankelijke wijze door Motivaction gemeten wordt.

Afspraak

De rpmi's worden door de gebruikers ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

De regionale omroep wordt door de gebruikers herkend als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

Afspraak

De landelijk gemiddelde waardering die de gebruikers de aanbodkanalen van de regionale omroepen geven is per jaar tenminste een 7,1.

De RPO streeft naar een gemiddelde waardering van de aanbodkanalen van de regionale omroepen van tenminste een 7,1 per kanaal (radio, tv en online) in 2023, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.

Bereik verbreden en verdiepen

Met de inzet van data-analyse krijgen de regionale publieke omroepen beter zicht op wat de doelgroepen beweegt, op welke wijze zij zich laten informeren over nieuws en gebeurtenissen en in welke mate zij zich gerepresenteerd (blijven) voelen door de regionale publieke omroepen.

In 2023 bouwt een gezamenlijk datateam verder aan deze centrale organisatie die de hoofdredacteurs en de directeurs voedt met informatie uit de verschillende onderzoeken voor een gezamenlijke datastrategie voor de regionale kanalen. Het datateam helpt de omroepen om de cijfers eenduidig te analyseren en te gebruiken voor het afstemmen en verspreiden van hun aanbod op de verschillende kanalen en om dit aanbod te laten aansluiten op de behoefte van het (eigen) publiek. Het datateam analyseert ontwikkelingen en trends in het mediagebruik om de omroepen te inspireren daarop in te spelen. Het team staat onder leiding van de projectmanager Digitale Innovatie. Het datateam bestaat uit specialisten van alle omroepen die deels voor het collectief werken.

Onafhankelijk onderzoek

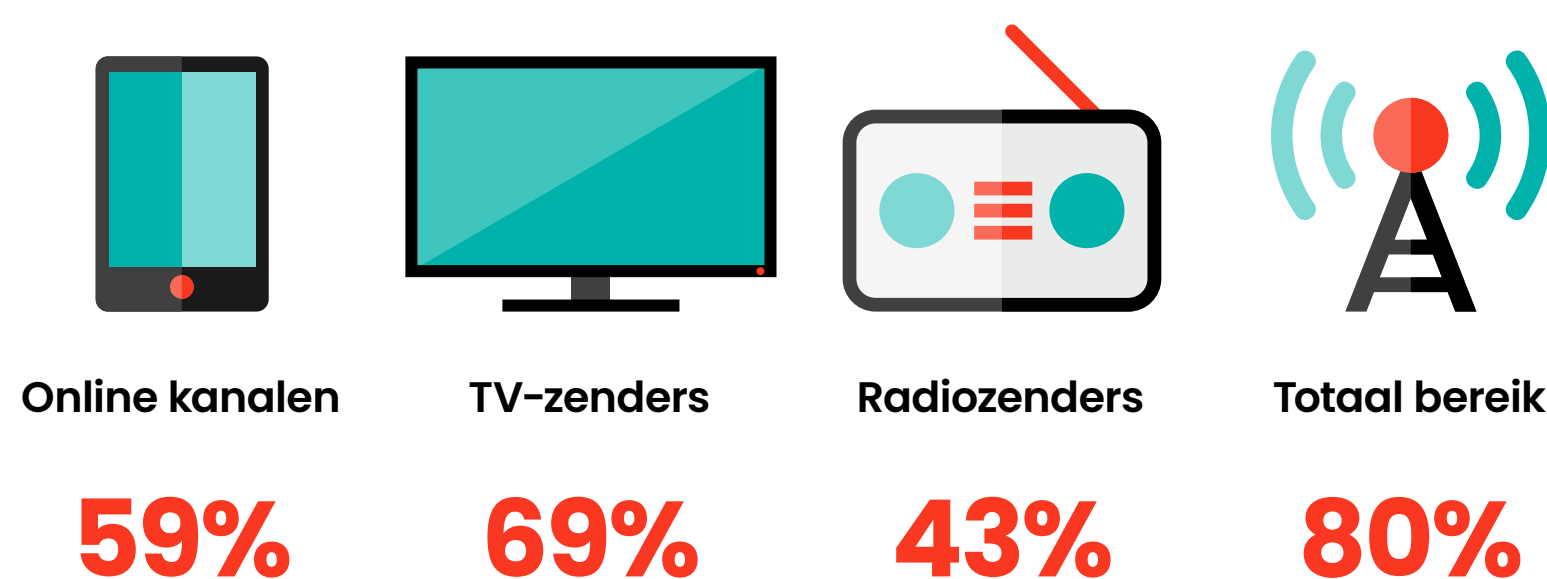
In 2023 nemen de regionale omroepen deel aan het Nationaal Media Onderzoek (NMO) online bereiksonderzoek. Het NMO Online bereiksonderzoek wordt, vergelijkbaar met Stichting Kijk Onderzoek (SKO) en Nationaal Luister Onderzoek (NLO), gebruikt voor de reclameverkoop. Het biedt ook inzicht in het gebruik van de websites en apps van de regionale omroepen in verschillende doelgroepen op basis van leeftijd, bijvoorbeeld jongeren. Naast het online bereik gaan ook het televisiebereik (SKO) en het radiobereik (NLO) deel uit maken van het NMO.

Het onderzoek naar de prestaties van regionale omroepen wordt sinds 2013 door onderzoeksbureau Motivaction uitgevoerd. De opzet kent een grote continuïteit, waardoor bereik en waardering sinds het begin op vergelijkbare en consistente manier gerapporteerd worden. Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.560 respondenten per jaar per verzorgingsgebied, zodat er betrouwbare gegevens zijn per gebied. De totale steekproef voor het hele land bestaat jaarlijks uit 20.280 respondenten. Het bereik en de waardering van de omroepen worden sinds 2019 continu, alle weken van het jaar, gemeten. De nieuwe opzet is in 2020 gemonitord en waar nodig bijgesteld. Het jaar 2021 is de nulmeting voor de bereiksdienststelling.

Bereik

De regionale omroep heeft voor 2023 de doelstelling om het bereik minimaal te handhaven op het niveau van 2021. De doelstelling aan het eind van de concessieperiode is dat het gemiddelde bereik over de jaren 2022, 2023, 2024 en 2025 hoger ligt dan in 2021.

Bereiksdienststelling regionale omroep



Bron: Bereiksonderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar.
Online kanalen zijn website, app en sociale media

De regionale omroep streeft voor 2023 naar 1,4 miljard online bezoeken aan de eigen web- en app-platformen.

De regionale omroepen worden door een ruime meerderheid van het publiek ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel, zo wijst het Motivaction onderzoek naar het bereik en de waardering uit. De regionale omroep zet ook in 2023 in op behoud van zijn sterke regionale, betrouwbare en betrokken profiel en zal hierover verantwoording afleggen in zijn jaarverslag.

Distributiestrategie

De samenhangende distributiestrategie wordt ook in 2023 ingezet om het bereik te verbreden en te verdiepen. Regionale publieke omroepen willen de toegankelijkheid van content voor alle doelgroepen (inclusief laag- en ongeletterden) vergroten in een intuïtief te gebruiken digitale omgeving. Regionale omroepen vergroten mogelijkheden tot interactie met het publiek op digitale platforms en waarborgen daarbij een veilige sfeer, onder andere met behulp van moderatie.

Marktanalyse

Ontwikkelingen internationaal

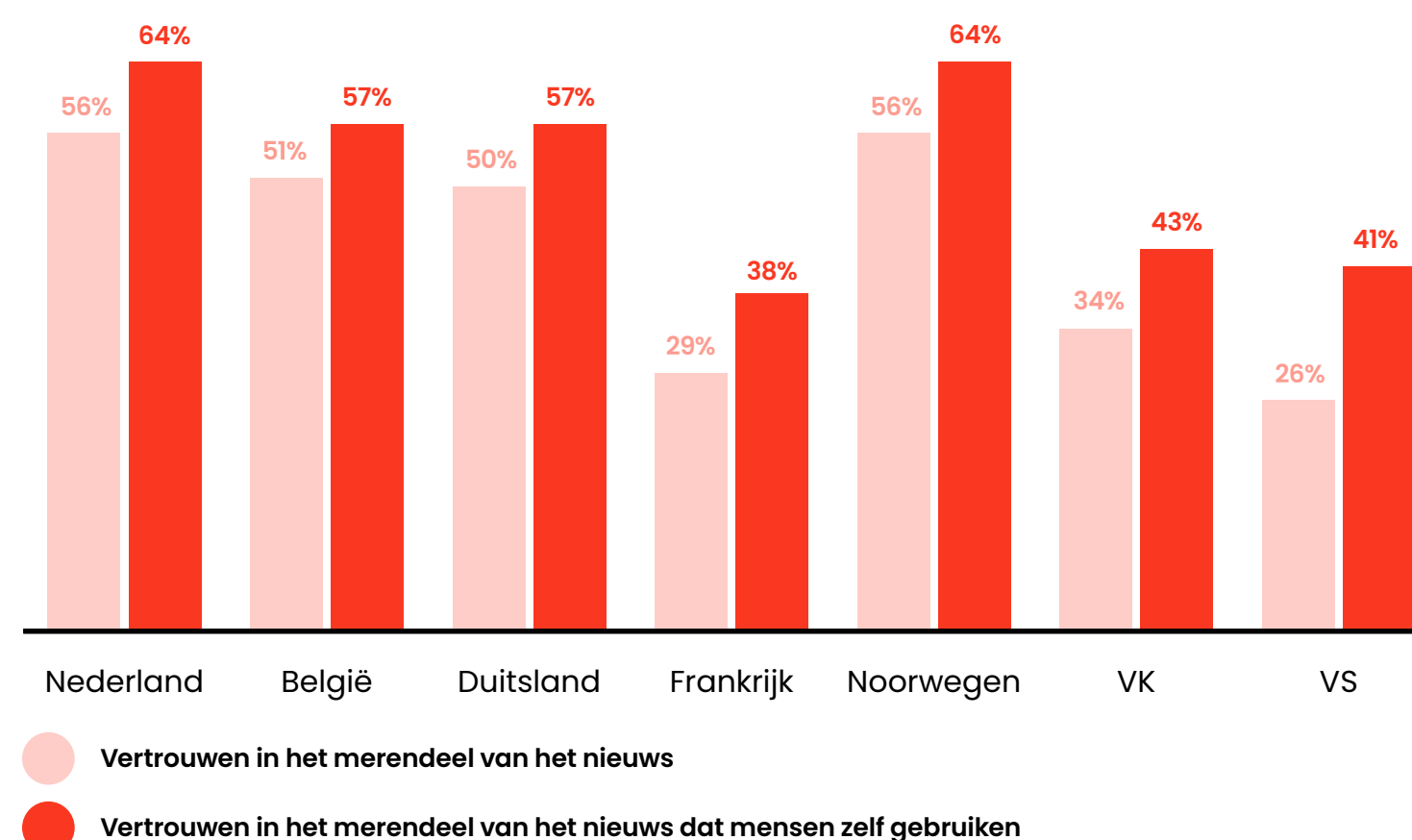
Op internationaal niveau is er de zorg voor een aanbod van gedegen, betrouwbare en onafhankelijke journalistiek, wat essentieel is voor een goed functionerende democratische samenleving. Alan Rushbridger, voormalige hoofdredacteur van de Engelse krant The Guardian, pleit voor de erkenning van goede journalistiek als een belangrijke publieke waarde¹. De European Broadcasting Union (EBU) laat in het rapport Democracy and Public Service Media zien dat er een sterke correlatie bestaat tussen landen met een sterke publieke omroep en het vertrouwen van het publiek in hun democratie².

Op regionaal en lokaal niveau is er de zorg voor het verdwijnen van verslaggeving. Uit onderzoeken naar plaatsen in Amerika waar geen lokaal nieuws meer is (news deserts) blijkt dat er een prijs betaald wordt. Mensen zijn minder geïnformeerd over de politiek, minder betrokken, minder bereid om te stemmen, door gebrek aan waakzaamheid kan er meer corruptie voorkomen en de polarisatie neemt toe, doordat er vaker extreme standpunten

ingenomen worden³.

Uit het Digital News Report Nederland 2022⁴ van het Commissariaat voor de Media (CvdM) blijkt dat het vertrouwen in nieuws in Nederland hoog is. Het is even hoog als in Noorwegen, een land dat algemeen beschouwd wordt als een land met een sterke democratie. Het vertrouwen is hoger dan in sterk gepolariseerde landen als de VS, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Het laatstgenoemde land heeft een sterke publieke omroep (de BBC). De huidige regering doet er alles aan om de positie te ondermijnen, volgens Alan Rushbridger⁵.

Vertrouwen in nieuws in vergelijking met andere landen

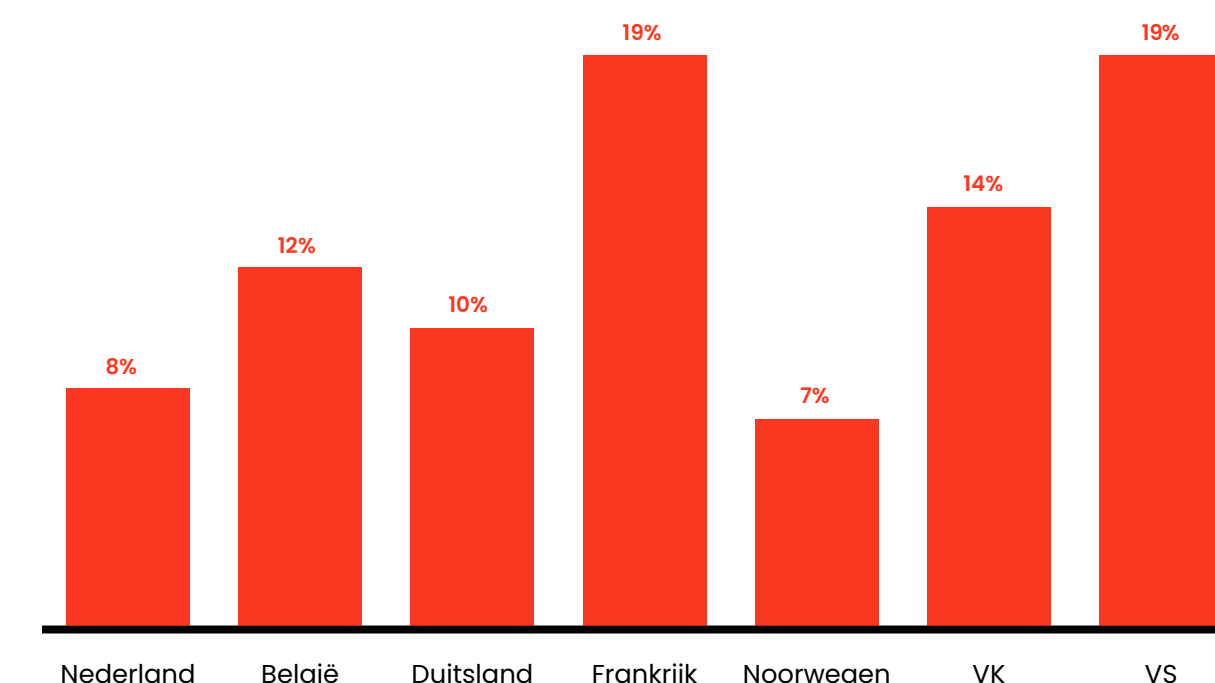


Bron: Digital News Report Nederland 2022

Ontwikkelingen in nieuwsgebruik in Nederland

In Nederland is de interesse in nieuws hoog. Anders gezegd zijn er weinig mensen die niet geïnteresseerd zijn in nieuws. Ook hier is Nederland vergelijkbaar met Noorwegen. In Nederland geeft slechts 8% van de respondenten aan niet erg, dan wel helemaal niet in nieuws te zijn geïnteresseerd. In Noorwegen bedraagt dat 7% en in Duitsland 10%. Opnieuw steken het Verenigd Koninkrijk (14%), de Verenigde Staten (19%) en Frankrijk (ook 19%) hierbij ongunstig af en is de desinteresse in die landen een stuk hoger.

Aandeel dat niet erg en helemaal niet in nieuws geïnteresseerd is in vergelijking met andere landen



Bron: Digital News Report Nederland 2022

¹ <https://www.journalismfestival.com/programme/2022/journalistic-business-as-usual-is-a-disaster-for-democracy-and-civilization-2>

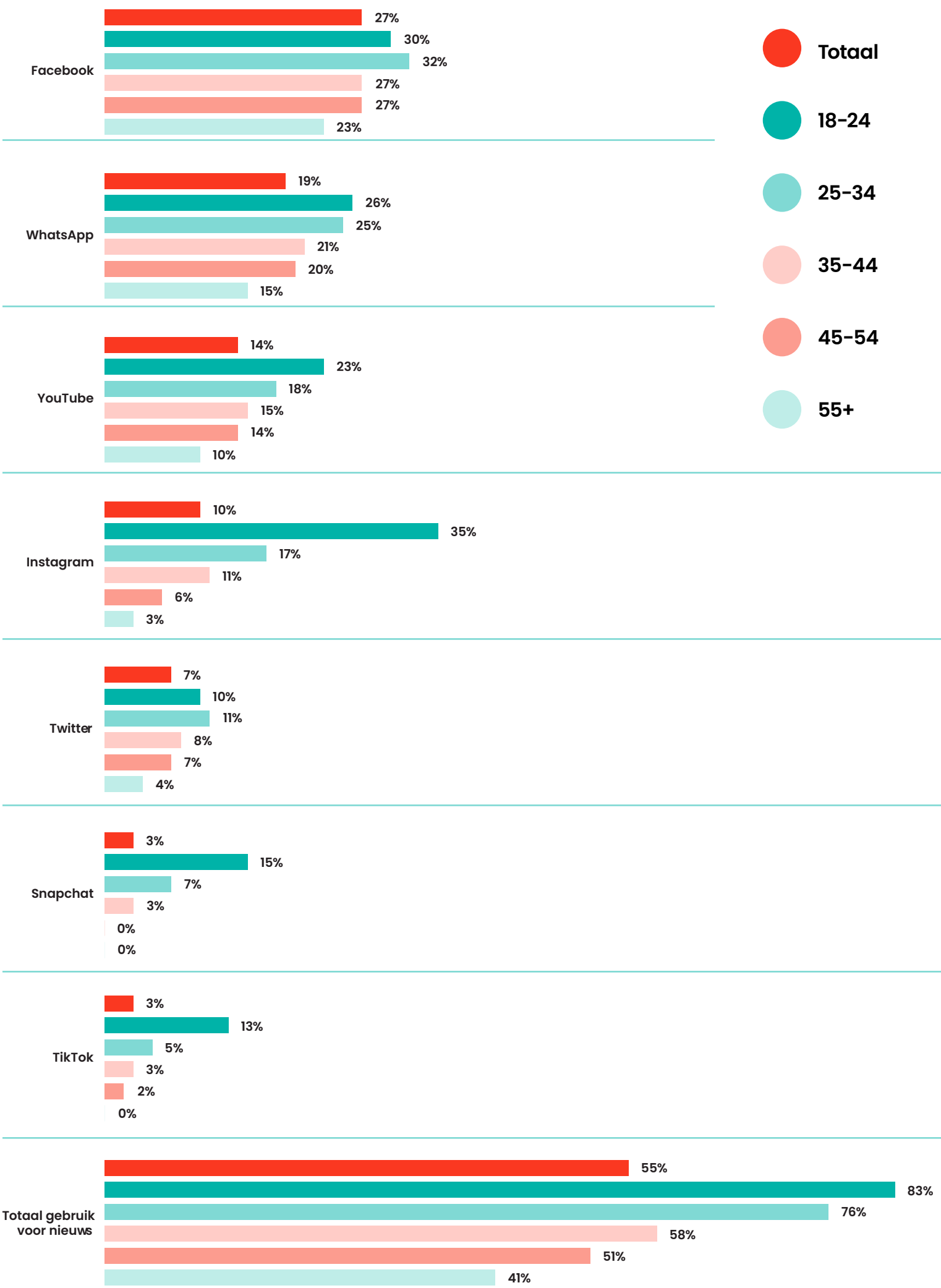
² https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/democracy-psm

³ De onderzoeken zijn gepresenteerd door Victor Pickard, tijdens het CIRCOM congres 2022 <https://www.circom-regional.eu/ac2022-speakers#sustainability>

⁴ <https://www.mediamonitor.nl/nieuws/digital-news-report-nederland-2022/>

⁵ <https://www.journalismfestival.com/programme/2022/journalistic-business-as-usual-is-a-disaster-for-democracy-and-civilization-2>

Gebruik sociale media afgelopen week voor nieuws per leeftijdsgroep.



Bron: Digital News Report Nederland 2022

Onder jongeren is de desinteresse groter. In 2022 zegt 20% van de Nederlandse jongeren dat ze niet geïnteresseerd zijn in het nieuws, zoals blijkt uit het Digital News Report. Aan de andere kant blijkt dat jongeren wel interesse hebben in lokaal en regionaal nieuws. Bij jongeren valt ook op dat ze meer sociale media voor nieuws gebruiken. Uit het onderzoek van het Digital News Report blijkt dat hoe jonger de leeftijdsgroep hoe hoger het bereik is van sociale media. Onder de jongeren is Instagram het populairst.

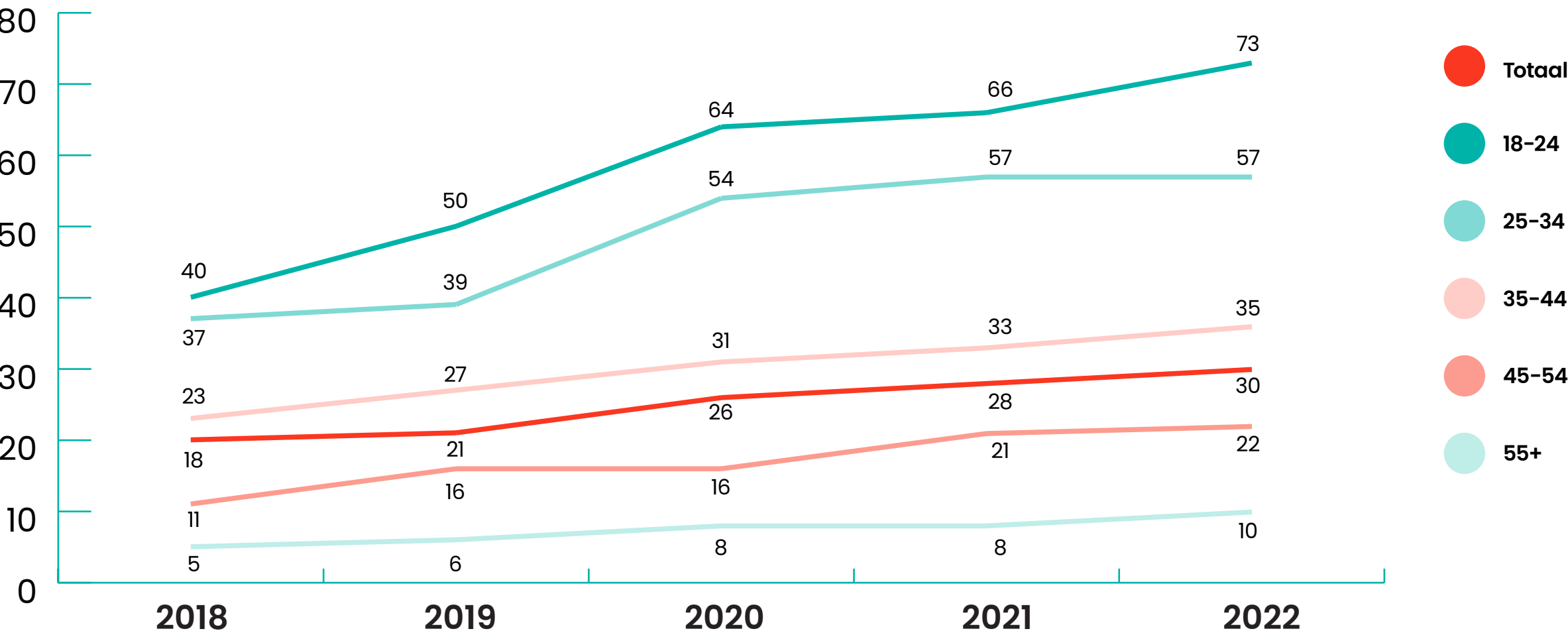
De podcast is sterk in opkomst, met name onder de jonge doelgroep, zo blijkt uit het Digital News Report.

Ontwikkelingen bij de regionale omroepen

Het jaarbereik van de totale regionale kanalen is stabiel. Een toename van het bereik in de komende jaren is de ambitie van de regionale omroepen. In 2021 heeft gemiddeld 80% van de inwoners in hun verzorgingsgebied één of meer kanalen gevolgd. Dat is voor een belangrijk deel toe te rekenen aan het bereik van tv (69%) gevolgd door online (59%) en radio (43%).

Bij het jongere publiek (18-30 jarigen) hadden de online kanalen in 2020 het grootste bereik. In 2021 is het bereik van tv toegenomen en bereiken beide kanalen 67% van de jongeren. Het gestegen bereik van alle regionale kanalen kan mogelijk verklaard worden door de belangstelling voor lokaal en regionaal nieuws, zoals blijkt uit het Digital News Report.

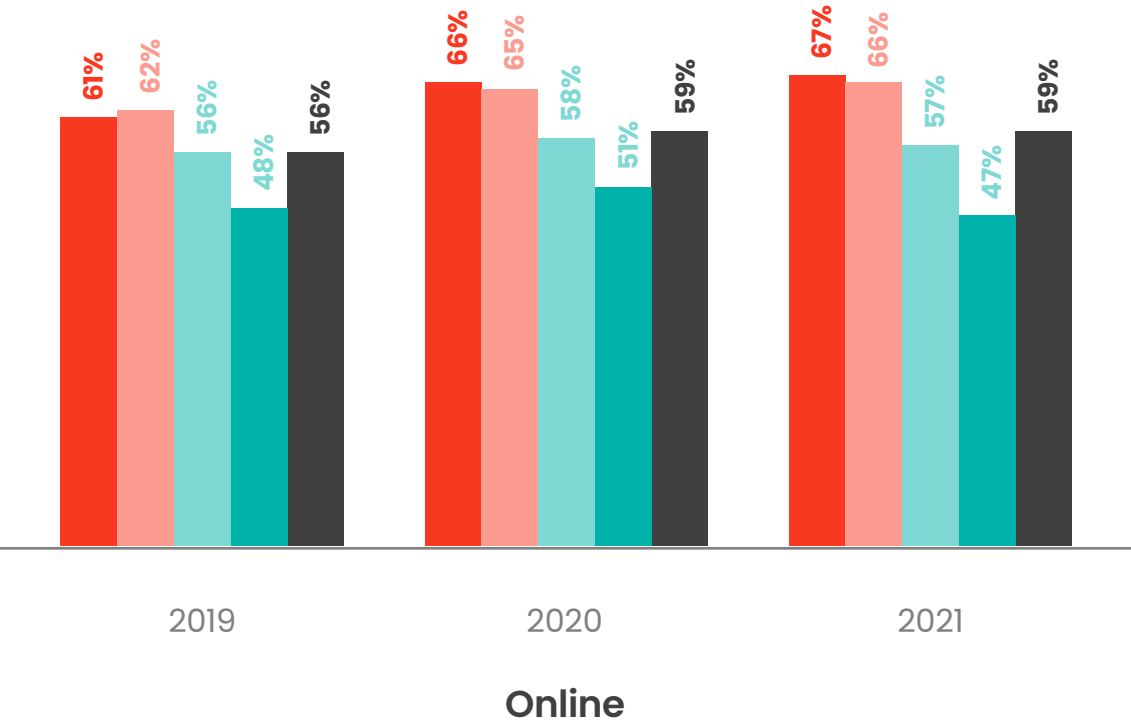
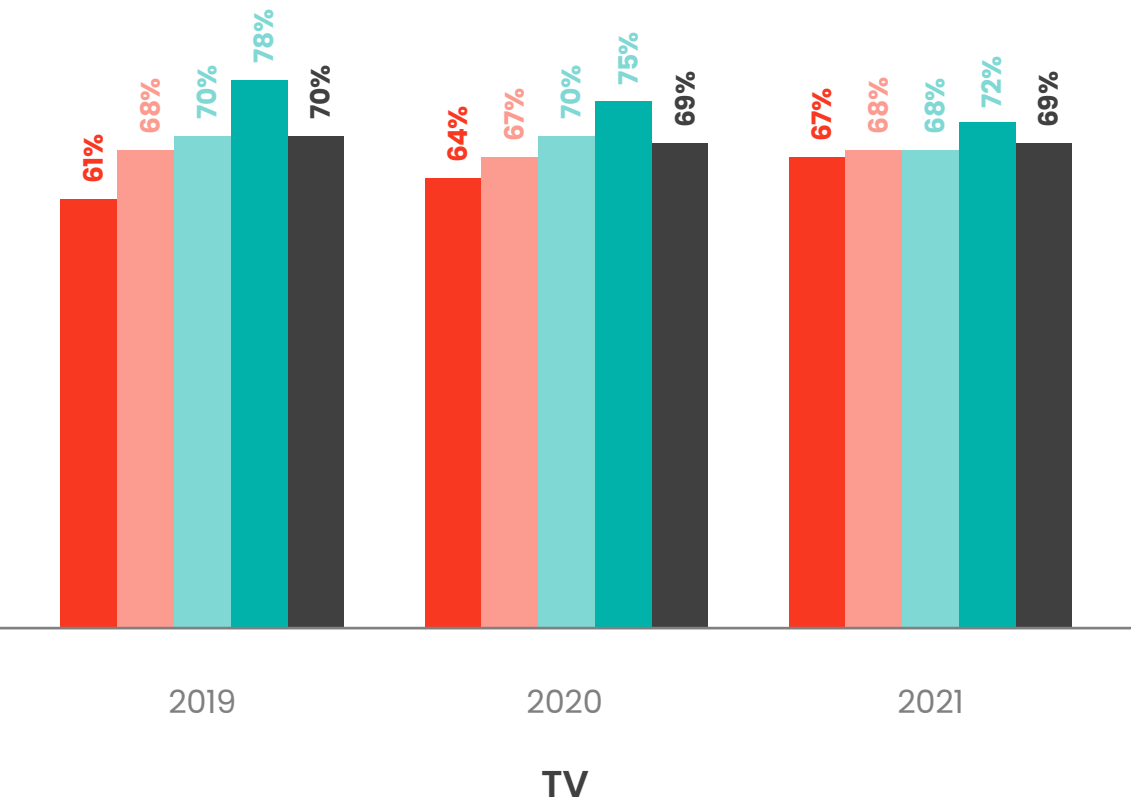
Podcastgebruik afgelopen maand per leeftijdsgroep



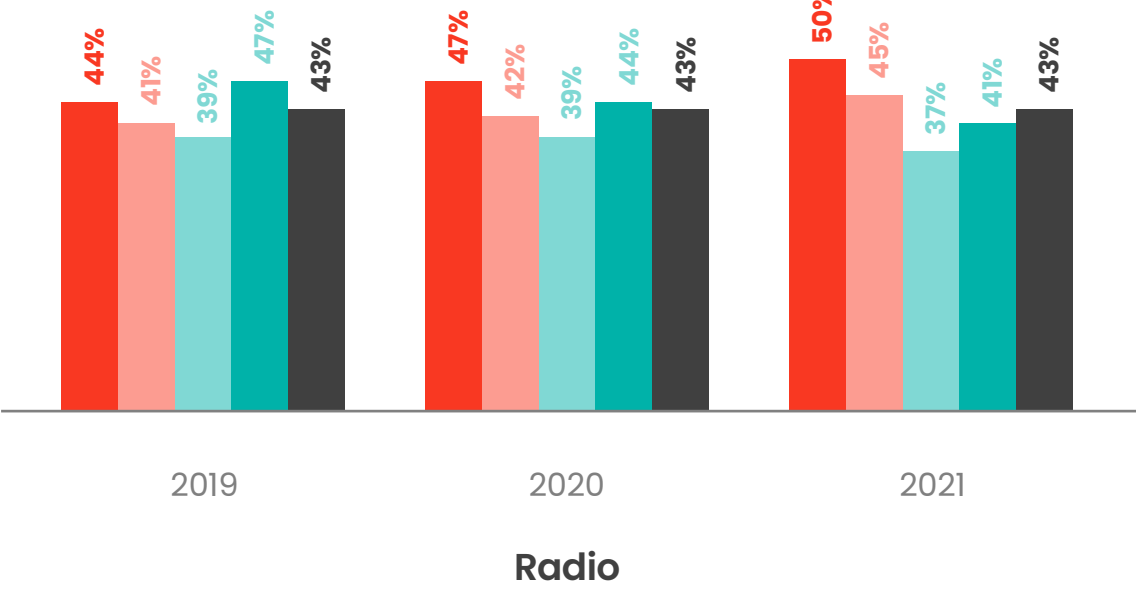
Bron: Digital News Report Nederland 2022

Jaarberekijk kanalen uitgesplitst naar leeftijd

18-30 31-44 45-59 60-75 18-75



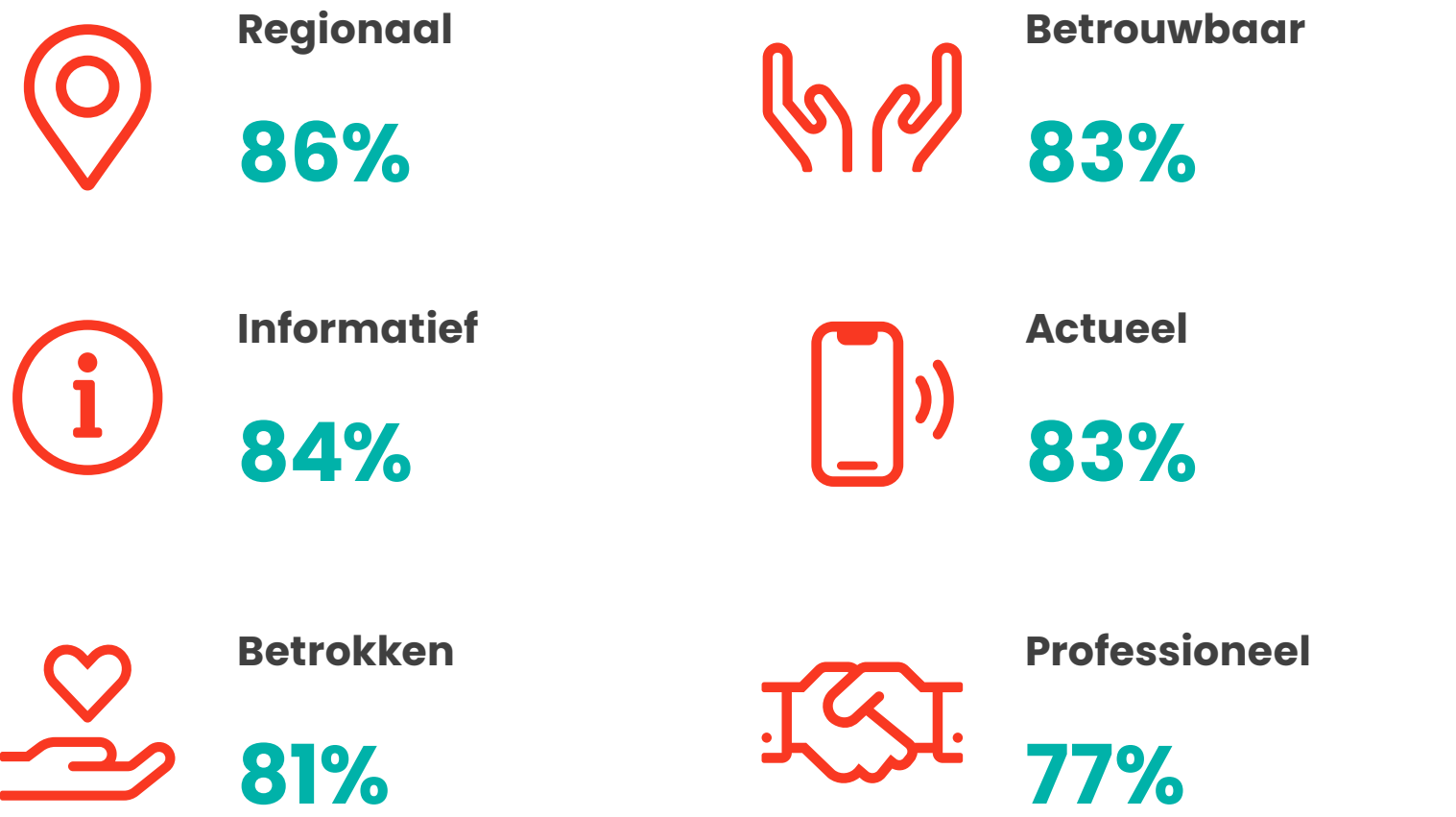
Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar
Bereik is het landelijk gemiddelde van de regionale publieke omroepen in hun verzorgingsgebied.



In eerdere jaren is tevens geconstateerd dat het erop lijkt dat dit jongere publiek via online ook de andere regionale kanalen heeft ontdekt. Dit heeft in 2021 opnieuw geleid tot een stijging van het totale bereik van de regionale kanalen. In 2019 was dit bereik 77%, in 2020 79% en in 2021 81% onder deze doelgroep. Opmerkelijk is het hoge bereik van de regionale radiozenders. Deze bereiken gemiddeld 50% van de 18-30 jarigen in de verzorgingsgebieden in 2021. Mogelijk hangt het samen met de populariteit van podcasts onder jongeren. Het bereik van podcasts is onderdeel van het kanaal radio.

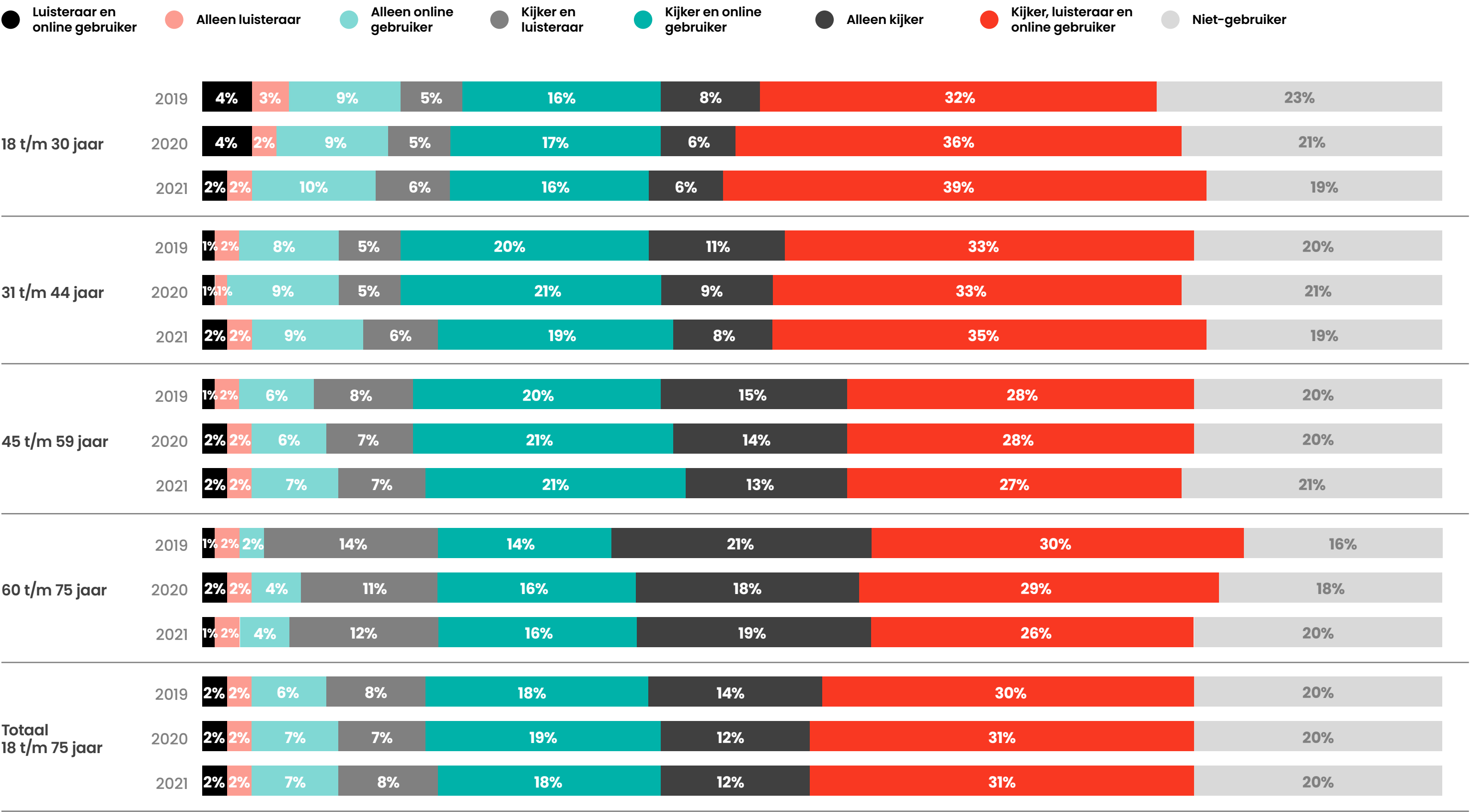
Het vertrouwen in de regionale omroep is groot. Gemiddeld beoordeelt 83% van het publiek de regionale omroep als betrouwbaar.

Imago van de regionale omroep



Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar
Basis: Kent omroep
Cijfers zijn het landelijk gemiddelde imago van de regionale omroepen in hun verzorgingsgebied.

Crossmediaal gebruik uitgesplitst naar leeftijd



Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar
Gebruik is het landelijk gemiddelde van de regionale publieke omroepen in hun verzorgingsgebied.

Crossmediaal gebruik regionale kanalen

Tv is nog de basis voor het bereik van de regionale omroepen. Tv-kijkers en radioluisteraars gebruiken ook de websites, apps en sociale media van de regionale omroepen. De groep die alle regionale kanalen gebruikt vormt gemiddeld 31% van de regionale bevolking van 18-75 jaar.



Online kanalen meer uitgediept

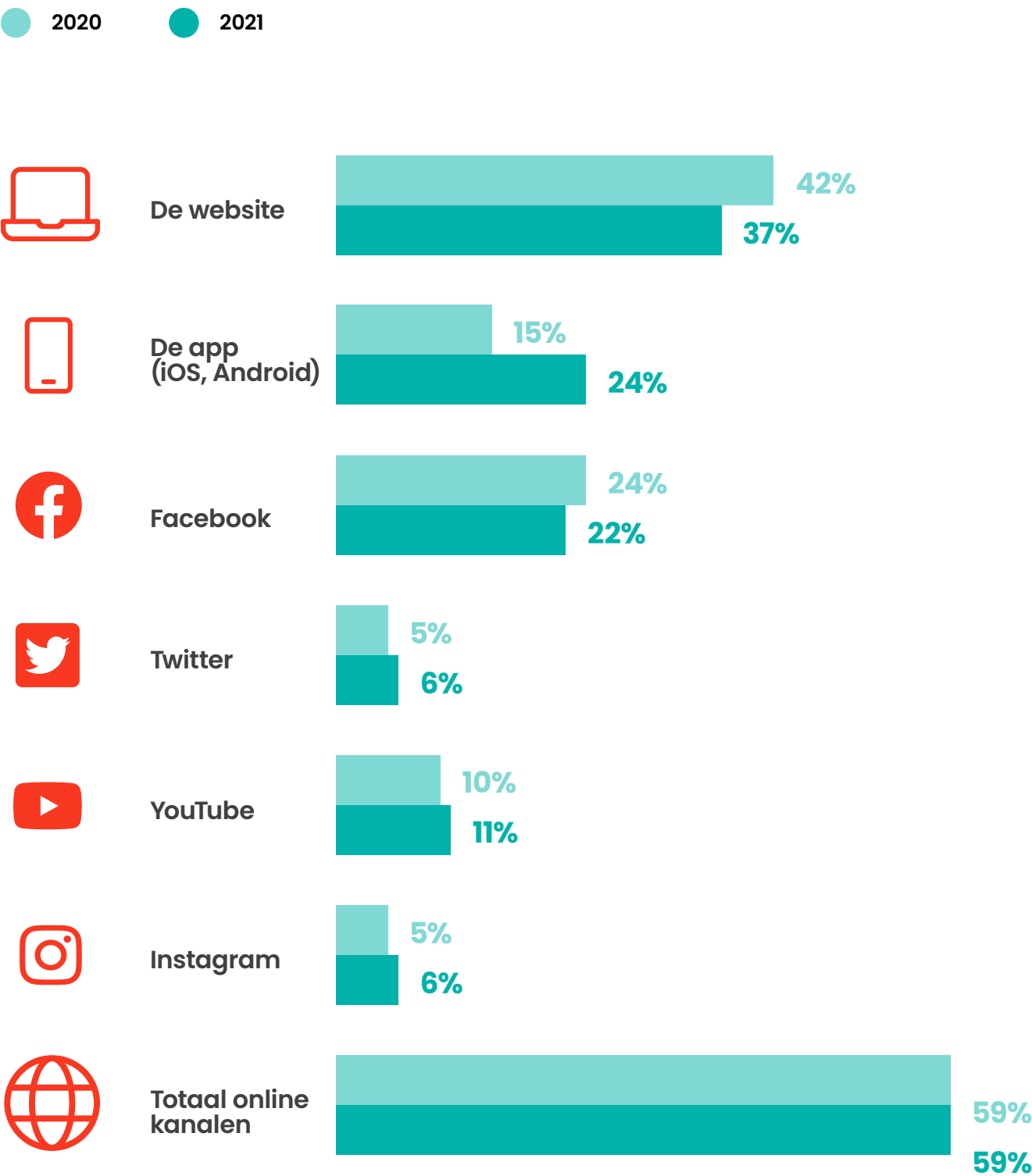
De online kanalen bestaan uit de website, de app en sociale media. Van deze kanalen heeft de website het grootste bereik, gevolgd door de app en vervolgens de berichtgeving van de regionale omroepen via Facebook en de eigen omroep-app. Het bereik van de app is in 2021 gestegen ten opzichte van 2020 en het bereik van de website iets gedaald.

Belang regionale kanalen

Het belang van de tv-zender heeft zich, na een dip in 2020, in 2021 verbeterd. Het belang van sociale media blijft stabiel. Gemiddeld vindt één op de tien inwoners van een regio de sociale media het belangrijkste kanaal. De website en de app vormen voor 1 op 5 bewoners het belangrijkste platform.

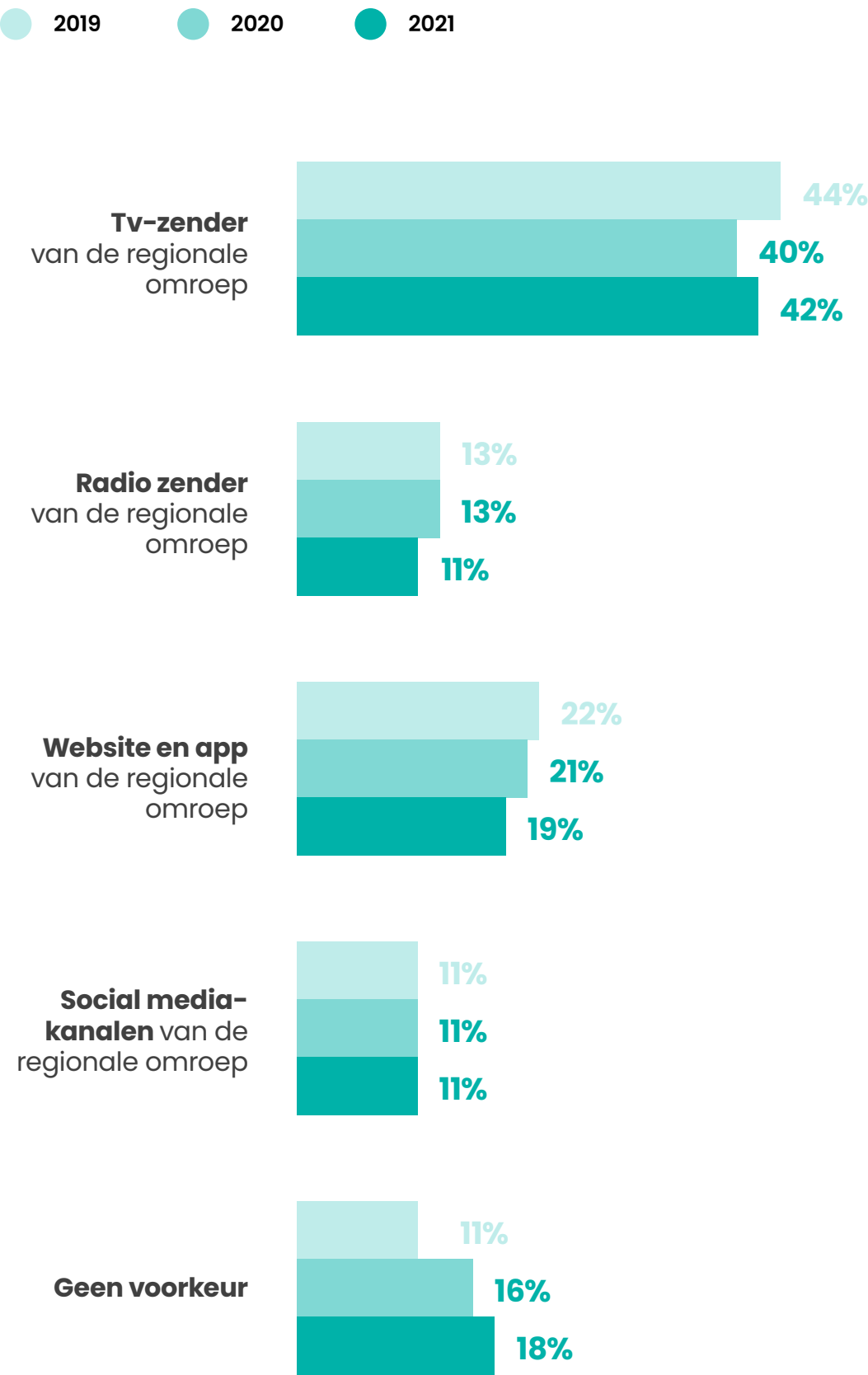
Het opvallendst is de stijging van het aantal mensen dat geen voorkeur heeft voor een bepaald kanaal. Dat was in 2019 11% van het totale publiek, in 2020 is dat 16% en in 2021 18%. Het lijkt erop dat de voorkeur van het publiek voor één bepaald kanaal voor bijvoorbeeld nieuws afneemt. Het lijkt erop dat de korte berichten online even zeer gewaardeerd worden als de verdieping op radio en tv. Tegelijkertijd groeien de kanalen naar elkaar toe, omdat video en audio ook online worden aangeboden. Nadere analyse van de data is nodig om dit scherper in kaart te brengen en de distributiestrategie te optimaliseren.

Jaarbereik online kanalen



Bron: Onderzoek regionale omroepen Motivaction, 18- 75 jaar
Bereik is het landelijk gemiddelde van de regionale publieke omroepen in hun verzorgingsgebied.

Belangrijkste kanaal van de regionale omroep



Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar
Bereik is het landelijk gemiddelde van de regionale publieke omroepen in hun verzorgingsgebied.

Distributiestrategie

De regionale omroep richt zich op de burgers die in de eigen regio en delen ervan geïnteresseerd zijn. De distributiestrategie houdt rekening met de gesignaleerde ontwikkelingen in de markt.

De crossmediale benadering werpt zijn vruchten af en blijft belangrijk in de samenhangende distributiestrategie. Binnen die benadering is er steeds meer ruimte om het aanbod op de verschillende kanalen te differentiëren, rekening houdend met de sterke kanten van het kanaal. Zo worden de online kanalen gebruikt om het nieuws snel en adequaat naar het publiek te brengen. Deze kanalen worden ook ingezet om het jongere publiek te

trekken en in aanraking te brengen met de overige kanalen van de regionale omroepen. De verhalen worden qua vorm en lengte aangepast voor de verschillende platforms.

Het televisiekanaal is een anker voor het publiek. Het biedt een venster op de regionale samenleving en duiding en achtergronden bij het nieuws. Sociale media worden onder meer ingezet om de band en de interactie met het publiek te versterken; met name voor de groep 18-30 jaar. Radio verbindt, biedt informatie over de regio, gezelschap en ontspanning. De radiodocumentaire en verdiepende gesprekken worden steeds vaker aangeboden als podcasts die mensen op ieder gewenst moment kunnen beluisteren. Zo spelen de podcasts in op de behoefte van publiek aan on-demand aanbod. Dat gebeurt op meer manieren. De radio- en televisieprogramma's worden on demand ook aangeboden via de eigen kanalen. Ook is het tv-aanbod beschikbaar op NLZIET en naar verwachting in 2023 op NPO Start. Een selectie van de podcasts van de regionale omroepen is te beluisteren via NPO Luister.

De distributiestrategie is de leidraad voor de regionale omroep voor de inzet van radio, tv, online en sociale media. De regionale omroep richt zich op de burgers die in de eigen regio geïnteresseerd zijn. De strategie is er tevens op gericht dat het media-aanbod van de regionale omroep te vinden is daar waar het publiek het verwacht.

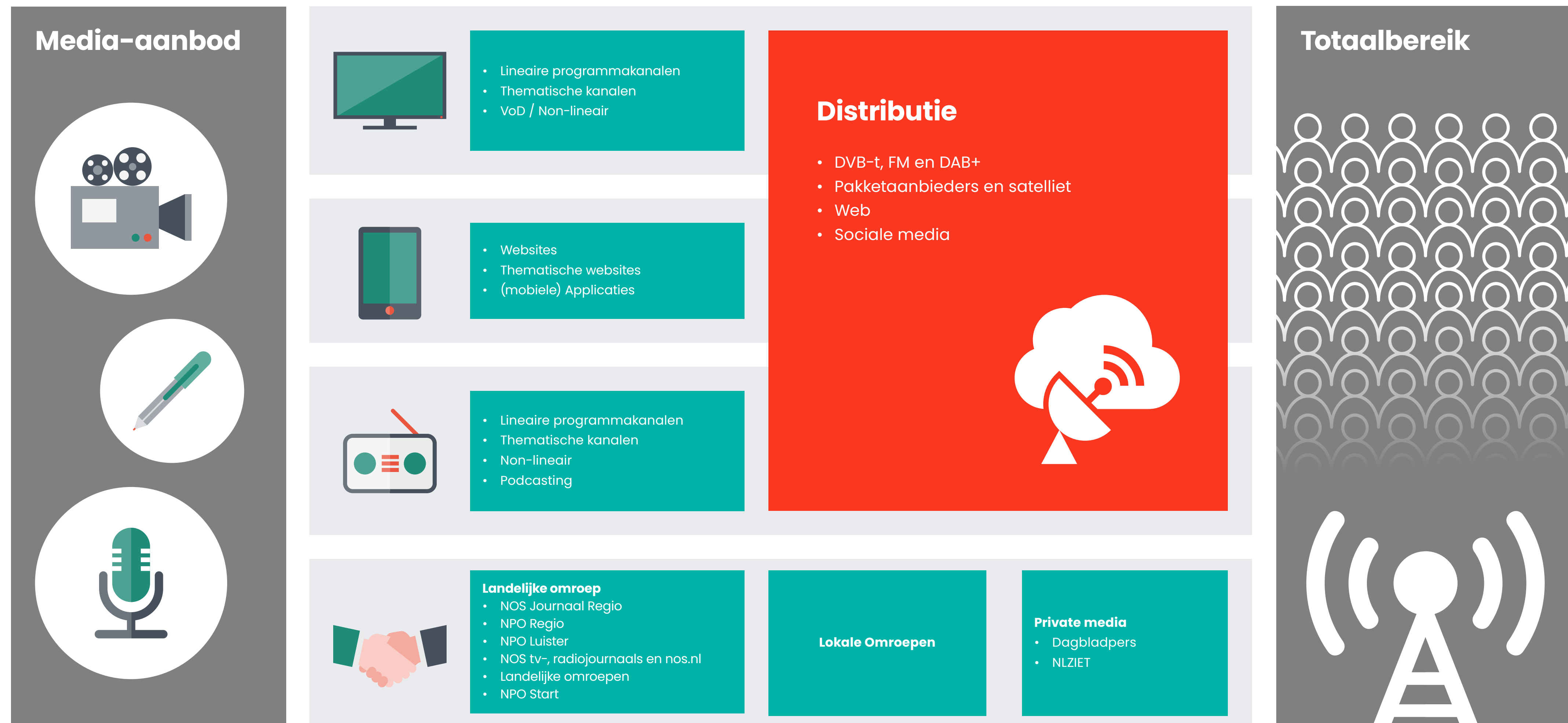
De regionale omroep verspreidt het media-aanbod via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen. De eigen aanbodkanalen zijn online (web, app en sociale media), radio en televisie. Via de samenwerking met onder meer de NOS en de NPO wordt regionale content ook op de landelijke publieke kanalen aangeboden. Regionale omroepen zijn een belangrijke schakel in het publieke bestel. Daarom is hun nieuwsaanbod ook te zien op kanalen van de lokale omroepen waarmee ze samenwerken. De kanalen van anderen zijn dus belangrijk om op een doelmatige manier een zo groot mogelijk publiek te bereiken met het publieke media-aanbod.

De samenhangende distributiestrategie laat tegelijk een zekere spagaat zien. Er kunnen geen kanalen afgestoten worden zonder bereik te verliezen. Aan de andere kant neemt het online aanbod en het aantal te bedienen sociale media in belang toe. Met op zijn best dezelfde financiële middelen moeten steeds meer kanalen -op een eigen wijze- worden bediend om publiek daar maximaal te bereiken.

De veelheid aan kanalen die de regionale omroep gebruikt voor distributie blijkt ook uit de onderstaande distributiematrix.



Distributiematrix



Online

De online kanalen bieden het meest actuele nieuws en recent beschikbaar gekomen informatie. Sociale media lenen zich bij uitstek voor meer (directe) participatie, interactie met het publiek en het bereiken van jongere doelgroepen. Deze kanalen zijn voor jongeren belangrijke nieuwsmedia. De regionale omroep voorziet hierin met een nieuwsaanbod dat door alle leeftijdsgroepen vertrouwd wordt.

Online

NH Media heeft de provincie Noord-Holland onderverdeeld in 11 regio's die ieder een eigen platform hebben op de website en app van NH. Deze regioplatformen staan centraal in het online ecosysteem. De homepage vormt daarnaast een onmisbare schakel tussen de regio's en de algemene redactie.

In 2023 zet NH Media in op verdere formatering van deze platformen om te komen tot de juiste mix en presentatie van verhalen: nieuws, verdieping, context, inspiratie en interactie. Deze aanscherping moet leiden tot een groter bereik, een breder en meer divers publiek. Daarnaast moet een herziening van de distributiestrategie op basis van statistieken ervoor zorgen dat de verhalen qua gekozen platform, vertelvorm en publicatiemoment goed aansluiten op de behoeften van verschillende doelgroepen.

Naast de eigen platformen bouwt NH Media in 2023 verder aan de regionale Facebook communities. Deze Facebookgroepen zijn een laagdrempelige manier voor interactie tussen NH Media en de Noord-Hollanders. Doel is deze communities verder te laten groeien in het aantal leden en (maatschappelijke) organisaties om de diversiteit van de interactie te verbreden.

Nieuwe vertelvormen zoals web stories moeten een brug vormen tussen sociale mediaplatformen en de eigen platformen om zo de presentatie van de verhalen aantrekkelijk te maken voor een jongere doelgroep, gewend aan de stories op Instagram en Facebook.

Online samenwerkingen met onderwijsinstellingen, zoals bijvoorbeeld het MBO College in Hilversum, het opzetten van een regionaal jongerenpanel en specifieke online jongerenformats –voor en door jongeren– als Whats's Next en Wij zijn Amsterdam moeten de verbinding met een jongere doelgroep verder aanjagen.

De inzet van Omroep Brabant is om nog meer jongeren te bereiken. Dit wordt gedaan door het hebben van een apart social media-team dat speciaal voor de sociale media gemaakte content verspreidt. Voorbeelden hiervan zijn het gebruik van Instagram Reels, Stories op Facebook en de aanwezigheid van Omroep Brabant op TikTok. Ook wordt steeds meer content op maat gemaakt voor YouTube. In 2023 zet Omroep Brabant haar activiteiten ter vergroting van het bereik op sociale media voort. Met specifieke content zoals in 2022 gemaakt, maar ook door het nieuwsaanbod passend aan te bieden. Verticale video wordt ingezet om het gebruikersgemak te vergroten en nieuwe nieuwsformats, geschikt voor online (snelle) consumptie, worden uitgerold. Door data gedreven te werken, weet Omroep Brabant nog beter welke artikelen waar een groot bereik realiseren voor de vervulling van de publieke taak. Daar wordt ook in 2023 op voortgebouwd.



Televisie

Het belang van lineaire tv neemt weliswaar in de breedte af, maar tv blijft een belangrijk (nieuws)medium. Het bereik en de waardering blijven stabiel en onveranderd hoog met een gemiddelde waardering van 7,3. Veel mensen kijken graag naar nieuws en informatie op tv en de zenders zijn van belang voor (live) evenementen en programma's over regionale thema's.



Televisie

In de doordeweekse carroussel biedt Bij Oost Vandaag een overzicht van het belangrijkste nieuws met aanvullend elke dag ruimte voor opinie en achtergronden bij het nieuws. Daarmee sluit het programma aan bij de nieuwsbehoeften van het televisiepubliek: Het programma praat de kijker bij over wat hij in de loop van de dag wellicht nog gemist heeft aan belangrijke nieuwsontwikkelingen in de app. De nadruk ligt daarbij op de relevantie van dit nieuws; de duiding. Voor 2023 wil RTV Oost deze lijn doortrekken met een weekendeditie, waarin de balans wordt opgemaakt van de nieuwsweek (context en meningvormend) en met een zondagse variant waarin het weekendgevoel tot uiting komt in bijzondere verhalen die zijn opgetekend bij grote en kleine evenementen in de provincie. De precieze invulling hiervan wordt nog uitgewerkt in het televisieformat.

In de carroussel wordt het actualiteitenprogramma aangevuld met media-aanbod op gebied van cultuur, educatie en verdieping. Zo is er op donderdag ruimte voor Onder de Loep, een opsporingsprogramma in samenwerking met politie en justitie. Structureel is de educatieve programmareeks Het Groene Oosten over duurzame ontwikkelingen in Overijssel en op maandag en vrijdag is het tweede half uur ingericht als Oosttribune, met kritische besprekingen van het profvoetbal in de regio. De woensdag staat in het teken van Spunck, een wekelijks open podium voor uitingen op het gebied van (klein)kunst en cultuur in Overijssel.

Voor 2023 zijn geen ingrijpende wijzigingen voorzien. RTV Oost heeft wel de ambitie om de distributiestrategie te optimaliseren en het televisiebereik te vergroten. Daartoe zal het format voor televisie worden geoptimaliseerd en ingevuld aan de hand van een duidelijke jaarkalender.

Sinds begin 2022 tot en met februari 2023 wordt het actualiteitenprogramma Drenthe Nu ondertiteld dankzij een financiële bijdrage van de Provincie Drenthe. Daardoor zal het bereik bij audiovisueel gehandicapten en slechthorende ouderen vergroot worden.

Vanaf het najaar 2022 zal RTV Drenthe naast de reguliere aandacht voor laaggeletterden in het nieuws ook het NOS Nieuws van de Week gaan uitzenden. Dat is een journaal speciaal gemaakt voor die doelgroep. Daarnaast merkt men dat door het uitzenden van radio op tv (dag-tv of kijkradio) mensen vaker TV Drenthe aan hebben staan. Om een optimaal aanbod te bieden op al de kanalen werkt RTV Drenthe aan een aanpassing van het tv-format om de best mogelijke tv-uitzending te kunnen blijven maken. Waar mogelijk wil RTV Drenthe ook meer nieuwsuitzendingen live gaan doen.



Radio

De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van de regionale omroep en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio.

Radio

Radio is voor Omroep Brabant een verbindend platform voor Brabanders die de hele dag willen worden voorzien van (lichte) informatie, nieuws, opinies, en het gevoel om onderdeel te zijn van de Brabantse samenleving. Hierbij wordt doelbewust gekozen voor een licht informatief, maar sterk Brabants klinkende programmering, met aandacht voor het individu. De Brabantse toon op de zender wordt door het publiek gewaardeerd, die eenheid van toon zetten wordt in 2023 doorgezet. Belangrijke thema's zoals verbondenheid, diversiteit in de samenleving en omzien naar elkaar, zijn leidend in alles wat op radio te horen is. Omroep Brabant beweegt in 2023 naar bredere audio, in de vorm van podcast of andere kansen die zich aandienen.

Sinds jaar en dag is Radio Noord de best beluisterde radiozender van Groningen. Door de toegenomen concurrentie is het marktaandeel weliswaar lager dan voorheen, maar relatief gezien is het nog altijd de best scorende regionale radiozender van Nederland. Doel is om de zender te zijn die maximaal verbindt in Groningen. Radio die raakt, vermaakt, verrast en informeert. Met persoonlijke verhalen en belevenissen, want iedere Groninger heeft een verhaal. Natuurlijk brengt Radio Noord ook het regionale nieuws. Vanzelfsprekend ieder uur in verklankte bulletins, maar ook in de ochtend- en avondspits is er veel aandacht voor de actualiteit van de dag.

Eind 2022 programmeert RTV Noord voor de derde keer De Grunneger 1000, een regionale lijst gekozen door het publiek. Ook in 2023 staat het programma tussen Kerst en Nieuwjaar in de line-up.

Distributie in samenwerking met partners

De samenwerking met de NOS leidt tot een nieuwe verspreiding van nieuws van de regionale omroepen. Dit nieuws is zichtbaar en hoorbaar in het aanbod van de NOS op radio, tv en online; op werkdagen in de aparte regioblokken van de NOS Journaals om 12.00 en 15.00 uur via NPO 1.

Het NOS Journaal Regio wordt gemaakt in hechte samenwerking tussen de NOS en de dertien regionale omroepen. Het brengt nieuwsverhalen uit de regio die herkenbaar en relevant zijn voor kijkers in het hele land. Het NOS Journaal Regio opent op NPO 2 een blok van programma's met een regionaal karakter. In dat blok wordt ook samengewerkt met onder meer Omroep MAX en KRO-NCRV.

Deze samenwerkingen dragen bij aan een groter en nieuw bereik van regionaal nieuws en aanbod. De samenwerking wordt in 2023 voortgezet, zoals ook toegelicht wordt in het hoofdstuk 'Samenwerking'.

Distributie en toegankelijkheid

De regionale omroep wil het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen. Daarom zijn apps en website vrij toegankelijk zonder blokkades als een cookiemuur of een persoonlijke inlog. Het publiek heeft de keuze om trackingcookies al dan niet te accepteren en kan deze keuze achteraf wijzigen.

De regionale omroep beschikt over een frequentievergunning voor FM en voor DAB. Radio wordt nog steeds het meest beluisterd via FM. Daarnaast is DAB+ in opkomst. Uit onderzoek van het CBS in 2021⁶ blijkt dat inmiddels ongeveer een kwart van de huishoudens een DAB+ ontvanger in huis en/of auto heeft. In 2022 zijn de digitale (DAB) frequenties en uitzendgebieden veranderd, waardoor de digitale ontvangst via de ether binnen het eigen

verzorgingsgebied is verbeterd. In 2022 is een inkoopprocedure doorlopen voor het realiseren van nieuwe digitale netwerken. De huidige vergunningen voor DAB kennen een samenwerkingsverplichting met commerciële niet-landelijke omroepen, waardoor de omvang van de huidige digitale dekking via onderhandeling tot stand is gekomen. De RPO overlegt namens de omroepen met de overheid over verbetering van de voorwaarden voor gebruik van het digitale radiospectrum.

⁶ <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2021/42/bekendheid-en-bezit-van-digitale-radio-dab->

Vrijwel alle pakketaanbieders geven de televisieprogrammering en de radiosignalen van de regionale omroep in HD-kwaliteit door naar abonnees; dezelfde beeldkwaliteit waarin het geproduceerd wordt. Rechtstreekse ontvangst van het televisiekanaal van DVB-T is geborgd via de frequentievergunning van de NPO. Bij de pakketaanbieders wordt ingezet op uitbreiding van video on demand (VOD) en replay. NLZIET, een samenwerking van landelijke publieke en commerciële omroepen, geeft de televisiekanalen van de regionale omroep door, zowel, live als on demand.



Innovatie en ontwikkeling

Het jaar 2023 staat in het teken van de digitale transformatie van de regionale omroepen. Dit is verwoord als een van de strategische prioriteiten. Daarbij staat het publiek centraal. De regionale omroep zet zich ervoor in altijd en overal vindbaar te zijn voor het publiek, ongeacht de platformen waarvan men gebruik maakt. Het media-aanbod is eenvoudig vindbaar en bereikbaar voor alle doelgroepen. De regionale omroep biedt de distributie die de voorkeur van het publiek geniet, of dat nu on demand, over-the-top of lineair is. De regionale omroep zendt, luistert en praat met het publiek. De innovatie is daarom ook gericht op het vergroten van de interactie met het publiek.

Bij de ontwikkeling van de regionale omroep hoort ook het ontwikkelen van talent van bestaande en nieuwe medewerkers. Talentontwikkeling is daarom ook een belangrijk speerpunt voor de regionale omroep. De omroepen hebben verder als doel om zich te ontwikkelen tot inclusieve organisaties, waarin mensen met verschillende achtergronden zich thuis voelen.

De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op innovatie & ontwikkeling van de regionale omroep.

Afspraak

Alle rpmi's bieden het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, nieuwsberichten te delen of anderszins te acteren.

Alle rpmi's streven ernaar de hiervoor bedoelde interactie te vergroten.

De regionale omroep biedt het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, om nieuwsberichten te delen of anderszins te interacteren, en streeft ernaar de interactie te vergroten.

Afspraak

Iedere rpmi biedt jaarlijks minimaal het aantal werkervarings- of stageplaatsen aan zoals aangegeven in de RPO-begroting, met een minimum van 135 werkervarings- of stageplaatsen in totaal per jaar voor alle rpmi's.

De RPO verwacht dat de regionale omroepen gezamenlijk voor 2023 141 werkervarings- of stageplaatsen aanbieden.

Werkervarings- en stageplaatsen

Omrop Fryslân	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep Gelderland	L1	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal
10	10	8	20	10	8	10	6	10	10	15	17	7	141

Digitale transformatie omarmen

Het doel voor digitale transformatie van de regionale publieke omroepen is ervoor te zorgen dat we óók digitaal de belangrijkste nieuwsbron voor álle Nederlanders en generaties zijn, via verschillende platforms. De focus ligt daarbij op onze gebruikers (het publiek) en het ontwikkelen van een ‘digitale cultuur’; hoe we digitaal gaan denken, doen en zijn. Om uitvoering te geven aan deze strategische prioriteit wordt in 2023 onder andere een gemeenschappelijk transformatielab opgericht: een fysieke en virtuele experimenteerruimte waar allianties met innovators, onderwijsinstellingen en start-ups vorm krijgen en waar de genoemde digitale transformatie voorbereid wordt.

De digitale transformatie draagt bij aan het verbeteren van de informatie- en nieuwsvoorziening en het versterken van het contact met de burger. De regionale publieke omroepen ontwikkelen nieuwe formats, bijvoorbeeld voor het vertellen van nieuwsverhalen. Zij zoeken samenwerking met partners voor het ontwikkelen van deze formats en voor het inrichten van interactieve platformen.

Innovatie samen organiseren

De regionale publieke omroepen delen kennis, innovaties en content en werken samen op verschillende niveaus en over geografische grenzen heen. De regionale publieke omroepen organiseren kennisdeling en gezamenlijke innovatie op het gebied van doelgroepen, media-aanbod en distributie op structurele wijze en stellen zich ten doel elkaars successen te kopiëren en te leren van elkaars mislukkingen. Dat begint met het inventariseren van lopende innovatieprojecten bij individuele regionale publieke omroepen.

De journalistieke taak is leidend voor de innovatieagenda die opgesteld wordt voor de komende jaren, die innovaties prioriteert en aangeeft welke innovaties gezamenlijk worden gerealiseerd, worden beheerd en onderhouden. Op het gebied van innovatie wordt ook samengewerkt met andere mediaorganisaties, waaronder de NPO en de NOS.

In de huidige situatie werkt een deel van de regionale publieke omroepen samen in Regiogroei, het gemeenschappelijk regionaal online expertise- en innovatiecentrum. Alle dertien omroepen gaan innovatie gezamenlijk organiseren. Vanuit de inhoud stelt het HRO (hoofdredactorenoverleg) de innovatieagenda voor aan het ORO (directeurenoverleg). De RPO coördineert. De projectmanager Digitale innovatie is als kwartiermaker betrokken bij het realiseren van de gezamenlijke innovatieagenda, het stimuleren van de innovatiecultuur en de onderlinge kennisdeling.

Regiogroei

Regiogroei is het samenwerkingsverband van (nu) tien regionale omroepen met als doel bundeling van krachten ten aanzien van innovatie, doorontwikkeling, beheer en onderhoud op het terrein van online distributie en ontsluiting van het media-aanbod. De drie omroepen die niet zijn aangesloten bij Regiogroei zijn: Omroep Brabant, Omroep Flevoland en NH Media. 2021 was het eerste echte jaar dat binnen Regiogroei de web-app omgevingen van de regionale omroepen zijn vernieuwd en de overgang van alle tien deelnemende omroepen naar het nieuwe app & web platform is in de eerste helft van 2022 afgerond.

Continuïteit

Regiogroei wordt grotendeels bekostigd door de deelnemende regionale omroepen die daarvoor de budgetten die voor web-app omgevingen zijn begroot vanaf de start gegarandeerd inbrengen. De start van Regiogroei is gestimuleerd met de Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke omroepen. Deze subsidie wordt afgebouwd en de deelnemende omroepen zullen Regiogroei vanaf 2024 volledig zelf bekostigen.

Omdat kosten voor online media met het gebruik ervan toenemen, moeten afspraken worden gemaakt met leveranciers ter beheersing van kostenstijging; bijvoorbeeld door het aangaan van ‘bulkcontracten’. Regiogroei is in staat geweest dit soort contracten te sluiten, waardoor de kosten voor deelnemers niet onnodig toenemen.

In 2022 zijn alle contracten van deelnemende regionale omroepen overgeheveld naar gezamenlijke contracten via Regiogroei en worden alle individuele contracten beëindigd. Het inkoopvoordeel is inmiddels groot.

Door verdere samenwerking te zoeken met regionale omroepen die (nog) niet aangesloten zijn op Regiogroei wordt gewerkt aan het vergroten van kostenvoordelen om daarmee het innovatievermogen te vergroten.

Innovaties Regiogroei

Voor innovatie en doorontwikkeling is in 2022 geïnvesteerd in verbeteringen in de front-ends van de apps en sites, in uitbreiding van functionaliteit van het back-end en in het vergroten van bereikbaarheid. Ook is geïnvesteerd in samenwerkingsverbanden, zowel lokaal als landelijk.

Voor 2023 is een aantal thema's benoemd die relevant zijn vanwege hun effect op het bereik, of het vergroten van impact van de regionale omroepen. Deze thema's sluiten aan op het concessiebeleidsplan en de verdieping ervan. Het zijn:

- Personalisatie en community om de intensiteit van het contact met bezoekers te vergroten en het publiek beter te bedienen;
- Meer dan alleen nieuws, en meer dan alleen tekst: door te verbreden in het aanbod en dat op een aantrekkelijke manier te presenteren, met meer nadruk op beeld en geluid;
- Het intensiveren en uitbreiden van de reeds bestaande samenwerkingen met lokale en landelijke omroepen, maar ook door de samenwerking onderling en met derden nadrukkelijker te zoeken.

De uitwerking van deze plannen vindt plaats in nauwe samenwerking met omroepen op alle niveaus (directies, hoofdredacties, online vertegenwoordigers). Daarbij wordt maximaal aangesloten op alle initiatieven om te komen tot innovatie en inhoudelijke samenwerking in het publieke domein.

Interactie

De regionale omroep zet zich in voor een grotere interactie met het publiek.

Interactie

Omroep Zeeland biedt binnen haar reguliere programmering en sociale media-kanalen al veel ruimte voor interactie en die lijn wordt doorgezet. Het streven is om op elk platform het aantal reageerders te blijven verbreden en de kwaliteit van interactie te verbeteren, via het doorontwikkelen van beleid per platform en het intensiveren en 'belonen' van contact. Door nog actiever te reageren op binnenkomende reacties en vaker een duidelijke vertaalslag te maken naar de programmering kan engagement vergroot worden. Door een bredere inzet van WhatsApp en de vertaling van binnengekomen reacties naar de radio en/of televisieprogrammering streeft Omroep Zeeland ernaar om de mate van interactie en betrokkenheid te vergroten. Wel geldt ook hier dat elke uitbreiding of verbetering extra inzet vraagt, terwijl de financiële situatie dwingt tot het maken van scherpe keuzes. Vast staat dat de beperkte middelen hoe dan ook van invloed zullen zijn op de mate waarop de gewenste doorontwikkeling gerealiseerd kan worden.

Omrop Fryslân biedt het publiek de volgende mogelijkheden tot interactie met nieuwsberichtgeving:

- Nieuwsberichten zijn deelbaar op sociale media
- In de app is een reactiemogelijkheid
- Via radio en online-kanalen worden mensen opgeroepen om te reageren op bepaalde onderwerpen
- Het monitoren van comments, zodat er verhalen uit kunnen worden gehaald.
- De sociale mediaredactie creëert verhalen vanuit comments
- Klankbordgroep bespreekt regelmatig de programmering



Talenten werven en behouden

Naast het aantrekken van stagiaires en mensen voor werkervaringsplekken gaan de regionale publieke omroepen mensen met een meer diverse achtergrond aantrekken en hen gezamenlijk opleiden. Voor 2023 biedt de regionale omroep 141 werkervaringsplekken of stageplaatsen aan.

Dit doen wij vanuit de overtuiging dat wij een grotere diversiteit aan medewerkers kunnen werven en ook kunnen behouden voor de regionale omroep. Gegeven de huidige krapte op de arbeidsmarkt is dit van strategisch belang voor de personele continuïteit van de regionale publieke omroepen. De regionale publieke omroepen gaan meer onderling samenwerken op het werven en behouden van talenten, bijvoorbeeld door traineeships, opleidingen, uitwisselingen en het werken aan een positionering als aantrekkelijke werkgever.

Bij het aantrekken en opleiden van nieuwe instroom wil de regionale omroep samenwerking met de Nederlandse Lokale Publieke Omroep (NLPO) en de NOS. Dit wordt gecoördineerd door de opleidingscoördinator, in samenwerking met de RPO.

Talentontwikkeling

Omroep Brabant stuurt vanuit talent, waarbij iedere medewerker beschikt over een talent dat het verdient om uitgebouwd te worden. Talent is onderdeel van het ontwikkelgesprek, vanuit HR worden tools (o.a. opleidingscarrousel) aangereikt om te blijven ontwikkelen en leren. Ook jong talent wordt actief binnengehaald. Omroep Brabant biedt veelbelovende stagiairs een 'talentcontract', waarmee ze naast hun studie in dienst zijn van Omroep Brabant en zo kennis en ervaring in de praktijk opdoen. Omroep Brabant is gestart met een talentenprogramma, waarin vier trainees vanaf september 2022 een jaar lang een traineeship doorlopen. Als dit een succesvolle samenwerking is, dan wordt hen daarna een contract aangeboden. De werving van talentvolle kandidaten op vacatures en programma's doet Omroep Brabant op moderne wijze, via aansprekende filmpjes van eigen collega's, op de kanalen waar de doelgroep zich bevindt. Dit werpt vruchten af, het aantal reacties is verviervoudigd.

Diversiteit en inclusie

De regionale publieke omroepen erkennen dat er geen snelle oplossingen bestaan om inclusiever te worden. Dit vraagt om een gedegen en intensieve fase van bewustwording, gevolgd door een continue cyclus van leren, reflecteren en acteren en om het continu kritisch blijven benaderen van het thema en elkaar daarop aan durven spreken. De regionale publieke omroepen stellen gezamenlijk een strategisch plan van aanpak 'diversiteit en inclusie' op. Dat leidt vanuit een inclusieve cultuur naar zowel een regionaal divers personeelsbestand als een veilige werkomgeving. De aanpak maakt inzichtelijk wat het versterkende effect is tussen een meer divers personeelsbestand en het beter bereiken van diverse doelgroepen. De hoofdredacteurs vertalen het plan regionaal en starten met trainingen van alle medewerkers over onbewuste vooroordelen en pilots waarbij wordt gewerkt aan een inclusieve cultuur, beginnend bij directies, hoofdredacties en HR-functionarissen. De coördinatie- en aanjaagfunctie ligt bij de opleidingscoördinator van de RPO.



Samenwerking

De regionale publieke omroepen werken onderling intensief samen. Ze werken ook samen met landelijke en lokale omroepen, private media en maatschappelijke, educatieve en culturele partners. De intensieve samenwerking met de NOS wordt in 2023 voortgezet en het streven is om de samenwerkingen met lokale omroepen te continueren, onder meer met de inzet van extra lokale journalisten. De financiering voor deze lokale journalisten is echter nog onzeker.



De volgende prestatieafpraak is gemaakt over samenwerking van de regionale omroep met andere partijen.

Afspraak

De RPO rapporteert over de belangrijkste samenwerkingsverbanden tussen rpmi's en andere partijen.

De regionale omroepen beschrijven in hun jaarverslagen meer in detail de samenwerkingsverbanden die zij hebben met andere partijen. De RPO rapporteert in zijn jaarverslag over de belangrijkste samenwerkingsverbanden tussen rpmi's en andere partijen.

Rpmi's en de RPO hanteren de volgende categorieën van samenwerkingsverbanden:

- a. tussen rpmi's onderling;
- b. tussen rpmi's en lokale publieke media-instellingen;
- c. tussen rpmi's en landelijke publieke media-instellingen;
- d. tussen rpmi's en private media.

Breed en intensief samenwerken

De regionale publieke omroepen hebben de samenwerking met de NOS geïntensiveerd door een alliantie aan te gaan ten behoeve van de journalistiek-inhoudelijke kwaliteit. De focus ligt hierbij op de journalistiek-inhoudelijke samenwerking, bijvoorbeeld door het uitwisselen van nieuwsagenda's, het samen produceren van onderwerpen of het gecombineerd aanpakken van verhalen en projecten. Dit leidt tot een kwaliteitsverhoging op alle distributiekkanalen van de publieke omroepen. Het waarborgen van de regionale identiteit is hierbij van groot belang, waaraan door ieder vanuit haar eigen taak zoals die is toegekend in de Mediawet wordt samengewerkt. Ook binnen de alliantie wordt de eigenheid van de regionale publieke omroepen te allen tijde gegarandeerd en gefaciliteerd.

Vanuit de verbindende functie die de regionale publieke omroepen vervullen worden ook allianties verkend met individuele lokale omroepen en wordt technische infrastructuur aan hen ter beschikking gesteld.

Periodiek evalueren de regionale publieke omroepen de samenwerkingen en wisselen onderling inzichten uit. In samenwerkingen wordt het onderscheid gemaakt tussen structurele samenwerkingen met voorkeurspartners zoals de NOS en de lokale publieke omroepen, en projectmatige samenwerkingen met andere journalistieke organisaties die plaats vinden wanneer dit de journalistieke kwaliteit ten goede komt.

Samenwerking tussen regionale omroepen

Regionale omroepen werken samen bij de projecten voor een doelmatige inzet van middelen. Het eerdergenoemde Regiogroei is hier een voorbeeld van. Omroepen werken ook samen aan de verbetering van het klantenportaal van de Omroep Reclame Nederland (ORN), de gezamenlijke reclame verkooporganisatie van de regionale omroepen.

Omroep Flevoland werkt samen met RTV Utrecht, Omroep West, Rijnmond en de Fontys Hogeschool aan een onderzoek naar de newsroom van de toekomst (2025). Er wordt onderzocht of dit onderzoek uitgebreid kan worden met Artificiële Intelligentie (AI) in samenwerking met Europese universiteiten en CIRCOM (Vereniging voor Europese regionale omroepen).

Samenwerking met landelijke omroepen

We leven in een veranderende samenleving met maatschappelijke tegenstellingen die leiden tot spanningen en toenemende polarisatie. De burger wordt beïnvloed door Big Tech (Google, Apple, Facebook, YouTube, Netflix, etc.), internetbubbels en te kwader trouw gecommuniceerde misleidende of onjuiste informatie.

De onafhankelijke pluriforme nieuwsvoorziening staat steeds meer onder druk. Een sterke publieke mediasector naast de grote (buitenlandse) private uitgevers is noodzakelijk om een divers medialandschap in stand te houden. De regionale omroepen en de NOS bundelen daarom hun krachten en hebben een gezamenlijke alliantie gesloten.

Journalistieke alliantie

De NOS en de 13 regionale omroepen hebben een grote stap naar nauwere journalistieke samenwerking gezet. Er is een alliantie gesloten met als doel: een betere en toekomstbestendige nieuwsvoorziening voor alle inwoners van Nederland. Online en op radio en televisie. Door niet alleen nog nauwer

samen te werken bij het journalistieke handwerk, maar ook op het gebied van opleidingen en techniek.

Met de alliantie willen partijen de publieke nieuwsvoorziening versterken. Met betrouwbaar en ongebonden nieuws dat geworteld is in de samenleving willen ze tegenwicht bieden aan de groeiende invloed van Big Tech, aan het risico dat mensen niet meer buiten hun eigen nieuwsbubbel komen en aan de groeiende stroom van (soms bewust) misleidende informatie.

Samenwerking op drie niveau's

De samenwerking bestaat nu nog voor het grootste deel uit het uitwisselen van nieuwsonderwerpen die al gemaakt zijn. Maar de NOS en de dertien regionale omroepen willen de samenwerking juist ook aan de voorkant van het journalistieke proces intensiveren. Dat betekent samenwerken als het gaat om nieuwsgaring, planning en productie. Ook zal meer worden ingezet op gezamenlijke onderzoeksjournalistiek.

Daarnaast worden talentontwikkeling en opleidingen gebundeld in een gezamenlijke 'academy', waarin de kennis en ervaring van de NOS wordt gedeeld met de regionale collega's. Verder komt er een structurele uitwisseling van personeel: regionale (eind)redacteuren worden gestationeerd bij de NOS en vice versa.

Om de intensievere samenwerking mogelijk te maken, moet ook op technisch gebied worden geïnnoveerd. Zo kunnen agenda's, nieuwsonderwerpen en andere content alleen efficiënt en overzichtelijk worden uitgewisseld als de redactiesystemen óf perfect op elkaar aansluiten óf worden vervangen door één nieuw te ontwikkelen newsroom-systeem. Ook wordt gedacht aan een nieuw te ontwikkelen app.

Bureau Regio

Met de journalistieke alliantie wordt de reeds bestaande samenwerking doorontwikkeld en versterkt. Bureau Regio –de redactie van de regionale omroepen op de nieuwsvloer van de NOS– speelt daarbij een belangrijke rol. Bureau Regio zorgt nu voor het uitwisselen van onderwerpen en content (audio en video) tussen deze omroepen. Op deze manier wordt het regionale nieuws verspreid in de programma's van de NOS en wordt landelijk nieuws met een regionale relevantie gebruikt door de regionale omroepen.

Bureau Regio verzorgt doordeweeks iedere dag om 12.00 en 15.00 uur een blok met regionale content in het NOS Journaal op NPO 1. Om 18.15 is de redactie verantwoordelijk voor het NOS Journaal Regio op NPO 2.

De redactie verzorgt ook dagelijks de –regionale– online berichten op de NOS-website en –app.

Het tv-programma RegionED wordt dagelijks samengesteld uit de meest opvallende reportages van de regionale omroepen. Elke dag anders, met in het weekeinde een weekoverzicht. Dit programma wordt uitgezonden door 8 regionale omroepen, NPO Start en iedere vrijdag op NPO 2.

Op dit moment is de samenwerking met landelijke omroepen (onder meer met Omroep MAX) in het regionale blok op NPO 2, direct na het NOS Journaal Regio, vooral gericht op uitwisseling van al geproduceerd materiaal. In de toekomst zal dit verschuiven naar de voorkant van het journalistieke proces. Dit betekent meer aandacht voor planning en research in de samenwerking.

De samenwerking op researchgebied tussen de dertien regionale omroepen en de NOS wordt in 2023 verder uitgebouwd en versterkt, zoals afgesproken in de Journalistieke alliantie tussen 13 regionale omroepen en NOS.

Om de slagkracht te vergroten is het voornemen een datajournalist aan te stellen, die wordt ingezet voor gezamenlijk onderzoek van de regionale omroepen en de NOS.

Uitgangspunt daarbij is dat in gezamenlijkheid voorafgaand aan het jaar 2023 journalistieke thema's worden gekozen, waarop zowel bij de NOS als de regionale omroepen het accent zal liggen. De definitieve keuzes daarvan moeten nog worden gemaakt.

Samenwerking met lokale omroepen

De RPO zet zich in voor een goede en doelmatige samenwerking in het publieke bestel. Dat geldt dus ook voor 2023 en de daaropvolgende jaren. De omroepen zetten zich ervoor in om de samenwerking met lokale omroepen ter versterking van de lokale journalistiek voort te zetten. Een voorbehoud dat hierbij gemaakt moet worden is dat de financiering voor de voortzetting van de samenwerkingsprojecten met lokale omroepen nog niet is toegezegd.

Samenwerking met lokale omroepen

Het samenwerkingsverband tussen Omroep West en lokale media in het noorden van Zuid-Holland, onder de naam Regionaal Nieuws Netwerk (RNN), bestaat nu ruim vijf jaar. Het doel is: De journalistiek in de regio beter maken. In de afgelopen jaren zijn er tientallen gesprekken gevoerd tussen Omroep West en lokale publieke omroepen, hyperlocals en andere mediabedrijven. Daaruit zijn intensieve samenwerkingen voortgekomen, met partners als de WOS (Westland en Midden-Delfland), Studio Alphen (Alphen aan den Rijn en een aantal omliggende plaatsen), Sleutelstad (Leidse regio, eerder Unity.Nu), Midvliet (Zoetermeer, Leidschendam-Voorburg, Stompwijk en Wassenaar) en de Bollenstreek Omroep (Noordwijk, Teylingen, Lisse, Hillegom en Noordwijkerhout).

Bij deze 'A-partners' heeft Omroep West minimaal een paar dagen per week een verslaggever gestationeerd, die voor beide omroepen verhalen maakt. Ook is er een categorie mediapartners waarmee Omroep West op regelmatige basis (bijvoorbeeld bij grote evenementen) samenwerkt; de zogeheten 'B-partners', zoals RTV Katwijk.

De 'C-partners' vormen de ogen en oren van Omroep West in de regio. Met deze partijen werkt de omroep slechts incidenteel samen, maar worden bijvoorbeeld wel contacten en nieuwstips uitgewisseld.

Dit netwerk is dankzij de samenwerking NOS-RPO-NLPO sinds 1 mei 2021 verstevigd met Omroep Delft, RTV Krimpenerwaard en RTV Gouwestad. Hierbij werken nieuwe collega's op de lokale redacties en er worden over en weer verhalen uitgewisseld. Omroep West vervult een coördinerende rol. Dankzij deze samenwerking hebben ook Sleutelstad, WOS en Bollenstreek Omroep versterking in menskracht gekregen.

Er geldt dat alle partners binnen RNN gebruik mogen maken van elkaars content, of dat nu tekst, audio of video is. Medewerkers van alle partners, op dit moment in totaal ongeveer vijftien, zijn ook welkom op de 'workshopdagen' van RNN. Tijdens deze trainingen worden zij door mede-

werkers van Omroep West geschoold in onder meer het monteren van video, het schrijven van nieuwsberichten en het maken en voorlezen van radiobulletins. Deze workshops van de 'RNN Academy' worden door de lokale partners als zeer waardevol en leerzaam ervaren, zo blijkt uit de enquêtes die zij na afloop invullen.

Omroep Flevoland zet zich in voor een goede nieuwsvoorziening in Flevoland in samenwerking met lokale omroepen op diverse manieren. Voor het komende jaar heeft Omroep Flevoland de volgende voornemens:

- Ondersteunen van lokale omroepen bij versterking journalistieke basis, door uitlenen van begeleiders en aanbieden van opleidingen door medewerkers van Omroep Flevoland;
- Wekelijks een live-weekendprogramma vanaf locatie over een actueel onderwerp, met journalisten van lokale en regionale redacties;
- Samenwerking in de verschillende projecten vanuit de subsidies OCW;
- Huisvesting aan Radio Lelystad;
- Technische infrastructurele ondersteuning aan lokale omroepen.

Omroep Flevoland gelooft dat deze samenwerkingsvormen uiteindelijk leiden tot kleine journalistieke hubs, op plekken waar nu nog nauwelijks lokale journalistiek plaatsvindt. Het gaat hier om een strategische prioriteit voor Omroep Flevoland en niet om een project met een horizon. De omroep stelt alles in het werk om dit een samenwerking te laten worden die structureel van aard is. Daar hoort wel de waarschuwing bij, dat Omroep Flevoland dit financieel niet in haar eentje kan dragen. Verder zijn er voor elke vorm van samenwerking evaluatiemomenten ingepland met desbetreffende projectleiders.

Samenwerking met private media en maatschappelijke, educatieve en culturele partners

Regionale omroepen werken samen met regionale maatschappelijke, educatieve en culturele partners op themaplatforms, waar dat van toegevoegde waarde is voor het publiek. Op themaplatforms vinden mensen informatie over onderwerpen waar hun belangstelling naar uitgaat en die aansluiten op de culturele identiteit in de regio.

Met het ministerie van Justitie en Veiligheid wordt een samenwerking ontwikkeld waarbij de berichten van NL-Alert worden getoond in de smartphone app van de regionale omroepen. De RPO coördineert dit. Het zorgt voor extra verspreiding van de alarmeringen en sluit aan op de calamiteitenfunctie van regionale publieke omroepen.

Samenwerking met private media

De Utrechtse Internet Courant, kortweg DUIC, is een privaat lokaal nieuwsplatform voor de stad Utrecht. Opgericht in 2011 is het inmiddels uitgegroeid tot een begrip in de stad, met zowel een online platform als een krant, die sinds kort in een wekelijkse frequentie verschijnt. RTV Utrecht, Omroep Utrecht Stichting en DUIC onderzoeken momenteel verschillende vormen van samenwerking.

Dit heeft inmiddels geleid tot een eerste project gericht op het versterken en vernieuwen van de lokale journalistiek in Utrecht: de Nieuwsetalage. In een leegstaand winkelpand in het centrum van Utrecht wordt een gezamenlijk mediacentrum ingericht. Deze plek

in het hart van de stad biedt ruimte aan journalisten om elkaar fysiek te ontmoeten en projectmatig samen te werken. Doel is betere onderlinge uitwisseling, kennisdeling en het gezamenlijk volgen van trainingen en cursussen. Bij het initiatief zijn ook journalistieke beroepsopleidingen betrokken (Hogeschool Utrecht en Fontys), de Stichting Journallab en de mediatak van het ROC. De Nieuwsetalage is heel zichtbaar en toegankelijk voor het publiek, met een kleine studio van waaruit actuele programma's verzorgd kunnen worden. Het initiatief heeft een startfinanciering gekregen van de gemeente Utrecht.



RPO-organisatie

De RPO is op basis van de Mediawet het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. De RPO coördineert de beleids- en verantwoordingscyclus voor de regionale publieke omroep en bevordert samenwerking tussen regionale omroepen. De uitvoering van het [aangescherpte en verdiepte concessiebeleidsplan Liefde voor de regio](#), de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend.

De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de dertien regionale omroepen. Voor de RPO-organisatie is het RPO-activiteitenplan 2023, als onderdeel van de RPO-begroting, richtinggevend. In het activiteitenplan is onderscheid gemaakt tussen de activiteiten van de eigen organisatie, de coördinerende & wettelijke taken en activiteiten ter bevordering van de samenwerking tussen de regionale omroepen. De RPO bevordert eveneens een doelmatige inzet van middelen.

Verdieping en aanscherping concessiebeleidsplan: zeven strategische prioriteiten

Aan de RPO is bij Koninklijk Besluit de concessie voor de verwezenlijking van de publieke media-opdracht op regionaal niveau verleend voor de periode van 1 januari 2019 tot en met 31 december 2025. De RPO voert deze concessie samen met de dertien regionale publieke omroepen uit. Voor de periode 2022-2025 hebben de RPO en de regionale omroepen -na een tussenevaluatie en met een intensief en participatief proces- aanvullend zeven prioriteiten opgesteld ter verdieping en aanscherping van het huidige

concessiebeleidsplan. Deze aanscherping en verdieping dient te worden gezien als een addendum bij het concessiebeleidsplan [Liefde voor de regio](#), dat in zijn huidige vorm van toepassing blijft tot 31 december 2025. Voor de periode 2022-2025 zijn zeven strategische prioriteiten geformuleerd:

- Journalistieke kwaliteit verhogen
- Breed én intensief samenwerken
- Digitale transformatie omarmen
- Innovatie samen organiseren
- Werken aan diversiteit en inclusie
- Talenten werven en behouden
- Bereik verbreden en verdiepen

De zeven strategische prioriteiten hangen onderling nauw samen en hebben een relatie met de huidige activiteiten en met de visieontwikkeling op de concessieperiode 2026-2030. De RPO is verantwoordelijk voor de coördinatie van de uitvoering ervan. In een overkoepelend programma worden alle projecten en activiteiten ondergebracht en vindt regie en coördinatie plaats betreffende inzet van werkgroepen, bewaking van en rapportage over de voortgang, financiën en andere taken die van belang zijn voor de uitvoering van het verdiepte CBP. De uitwerking van de zeven strategische prioriteiten is beschreven in de eerste hoofdstukken van deze RPO-begroting.



Vanaf september 2022 neemt de RPO deel aan het overheidsbrede programma ter verbetering van de publieke dienstverlening Werk aan Uitvoering (WaU) dat valt binnen het programma OCW Open. Dat programma is ingericht om bij te dragen aan het herstellen van het vertrouwen van burgers en ondernemers in de samenleving en de overheid. Onafhankelijke en betrouwbare journalistiek is hiervoor essentieel.

Het programma sluit aan bij de speerpunten uit de verdieping van het CBP voor de digitale transformatie en innovatie. De uitvoering van deze speerpunten dragen bij aan het verbeteren van de informatie- en

nieuwsvoorziening en het versterken van het contact met de burger. Het ontwikkelen van een toekomstbestendige digitale infrastructuur is daarvoor noodzakelijk net als data-analyse en onderzoek om meer kennis te vergaren over het mediagedrag en informatiebehoeften van burgers op diverse (digitale) kanalen. Verder wordt er gewerkt aan evenwichtige en verantwoorde inzet van artificiële intelligentie als journalistiek instrument van de toekomst. Meer informatie over het programma is opgenomen in onderdeel Begroting op [pagina 40](#).

Prestatieovereenkomst

In de prestatieovereenkomst zijn afspraken vastgelegd op de onderwerpen media-aanbod, bereik, innovatie en ontwikkeling en samenwerking. Zo zijn er bijvoorbeeld concrete afspraken over het minimaal aantal te verzorgen documentaires, over een toename van het bereik en over de minimale waardering van gebruikers. Ook zijn inspanningsverplichtingen geformuleerd, bijvoorbeeld dat de omroepen streven naar het vergroten van interactie met het publiek. Tot slot zijn er afspraken over de wijze van rapportage over de hiervoor genoemde onderwerpen. De verantwoording over de naleving van de prestatieafspraken vindt plaats in het jaarverslag.

Coördinatie

In 2023 zullen de coördinerende werkzaamheden van de RPO met name betrekking hebben op de volgende onderwerpen:

- Het coördineren van het tripartite overleg tussen hoofdredacteurs (HRO), directeurs (ORO) en de RPO en het opstellen van een gezamenlijke agenda;
- Het programmamanagement en de uitvoering van de zeven strategische prioriteiten uit het verdiepte en aangescherpte CBP voor RPO, ORO en HRO;
- Het coördineren en uitvoeren van het Werk aan Uitvoering (WaU) project digitalisering & data-analyse;
- Het monitoren van de uitvoering van de prestatieovereenkomst (meten, onderzoeken, rapporteren) en deze verantwoorden in het jaarverslag;
- Het opstellen van (jaar)plannen en begrotingen en de aanvraag van nieuwe/te stoppen/te wijzigen aanbodkanalen;
- Het stimuleren en coördineren van data- en innovatietrajecten en initiatieven, zoals o.a. uitgevoerd door het nieuwe transformatielab en Regiogroei;
- Het versterken van de samenwerking met de NPO, onder meer in het blok met regionale programmering op NPO2, NPO Start, de NOS en landelijke publieke omroepen;
- Het versterken van de onderlinge samenwerking tussen de regionale omroepen;
- Het versterken van de lokale journalistiek en de nieuwsvoorziening door in te zetten op meer journalisten in samenwerking met lokale omroepen en de NOS;



- Het coördineren van bestaande en nieuwe beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders;
- Het sluiten van overeenkomsten en uitvoeren van afspraken met betrekking tot de cao voor het omroeperspersoneel;
- Het vertegenwoordigen van de regionale publieke omroep bij ministeries, toezichthouders en andere partijen.

Het Overleg Regionale Omroepen (ORO) is nauw betrokken bij de uitvoering van deze werkzaamheden. Het ORO dient als platform van overleg tussen de RPO en de regionale omroepen en bestaat uit de bestuurders/directeuren van de regionale omroepen. Een uitgebreid overzicht van de coördinerende werkzaamheden is opgenomen in het [RPO-activiteitenplan 2023](#).

De RPO heeft de wettelijke taak om een doelmatige inzet te bevorderen van de gelden die bestemd zijn voor de verzorging en verspreiding van het publieke regionale media-aanbod. De uitvoering van deze taak is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van de RPO en de regionale omroepen, waarbij doelmatigheid een verantwoordelijkheid van de regionale omroepen is en het bevorderen daarvan de specifieke opdracht van de RPO. De RPO bevordert een doelmatige inzet die rekening houdt met de publieke taak en de publieke waarden van het regionale media-aanbod van de omroep in ieder verzorgingsgebied. Daarbij gaat het onder meer om de maatschappelijke binding en de regionale identiteit van de omroepen, zoals eerder in deze begroting benadrukt.

De wijze waarop de RPO de doelmatigheid bevordert, is opgenomen in het RPO-activiteitenplan. Dat gebeurt niet alleen in het kader van zijn coördinerende en wettelijke activiteiten, maar vooral door de activiteiten die de RPO verricht om de samenwerking tussen de omroepen te bevorderen.

Bevorderen samenwerking

Samenwerking tussen regionale omroepen onderling stimuleert de doelmatige inzet van middelen om de beoogde resultaten te bereiken.

De RPO bewaakt en coördineert de samenhang tussen de uitvoering van de verschillende subsidieregelingen die samenwerking tussen en met regionale omroepen stimuleren. Vanuit die rol draagt de RPO ook zorg voor een evaluatie van de uitvoering van de activiteiten die op basis van die regelingen door de regionale omroepen zijn uitgevoerd.

Bij tal van samenwerkingsactiviteiten tussen meerdere of alle regionale omroepen speelt de RPO een coördinerende rol. De samenwerkingsactiviteiten bevorderen niet alleen de doelmatige en doeltreffende inzet van middelen, maar leiden veelal ook tot sterkere journalistiek, hogere kwaliteit, een groter bereik of snellere innovaties. Het zijn ook vaak projecten die de RPO via de verschillende overleggen coördineert.

Door de inzet van de verschillende overlegplatforms tussen regionale omroepen (op het niveau van bestuurders, hoofdredacteurs, hoofden financiën, personeel & organisatie, techniek en marketing) worden ideeën uitgewerkt, wordt kennis gedeeld en kan een optimalisering in samenwerking en doelmatigheid worden bevorderd. Door middel van deze overlegstructuren worden gezamenlijke doelen gedefinieerd die vervolgens op het 'laagst' mogelijke niveau, waar men zicht heeft op het eigen organisatiedeel, worden uitgevoerd.

In 2023 richt de RPO zich onder meer op:

- Het uitwisselen van kennis tussen de regionale omroepen op het gebied van financiën, personeel & organisatie, techniek, marketing en innovatie door het organiseren van verschillende overleggen;
- Het betrekken van de genoemde overleggen bij de voorbereiding en uitvoering van de zeven strategische prioriteiten voor de tweede planperiode;
- Het faciliteren van een veilige werkomgeving voor journalisten;
- Communicatie en marketing m.b.t de omroepen als collectief en m.b.t. de individuele omroepen;
- Het voeren van gezamenlijke inkoopprocedures;
- Het afsluiten en beheren van gezamenlijke overeenkomsten en het uniformeren van standaardclausules die door individuele omroepen kunnen worden gebruikt;
- Het behartigen van de gezamenlijke belangen bij derde partijen en als nieuwsorganisaties, collectieve beheersorganisaties en distributiepartijen.

Een uitgebreid overzicht van de activiteiten die gericht zijn op het bevorderen van samenwerking is opgenomen in het [RPO-activiteitenplan](#).

Begroting

De begroting van de RPO als bedoeld in artikel 2.169a lid 1 van de Mediawet is de begroting voor de uitvoering van de publieke mediadienst op regionaal niveau. Op basis van artikel 2.170 lid 2 van de Mediawet en artikel 4a van het Mediabesluit wordt de regionale omroep bekostigd met publieke inkomsten. Daarnaast heeft de regionale omroep eigen inkomsten, waarvan de inkomsten uit reclame de belangrijkste zijn.

Toelichting

De totale begroting van de regionale omroepen neemt in 2023 met € 3,8 miljoen toe ten opzichte van 2022. De baten zijn ingedeeld in drie inkomstenstromen: publieke inkomsten, reclame-inkomsten en overige inkomsten. De publieke inkomsten betreft de bekostiging van OCW voor de regionale publieke mediaopdracht. In 2023 is met een geraamde verhoging van 2,0% voor prijsindexatie gerekend.

Dit is een voorzichtige raming en komt overeen met de reeds afgesproken stijging van de lonen in de cao. Het doet echter geen recht aan de enorme inflatiecijfers die op het moment van schrijven –september 2022– worden gepubliceerd. De RPO gaat uit van de huidige financieringssysteem waarbij de baten worden gecompenseerd met een indexatie, zodat prijsstijgingen kunnen worden opgevangen. Deze indexatie is essentieel voor het behoud van de kwaliteit en de invulling van de publieke mediaopdracht. De stijging van de publieke inkomsten bedraagt € 4,1 miljoen. Ook voor de reclame-inkomsten wordt voorzien in een stijging ten opzichte van 2022. Waar vorig jaar nog wel onzekerheid bestond over markteffecten

als gevolg van coronamaatregelen, tonen de resultaten tot op heden een positief beeld. Ook voor 2023 wordt herstel van de markt verwacht. Minder duidelijk zijn de inschattingen vanwege de huidige prijsstijgingen en in welke mate dit door kan werken in de eigen verkoopcijfers en de effecten van de introductie van cookieless advertising voor de online reclame-inkomsten. Dit is het adverteren zonder data verzameling door derde partijen. Naar verwachting zullen de reclame-inkomsten stijgen met € 1,2 miljoen. De dalende meerjarige trend is vanwege corona-effecten in de afgelopen jaren minder zichtbaar op totaalniveau, maar per medium speelt dit met name voor televisie.

Overige inkomsten worden lager geraamd. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met (door onder meer provincies) toegekende subsidies. Omroepen hebben hierover bij het vaststellen van de begroting nog geen volledige zekerheid voor aangevraagde bedragen, waardoor deze nog niet kunnen worden begroot. Dergelijke subsidies worden overigens ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van een tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale journalistiek en andere projecten met een specifiek thema.

Vooruitblikkend: voor de langere termijn geldt de verwachting dat de reclame-inkomsten onder druk blijven staan. Daarnaast is er zorg over de stijging van de kosten op veel onderdelen in de bedrijfsvoering als gevolg van de hoge inflatie. Ook de opwaartse druk op loonkosten vanwege

de schaarste op de arbeidsmarkt en kosten voor pensioenen geeft de verwachting dat de inflatiecompensatie die aan de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend, mogelijk niet toereikend zal zijn. Dit effect heeft inmiddels een meerjarig karakter en het blijft hierdoor voor regionale omroepen een continue opgave om het kwaliteitsniveau en de productie te handhaven.

Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage

De Rijksmediabijdrage dient ter bestrijding van onder meer de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). De bekostiging van de regionale omroep uit de Rijksmediabijdrage wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding verhoogd. De uiteindelijke prijsindexatie voor 2022 is vastgesteld op 5,2% (begroot: 1,5%). Bij het vaststellen van de begroting 2023 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,0%. Hierbij is de methodiek van indexeren gewijzigd. Als gevolg van een wijziging in de Mediawet stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding van 2023 pas medio 2023 vast. In overleg met CvdM en het ministerie van OCW is de raming echter wel opgenomen in de begroting. Op deze wijze wordt voor de begroting de systematiek gehandhaafd en kan reëel –dat wil zeggen op het huidige prijspeil– begroot worden. Het ministerie van OCW kan bij de begrotingsbehandeling deze raming nog niet direct meenemen in de bekostiging. De aanvullende bekostiging van de prijsindexatievergoeding volgt na de voorjaarsnota van 2023. De raming bedraagt € 3,2 miljoen en is door alle regionale omroepen toegepast.

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

Regionale omroepen bieden adverteerders een landelijk bereik met een regionaal karakter. Met combinaties van online, televisie-, en radio-advertenties worden miljoenen mensen per dag bereikt. Adverteerders dragen op die manier bij aan de financiering van de regionale publieke omroepen. Deze bijdrage staat al jaren onder druk doordat steeds meer adverteerders focussen op onlinecampagnes bij grote mondiale technologische spelers, terwijl het totaalaandeel lineair kijken en de luistertijd daalt. Ook is de landelijke STER zich gaan richten op de lokale en regionale advertentiemarkt.

Het verdere verloop van de situatie rond corona en de maatregelen die hiermee samenhangen zullen nog steeds grote gevolgen hebben voor de regionale reclame-inkomsten, naar verwachting op zowel korte als middellange termijn. De regionale omroepen kunnen in tegenstelling tot de landelijke situatie hier echter niet steunen op het bestemmingsfonds van het ministerie van OCW en dragen dit risico geheel zelfstandig. Vanwege de onzekerheid over het herstel van de economie en de advertentiemarkt houden de omroepen en de landelijke verkooporganisatie rekening met verschillende scenario's.

Eerder werd verwacht dat de dalende trend van reclame-inkomsten de komende jaren zal doorzetten. Dit effect treedt ook met het verwachte herstel van de advertentiemarkt na de effecten vanwege corona op.

Naar aanleiding van het onderzoek en de dalende lange termijn ramingen van Ster-inkomsten voeren regionale omroepen jaarlijks een vergelijkbaar onderzoek uit om een eigen meerjarige analyse van reclame-inkomsten op te stellen. Bij deze analyse wordt zo goed mogelijk aangesloten bij de gehanteerde landelijke systematiek. Ook de effecten en verdere verwachtingen rondom corona zijn hier bij betrokken. Hierbij is per omroep de landelijke omzetprognose op uniforme wijze en kwalitatief gelijkwaardig afgestemd en is gekomen tot een eenduidige begrotingssystematiek. Er wordt uitgegaan van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Voor online wordt uitgegaan van een voorzichtig scenario dat ook samenhangt met de introductie van cookieless advertising. Deze trends passen bij de samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep. Het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt. Maar vanwege de lagere opbrengsten op online ten opzichte van radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd. Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze ramingen opgesteld, naast eigen bestaande regionale inzichten en effecten op de advertentiemarkt als gevolg van corona.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmagebonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2023 ramen de regionale omroepen een lager niveau ten opzichte van het vorige jaar. Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegekend.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2023 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2023-2027)

x € miljoen	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Publieke inkomsten	160,5	164,6	166,2	167,9	169,6	171,3
Reclame inkomsten	17,0	18,2	18,1	17,8	17,6	17,4
Overige inkomsten	11,3	9,8	8,0	7,5	7,2	7,9
Totaal	188,8	192,6	192,3	193,2	194,4	196,6

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2022 zijn ten opzichte van de begroting 2022 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2022). De bekostiging 2023 is inclusief indexering (2,0%).

Begroting organisatie RPO

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Voor het jaar 2022 is de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO gewijzigd. Enerzijds vindt meer coördinatie plaats met regionale omroepen op het gebied van (samenwerkings)projecten, dataverzameling en communicatie ten gunste van de gehele regionale mediasector. RPO heeft vanwege wijzigingen in beloningsstructuur en samenstelling van bestuur en raad van toezicht ruimte gevonden om deze uitbreiding zelfstandig op te vangen. Daarnaast zijn werkzaamheden vanwege de uitvoering van de wettelijke taken als gevolg van de afgesloten prestatieovereenkomst toegenomen. Hier vloeien tal van additionele werkzaamheden rond monitoren, meten, onderzoek, rapporteren en verantwoorden uit voort. De RPO is voor deze structurele werkzaamheden met betrekking tot de wettelijke taken additioneel € 240.000 bekostigd, naast een bijdrage vanwege dubbele transmissiekosten vanwege DAB+ voor de dertien regionale omroepen van € 650.000. Inclusief indexering is de bekostiging in 2022 daarmee vastgesteld op € 1.836.842. Dit bedrag vormt de basis voor de bekostiging van 2023, waarna indexering in de loop van 2023 zal plaatsvinden.

De regionale omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Dat zijn de activiteiten die in het activiteitenplan zijn beschreven onder bevordering samenwerking tussen de regionale omroepen. Hiervoor is in 2023 een nog te indexeren bedrag begroot van € 304.831.

Het budget van de RPO-organisatie is berekend op basis van de genoemde correcties en indexering in 2022 van 5,2%. Voor 2023 is geen raming van een prijsindexatievergoeding meegenomen. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO als volgt begroot.

Werk aan Uitvoering (WaU)

De RPO neemt, als ZBO, deel aan het programma WaU van OCW Open. Dit is ook kort beschreven in het hoofdstuk RPO Organisatie (zie [pagina 35](#)). Het programma stelt zich over langere periode ten doel om de overheidsbrede dienstverlening aan burgers en ondernemers in alle domeinen te verbeteren. De RPO heeft als ZBO een aanvraag mogen doen en zich hierbij gericht op die thema's uit de verdieping van het concessiebeleidsplan waar niet of nauwelijks middelen beschikbaar voor waren. Op deze wijze kan de RPO samen met de regionale omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van het overheidsbrede programma: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Met behoud van volledig journalistieke onafhankelijkheid regisseert de RPO de thema's digitale transformatie en innovatie uit het vernieuwde CBP. Dit draagt daarnaast bij aan de verbreding en verdieping van bereik en verhoging van de journalistieke kwaliteit. De doelstelling van de RPO luidt: De informatie- en nieuwsvoorziening verbeteren en, als gevolg daarvan, het contact met de burger op een hoger niveau brengen door middel van een goede, toekomstbestendige digitale infrastructuur en de inzet van data-analyse en artificiële intelligentie.

Het programma is gestart in september 2022 waarbij initieel gewerkt wordt met een projectsubsidie. Vanaf 2023 maakt het onderdeel uit van de bekostiging, waarbij jaarlijks de activiteiten en de begroting worden afgestemd, passend binnen de toegekende beschikbare WaU middelen. Het programma heeft een looptijd tot en met 2031 waarna de bekostiging stopt en de activiteiten duurzaam moeten zijn opgenomen in de reguliere bekostiging van regionale omroepen. Voor 2023 worden de geprognoseerde middelen in de WaU aanvraag naar beneden bijgesteld om invulling te geven aan de start van het programma. Vanwege het begin in de tweede helft van 2022 kan op deze manier op zorgvuldige en doelmatige wijze aan de hand van concrete deelplannen worden gestart. De RPO verwacht hierbij mogelijk vertraging vanwege de schaarste op de arbeidsmarkt in samenhang met het zeer specialistische karakter van benodigde functies. De aanvraag voor de WaU middelen als onderdeel van de bekostiging bedraagt voor 2023 € 2,8 miljoen.



Begroting RPO 2023

	2022 Bedrag (€)	2023 Bedrag (€)
Baten		
Media aanbod – OCW	856.048	1.836.842
Media aanbod – OCW WaU bekostiging		2.800.000
Overige bedrijfsopbrengsten – bijdragen RPMI	289.763	304.831
TOTAAL BATEN	1.145.811	4.941.673
Lasten		
Lonen en salarissen	523.792	591.980
Sociale lasten	145.578	168.666
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	21.000	21.000
Directe productiekosten, Facilitaire lasten		
– transmissiekosten DAB+		683.800
– WaU middelen digitalisering en data analyse		2.800.000
Overige bedrijfslasten	455.441	676.227
TOTAAL LASTEN	1.145.811	4.941.673

Begroting op basis van MW artikel 2.169 lid 3b

Meerjarenraming RPO-organisatie 2024-2027

Bij de meerjarenraming van de RPO-organisatie gaat de RPO uit van voortzetting van de wettelijke taken en levering van diensten aan regionale publieke omroepen zoals voorzien voor 2023. Voor de inzet van de WaU middelen is niveau 2023 aangehouden, maar dit zal fluctueren.

Meerjarenraming

(x€ 1.000)	2024	2025	2026	2027
Baten				
Media aanbod – OCW	4.683	4.730	4.777	4.826
Overige bedrijfsopbrengsten – bijdragen RPMI	308	311	314	317
TOTAAL BATEN	4.991	5.041	5.091	5.142
TOTAAL LASTEN	4.991	5.041	5.091	5.142
RESULTAAT	–	–	–	–

Bij de meerjarenraming is uitgegaan van een voorlopige indexatie van 1%.

Budgetaanvraag 2023

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2022 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2023 opgenomen. Het budget 2022 is voor de bijgestelde indexatie van 5,2% en aanvullende bekostiging ten opzichte van de begroting 2022 geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2023 bedraagt € 166.000.981 en is exclusief de indexatie van 2023. In dit bedrag is de WaU aanvraag 2023 opgenomen.

De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen blijft in 2023 ongewijzigd en conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.

Bekostiging	2022		2023
	Bedrag (€)	%	Bedrag (€)
RTV Noord	10.192.747	6,35%	10.246.622
Omrop Fryslân	11.236.100	7,00%	11.295.490
RTV Drenthe	10.213.614	6,36%	10.267.600
RTV Oost	11.813.956	7,36%	11.876.401
Omroep Gelderland	18.040.360	11,239%	18.135.715
Omroep Flevoland	8.844.415	5,51%	8.891.164
RTV Utrecht	10.561.934	6,58%	10.617.761
NH	15.632.624	9,739%	15.715.253
Omroep West	11.300.305	7,04%	11.360.035
RTV Rijnmond	11.541.080	7,19%	11.602.082
Omroep Zeeland	9.630.942	6,00%	9.681.849
Omroep Brabant	18.842.939	11,739%	18.942.536
LI	12.664.689	7,89%	12.731.630
	160.515.706	100,000%	161.364.139
RPO*	1.836.842		4.636.842
Totaal	162.352.548		166.000.981

*RPO, niet opgenomen in Mediabesluit 2008 en excl. eigen bijdrage omroepen

De begrotingen van de regionale omroepen zijn positief of sluitend. Uitzonderingen zijn Omroep Brabant, RTV Utrecht en NH die vanwege hogere kosten voor onder meer huisvestingslasten, verbouwing en/of verhuizing deze incidentele aanvullende activiteiten bekostigen door middel van de inzet van middelen vanuit de reserve voor media-aanbod. Meerjarig geven deze omroepen blijk van sluitende begrotingen vanaf 2024, zodat een tekort een incidenteel karakter heeft. LI begroot een overschot, dat verder bijdraagt aan de continuïteit door dit op te nemen in de reserve voor media-aanbod.

Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid en doeltreffendheid. Zo worden aanbestedingen en gezamenlijke inkoop voorbereid van onder meer onderzoek, mediatechniek, adviesdiensten en opleidingen.

Personeel

Het streven is dat het personeelsbestand in 2023 opnieuw stijgt door meer mensen aan te nemen op vaste arbeidsovereenkomsten in plaats van freelance-overeenkomsten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

Totale personele bezetting regionale publieke media-instellingen in fte (2021-2023)

	verwacht ultimo 2021	gerealiseerd ultimo 2021	verwacht ultimo 2022	verwacht ultimo 2023
Personele bezetting fte	1.303,4	1.356,0	1.360,1	1.378,2
Delta met vorig jaar		52,6	4,1	18,13

Bijlage I **Overzicht aanbodkanalen**

In deze bijlage zijn de huidige aanbodkanalen van de regionale omroepen vermeld.

De RPO heeft in de begroting 2021 twee nieuwe aanbodkanalen aangevraagd voor RTV Drenthe, Radio Drenthe en Bluesradio Drenthe. De procedure voor de aanvraag loopt nog. Deze kanalen zijn daarom nog niet vermeld in dit overzicht van aanbodkanalen. Ook de procedure voor het beëindigen van het aanbodkanaal Overuit van RTV Oost, zoals aangevraagd in de begroting 2022, loopt nog.

Bestaande aanbodkanalen:

In onderstaand overzicht van aanbodkanalen staan de aanbodkanalen die de minister heeft goedgekeurd.



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omrop Fryslân www.omropfryslan.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omrop Fryslân en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van de Omrop Fryslân is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omrop Fryslân en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Livestreams van Omrop Fryslân (televisie- en radioprogramma)	
	Koperkanaal (http://www.omropfryslan.nl/live/koperkanaal)	
	Tomke Radio (http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio)	
	Alles Frysk (https://www.omropfryslan.nl/live/alles-frysk): audiostream met muziek van Friese bands	
	Fryske Top 100 (www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100): audiostream met Friese popmuziek	
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omrop Fryslân App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Friesland, van Omrop Fryslân samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omrop Fryslân	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Friesland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omrop Fryslân	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Friesland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omrop Fryslân is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Noord www.rtvnoord.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Noord, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Noord is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Noord en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van RTV Noord (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
RTV Noord App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen, van RTV Noord samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Noord	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Noord	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Noord is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Twitter, Youtube, en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Drenthe www.rtvdrenthe.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Drenthe, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Drenthe is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Drenthe en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van RTV Drenthe (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
RTV Drenthe App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe, van RTV Drenthe samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Drenthe	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Drenthe	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Drenthe is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube, en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Oost (www.rtvoost.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Oost, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Oost is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Oost en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van TV Oost en Radio Oost (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	OverUIT (www.overuit.nl): Internetplatform met media-aanbod over uitgaan in Overijssel.	Aanbodkanaal (overig)
RTV Oost App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Overijssel, van RTV Oost samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Oost	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Overijssel.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Oost	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Overijssel.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Oost is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Slack, Snapchat, Twitter, Youtube, en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Gelderland (www.omroepgelderland.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Gelderland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Gelderland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Gelderland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Gelderland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Gelderland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland, van Omroep Gelderland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Gelderland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Gelderland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Gelderland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Flevoland (www.omroepflevoland.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Flevoland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Flevoland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Flevoland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Flevoland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Flevoland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland, van Omroep Flevoland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Flevoland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Flevoland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Flevoland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Instagram, Skype, Snapchat, Twitter, Youtube, LinkedIn en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Utrecht (www.rtvutrecht.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Utrecht, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Utrecht is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Utrecht en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van RTV Utrecht en Radio M Utrecht	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
RTV Utrecht	Narrowcasting in openbaar toegankelijke ruimte.	Aanbodkanaal (overig)
RTV Utrecht App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht, van RTV Utrecht samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
RTV Utrecht	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio M Utrecht	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Utrecht is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter, WhatsApp en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
NH Nieuws (www.nhnieuws.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van NH Nieuws, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van NH Nieuws is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van NH Nieuws en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van NH TV en NH Radio	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
NH Nieuws	Narrowcasting in openbaar toegankelijke ruimte.	Aanbodkanaal (overig)
NH Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland, van RTV NH samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
NH TV	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
NH Radio	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
NH Nieuws is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Telegram, Twitter, WhatsApp, en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West (www.omroepwest.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep West, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie .	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep West is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep West en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep West (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
TV West App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord, van Omroep West samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep West is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Rijnmond (www.rijnmond.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Rijnmond, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Rijnmond is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Rijnmond en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van RTV Rijnmond (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Live uit Lloyd 24/7 (www.rijnmond.nl/live-uit-lloyd): Audiostream met media-aanbod van het radioprogramma Live uit Lloyd van bands en artiesten die sinds september 2009 in dit radioprogramma te horen waren.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
RTV Rijnmond App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland zuid, van RTV Rijnmond samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Rijnmond	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland zuid.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Rijnmond	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland zuid.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Rijnmond is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland (www.omroepzeeland.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Zeeland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Zeeland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland, van Omroep Zeeland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Zeeland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Tumblr, Twitter, Youtube en WhatsApp.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Brabant (www.omroepbrabant.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Brabant, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Brabant is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Brabant en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Brabant App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant, van Omroep Brabant samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Brabant	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Brabant	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Brabant is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Pinterest, SnapChat, Twitter, WhatsApp en Youtube.		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 (www.l1.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van L1, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie enerschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	L1lalaaf (www.l1lalaaf.nl): Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg (https://l1.nl/plat-eweg): Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (overig)



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
l1mburg.nl (www.l1mburg.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire nieuwsaanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie enerschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger. De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
L1 App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
l1mburg App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuws-aanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als l1mburg).		



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
allesplat.nl (www.allesplat.nl/)	Internetplatform van RTV Noord, RTV Drenthe, RTV Oost en Omroep Gelderland met media-aanbod in en voor de Nedersaksische dialecten.	Aanbodkanaal (overig)

Bijlage II Ambities CBP

Media-aanbod

CBP-doelstellingen

- Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio met eigen nieuwsp productie en een eigen nieuwsagenda
- Garantie op onafhankelijke journalistiek in iedere regio, met een eigen redactieraad, eigen redactiestatuut en een eigen regionale mediaraad
- Verantwoording in iedere regio over maatschappelijke relevantie, urgentie en diversiteit van het regionale media-aanbod
- Actieve betrokkenheid van het publiek in het journalistieke proces
- Kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek bedrijven en regio's versterken door bij te dragen aan de regionale identiteit
- Experimenten met nieuwe journalistieke werkwijzen en innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek
- In iedere regio 24/7 een actuele site en app met het laatste nieuws en achtergronden
- In iedere regio 24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk live radio met nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek
- In iedere regio minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie
- Calamiteitentaak vervullen met een alerte organisatie in iedere regio

- Verslag kunnen doen van evenementen met een nabije organisatie in iedere regio
- Actief de ervaringen van gebruikers, lezers, luisteraars of kijkers gebruiken om te innoveren
- De identiteit in iedere regio versterken door actief bij te dragen aan de regionale samenleving
- In iedere regio actief vormgeven van participatie en consultatie van het publiek
- In iedere regio vertegenwoordiging van het publiek in een representatieve regionale mediaraad
- Regiodocumentaires
- Meer persoonlijke interactie tussen de regionale publieke omroepen en het publiek
- Het regionale publiek bedienen met themaplatforms
- Hoge publiekswaardering van de informatieve en verbindende radio van de regionale publieke omroepen
- Hoge publiekswaardering voor het onderscheidende media-aanbod van de regionale publieke omroepen
- Voortzetting aanbodkanalen op wijze zoals zij tot aan begindatum concessieperiode werden aangeboden

Bereik

CBP-doelstellingen

- Publiek een stem geven met kwantitatief en kwalitatief data- en publieksonderzoek in iedere regio
- Jaarlijks wordt in opdracht van de regionale publieke omroepen een kwalitatief sectoronderzoek uitgevoerd
- Toename van het totaalbereik van de regionale publieke omroepen
- Verbetering van de kwantitatieve meetwijzen van het totaalbereik

Distributie

CBP-doelstellingen

- Experimenten met innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek
- Verschillende doelgroepen bereiken, bijdragen aan de pluriformiteit van het media-aanbod en de regionale diversiteit versterken
- Frequentieruimte: laagdrempelige toegang tot publiek regionaal media-aanbod en voor de calamiteitenfunctie, op FM, DAB+, DVB-T, de kabel, op basis van de must-carry verplichting

Innovatie & ontwikkeling

CBP-doelstellingen

- Experimenten met nieuwe journalistieke werkwijzen en innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek
- Actief de ervaringen van gebruikers, lezers, luisteraars of kijkers gebruiken om te innoveren
- Actief bezig zijn met talentontwikkeling door het aanbieden van werker-
varingsplekken en het experimenteren met nieuwe journalistieke functies

Samenwerking

CBP-doelstellingen

- Regionaal en lokaal samenwerken en de regionale en lokale nieuws-
voorziening in stand houden
- De regionale publieke omroepen werken samen om de regionale jour-
nalistiek te versterken, onder andere met lokale omroepen
- De regionale publieke omroepen werken onderling samen op projecten
en innovatie
- Toename van het televisiebereik door voor alle regionale omroepen
nieuwsvensters rondom de NOS Journaals op het lineaire kanaal te
realiseren
- De medewerkers van de regionale omroepen zijn de belangrijkste assets.
Regionale omroepen besteden veel aandacht aan de ontwikkeling van
medewerkers, effectieve opleidingsvormen zoals e-learning en bieden
stage-/werkervaringsplaatsen aan voor nieuw talent

Organisatie/good governance

CBP-doelstellingen

- Goed bestuur en goed toezicht op de uitvoering van de regionale publie-
ke media-opdracht
- Door nauwe samenwerking tussen het Overleg Regionale Omroepen,
als vertegenwoordiging van de regionale publieke omroepen, en de
RPO wordt uitvoering gegeven aan beider mediawettelijke verplichtin-
gen. Op deze manier zal de RPO zijn rol als samenwerkings- en coör-
dinatieorgaan gaan invullen waarbij onder meer samenwerking wordt
bevorderd en tot het afsluiten van de cao voor het Omroeppersoneel
wordt gekomen.

Financiën

CBP-doelstellingen

- In de opvolgende jaarbegrotingen van de regionale omroepen en
die van de RPO zullen de inkomsten steeds geactualiseerd worden en
worden de uitgaven in detail uitgewerkt
- Aan de hand van de uitkomsten van het onderzoek zullen de regionale
omroepen nog bezien wat dit betekent voor de meerjarenverwachting
van hun reclame-inkomsten

Bijlage III Overzicht activiteiten RPO 2023

In onderstaande tabel zijn – niet uitputtend – de activiteiten van de RPO in 2023 per taak/categorie uitgewerkt.

I. BASISACTIVITEITEN RPO

Toezichthoudende activiteiten

- Bijeenkomsten raad van toezicht
- Bestuurlijk overleg OCW
- Bestuurlijk overleg CvdM, Raad voor Cultuur (RvC) en anderen
- Commissies: audit en remuneratie

Bestuurlijke activiteiten

- Besturen van de stichting en voeren dagelijkse leiding
- Strategie, financieel beleid en personeelszaken
- Ondersteuning raad van toezicht
- Relatie en overleg met het ORO, OCW, CvdM, Tweede Kamer, adviesorganen en anderen

Voldoen aan wet- en regelgeving

- Van toepassing zijnde wet- en regelgeving, waaronder Mediawet, Beleidsregels Governance & interne beheersing

Finance & control

- Opstellen bestuursverslag, jaarrekening en controleverslag accountant
- Financieel en fiscaal beheer en administratie

- Risicomanagement

Juridische advisering

- RPO-organisatie
- Wet- en regelgeving
- Ondersteuning functioneren bestuur, raad van toezicht en ORO

PR, PA en communicatie

- Jaarverslag
- Informeren van stakeholders
- Website, sociale media en nieuwsbrief

Bedrijfsvoering

- Office management
- Huisvesting
- Personeelsbeleid

II. COÖRDINATIE & ANDERE WETTELIJKE TAKEN

Concessiebeleidsplan

- Coördinatie/programmamanagement uitvoering verdiept en aangescherpt CBP tweede planperiode voor activiteiten RPO, ORO en HRO
- Verder vormgeven en organiseren strategische prioriteiten
- Vertalen naar (jaar)plannen
- Uitvoeren en monitoren

Prestatieovereenkomst

- Monitoren van en rapporteren over prestatieafspraken

Begroting

- Opstellen RPO-begroting
- Aanvragen nieuwe/stoppen/wijzigen aanbodkanalen

CAO voor het Omroeperspersoneel

- Overleg, onderhandelen en afsluiten CAO voor Omroeperspersoneel met NPO en vakorganisaties
- Opvolging afspraken CAO, waaronder de modernisering van de CAO

Overleg ORO

- Voeren secretariaat, voorbereiden en bijwonen overleg en opvolgen acties
- Onderhouden contacten met leden, met name voorzitter en vice-voorzitter, t.b.v. uitvoering jaarplannen

(Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging

- Deelname aan overleggen met ministeries, parlement, toezichthouders, NPO, NLPO, VNG, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, RvC en Nicam

Bevorderen Good Governance

Regionale mediaraden

- Organiseren van een jaarlijkse bijeenkomst voor regionale mediaraden

Invulling geven aan bestaande en eventuele nieuwe beleidsregels/regelingen CvdM, RvC en andere mediagerelateerde (zelf)regulerende organen

- Monitoren en rpmi 's informeren

Coördineren beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders

- Consultaties, beleidsregels, mediabeleid en onderzoeken

Toepassen en actualiseren samenhangende distributiestrategie

- Monitoren en actualiseren samenhangende distributiestrategie
- Rapporteren over de samenhangende distributiestrategie

Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering

- Overleg met werkgroep NPO Regio over regionale programma's en bijdragen aan NPO kanalen
- Dagjournaals
- Overname regionale content door andere omroepen

Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering

- In samenspraak met NLPO en NOS bevorderen samenwerking tussen regionale, lokale en landelijke omroepen

Bereik- en waarderingsonderzoek

- Coördineren van sectoronderzoek, meetmethoden en andere mogelijke onderzoeken
- Jaarlijks monitoren, verfijnen en verbeteren rapportagetool met onderzoekresultaten

Media-onderzoek

- Verzamelen, ordenen en analyseren prestatie- en gebruikscijfers van de verschillende aanbodkanalen en platformen. Volgen trends en deze in kaart brengen ten opzichte van algemene, regionale, landelijke of mondiale trends

Distributiebeleid

- Volgen, bestuderen en adviseren over beleidsveld distributie en frequenties (zoals digitale radio en tv, FM, kabel en online) waaronder commissievergaderingen van vaste Kamercommissies en reacties op internetconsultaties
- Vertegenwoordiging in overleggen met beleidsorganen en stakeholders (Nationaal Frequentiebeleid Overleg, PMSE, Ketenoverleg)
- DAB+-beleid (coördineren van afspraken m.b.t. bekostiging, dekking en naleving vergunningvoorschriften)
- Afspraken met pakketaanbieders over doorgifte, inclusief naleving must-carry verplichtingen en beoordeling ontheffingsverzoeken
- Coördineren afspraken met NLZIET

Bevorderen van doelmatigheid, waaronder de doelmatige inzet van publieke middelen

- Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen
- Regiogroei (Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum)
- Operationeel beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+
- Begeleiden van de totstandkoming van overeenkomsten namens alle of meerdere rpmi's
- Organiseren en begeleiden van gezamenlijke inkoopprocedures
- Het opstellen en coördineren van het gebruik van modelovereenkomsten
- Inventarisatie mogelijkheden bundelen diensten/dienstverlening/opzetten kenniscentrum
- Inventarisatie mogelijkheden externe financiering

WaU-project digitalisering & data-analyse

- Coördineren I Vormgeven en organiseren
- Vertalen naar (jaar)plannen
- Uitvoeren en monitoren

III. BEVORDEREN SAMENWERKING TUSSEN RPMI'S

Bijdragen aan/ gezamenlijke vertegenwoordiging van de sector bij en in besturen van onder andere (niet uitputtend)

- Raad voor de Journalistiek
- Stichting Reclame Code
- NMO (o.a. SKO en NLO via ORN)
- CIRCOM
- Werkgeversvereniging voor de Media, de organen van PNO Media (Pensioenraad)
- AWO-fonds
- PMSE
- Ketenoverleg (overlegorgaan van partijen betrokken bij de Nederlandse televisiedistributieketen)
- De Tegel
- Stichting Thuis kopie
- VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten)

Faciliteren van uitwisseling van kennis en ervaringen tussen rpmi's op gebied van personeel en organisatie, financiën, techniek, onderzoek en innovatie

- Hoofden P&O
- Hoofden techniek
- Hoofden financiën
- Hoofddirecteuren
- Marketingoverleg

Communicatie

- Communicatie en marketing m.b.t de omroepen als collectief en m.b.t. de individuele omroepen

Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures waaronder

- Mediatechniek
- Facilitaire voorzieningen
- Distributie
- Hard- en software oplossingen
- Online functionaliteiten en toepassingen

Stimuleren samenwerking met opleidingen voor Journalistiek

- Het stimuleren van het contact tussen de opleidingsinstituten en de regionale omroepen en het coördineren van opdrachten voor studenten voor de regionale omroepsector

Bijlage v Definities

Documentaire

Een non-fictie (audio(visuele)) productie (waaronder podcast) bestemd voor verspreiding via één of meerdere aanbodkanalen van een rpmi die de productie heeft ge(co)produceerd dan wel aangekocht, waarbij de persoonlijke visie/stem van de maker wordt vormgegeven door een goede voorbereiding, onderzoek, meerdere opnamedagen en creatief gebruik van geluid en/of filmische middelen.

Evenementverslag

Een, al dan niet (semi) live, (audio)visuele)) registratie bestemd voor verspreiding via één of meerdere aanbodkanalen van een rpmi van:

- een evenement bestaande uit culturele, of (sub) culturele uitingen waarin (levensbeschouwelijke) opvattingen, waarden, normen, gewoontes en tradities centraal staan (voorbeelden: Carnaval, Koningsdag, herdenkingen, bloemencorso's, salls, Kerstnachtdienst in streektaal);
- een concert of festival met muziekoptredens;
- een evenement met een charitatief doel;
- een sportevenement, waarin sportieve prestaties geleverd worden door professionals en/of amateurs, een jaarlijkse (of minder frequente) sportcompetitie, en gebeurtenissen om sportieve prestaties te vieren.

Onderzoeksjournalistiek

Kritisch en diepgravend journalistiek onderzoek dat wordt uitgevoerd op basis van een onafhankelijk geformuleerde onderzoeksvraag en met toepassing van specifiek onderzoeksjournalistieke methoden, dat beoogt feiten en verbanden bloot te leggen die apart of in hun samenhang nog niet zichtbaar waren; en waarbij een zeker algemeen maatschappelijk belang in het geding is.

Landelijk gemiddelde totaalbereik

Is het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle kanalen voor de dertien regionale omroepen in hun eigen verzorgingsgebied, oftewel de optelsom van het totaalbereik per omroep gedeeld door dertien.

Werkervarings-/stageplaats

Werkervaringsplaats voor personen uit kwetsbare groepen (zoals jongeren, schoolverlaters, wajongers en gehandicapten). Een werkervaringsplaats behelst het opdoen van werkervaring nadat een opleiding of studie is voltooid. Een stageplaats voor personen tijdens opleiding of studie om hun talenten te ontwikkelen of om hen aan de omroep te binden.

Colofon

RPO Begroting 2023

september 2022

Tekst

RPO

Tekstredactie

Rob Wilson

Ontwerp

de Toekomst – design | online | print | sign

Fotografie

Omslag – Goeiemiddei (Omrop Fryslân), foto: Erikjan Koopmans

Pagina 2 – Nanzhu Hiddes (Omroep Zeeland), foto: Eric Brinkhorst

Pagina 3 – Jan Müller (RPO)

Pagina 4 – Jauke Boerdam (RTV Oost), foto: Eric Brinkhorst

Pagina 5 – Rogiér Dankerlui (Omroep Flevoland), foto: Lianne Dekker

Pagina 6 – Erik Hogeboom (RTV Noord), foto: Eric Brinkhorst

Pagina 7 – Jelle Gunneweg (Rijnmond), foto: Eric Brinkhorst

Pagina 8 – Suna Soysuren (LI) foto: Vincent Jannink

Pagina 10 – Nejifi Ramirez (Bureau Regio) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 11 – Alexander Gorsen (Omroep West) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 14 – Ronald Oosingh (RTV Drenthe) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 19 – Sander van Barneveld (Bureau Regio) foto: Vincent Jannink

Pagina 21 – Jules Bänffer (RTV Utrecht) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 23 – Carmen Nelissen (RTV Utrecht) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 24 – Dennis Rijsbergen (Omroep Zeeland) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 25 – Gerie Smit (NH) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 26 – Abdelhafid Akallouch (Omroep Flevoland) foto: Lianne Dekker

Pagina 29 – Teun van der Velden (RTV Oost) foto: Vincent Jannink

Pagina 30 – Joly van der Spek (Rijnmond) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 31 – Just Vervaart (Omroep Gelderland) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 34 – Cindy de Koning (Omroep Brabant)

Pagina 35 – Maikel Coomans (Rijnmond) foto: Vincent Jannink

Pagina 36 – Wouter Nelissen (LI) foto: Eric Brinkhorst

Pagina 40 – Kim Seignette (Omroep Zeeland) foto: Eric Brinkhorst