Regionale Publieke Omroep



Wij zijn de regio

Begroting 2025

Start met lezen

Inhoud

Voorwoord 3

De regionale publieke omroep 5

Activiteitenplan
1. Media-aanbod 8
2. Bereik en impact 15
3. Distributiestrategie 17
4. Innovatie en ontwikkeling 25
5. Samenwerking 32

De RPO-organisatie 38

Begroting 42

Bijlagen
Overzicht aanbodkanalen 49
Aanvraag beëindiging aanbodkanalen 64
Ambities Concessiebeleidsplan 66
Overzicht activiteiten RPO 2025 68



Voorwoord

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Het begrotingsjaar 2025 markeert het laatste jaar van de huidige concessieperiode. In deze begroting reflecteren we niet alleen op de afgelopen jaren, maar leggen we ook de fundamenten voor de toekomstige ontwikkeling van de regionale publieke omroep in Nederland. Samen met de dertien regionale omroepen zetten we ons in voor een media-aanbod dat diversiteit, actualiteit en verbinding bevordert.

In de afgelopen jaren hebben we de wereld om ons heen zien veranderen. Technologische innovaties hebben burgers de mogelijkheid gegeven om hun nieuwsconsumptie zelf te bepalen. Desondanks is de interesse in nieuws in Nederland afgenomen, met een opmerkelijke daling onder jongeren. Ook neemt het vertrouwen in nieuwsbronnen af. Deze ontwikkelingen onderstrepen meer dan ooit het belang van regionale omroepen in het medialandschap. We staan dicht bij onze achterban en leveren relevant, betrouwbaar nieuws dat zich richt op lokale en regionale kwesties. Naast onze essentiële rol in het democratische proces, dragen regionale omroepen bij aan de versterking van de regionale identiteit en de culturele samenhang in onze gemeenschappen. In een tijd van maatschappelijke veranderingen zoals globalisering, toenemende polarisatie en economische onzekerheden, zijn en blijven we cruciaal voor het bevorderen van lokale en regionale betrokkenheid.

Ook de begroting van 2025 is verbonden aan de strategische prioriteiten die wij in 2022 in het aangescherpte en verdiepte concessiebeleidsplan hebben vastgesteld. Wij blijven ons inzetten om de journalistieke kwaliteit te verhogen, digitale transformatie te omarmen en samen te werken aan innovaties die onze sector toekomstbestendig maken. Met een sterke focus op het optimaliseren van bereik en impact willen we ervoor zorgen dat ons publiek, ongeacht hun achtergrond, toegang heeft tot een breed en divers media-aanbod dat hen verbindt met hun regio. Daarnaast vormt samenwerking de ruggengraat van onze aanpak. De RPO staat in verbinding met verschillende maatschappelijke en culturele partners, waardoor we elkaar versterken en nieuwe inzichten verwerven. De oprichting van het “Publiek Journalistiek Huis” zal de gezamenlijke inspanningen van de NOS, de RPO en de NLPO op het gebied van journalistiek borgen en zorgen voor een duurzaam, kwalitatief hoogstaand media-aanbod dat aansluit bij de behoeften van ons publiek: alle inwoners van Nederland.

Met een concreet activiteitenplan voor 2025, waaronder initiatieven gericht op diversiteit en inclusie, wil de RPO ervoor zorgen dat alle stemmen in de samenleving worden gehoord. Ook zullen we ons in toenemende mate richten op het werven, opleiden én behouden van talenten, zodat we verzekerd zijn van een sterke toekomst voor de regionale publieke omroep.



[1] Somber over de samenleving? | Publicatie | Sociaal en Cultureel Planbureau (scp.nl)

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Wij staan aan de vooravond van een nieuwe periode waarin de waarde van regionale journalistiek krachtiger dan ooit zal worden verankerd. We bereiden ons voor op een volgende concessieperiode en werken samen aan een regionale publieke omroep die niet alleen het nieuws van dichtbij brengt maar ook de cultuur en de diversiteit van onze regio's weerspiegelt. Samen bouwen we aan een sterke en inclusieve omroep die de stem van de regio laat horen.

Met trots presenteren wij onze begroting 2025 en kijken we uit naar de verdere samenwerking met alle betrokken partijen.

Jan Müller
Directeur-bestuurder
Regionale Publieke Omroep



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

De regionale publieke omroep

‘De regio’ in de schijnwerpers



‘De regio’ staat volop in de schijnwerpers, wat ook terug te zien is in de plannen van de nieuwe regering. Politiek en beleid worden immers niet alleen in Den Haag en de rest van de Randstad ontwikkeld. Zowel politici als rijksambtenaren erkennen de waarde van regionale diversiteit en de behoefte aan meer regionale betrokkenheid bij besluitvorming.

Daarbij spelen de regionale publieke omroepen een cruciale rol. Wij zien wat er in de samenleving gebeurt. We zitten in de haarvaten van de regio en brengen het nieuws ‘van dichtbij’. We geven aandacht aan lokale en regionale vraagstukken die voor de inwoners van de regio van belang zijn. We controleren de macht en spelen een rol als cultuurdrager. Als onafhankelijk platform voor regionale informatie, cultuur, nieuws, educatie en debat dragen we bij aan een sterkere verbondenheid in en met de regio. We zijn trots op wat we maken voor ons publiek, en trots op hoe we de regionale verscheidenheid en cultuur in Nederland onder de aandacht brengen.

Begroting

In de verdieping en aanscherping van het concessiebeleids-plan “Liefde voor de regio 2022–2025” zijn diverse ambities en plannen gepresenteerd, waarvoor we in deze begroting een concrete uitwerking opnemen. Het Commissariaat voor de Media (CvdM) constateerde het afgelopen jaar dat de RPO en de regionale publieke omroepen de positieve lijn ook in de begroting voor 2024 hebben voortgezet. Die lijn en uniformiteit in de begrotingen vervolgen wij; we gebruiken voor de begroting 2025 hetzelfde format als in de afgelopen jaren en we houden rekening met de opmerkingen van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) in de Mediabegrotingsbrief 2024.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Prestatieafspraken

De RPO heeft een prestatieovereenkomst met het ministerie van OCW. In de prestatieovereenkomst zijn afspraken vastgelegd op de onderwerpen media-aanbod, bereik, innovatie en ontwikkeling en samenwerking. Voor 2025 zijn weer concrete afspraken gemaakt over onder meer het aantal te verzorgen documentaires, het bereik en de waardering van gebruikers. Ook zijn inspanningsverplichtingen geformuleerd, bijvoorbeeld dat de omroepen streven naar het vergroten van interactie met het publiek. De RPO beschrijft in deze begroting hoe de sector concreet invulling geeft aan de prestatieafspraken in 2025.

Strategische prioriteiten

In 2025 gelden onverminderd de eerder vastgestelde zeven prioriteiten:

- 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

Vanuit deze strategische prioriteiten werken we komend jaar aan:

Innovatie en digitale transformatie

In onze plannen voor 2025 nemen digitale transformatie en innovatie een belangrijke plaats in. Die transformatie houdt overigens nooit op: digitaal wendbaar worden is belangrijk, digitaal wendbaar blíjven cruciaal. Want de digitale wereld verandert zo ongeveer per dag. We moeten dus anticiperen op veranderende behoeften van ons publiek om onze taak te kunnen blijven vervullen en blijven inspelen op nieuwe kansen en mogelijkheden. Om dat efficiënt en voortvarend te kunnen doen hebben we onze krachten gebundeld in het transformatieteam, een groep van zo'n twintig mensen, afkomstig uit alle dertien regionale omroepen, die innovatie vanuit de inhoud en van onderaf opbouwt. Op basis van de innovatiekalender die we gezamenlijk hebben opgesteld werken we in 2025 intensief samen in verschillende pilotprojecten en experimenten. Sommige projecten, zoals de ontwikkeling van het format ‘Kalm An’ op sociale media dat gericht is op plattelandsjongeren, krijgen hierbij in de loop van 2025 een duurzame plek in het aanbod van een of meerdere omroepen. Andere projecten zijn in ontwikkeling. Voorbeelden hiervan zijn ‘Aanbevolen voor jou’ met thematische content van alle regionale omroepen, ‘Blind Spot’ en ‘Nieuwsverleider’ gericht op mediaformats voor een divers publiek of minder aangesloten nieuwe doelgroepen. Naast projecten met een experimenteel karakter ontwikkelen we ook projecten gericht op de organisatie, zoals het opleidingsprogramma ‘Leiderschap in Media’ voor bestuurders en hoofdredacteuren en een overkoepelend programma gericht op de ontwikkeling van mediaprofessionals voor de redacties van morgen. Culturele sensitiviteit maakt hier onderdeel van uit. Via het vorig jaar opgezette jongerenpanel krijgen we meer inzicht in de mediaconsumptie en het mediagedrag van jonge(re) doelgroepen.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Datagebruik voor versterken impact

Om onze rol als verbinder binnen en met de regio goed te kunnen invullen, moeten we weten waar onze doelgroepen hun informatie vinden en hoe we hen optimaal kunnen bedienen. Het verzamelen, analyseren en toepassen van data speelt daarin een belangrijke rol. Voor de dertien regionale publieke omroepen is het onmogelijk om dat ieder voor zich te organiseren. Daarom kiezen we voor samenwerking en kennisdeling. Om die reden hebben de regionale publieke omroepen een overkoepelend eigen datateam opgericht dat onderzoek ontwikkelt waarmee we onze berichtgeving nog beter, passender en gerichter kunnen aanbieden. Uiteraard met respect voor de privacy van ons publiek. In het komende jaar zullen we daarbij vooral kijken naar het meten en versterken van de impact van onze activiteiten. In 2025 wordt een deel van het datateam, tot nu toe bekostigd uit de WaU-gelden[2] van het ministerie van OCW, duurzaam opgenomen in de reguliere bedrijfsvoering van regionale omroepen.

Publiek Journalistiek Huis

De regionale publieke omroepen zijn overtuigd van de noodzaak van samenwerking binnen het publieke omroepbestel. Alleen zó kunnen we relevant zijn en blijven voor álle inwoners van Nederland.

Lokale journalistiek is van eminent belang in het publieke bestel. We zijn dan ook trots op onze samenwerking met de NOS en de NLPO in het ‘Publiek Journalistiek Huis’. Het Huis is geen fysieke plek, maar een samenwerkingsstructuur waarmee de kwaliteit, het bereik en de impact van de publieke journalistiek op lokaal, regionaal en landelijk niveau wordt vergroot door de kracht van de drie samenwerkende partners optimaal te benutten. In 2025 realiseren regionale omroepen met de lokale/streekomroepen uit hun provincie Bureaus Lokaal, en verkennen op die manier de verschillende mogelijkheden om het Huis gestalte te geven.

Diversiteit en inclusie

De regionale publieke omroepen zijn er voor álle inwoners van Nederland, in al hun verscheidenheid. Dat willen we weerspiegelen in onze programma’s, bij de keuze van onze onderwerpen en de mensen die we uitnodigen en in de gesprekken die we voeren. We willen dat mensen in de regio zich herkennen in de content, dat ze de regionale omroep erkennen en herkennen als een platform waar hun stem te horen is in al zijn nuances en verschillen. Aandacht voor diversiteit en inclusie is een vanzelfsprekend en integraal aandachtspunt bij het bevorderen van de journalistieke kwaliteit en wordt automatisch meegenomen bij activiteiten op het gebied van innovatie en digitale transformatie.

[2] WaU is een overheidsbreed programma gericht op een toekomstbestendige dienstverlening en het versnellen van de digitale agenda.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Activiteitenplan

1. Media-aanbod



De dertien regionale omroepen zetten zich ook in 2025 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 waarin mensen zich herkennen en die verbinden.

Nieuws, informatie, achtergronden en cultuur

De regionale omroepen waarborgen een adequate en betrouwbare nieuwsvoorziening in de regio, weten wat er speelt en doen er verslag van. We gaan uit van feitelijke, evenwichtige en onafhankelijke journalistiek, zonder meningen en standpunten. We luisteren naar de geluiden uit alle delen van de samenleving en weerspiegelen de samenleving in al zijn diversiteit. Onder de noemer 'reflectieve journalistiek' willen we vaker de stem van de zwijgende meerderheid laten horen. Dit is ons journalistieke antwoord op de polarisatie in de samenleving en de nieuwsbehoefte van ons publiek. Nieuwsredacties volgen hiervoor gefaseerd in 2025 een trainingsprogramma dat bestaat uit verschillende opleidingsmodules waaronder 'nieuwsmijden', 'maatschappelijke waarde' en 'nieuwsbehoeften'.

De journalistiek heeft ook een controlerende functie, die tot zijn recht komt in journalistiek onderzoek. Een gezamenlijke onderzoeksredactie van de regionale publieke omroepen en de NOS ondersteunt de omroepen daarbij op een efficiënte manier. In 2025 levert dit weer onthullende verhalen op. Door inhoudelijke samenwerking met de NOS maar ook met lokale omroepen ontstaan diepgaandere en verrijkende verhalen die impact hebben op zowel lokaal, regionaal als landelijk niveau. Zo ontstaan ook verhalen die anders niet verteld zouden worden.

Het regionale media-aanbod voorziet in nieuws, informatie en achtergrondverhalen, met bijzondere aandacht voor cultuur. Dit helpt mensen goed geïnformeerd hun mening te vormen en zich te verbinden met hun regionale cultuur.

Komend jaar bieden de regionale publieke omroepen een gevarieerd aanbod van programma's die de regionale identiteit weerspiegelen en versterken. Documentaires brengen unieke regionale verhalen en evenementen laten mensen de cultuur ervaren.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Aanbodkanalen

Het media-aanbod van de regionale omroepen is voor iedereen vrij toegankelijk. Dat hoort bij de publieke taak en is een vereiste voor de calamiteitentaak van de regionale omroepen. De toegankelijkheid wordt gewaarborgd via de door het ministerie van OCW goedgekeurde aanbodkanalen. In bijlage A is het overzicht van deze aanbodkanalen opgenomen. In bijlage B is de aanvraag opgenomen voor de beëindiging van de aanbodkanalen Fryske top 100, Koperkanaal en Tomke Radio van Omrop Fryslân.

Verantwoording

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

De mediaraden van de regionale omroepen hebben een rol in de vaststelling en verantwoording van het media-aanbodbeleid. De raad vertegenwoordigt de maatschappelijke achterban en doet jaarlijks openbaar verslag. In 2025 organiseren de RPO en de hoofdredacteuren ook weer een bijeenkomst voor regionale mediaraden met als doel kennisdeling.



Prestatieafspraken over media-aanbod

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 a1 van de Mediawet.

Afspraak: Alle regionale publieke media-instellingen (rpmi's) verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.
Via het rapportageschema tonen we eveneens aan dat het media-aanbod van de regionale omroep actueel is.

Afspraak: Alle rpmi's maken het jaarverslag van de mediaraad openbaar.
De mediaraad van de regionale omroep maakt een verslag van zijn activiteiten en dat verslag wordt openbaar gemaakt in het eigen jaarverslag of op de website.

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 2025 253 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 2025 165 documentaires produceren.

Afspraak: De RPO rapporteert over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.
In deze begroting zijn enkele voornemens van regionale omroepen voor onderzoeksjournalistiek in 2025 beschreven.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

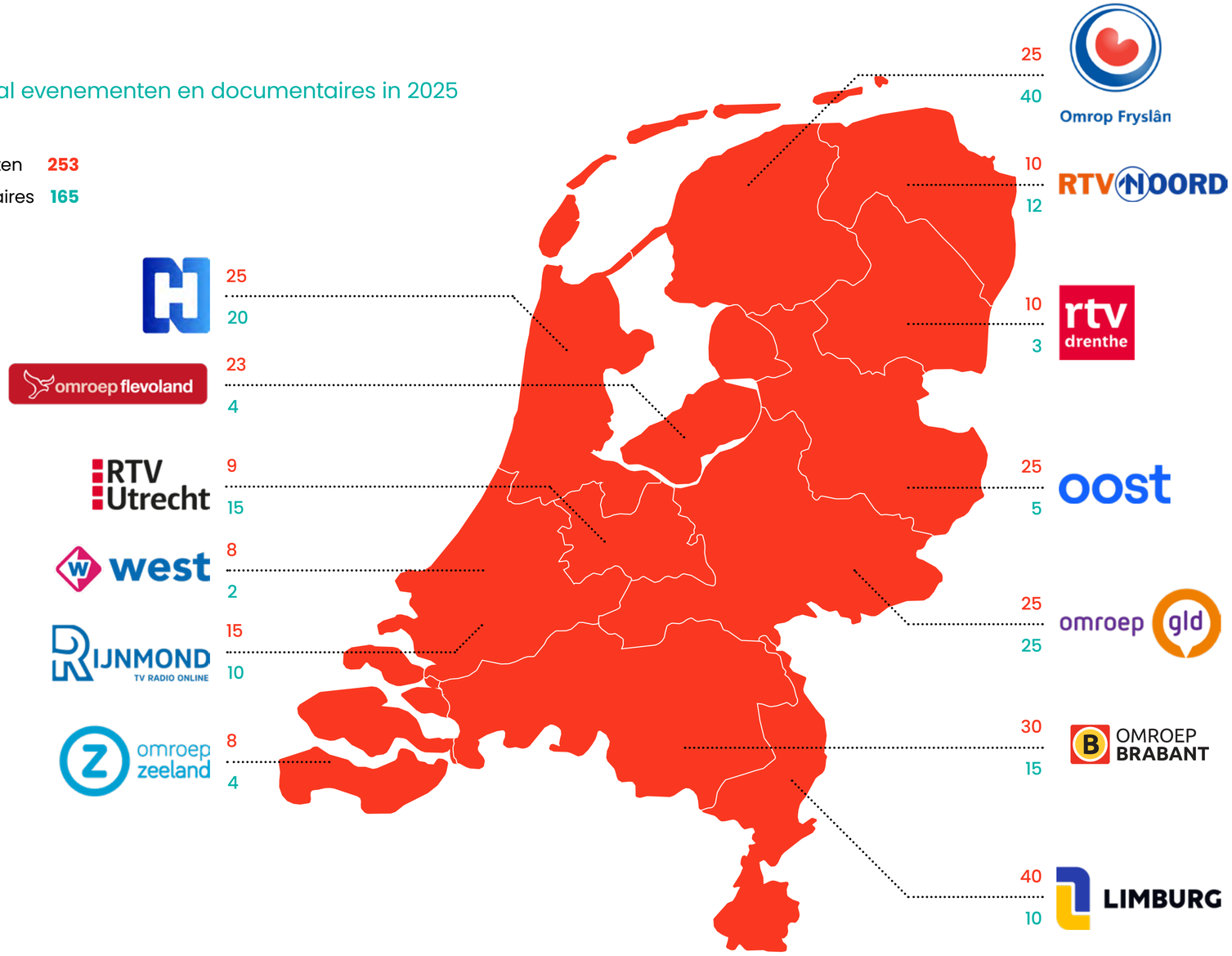
Begroting

Bijlagen

Voorgenomen aantal evenementen en documentaires in 2025

Totaal aantal evenementen **253**

Totaal aantal documentaires **165**



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Rijnmond I Onderzoeksjournalistiek

Rijnmond richt zich in 2025 op onderzoeksjournalistiek door redacteuren hiervoor vrij te blijven maken. Net als in de afgelopen twee jaar gebeurt dat in samenwerking met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. We brengen daarbij het 'veldwerk' samen met data-onderzoek om de diepgang verder te vergroten en daardoor misstanden nog beter aan de kaak te kunnen stellen. De woningmarkt is wat dat betreft al een paar jaar een dankbaar onderwerp, want daar blijven door ons onderzoek zaken aan het licht komen die om een oplossing schreeuwen. Daarmee lichten we tegels die eerder onberoerd bleven. In de toekomst zal onderzoeksjournalistiek ook ongesubsidieerd een vaste plek krijgen op de redactie, waarbij we nu al regelmatig verslaggevers de opdracht geven dieper op de materie in te gaan.

Vanuit de journalistieke allianties met de NOS en de NLPO, het RPO-datateam en de gezamenlijke onderzoeksredactie is er ook op het vlak van onderzoeksjournalistiek samenwerking tussen Rijnmond en de andere regionale omroepen, tussen regionaal en landelijk en tussen regionaal en lokaal. Alles om krachten te bundelen en verspilling van geld en energie te voorkomen.

Rijnmond is samen met Omroep West, NH Media en RTV Utrecht als Randstad-omroepen gestart met het onderzoeken van samenwerkingsmogelijkheden om grootstedelijke problemen en uitdagingen in kaart te brengen. Om op dit vlak een nog duidelijker beeld te krijgen zijn vier lokale omroepen uit Rotterdam, Amsterdam, Den Haag en Utrecht aangesloten. Dit moet leiden tot verdiepende berichtgeving over zaken die spelen in grote steden. Woningnood, armoede, kansenongelijkheid, onderwijs zijn vier van de meerdere thema's waar aandacht voor zal zijn.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Oost | Onderzoeksjournalistiek

De redactie van Oost bestaat uit vier teams: team Actueel; team Politiek, Economie, Groen en Veiligheid; team Identiteit, Cultuur, Zorg en Onderwijs en team Sport. Alle teams werken volgens de kanaalstrategie ‘Van Verhaal naar Kanaal’. De basis is een 24x7-nieuwsvoorziening met de mobiele app op smartphone en tablet als kloppend hart, waaruit radio en televisie kunnen putten voor aanvullend media-aanbod.
In het organisatieplan is de keuze gemaakt onderzoeksjournalistiek te benaderen als integraal onderdeel van de journalistieke opdracht in alle redactieteams. Niet als doel op zich, maar omdat de omroep zich in het Overijsselse medialandschap wil onderscheiden met impactvolle verhalen op basis van eigen nieuwsgaring. Gedegen journalistiek onderzoek is hiervoor een randvoorwaarde. Een jonge, talentvolle onderzoeksjournalist versterkt én inspireert de nieuwsredactie van Oost met een aanstelling tot november 2025, gefinancierd met geld van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten.

In de teambudgetten is ruimte gecreëerd, waarmee eindredacteuren ook in 2025 journalisten en middelen in kunnen zetten voor diepgravende producties. De ervaring wijst uit dat met name de dossiers binnen het team Politiek, Economie, Groen en Veiligheid zich hiervoor lenen. Zo brengt dit team in achtergrondverhalen en datavisualisaties nauwgezet de impact van de opmars van windmolens in Overijssel in kaart. Ook volgt het team intensief en kritisch hoe effectief de gebiedsgerichte benadering van de stikstofproblematiek uitpakt in de provincie.

Maar ook dossiers van het team Identiteit en Cultuur leveren interessante verhalen op. Zo legde de redactie op basis van eigen onderzoek bloot dat het toonaangevende museum De Fundatie in Zwolle in de fout ging met een topsalaris voor een omstreden oud-directeur. Ook het onderzoek naar de besteding van overheidsgeld voor de opvang Oekraïense vluchtelingen is een voorbeeld hoe Oost invulling geeft aan de journalistieke waakhondfunctie.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

RTV Noord I Groningse thema's

RTV Noord gaat vanaf 2025 werken met themaredacties, waarbij redacteuren en verslaggevers hun kennis bundelen op de belangrijkste thema's voor Groningen. Zo blijft ondanks het sluiten van de gaskraan de gaswinning een belangrijk onderwerp, want de nasleep en de versterking zijn nog lang niet klaar. Daarnaast zijn onder andere sport, misdaad, politiek, economie en natuur & cultuur belangrijke pijlers. Deze redacties zetten eigen themaplatforms op, waarop ze in contact komen met hun publiek. Bovendien werkt RTV Noord binnen deze thema's met specialisten. Zij bieden diepgang, duiding, analyse en dialoog. We willen met hoogwaardige journalistiek en voor iedereen toegankelijk nieuws bijdragen aan een gezonde democratische samenleving in onze regio.

In 2025 starten we ook met een vernieuwd nieuws-tv format. Hierin komt dagelijks een nieuwssamenvatting van al het nieuws uit Groningen, dynamisch en afwisselend. Daarnaast is er ruimte voor televisieseries die niet alleen voor tv maar ook voor Youtube gemaakt worden. De nieuw op te richten themaredacties zoals Natuur & Cultuur en Noordzaken maken videoseries. In dit deel van de tv-programmering vooral aandacht voor al het moois uit Groningen en de Groningers. Live uitzendingen op tv zullen worden gemaakt rond events, zoals rond de Vier Mijl van Groningen en de dodenherdenking. Maar ook in het geval van urgente/actuele onderwerpen waarbij het belangrijk is om er live bij te zijn zal RTV Noord een live-uitzending maken met en voor de Groningers. In het weekend maken we op tv Expeditie Grunnen, het tv-programma waar we met ons busje op pad gaan op zoek naar het weekendgevoel van de Groningers. We gaan in 2025 door met ons sportprogramma Noord Scoort. Het sportprogramma (dat ook leuk is voor de niet-sportliefhebber) zal doorgaan als onderdeel van het platform Sport en hierdoor zal het bereik naar verwachting nog verder groeien.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

NH Media I Maatschappelijke verbinding

NH Media bouwt in 2025 verder aan een sterke nieuwsvoorziening en heeft in de huidige gepolariseerde samenleving oog voor de verbindende elementen in onze regio. We hebben daarin niet alleen oog voor waar het beleid schuurt met de belangen van burgers, maar ook voor de oplossingen die vanuit de samenleving zelf komen.

Door de kracht van de lokale en regionale samenleving te benadrukken en de lokale en regionale innovatie op een voetstuk te plaatsen, hopen we beleidsmakers te inspireren. Door het organiseren van meet-ups brengen we mensen en beleidsmakers nader tot elkaar. In deze uitzendingen diepen we thema's die in een samenleving spelen uit en zoeken we niet zozeer naar de tegenstelling, maar juist naar oplossingen en verbinding. Door beide kanten een gezicht te geven, ontstaat er meer nuance en begrip.

Diversiteit en inclusie moet daarbij een automatisme worden. NH Media heeft een eigen journalistiek team met mensen met een andere culturele achtergrond, dat in 2025 verder wordt uitgebouwd. Zoals voormalig vluchtelingen die vanuit hun perspectief een serie portretten maken van Syriërs die in Noord-Holland wonen of een Oekraïense verslaggever die de migranten uit haar thuisland portretteert. Als nieuwsorganisatie zijn we actief op zoek naar medewerkers met een andere achtergrond. Ook bij niet voldoende ambachtelijke aansluiting zijn er mogelijkheden door middel van werkervaringsplekken en collegiale coaching.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

2. Bereik en impact



De regionale publieke omroepen zijn er voor iedereen met interesse in de eigen regio. We zetten ons in om verschillende doelgroepen te bereiken met een pluriform media-aanbod. De regionale publieke omroepen willen de komende jaren het bestaande publiek behouden, nieuwe doelgroepen aanspreken en content aanbieden die voor hen van belang is om hun rol als burger in hun directe omgeving te vervullen. Op basis van bestaand en nieuw onderzoek zoeken we naar manieren om ons bereik en onze impact te optimaliseren.

Bereik verbreden en verdiepen

Via onderzoek en data-analyse krijgen de regionale publieke omroepen beter zicht op wat verschillende doelgroepen beweegt, hoe zij zich laten informeren over nieuws en actuele gebeurtenissen en in welke mate zij zich herkennen in het aanbod van de regionale publieke omroepen.

Alle omroepen onderschrijven het belang en de noodzaak van datagedreven werken. Samen met Regiogroei (het innovatiecentrum van regionale publieke omroepen) en de RPO vormen de regionale omroepen het datateam. Door krachten te bundelen, kunnen we meer en eenduidiger data verzamelen en analyseren, uiteraard met in achtneming van de privacyrichtlijnen.

Het datateam gebruikt de resultaten van gebruikersonderzoek om de omroepen te adviseren over hoe ze het bereik onder hun doelgroepen kunnen verbreden en verdiepen. Het team monitort de resultaten van aanpassingen met gerichte onderzoeken en data-analyses. Door met een gepaste frequentie om updates te vragen komt er continuïteit in het onderzoek. Zo krijgen experimenten navolging op basis van gedegen en actueel onderzoek. De RPO zoekt blijvend samenwerking met (wetenschappelijke) organisaties om op basis van onderzoek inzichten te verkrijgen die bijdragen aan verdere verbeteringen.

Om het bereik nog verder te vergroten, is de RPO in gesprek met de NPO om de content van de dertien regionale omroepen beschikbaar te maken via NPO Start. We rekenen erop dat dit in 2025 gerealiseerd kan worden.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Inzicht in waarde en invloed in de regio's

De regionale omroepen zien het als een belangrijke taak om mensen in de regio met elkaar te verbinden, waardoor ze zich (nog meer) deel van hun gemeenschap voelen. Doordat we waardevolle content leveren kunnen we een positieve impact op de samenleving genereren. Dat maakt ons relevant in de regio. Om te kunnen meten in hoeverre we dit doel daadwerkelijk realiseren, is in 2024 in twee regio's een pilotstudie gestart naar het meten van waarde en impact. Met de resultaten van pilotstudie ontwikkelen we in 2025 een concept onderzoeksmodel dat door de regionale omroepen kan worden aangepast aan de specifieke kenmerken van de eigen regio en kan worden gebruikt om het aanbod nog beter te laten aansluiten op de beleving en behoeften van de inwoners. Met de uitkomsten verwachten we de strategie voor het behartigen van de belangen in de regio's naar een hoger niveau te kunnen tillen.

Onafhankelijk onderzoek

De regionale publieke omroep maakt voor de rapportage over de prestatieafspraken onder andere gebruik van doorlopend onderzoek door Motivaction. Dit bureau onderzoekt sinds 2013 de prestaties van regionale publieke omroepen. Door deze continuïteit kan Motivaction al ruim tien jaar op een vergelijkbare manier rapporteren over bereik en waardering.

Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.560 respondenten per jaar per verzorgingsgebied, zodat er betrouwbare en representatieve gegevens zijn per gebied over doelgroepen, zoals jongeren (18-30 jaar). De totale steekproef voor het hele land bestaat jaarlijks uit 20.280 respondenten. Sinds 2019 meet Motivaction zowel bereik als waardering van de omroepen continu, alle weken van het jaar.

De regionale omroepen zijn in 2025 ook deelnemer van de Nationaal Media Onderzoek (NMO) bereiksonderzoeken. Hierin participeren mediabedrijven, mediabureaus en adverteerders gezamenlijk om een landelijk beeld van de kijk-, luister- en (online) lees- consumptie te krijgen door verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld jongeren. Met NMO worden gesprekken gevoerd over de betrouwbaarheid en bruikbaarheid van de bereiksonderzoeken voor de regionale omroepen.

Bereiksdoelstellingen

De regionale publieke omroepen hebben de prestatieafspraak dat het gemiddelde bereik in de periode 2022 tot en met 2025 hoger is dan de 80% die in 2021 bereikt is. Ons media-aanbod bereikt het publiek via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen, zoals van de NOS, NLZiet en NPO Start.

Prestatieafspraken over bereik

Afspraak: Het landelijk gemiddelde totaalbereik is aan het einde van de tweede planperiode van de concessie (eind 2025) gemiddeld toegenomen ten opzichte van de eerste planperiode.
In 2021 werd het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle regionale publieke omroepen onafhankelijk door Motivaction gemeten. Dat totaalbereik (80%) geldt als nulmeting voor de prestatieafspraak.

Afspraak: De RPO rapporteert over het totaalbereik van de rpmi's uitgesplitst naar leeftijdscategorieën.
De RPO rapporteert hierover op basis van de onafhankelijke metingen door Motivaction.

Afspraak: De rpmi's worden door de gebruikers ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.
Gemiddeld ervaart ten minste driekwart van het publiek de regionale omroep als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.

Afspraak: De landelijk gemiddelde waardering die de gebruikers de aanbodkanalen van de rpmi's geven is per jaar tenminste minimaal een 7,1.
De RPO streeft naar een gemiddelde waardering van de aanbodkanalen van de regionale omroepen van ten minste een 7,1 per kanaal (radio, tv en online) in 2025, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Activiteitenplan

3. Distributiestrategie

De regionale publieke omroepen zetten een samenhangende distributiestrategie, gebaseerd op marktanalyse, in om het bereik te verbreden en te verdiepen. Onderdeel daarvan is dat de regionale publieke omroepen het media-aanbod toegankelijk maken voor zoveel mogelijk doelgroepen. Zo gebruiken omroepen bijvoorbeeld een voorleesfunctie, ondertiteling of een vertaalfunctie bij de content. Met digitale platforms bedienen regionale omroepen diverse doelgroepen met specifieke interessegebieden, bijvoorbeeld rondom natuur of sport. Op deze interactieve platforms vinden ze nieuws en informatie, maar kunnen gebruikers ook met elkaar in gesprek. De regionale omroepen experimenteren ook met het inzetten van AI om content toe te snijden op verschillende platforms voor verschillende doelgroepen. Zo kan een item dat oorspronkelijk voor tv of web gemaakt is, geschikt worden gemaakt voor een andere doelgroep op sociale media.

Marktanalyse

De ontwikkelingen in de media raken uiteraard ook de regionale omroepen. Technieken om (on demand) te kijken, luisteren en lezen veranderen de wijze waarop media worden gebruikt door verschillende doelgroepen. Nieuwe manieren om met behulp van AI content te genereren hebben invloed op de contentproductie en op de rol van journalisten. Door deze ontwikkelingen worden thema's als vertrouwen in het nieuws en bereiken van jong en oud met betrouwbaar en feitelijk nieuws steeds belangrijker in ons werk en onze strategische keuzes. Het Digital News Report 2024[3], dat in Nederland door het CvdM is gepubliceerd, volgt deze ontwikkelingen op de voet en analyseert de betekenis.



[3] Digital News Report Nederland 2024, Commissariaat voor de Media

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Nieuwsgebruik

Het Digital News Report geeft aan dat 82% van de Nederlanders zich dagelijks op de hoogte stelt van het nieuws. Door de jaren heen is een verschuiving te zien van het gebruik van nieuws via traditionele mediatypen naar online nieuwsgebruik. De daling van het gebruik van traditionele mediatypen gaat echter nauwelijks gepaard met een stijging van online gebruik.

Het onderzoek wijst uit dat gebruik van nieuws via de radio daalt van 42% naar 34%, een daling van 19%; nieuwsgebruik op sociale media daalt met 20% naar 37%; televisienieuwsgebruik daalt met 16% naar 62% en ook het online nieuwsgebruik daalt, met 7% naar 62%. 55-plussers vinden televisie de belangrijkste nieuwsbron, belangrijker dan online nieuws. Voor 35- tot 54-jarigen is online nieuws het belangrijkste. Voor jongeren van 18 tot 24 jaar is dit heel anders. Voor hen is sociale media de voornaamste nieuwsbron. Dit is in de afgelopen jaren nog verder toegenomen, van 28% in 2018 naar 35% in 2024.

Interesse en vertrouwen in nieuws

De interesse in nieuws is sinds de coronapandemie sterk gedaald, vooral onder jongeren (18-34 jaar). Voor de coronapandemie was ongeveer 60% van de Nederlanders (heel) erg in nieuws geïnteresseerd. Tijdens de pandemie nam de interesse in nieuws sterk toe. Daarna is de interesse sterk gedaald. Inmiddels zegt 49% van de Nederlanders (heel) erg geïnteresseerd te zijn in nieuws; 13% is (helemaal) niet geïnteresseerd in nieuws en de overige 37% is enigszins geïnteresseerd. De interesse in nieuws daalt vooral onder jongeren. In 2021 zei 61% van de 18- tot 34-jarigen in nieuws geïnteresseerd te zijn, in 2024 is dit 33%.
Als Nederlanders moeten kiezen uit een lijst met onderwerpen zijn ze met name geïnteresseerd in lokaal en internationaal nieuws. Zeventig procent van de mensen die geïnteresseerd zijn in nieuws geeft aan een voorkeur te hebben voor nieuws uit de eigen stad, streek of regio. Ook jongeren tot 35 jaar zijn over het algemeen geïnteresseerd in deze onderwerpen.

Het vertrouwen in het nieuws in Nederland daalt, maar is nog steeds hoog in vergelijking met de andere onderzochte landen in het Digital News Report. Ruim de helft van de Nederlanders (54%) heeft (veel) vertrouwen in het merendeel van al het nieuws dat zij zien op televisie, sociale media, in de krant of horen op de radio of via andere kanalen. 26% is neutraal, en slechts 19% heeft geen vertrouwen in het nieuws. Vertrouwen in nieuws dat men zelf gebruikt is hoger, namelijk 64%.

Het rapport concludeert over 2024: met name jongere generaties nieuwsgebruikers (18-34 jaar) verliezen interesse in nieuws, gebruiken minder nieuws en hebben minder vertrouwen in de meerderheid van het nieuws. Tegelijk zijn sociale media voor steeds meer jongeren de voornaamste nieuwsbron. Ondanks de dalende interesse en vertrouwen is in verhouding tot andere landen het vertrouwen in nieuws in Nederland nog altijd hoog en de interesse niet laag. De nieuwsmerken hebben in Nederland vooralsnog een goed imago, mensen zijn bekend met de merken en ze worden vertrouwd. Maar een dalende interesse zet dit onder druk. Ervan uitgaande dat de verschillen in mediagebruik en nieuwsbehoeftes tussen jongere en oudere generaties blijven bestaan, dan is het nodig de jonge doelgroep nu al heel serieus te nemen: “In een informatieomgeving waar de hoeveelheid nieuws vaak als vermoeiend wordt ervaren, is het een taak voor de journalistiek om zowel qua vorm als inhoud een connectie te maken met de nieuwe generatie nieuwsgebruikers.” Met name op sociale media is het daarbij van belang om te laten zien hoe het nieuws tot stand is gekomen en dat het nieuws aan hoge journalistieke kwaliteitsstandaarden voldoet en daarmee het vertrouwen bevordert.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Analyse bereik en waardering

De landelijke trends die beschreven zijn in het Digital News Report zien we terug in de analyse van de bereikcijfers van de regionale omroep. Per jaar bereiken de regionale publieke omroepen gemiddeld 80% van de inwoners in hun regio. Voor de verschillende leeftijdsgroepen is het totale bereik vergelijkbaar. Wel zijn er verschillen in hoe deze groepen de diverse media van de regionale omroepen naast elkaar gebruiken. Van de groep 18- tot 44-jarigen gebruikt 12% uitsluitend online kanalen. Een derde van hen gebruikt alle kanalen: dus radio, tv en online. Onder de oudste leeftijdsgroep zijn nog veel mensen die uitsluitend via de tv, of radio, of via deze beide kanalen bereikt worden (samen 30% van de 60-75-jarigen).

Voor veel mensen is de regionale tv het belangrijkste kanaal van de regionale omroep, maar dat belang neemt af: waar in 2021 nog gemiddeld 42% van de regionale inwoners tv als belangrijkste kanaal zag, daalde dit naar 35% in 2023). Het belang van sociale media neemt juist toe, van 11% in 2021 naar 15% in 2023. Dit geldt ook voor het belang van de website en appkanalen van de regionale omroepen (van 19% in 2021 naar 24% in 2023).

Tenminste driekwart van het publiek, van jong tot oud, waardeert het aanbod van de regionale publieke omroepen als betrouwbaar, betrokken, informatief en herkenbaar volgens het langlopende onderzoek van Motivaction[4].

Distributiestrategie

De regionale publieke omroepen richten zich op de inwoners die in de eigen regio zijn geïnteresseerd. De distributiestrategie houdt rekening met ontwikkelingen in de markt. De crossmediale benadering werpt nog steeds zijn vruchten af en blijft belangrijk in de samenhangende distributiestrategie. De balans tussen de kanalen zien we wel veranderen en de regionale publieke omroepen blijven de strategie daarom ook komend jaar verfijnen. Retentie, het binden van bestaand publiek en terugkerend bezoek stimuleren, is daarbij een belangrijke inzet.

Onze strategie is erop gericht dat het media-aanbod van de regionale publieke omroep te vinden is op de kanalen waar het publiek het verwacht en waar het publiek aanwezig is. De samenwerking met de NOS op het gebied van nieuws is daar een belangrijk onderdeel van.

Een selectie van de podcasts van de regionale publieke omroepen is ook in 2025 te beluisteren via NPO Luister. Het tv-aanbod is beschikbaar op NLZiet. Na enige jaren van voorbereiding komt het aanbod van de regionale omroepen in 2025 ook beschikbaar via NPO Start. Daarmee is er een digitaal platform beschikbaar voor het publiek waarop vrijwel alle publieke videocontent terug te vinden is.



[4] Bereiksonderzoek Motivaction regionale publieke omroepen, leeftijd 18-75 jaar.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Distributie via eigen kanalen

Online

De online kanalen gebruiken we om het nieuws snel en adequaat naar het publiek te brengen. Met technieken als alerts, pushberichten en volgen, stimuleren we mensen om het nieuws actief te volgen via onze kanalen. Het zijn goede technieken om het jongere publiek te trekken en betrouwbaar nieuws aan te bieden. We zetten sociale media in om de band met ons publiek te versterken, voor meer interactie met het jongere publiek (18-30 jaar) en om in de tijdlijn van jongeren te komen met ons journalistieke aanbod.

Televisie

Het televisiekanaal biedt het publiek een venster op de regionale samenleving, geeft duiding en heeft impact. Televisie speelt vooralsnog een belangrijke rol in de distributiemix. 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. Wel wordt er niet alleen lineair en op het traditionele televisietoestel gekeken, maar steeds meer on-demand en op andere schermen.

Radio

Radio verbindt, voelt dichtbij en biedt actualiteiten en informatie over de regio, is snel ter plekke met live verslag en informatie. Daarbij zorgt het medium voor gezelschap en ontspanning. De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van de regionale omroepen en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio. Ook bij dit medium is er, evenals bij tv, een verschuiving van lineair luisteren naar on-demand, zoals podcasts.

Distributie via kanalen van partners

Onze samenwerking met de NOS leidt tot een nieuwe verspreiding van nieuws van de regionale publieke omroepen. Tevens leveren de regionale omroepen programma's aan voor het programmablok na het NOS Journaal Regio op NPO 2 en werken we samen met onder meer Omroep MAX en KRO-NCRV.

Er zijn structurele afspraken gemaakt met de NOS over het aanbieden van het nieuws van regionale omroepen via de NOS-kanalen. Een online videoverwerker maakt op basis van materiaal van de regionale omroepen verticale video's en reguliere video's bij berichten op web en app van de NOS.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Distributie en toegankelijkheid

We willen het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen, zowel online als via radio en tv. Daarom zijn apps en de website vrij toegankelijk zonder blokkades als een cookiemuur of een verplichte persoonlijke inlog. Het publiek heeft de keuze om trackingcookies van derden al dan niet te accepteren en kan deze keuze achteraf wijzigen. Via de ether (FM, DAB+ of DVB-T) zijn radio- en tv-uitzendingen altijd vrij te ontvangen.

Uitgezonden materiaal wordt opgeslagen in de eigen systemen. Archiveren en ontsluiten van dit materiaal hoort bij het cultuurdragerschap van regionale omroepen. Het regionale audiovisuele materiaal is rijk aan uniek cultureel materiaal dat een overzicht geeft van de gewoontes, de gebruiken en de dialecten in alle streken van ons land. In 2025 wordt onderzocht of de content toegankelijk kan worden gemaakt via het archief van Beeld & Geluid, waardoor het ook voor derden, zoals onderwijsinstellingen, culturele instellingen en andere media doorzoekbaar is.

Regionale omroepen beschikken voor radio over een frequentievergunning in het eigen verzorgingsgebied voor FM en voor DAB+. Radio wordt nog steeds het meest geluisterd via FM. DAB+ is in opkomst. Uit onderzoek van het CBS[5] in 2023 blijkt dat 30% van de huishoudens een DAB+ ontvanger in huis en/of auto heeft. De huidige vergunningen voor DAB+ voorzien in een verplichte samenwerking met commerciële niet-landelijke omroepen, waardoor de omvang en kwaliteit van de huidige digitale dekking via onderhandeling tot stand is gekomen. Het gevolg daarvan is dat de kwaliteit en dekking lager zijn dan past bij de publieke taak van de omroepen: niet overal kan via DAB+ naar de regionale publieke omroep worden geluisterd. De RPO overlegt daarom met de overheid over betere voorwaarden voor gebruik van het radiospectrum.

De regionale televisie- en radioprogrammering is te bekijken en luisteren via de app en website van de omroep. Toegang tot regionaal televisieaanbod zonder tussenkomst van een pakketaanbieder via de ether is geborgd via de frequentievergunning van de NPO voor DVB-T2. Vrijwel alle pakketaanbieders geven het lineaire televisie en radio-aanbod van de regionale publieke omroepen door in het basispakket. Bij pakketaanbieders zetten we in op betere en actuelere gidsinformatie. Hier is in 2024 mee gestart en dit werkt door in 2025. NLZiet is distributiepartner en geeft het televisieaanbod door aan al haar abonnees.

Prestatieafspraak over distributie

Afspraak: De RPO legt over de uitvoering van de samenhangende distributiestrategie verantwoording af.
Jaarlijks wordt voor de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie opgesteld voor de regionale omroepen.



[5] https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2024/36/bekendheid-en-bezit-van-digitale-radio-dab-

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

L1 I Radio als belangrijke verbinder

De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van L1 en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio. Dat laatste is belangrijk als verbindende factor met het Limburgse publiek.

L1 wil vaker zichtbaar zijn in de provincie voor het publiek, door middel van locatie uitzendingen. We zijn aanwezig bij (culturele) evenementen en festivals. Daarbij is het de ambitie om 'kijkradio' of 'visual radio' te upgraden met liveschakelingen naar verslaggevers die ook te zien zijn op televisie. Kijkradio meer body geven levert panklare items op, die ook bruikbaar zijn op andere kanalen van de omroep. Het verruimen van visual radio is voor de regionale omroepen een manier om in openbare plekken de strijd om de luisteraar te winnen van de publieke en commerciële -muziekradio- stations (live beeld, én radio(nieuws) én nieuws in een tickertape).

Ook bij radio is er, evenals bij tv, een verschuiving van lineair luisteren naar on demand, zoals podcasts. We bieden enkele radioprogramma's nu al aan als podcast, en houden nauwlettend de ontwikkelingen in de gaten.

L1 heeft twee internet-radiokanalen. L11 Alaaf is het kanaal met 24/7 Limburgse carnavalsmuziek. Plat-eweg is het kanaal met 24/7 dialectmuziek.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Omroep Zeeland I Participatie en regionale identiteit

Het media-aanbod van Omroep Zeeland toont en versterkt de regionale identiteit. Door binnen het media-aanbod actief te zoeken naar interactie en participatie, weerspiegelt het media-aanbod letterlijk en figuurlijk de stem van Zeeland. Niet alleen de stabiele hoge bereik- en waarderingscijfers, maar ook het succes van langlopende interactieve programmaconcepten als de Zomerspelen, rubrieken als Zegt u 't maar of uitverkiezingen als de Zeeuwse Top 40 toont aan dat Omroep Zeeland actief bijdraagt aan een sterk verbonden en goed geïnformeerde Zeeuwse samenleving.

Omroep Zeeland hecht veel waarde aan regionale documentaires en vindt de ontwikkeling en realisatie van kwalitatief hoogstaande producties van groot belang, omdat deze de identiteit van de regio versterken en bijdragen aan vergrote betrokkenheid en bewustwording van haar inwoners. Binnen het media-aanbod geeft Omroep Zeeland tijdens de Zeeuwse Documentaireweek hier tastbaar vorm en inhoud aan.

Sinds 2010 zendt Omroep Zeeland in de laatste week van het jaar dagelijks een recente Zeeuwse documentaire uit en biedt zo een duidelijk en herkenbaar platform voor Zeeuwse documentairemakers en/of producties die de regio raken. Naast publicatie van gerealiseerde Zeeuwse documentaires maakt Omroep Zeeland ook in 2025 binnen de eigen begroting weer ruimte vrij voor de ondersteuning van documentairemakers en neemt de omroep zelf initiatief voor de ontwikkeling van regionale producties.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Omrop Fryslân

Omrop Fryslân I Unieke identiteit

Omrop Fryslân zet zich ook in 2025 in voor een breed publiek media-aanbod met een goede nieuwsvoorziening, programma's die mensen informeren, waarin vele geluiden klinken en onze regionale identiteit tot haar recht komt. Programma's waarin mensen zich herkennen en die verbinden. De keuze voor het Fries maakt ons uniek, maar heeft ook een andere kant. De beheersing van de Friese taal neemt af omdat er in het onderwijs minder aandacht voor is. Daarom investeren wij zelf in een beleidsadviseur Fries en worden doorlopend maatwerkcursussen gegeven. In 2025 beginnen we daarnaast samen met Hogeschool NHL Stenden met een minor Frysktalige sjoernalistiek, die voortvloeiend uit de Bestuursafspraak Friese Taal en Cultuur (BFTK) 2024-2028 door Rijk en Provincie wordt bekostigd. Niet alleen zal dit voor nieuwe aanwas op het juiste taalniveau zorgen, ook onze eigen medewerkers kunnen hieraan meedoen om op niveau te blijven.
Omrop Fryslân kijkt zeker verder dan alleen de Friessprekende inwoners: met een tweetalige app worden ook inwoners met een andere talige en/of culturele achtergrond betrokken bij wat er in hun regio speelt. Met een programma als Fan Binnenút wordt getoond en gevolgd hoe nieuwe Friezen, met name statushouders, hun plek in de samenleving proberen te vinden. In 2025 zetten we dat voort, onder andere met een vernieuwd, toegankelijk politiek programma.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

4. Innovatie en ontwikkeling



Het versnellen van de digitale transformatie is een gezamenlijke strategische prioriteit van de regionale publieke omroepen. Daarbij staat het publiek centraal. We streven ernaar altijd en overal vindbaar en bereikbaar te zijn voor al onze doelgroepen, ongeacht de platformen die zij gebruiken.

De regionale publieke omroepen organiseren kennisdeling en gezamenlijke innovatie. Dat doen we op het gebied van doelgroepen, media-aanbod en distributie. We delen structureel onze kennis en innovaties en willen van elkaar leren en elkaars successen kopiëren.

Inzet AI

Artificial Intelligence (AI) kan de regionale omroepen helpen om het bereik van onze informatie en nieuws te verbreden en te verdiepen. Zo zetten we AI in voor het maken van verschillende koppen boven online nieuwsitems, om te testen welke kop het meest aanspreekt en experimenteren sommige omroepen bijvoorbeeld met het inzetten van een AI gegenereerde presentator in de nachtelijke uren. De vertaalfunctie voor anderstaligen op onze app en website maakt ook gebruik van AI. We zijn wel beducht voor de risico's die het gebruik van AI met zich mee kan brengen. Blijft het publiek de content als betrouwbaar beschouwen als het met hulp van AI is gemaakt? En hoe moet je omgaan met auteursrechten en andere nieuwe vraagstukken? Zo wil de RPO AI kunnen inzetten op een transparante en ethische manier, passend bij onze journalistieke normen en alleen waar het helpt om de publieke mediataak te versterken. De RPO werkt samen met de NPO en NLPO om verantwoorde inzet van AI te bevorderen.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Digitale transformatie

Om invulling te geven aan de strategische prioriteiten op het gebied van digitale transformatie en innovatie is het transformatieteam opgericht. Dit is een samenwerking tussen alle regionale omroepen, Regiogroei, Bureau Regio en de RPO op het gebied van innovatie en digitale transformatie. Het transformatieteam komt periodiek bij elkaar om te werken aan pilot- en randvoorwaardelijke projecten.

Pilotprojecten

De pilotprojecten, gericht op het ontwikkelen van nieuwe formats en een betere digitale dienstverlening, kennen verschillende doorlooptijden. Tenminste één regionale publieke omroep neemt hierin het voortouw. Indien de pilots succesvol zijn kunnen deze worden opgenomen in het programma van het concessiebeleidsplan en starten voor het collectief.

Overzicht pilotprojecten

Overzicht van de pilotprojectteams - projecten die bijdragen aan digitaal wendbaar worden en stapsgewijs worden doorontwikkeld middels de werkwijze van RPO Startup.

- Hyper local: nieuw format en werkwijze gericht op een specifieke doelgroep, nu gericht op plattelandsjongeren.
- Platformen van de toekomst: experimentele teams op social redacties gericht op onder meer YouTube en TikTok.
- AI-onderzoek: onderzoek naar de toepassingen van AI in het journalistieke proces.
- Big screen: onderzoek naar opties om de relevantie op het tv-scherm te vergroten.
- ‘Aanbevolen voor jou’: mogelijk maken van journalistieke aanbevelingen door overeenkomstig gebruik van metadata door omroepen.
- AI-dialect: ontwikkelen van AI-toepassingen om vanuit taal aan te sluiten bij de regionale identiteiten van de omroepen.
- Regio-overstijgende sign-in: gedeelde inlog om de gebruikerservaring te verbeteren.
- ‘Nieuwsverleiders’: nieuwsmijders verleiden om regionale journalistiek (opnieuw) te volgen.
- NOS Stories Regio: vorm toepassen om op digitale platformen beter in behoeften te voorzien.
- ‘Blindspot’: bereiken van minder aangesloten en diverse doelgroepen met andere (culturele) achtergronden.
- Formatversneller: ontwikkelen van een journalistieke werkwijze voor jonge doelgroepen door te leren van best practises binnen regionale omroepen.

Vanuit onze journalistieke taak is een innovatieagenda opgesteld, waarbij we werken met verschillende horizonnen. Naast de eerste horizon, waar we ons richten op verbetering binnen 1-2 jaar, richt het transformatieteam zich op horizon 2, incrementeel innoveren (2-3 jaar) en horizon 3, radicaal innoveren (>3 jaar). In onderstaand schema staat een overzicht van de lopende en geplande pilotprojecten (stand van zaken najaar 2024).

Een aantal projecten groeit in 2025 door naar de laatste fase, waarbij deze projecten duurzaam bij regionale omroepen worden opgenomen. Ontwikkelingen kunnen hierbij snel gaan. We verwachten dat het project ‘Kalm An’ (in het overzicht te vinden onder Hyper Local), een regio-overstijgend format gericht op plattelandsjongeren en de regio overstijgende login, onderdeel wordt van het reguliere media-aanbod. Andere projecten zijn nog meer in een ontwikkelfase. Voorbeelden hiervan zijn ‘Aanbevolen voor jou’ met thematische content van alle regionale omroepen, ‘Blind Spot’ en ‘Nieuwsverleiders’ gericht op mediaformats voor een divers publiek of minder aangesloten nieuwe doelgroepen en een aantal projecten gericht op het gebruik van AI in de journalistiek, waaronder een AI-project met de VU.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Randvoorwaardelijke projecten

Naast pilotprojecten krijgen ook de randvoorwaardelijke projecten veel aandacht in 2025. Zo wordt het opleidingsprogramma Leiderschap in Media voor bestuurders en hoofdredacteuren, te starten in september 2024, in 2025 afgerond.

Het door de RPO en de Nationale Jeugdraad (NJR) gezamenlijk ingestelde Jongerenpanel Media gaat door in 2025. Dit panel, bestaande uit 100 jongeren met een zeer diverse achtergrond, staat in het teken van het beter leren kennen van (het mediagedrag van) jongere doelgroepen.

Om de digitale wendbaarheid van de omroepen en medewerkers te vergroten, zijn we voornemens een gezamenlijk opleidingsprogramma te ontwikkelen om mediaprofessionals gezamenlijk te trainen en op te leiden verder getraind en opgeleid voor de redacties van morgen.

Het transformatieteam wordt bij de activiteiten ondersteund door diverse professionele partners als Universiteit van Utrecht (leiderschapsprogramma), Fontys Tilburg (opleiding), de Nationale Jeugdraad (jongerenpanel) en een externe adviescommissie met mediaprofessionals en -experts.

Regiogroei

In Regiogroei, het gemeenschappelijk regionaal online expertise- en innovatiecentrum, bundelen tien regionale omroepen de krachten op het gebied van innovatie, doorontwikkeling, beheer en onderhoud van online distributie en ontsluiting van het media-aanbod.

Voor 2025 heeft Regiogroei een aantal thema's benoemd die relevant zijn vanwege hun effect op het bereik of het vergroten van de impact. Deze thema's sluiten aan op het concessiebeleidsplan en de verdieping ervan. De thema's zijn:

- Personalisatie en AI: Om de intensiteit van het contact met onze bezoekers te vergroten en het publiek beter en kosteneffectiever te bedienen.
- Content en interactie: Meer dan alleen nieuws, en meer dan alleen tekst. Dat doen we door te verbreden in het aanbod en dat op een aantrekkelijke manier te presenteren met meer nadruk op beeld, geluid en interactie.
- Platform en distributie: Intensiever onderling samenwerken, ook met nationale en lokale omroepen. Uitbreiding van de samenwerking met derden, zoals het delen van content.

Omdat kosten voor online media toenemen met het gebruik ervan, maakt Regiogroei afspraken met leveranciers om de kosten te beheersen. Door de samenwerking tussen (nu) tien omroepen kan Regiogroei 'bulkcontracten' afsluiten die voordeliger zijn dan afzonderlijke contracten. Daarmee wordt een doelmatige inzet van de middelen bevorderd. Deze gezamenlijke inkoop zet Regiogroei in 2025 voort.

Regiogroei blijft ook de komende jaren de samenwerking zoeken met regionale publieke omroepen die (nog) niet aangesloten zijn bij dit samenwerkingsverband. Zo kunnen ook deze omroepen profiteren van de kostenvoordelen.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

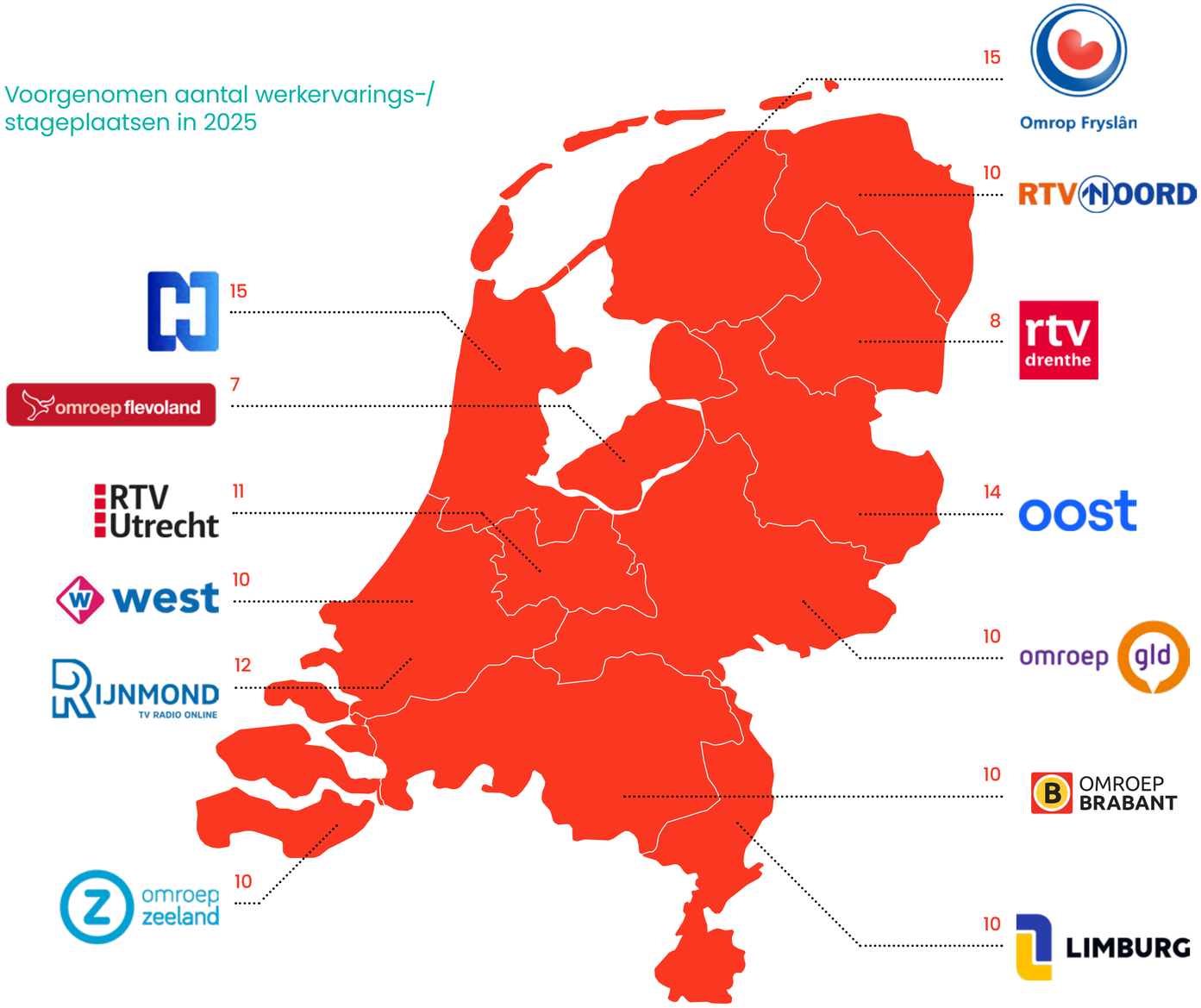
Bijlagen

Prestatieafspraken over innovatie en ontwikkeling

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 omroepen bieden het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, om nieuwsberichten te delen of anderszins te interacteren, en streven 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 2025 142 werkervarings- of stageplaatsen aanbieden.

Voorgenomen aantal werkervarings-/ stageplaatsen in 2025



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

RTV Drenthe I Innovatie en interactie

Een van de speerpunten van RTV Drenthe is meer datageïnspireerd werken. Zo zijn we gaan werken met een vernieuwd online format De klok. Een format waar we artikelen publiceren op het tijdstip dat past bij de behoeften van de gebruiker op dat moment. Met de komst van een dataredacteur heeft dit format meer snelheid en kennis gekregen. In 2025 blijft de dataredacteur met de data-analist (die we delen met RTV Noord en Omrop Fryslan) bij RTV Drenthe werken. Samen analyseren zij het gedrag van onze bezoekers. Door hier fulltime iemand op in te zetten, krijgen we meer inzicht in hoe we onze content kunnen laten aansluiten bij de gebruikersbehoeften. In 2025 krijgt dit een verdere verdieping door de invoering van het gebruikersbehoeften-model. Naast de dataredacteur heeft RTV Drenthe ook tools waarmee we op de redactie beter inzicht krijgen in de data. Het werken met deze tools zal door het gebruiken van het gebruikersbehoeftenmodel komend jaar intensiveren.

Personalisatie en het vergroten van de interactie met ons publiek zijn belangrijke thema's voor de doorontwikkeling van de website en app in 2025. RTV Drenthe doet dit in het samenwerkingsverband met regionale omroepen in Regiogroei. Ook via de sociale media zetten we in op interactie. Via onze rubriek Zoek Het Uit! krijgen we vragen ingestuurd van ons publiek. Deze vragen proberen we te beantwoorden in artikelen voor de website en app. De vragen zijn vaak verrassend en de artikelen hierover bereiken regelmatig veel publiek.

De ontwikkelingen op het gebied van AI worden bij RTV Drenthe sinds 2023 gevolgd door onze online innovator. In 2025 gaat hij daarmee verder. We onderzoeken de mogelijkheden hoe kunstmatige intelligentie ons in de dagelijkse praktijk kan ondersteunen. Zo heeft RTV Drenthe een voortrekkersrol gespeeld in de zomer van 2024 door te experimenteren met een kunstmatige radiostem. We onderzoeken of we hiermee verder gaan in 2025. Ook bekijken we samen met de NOS hoe we ons redactiesysteem iNOS kunnen verbeteren met de hulp van kunstmatige intelligentie.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Omroep Gelderland I Jong in de regio

Omroep Gelderland wil als waakhond van de (lokale) democratie inzicht krijgen in wat er leeft in de haarvaten van de Gelderse samenleving. Door herschikking van het budget kunnen we het komende jaar opnieuw investeren in de regio. Vijf jonge verslaggevers worden gedurende een jaar opgeleid en begeleid om als regioverslaggever en vanuit de haarvaten verslag te doen. We begeleiden hen intensief bij het maken van content, in eerste instantie voor online en sociale media maar ook voor de andere kanalen. We handhaven ook ons initiatief uit 2024 waarin we gedurende enkele weken twee verslaggevers laten onderduiken in een dorp of wijk in Gelderland. Op deze wijze komen we nog dichter bij het (jonge) publiek en hopen we nog meer te weten wat er speelt en leeft in de provincie.
We starten in 2025 het nieuwe platform Jong (werktitel). De inzet is om met en door jongeren speciale content te gaan maken die hun leeftijdsgenoten aanspreekt. De vijf jonge regioverslaggevers in opleiding gaan hieraan een intensieve bijdrage leveren. Ook zoeken we naar een manier om het pilotproject ‘Kalm An’ te integreren in ons reguliere online aanbod. Dit project is een initiatief vanuit het Transformatieteam van de gezamenlijke regionale omroepen, waarmee we willen leren wat jongeren bezighoudt en hoe de omroepen jongere doelgroepen kunnen bereiken. De aanleiding is de kloof tussen het mediagebruik van jongeren en oudere leeftijdsgroepen die, zoals uit onderzoek blijkt, alsmaar groter wordt.
Samen met Oost, RTV Drenthe en RTV Noord is gezocht naar een goed format om verhalen te maken voor en door jongeren die leven in het gebied langs de Duitse grens. Deze verhalen zijn te volgen op TikTok en Instagram. De redactie is ondergebracht bij Omroep Gelderland. Het is de bedoeling dat het project in 2025 doorgroeit en onderdeel gaat uitmaken van het nieuwe platform Jong.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



RTV Utrecht

RTV Utrecht I Inspelen op behoeften publiek

RTV Utrecht werkt vanuit de online focus-gedachte, waarbij zoveel mogelijk vooraf nagedacht wordt over hoe we de verhalen op diverse online kanalen kunnen vertellen. Elk kanaal heeft haar eigen look, feel, invalshoek, lengte en haar eigen publiek.

Ook in 2025 kijken we inhoudelijk naar een goede verdeling stad-regio. De neiging bestaat dat vooral vanuit de stedelijke problematiek de verhalen aangevlogen worden, maar werken in de streken leert ons dat het perspectief op bijvoorbeeld natuur en milieu in de stad anders kan worden beleefd dan in de rest van de provincie. RTV Utrecht wil daarom naast de grote steden, ook de activiteiten en gedachten in de regio duidelijk voor het voetlicht brengen.

De thema's voor 2025 zijn: zorg, duurzaamheid & innovatie, leefbaarheid, wonen, grondgebruik, geld en cultuur. De eindredacties spiegelen het aanbod van de verhalen aan deze thema's.

De redactie van RTV Utrecht gebruikt het gebruikersbehoeftenmodel als hulpmiddel bij het maken en doordenken van content:

Weten: Hou me op de hoogte en Geef me de trends
Begrijpen: Leg me iets uit en Help mij een mening vormen
Voelen: Prikkel me en Inspireer me
Doen: Verbind me en Help me

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Activiteitenplan

5. Samenwerking

De regionale publieke omroepen werken breed en intensief samen. Onderling maar ook met landelijke en lokale omroepen, met private media, met maatschappelijke, educatieve en culturele partners. Dat komt onder meer tot uiting in een alliantie met de NOS en een alliantie met de NLPO. Een randvoorwaarde voor samenwerking is dat de regionale identiteit behouden blijft. Zo garanderen en faciliteren we binnen de journalistieke allianties de eigenheid van de regionale publieke omroepen.

Samenwerking tussen regionale publieke omroepen

De samenwerking tussen de dertien regionale omroepen krijgt gestalte in de vele projecten die door de RPO gecoördineerd worden en in deze begroting zijn beschreven. Daarnaast zijn er ook samenwerkingen op initiatief van één of meerdere regionale omroepen. Zo werken Rijnmond, NH Media, Omroep West en RTV Utrecht samen op dossiers als grootstedelijke problematiek, armoede, kansenongelijkheid en woningnood. Oost en Omroep Gelderland werken samen op facilitair gebied. Alle omroepen werken samen om het Regio Songfestival te realiseren. Omroep Brabant en NH Media werken samen aan innovatieprojecten.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Samenwerking met NOS en landelijke publieke omroepen

De NOS en de dertien regionale publieke omroepen werken online en op radio en televisie nauw samen in een journalistieke alliantie. Dit is in het belang van een betere en toekomstbestendige nieuwsvoorziening voor alle inwoners van Nederland.

De prioriteiten voor 2025 zijn:

- het verleggen van de samenwerking naar de voorkant van het journalistieke proces door:
  - redactiesystemen van de regionale publieke omroep open te stellen voor Bureau Regio zodat de NOS en regionale publieke omroepen in een vroeg stadium op de hoogte zijn van elkaars verhalen;
  - gezamenlijk journalistiek onderzoek te doen;
  - gezamenlijke journalistieke verhalen te maken;
- het organiseren van gezamenlijke trainingen voor medewerkers van de regionale publieke omroepen en die van de NOS;
- de aanschaf van een online leeromgeving;
- de ontwikkeling van een gezamenlijke web/app-omgeving voor de 13 regionale publieke omroepen.

Bureau Regio

Bureau Regio - de redactie van de regionale publieke omroepen op de nieuwsvloer van de NOS - speelt een belangrijke rol in de journalistieke alliantie met de NOS. Bureau Regio zorgt voor het uitwisselen van onderwerpen en content (audio en video) tussen deze omroepen. Op deze manier verspreidt de NOS het regionale nieuws in haar eigen programma's en wordt landelijk nieuws met een regionale relevantie gebruikt door de regionale publieke omroepen in hun programmering.

Bureau Regio verzorgt in 2025 doordeweeks iedere dag een blok met regionale content voor dagjournaals van de NOS. De redactie is verantwoordelijk voor het NOS Journaal Regio om 18.15 uur op NPO 2 en verzorgt dagelijks de - regionale - online berichten op de NOS-website en –app met herkenbare en impactvolle nieuwsverhalen uit de regio.
Bureau Regio stimuleert ook de samenwerking tussen de NOS en de regionale omroepen op het gebied van journalistiek onderzoek en vergroot de aandacht voor achtergronden en onderzoek vanuit de regio. De gezamenlijke onderzoeksredactie maakt in het najaar van 2024 afspraken over de belangrijkste researchonderwerpen in 2025.

Regionaal blok op NPO 2

Het blok regionale programmering op NPO 2 begint elke werkdag met het NOS Journaal Regio, gevolgd door Noord-Zuid-Oost-West, een samenwerkingsprogramma van regionale omroepen en Omroep MAX. Dit programma functioneert als etalage voor de programma's van de regionale omroepen op een landelijke zender en wordt in 2025 gecontinueerd.

Expeditie Nederland is een samenwerking van alle regionale omroepen, het Caribisch Netwerk en Omroep MAX. Het is een informatief reportageprogramma over onderwerpen die landelijk spelen maar die - hoe klein ons land ook is - een paar kilometer verderop vaak een ander verhaal opleveren. De regionale omroepen en het Caribisch Netwerk leveren items voor dit programma aan die onder eindredactie van Omroep MAX tot stand zijn gekomen.

Het programma RegioNED wordt dagelijks samengesteld uit de meest opvallende reportages van de regionale publieke omroepen. Dit programma wordt uitgezonden door tien regionale publieke omroepen, NPO Start en iedere vrijdag op NPO 2.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Samenwerking met lokale omroepen

De regionale omroepen werken samen met lokale omroepen in hun verzorgingsgebied om het nieuws en de verhalen van mensen van dichtbij te kunnen brengen. Deze samenwerking kan verschillende vormen aannemen: soms gaat het om gezamenlijk journalistiek onderzoek of gedeelde verslaggeving bij evenementen. In andere gevallen gaat het om het onderling uitwisselen van content. In alle gevallen blijft echter de autonomie van de deelnemende partijen in stand.

Publiek Journalistiek Huis

Binnen het Publiek Journalistiek Huis werken de RPO, NOS en de NLPO samen aan het versterken van de journalistieke kwaliteit. Het Huis is geen fysieke plek, maar de metafoor voor een ecosysteem en samenwerkingsstructuur waarmee de kwaliteit, het bereik en de impact van de publieke journalistiek op lokaal, regionaal en landelijk niveau wordt vergroot door de kracht van de drie samenwerkende partners optimaal te benutten. Hiermee maken we bij het publiek zichtbaar dat de publieke journalistiek samenwerkt, elkaar versterkt en naar elkaar verwijst. De grote landelijke verschillen vragen om maatwerk in de uitvoering op lokaal niveau. Dat betekent dat de gezamenlijke ruimten niet in beton gegoten zijn, en dat de specifieke verschijningsvorm per lokale context kan verschillen.

Deze samenwerking tussen lokale en regionale omroepen krijgt vorm in de Bureaus Lokaal. Een Bureau Lokaal hoeft niet per se een fysieke locatie te zijn; het fungeert vooral als het centrale punt van waaruit inhoudelijke samenwerkingen, contentuitwisseling, contentverrijking en gezamenlijke producties worden gecoördineerd. Ook worden vanuit Bureaus Lokaal grotere samenwerkingsproducties geïnitieerd. Het model van de Bureaus Lokaal wordt gefaseerd ingevoerd.

Samenwerking met maatschappelijke, educatieve en culturele partners

De regionale omroepen werken samen met regionale maatschappelijke, educatieve en culturele partners, waar dat van toegevoegde waarde is voor het publiek. Deze samenwerking stelt ons in staat om het publiek te voorzien van relevante informatie over onderwerpen die aansluiten bij specifieke interessegebieden en verband houden met de culturele identiteit van onze regio. Samenwerkingen met hogescholen en universiteiten zijn belangrijk voor het ontwikkelen en aantrekken van talent en om gezamenlijk onze innovatiekracht te vergroten.

Prestatieafspraken over samenwerking

Afspraak: De RPO rapporteert over de belangrijkste samenwerkingsverbanden tussen rpmi's en andere partijen.
De regionale publieke 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.

De RPO beschrijft voor 2025 de voornemens voor samenwerkingsverbanden van regionale omroepen met andere partijen.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Omroep Brabant I Samenwerking met lokale en streekomroepen

Omroep Brabant zet zich in voor een goede nieuwsvoorziening in Noord-Brabant in samenwerking met lokale omroepen. In 2024 heeft Omroep Brabant de banden met vier prominente lokale en streekomroepen in Brabant versterkt. Het plan is om deze samenwerking in 2025 nog verder te intensiveren, met een focus op het verbeteren van de journalistieke kwaliteit en het uitbreiden van het aanbod. Samen met de lokale en streekomroepen DTV, Studio 040, ZuidWest TV en Omroep Tilburg hebben we een aanvraag voor een Brabants Bureau Lokaal ingediend.

Er wordt gezamenlijk gekeken naar mogelijkheden om de onderzoekscapaciteit te vergroten. Omroep Brabant is ook bezig met het verkennen van nieuwe methoden om de lokale journalistiek te ondersteunen en de verslaggeving diep in de gemeenschap te verbeteren. We delen daartoe agenda's en willen voorkomen dat twee omroepen tegelijkertijd verslag doen op dezelfde plek. Lokaal nieuws kan verbreed worden door de regionale omroep, regionaal nieuws kan verdieping vinden op lokaal niveau. Operationeel zoeken we de samenwerking op, op directie- en hoofdredactieniveau vindt enkele keren per jaar afstemming plaats.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Omroep West I Lokaal samenwerken in het DNA

Omroep West is ervan overtuigd dat regionale/lokale samenwerking de beste manier is om de verschraling van de lokale journalistiek - met name in kleine gemeenten - tegen te gaan. In Den Haag wordt de burger dus redelijk tot goed bediend, maar hoe is dat in Nieuwkoop of Schoonhoven? Een stuk minder, helaas. Door samen te werken met lokale omroepen versterken we de journalistieke kwaliteit over en weer en bevorderen we doelmatige inzet van verslaggevers. Het publiek wordt door deze samenwerking beter en vaker geïnformeerd over de ontwikkelingen in de eigen omgeving. Omroep West en de lokale omroepen hebben het publiek altijd op de eerste plaats.

De samenwerking krijgt vorm in het Regionaal Nieuws Netwerk (RNN) van Omroep West, in 2020 gestart met een projectsubsidie voor vier jaar. Deze samenwerking wordt nu zelfstandig, zonder aanvullende subsidie, op eigen kracht voortgezet. Het netwerk voorziet in journalistieke uitwisseling van verhalen. Ook zorgt het netwerk voor opleiding (op maat, workshops) vanuit Omroep West bij de lokale omroepen.

Lokaal samenwerken is het belangrijkste onderdeel geworden in het DNA van Omroep West. Het netwerk heeft zich bewezen als belangrijke schakel. Dankzij RNN maken we onze slogan ‘altijd dichterbij’ meer waar dan een paar jaar geleden. We hebben nu meer berichtgeving uit onder meer Leiden, Alphen aan den Rijn, de Bollenstreek, Leidschendam-Voorburg, Zoetermeer en het Westland - en dat is goed voor alle inwoners in de (uitzend)regio van Omroep West. Ook Delft, de Krimpenerwaard en Gouda komen nu veel vaker aan bod. Wij merken dat dat wordt gewaardeerd, zowel door de inwoners van deze gebieden als door de lokale politici. Andersom zijn – zie daarvoor evaluaties en ervaringen van de partners – de lokale omroepen blij met de gedane investeringen. Het draagt ook volgens hen daadwerkelijk bij aan het duurzaam inhoudelijk versterken van de journalistiek.

Met RNN willen wij graag de nieuwsvoorziening in onze gehele regio op een aanvaardbaar niveau brengen en houden. Dat is in de afgelopen jaren bewezen succesvol geweest, en het vraagt de komende jaren om uitbouwen – met als doel om de journalistiek in de regio duurzaam te verbeteren.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Omroep Flevoland | Samenwerken aan een goede nieuwsvoorziening

Omroep Flevoland zet zich in voor een goede nieuwsvoorziening in Flevoland in samenwerking met lokale omroepen. Voor 2025 hebben we de volgende voornemens:

- Ondersteunen van lokale omroepen bij versterking journalistieke basis door uitlenen van begeleiders en aanbieden van opleidingen door mensen van Omroep Flevoland;
- Samenwerken bij programma's;
- Huisvesting aan Radio Lelystad;
- Technische infrastructurele ondersteuning.

Wij geloven dat deze samenwerking uiteindelijk zal leiden tot kleine journalistieke hubs, op plekken waar nu nog nauwelijks lokale journalistiek plaatsvindt. Dit is een strategische prioriteit voor Omroep Flevoland en niet een tijdelijk project met een horizon. We willen alles in het werk stellen om dit een samenwerking te laten worden die structureel van aard is. Voor elke vorm van samenwerking zijn evaluatiemomenten ingepland met de betrokken projectleiders. Als een samenwerkingsproject structureel kan worden, zullen andere partijen wel mee moeten gaan doen in de financiering.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

De Regionale Publieke Omroep

De RPO is 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, stimuleert samenwerking tussen regionale omroepen en bevordert een doelmatige inzet van middelen. De uitvoering van het aangescherpte en verdiepte concessiebeleidsplan “Liefde voor de regio”, de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend. Ook is de RPO verantwoordelijk voor de uitvoering van het programma ter verbetering van de publieke dienstverlening Werk aan Uitvoering (WaU). De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de dertien regionale omroepen.

Bureau

Het bureau van de RPO in Hilversum fungeert als knooppunt in het netwerk van regionale omroepen en bestaat uit een kleine groep professionals die met een grote mate van zelfstandigheid hun werk verrichten. De vaardigheden, creativiteit en kennis van deze medewerkers dragen in belangrijke mate bij aan de kwaliteit van de coördinatie en samenwerking. We werken daarbij intensief samen met partners binnen en buiten de sector.

Naast de reguliere activiteiten, zoals bijvoorbeeld het uitvoeren van het concessiebeleidsplan, het opstellen van de begroting en jaarplannen, het rapporteren over de prestatieovereenkomst, het bevorderen van good governance en het bevorderen van doelmatigheid lichten we hieronder een aantal werkzaamheden uit die in 2025 bijzondere aandacht krijgen. Een uitgebreider overzicht van de activiteiten van de RPO staat in bijlage D.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Concessiebeleidsplan 2026-2030

2025 is het laatste jaar van de huidige concessieperiode. De RPO en de regionale omroepen werken aan een nieuw concessiebeleidsplan voor 2026-2030. In het nieuwe concessiebeleidsplan delen we onze plannen voor de komende vijf jaar. We richten ons in eerste instantie tot het ministerie van OCW en geven aan hoe we invulling geven aan onze wettelijke taken. De waarde en impact van de regionale omroepen komt daarin centraal te staan. In het eerste kwartaal van 2025 moet het nieuwe plan klaar zijn.

CAO voor het omroeppersoneel

De huidige CAO voor het omroeppersoneel loopt eind 2024 af. Het overleg tussen de werkgevers- en werknemersorganisaties over mogelijke aanpassing van de arbeidsvoorwaarden start in 2024 en loopt naar verwachting door in 2025.



Werk aan Uitvoering

De RPO heeft aanvullende financiering toegekend gekregen vanuit het WaU-programma van OCW Open. Dat is een overheidsbreed programma gericht op toekomstbestendige dienstverlening en het versnellen van de digitale agenda. Het programma loopt tot en met 2031. Dit biedt de RPO en de regionale publieke omroepen de mogelijkheid om versneld invulling te geven aan de strategische prioriteiten op het gebied van digitale transformatie en innovatie. Voor dit doel is het transformatieteam ingesteld. Dit is een samenwerking tussen alle regionale omroepen, Regiogroei, Bureau Regio en de RPO op het gebied van innovatie en digitale transformatie. Om meer kennis te vergaren over het mediagedrag en informatiebehoeften van burgers op diverse (digitale) kanalen is ook een datateam ingesteld waarin alle regionale omroepen, Regiogroei en de RPO samen werken.

Binnen WaU werkt de regionale omroep daarnaast aan een evenwichtige en verantwoorde inzet van AI als journalistiek instrument van de toekomst en is een breed communicatieplatform ten behoeve van kennisuitwisseling gebouwd. Meer informatie over WaU is opgenomen in het hoofdstuk Begroting.

Gezamenlijke agenda en kennisuitwisseling

De RPO coördineert het Overleg Regionale Omroepen (ORO) en de gezamenlijke agenda van het tripartite overleg tussen hoofdredacteuren, directeuren en de RPO. Daarnaast organiseert en stimuleert de RPO samenwerking en kennisuitwisseling op het gebied van financiën, personeel & organisatie, techniek, onderzoek, marketing en innovatie, onder meer door het organiseren van en deelnemen aan verschillende overleggen. De nadruk ligt in 2025 in alle gremia op het nieuwe concessiebeleidsplan en het gezamenlijk verder vormgeven van de jaarplannen en nieuwe prestatieafspraken.

Onderzoek

De RPO coördineert en begeleidt diverse onderzoeken die door en voor alle omroepen worden uitgevoerd. Vanuit het oogpunt van doelmatige inzet van middelen, van kennisdeling en van samenwerking inventariseert zij behoeften, organiseert centrale presentaties en neemt deel aan overleggen waar de onderzoekers van de omroep samenkomen. Ook verschaft RPO inzichten uit bestaande nationale en internationale onderzoeken die aanhaken bij de zeven strategische prioriteiten aan omroepen. Voor 2025 staat een stevigere rol bij de nationale mediaonderzoeken centraal en tevens het in stelling brengen van het verkrijgen van inzichten die onderbouwend zijn aan de beleidsplannen voor de toekomst na 2025. Tevens werken we aan de ontwikkeling van een onderzoeksmodel dat de impact in de regio zichtbaar kan maken. We gebruiken de resultaten voor interne reflectie, en als basis voor strategische aanpassingen en ontwikkelingen in onze bedrijfsvoering in het komende jaar.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bureaus Lokaal

In 2025 ligt de focus op een belangrijk onderdeel van het Publiek Journalistiek Huis, de samenwerking tussen de RPO, de NOS en de NLPO: de uitrol van Bureaus Lokaal (zie hoofdstuk 5: Samenwerking). De RPO is penvoerder voor dit tweejarig project, waarvoor de NLPO, RPO en NOS subsidie ontvangen van het ministerie van OCW. Kernactiviteiten in 2025 zijn het plannen en ontwerpen van de Bureaus Lokaal op maat, de technische en inhoudelijke koppeling van de systemen en coördinatie van onderzoek, HR/opleidingen en ontwikkeling gericht op ondersteuning en optimalisering van de samenwerking.

Goed werkgeverschap

Binnen de omroepen zijn o.a. de onderwerpen integriteit, diversiteit & inclusie en talenten werven & behouden samengebracht onder de noemer ‘Goed Werkgeverschap’. Met een aantal brainstormbijeenkomsten wordt in het laatste kwartaal van 2024 een basis gelegd om alle onderwerpen goed te beleggen en er de juiste sturing aan te geven. De RPO coördineert en volgt deze trajecten en plukt daar zelf ook de vruchten van.

Integriteit

Integriteit en sociale veiligheid krijgen veel aandacht, zeker na verschillende incidenten binnen landelijke mediabedrijven. Als regionale omroepen willen wij een veilige werkomgeving bieden zodat iedereen op een veilige manier kan werken. De door de RPO gecoördineerde basisregeling Integriteit, de herijkte Klokkenluidersregeling en een klachtenregeling zijn in 2024 door alle omroepen geïmplementeerd en geborgd binnen de organisaties. Alle omroepen hebben een interne en/of externe vertrouwenspersonen aangesteld. Het onderwerp sociale veiligheid staat hoog op de agenda van de omroepen. Sociale veiligheid is tevens een randvoorwaarde voor het verder vormgeven aan diversiteit en inclusie.

Diversiteit en inclusie

Diversiteit en inclusie staan hoog op de agenda van de RPO en de regionale omroepen. Gezamenlijk geven we uitvoering aan de ambities uit het (aangescherpte en verdiepte) concessiebeleidsplan om te streven naar een inclusieve cultuur en een personeelsbestand met een betere afspiegeling van de regionale samenleving. Onderdeel van deze ambitie zijn trainingen van medewerkers over onder meer onbewuste vooroordelen. Daarnaast wordt gestart met pilots om te werken aan een inclusieve cultuur. Die pilots (kunnen) worden aangeboden vanuit de RPO, waarbij centraal beleid wordt opgesteld van waaruit elke omroep in de eigen regio projecten kan starten die aansluiten bij de bevolkingssamenstelling in die betreffende regio. Deze pilots starten bij directies, hoofdredacties en P&O-functionarissen.

De omroepen werken op verschillende manieren aan een voor de regio representatieve en diverse vertegenwoordiging, zowel in hun content als in het personeelsbestand. Bij elke omroep wordt er op andere wijze invulling gegeven aan dit doel en de omroepen leren van elkaar op dit gebied. Voorbeelden zijn programmaformats door en voor onder gerepresenteerde groepen, het screenen van advertentieteksten op onbewuste vooroordelen, het werken aan aanspreken en weerbaarheid van medewerkers, het trainen van leidinggevenden en het coachen van jongeren op de werkvloer. Juist omdat het coachen intern gebeurt is het van belang de coaches op de juiste wijze hierop voor te bereiden.

Talenten werven en behouden

In 2024 heeft de RPO onderzoek laten doen naar de rol en positie van de omroepen als werkgever. Met de opbrengsten van dat onderzoek formuleren de regionale publieke omroepen samen een plan van aanpak dat moet leiden tot een EVP, een zogenaamde ‘employer value proposition'. Deze heeft als doel het plezier te laten zien dat het werken voor een regionale publieke omroep kan opleveren en aan te geven dat er veel ontwikkelingsmogelijkheden zijn voor nieuwe en bestaande medewerkers.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

De omroepen geven uitvoering aan de ambities uit het concessiebeleidsplan: het gezamenlijk ontwikkelen, aanbieden en inkopen van opleidingen, met name op gebied van digitale transformatie en innovatie. De opleidingscoördinator van de RPO neemt hierin het voortouw. De opleidingscoördinator werkt hierin samen met het transformatieteam, met Werkstation/Regiostation, de NOS Academy en het P&O Overleg. Deze gezamenlijk inkoop ontzorgt de omroepen en betekent een efficiënte en doelmatige inzet van de middelen. Samenwerking met de NOS Academy sluit aan bij het uitgangspunt in de journalistieke alliantie, waarin is vastgelegd dat de opleidingstakken van de NOS Academy en de regionale omroepen op termijn worden samengevoegd. Het voornemen is het opleidingsaanbod op een innovatieve manier aan te bieden via een zogenoemd ‘Learning Management Systeem’ (LMS), waarbij ook Werkstation kan worden aangehaakt. In een later stadium worden gesprekken gestart met de NLPO, om ook hen te laten aansluiten, zodat er één centraal opleidingsplatform komt voor een belangrijk deel van de publieke omroepsector.

De regionale publieke omroepen zoeken in de jacht op talent, net als bij andere onderwerpen, samenwerking met externe partijen als de NLPO en de NOS. Deze samenwerking is voor alle omroepen belangrijk om de mobiliteit in het personeelsbestand te vergroten. De opleidingscoördinator van de RPO coördineert deze samenwerking en werkt daarnaast aan het uitbreiden van het netwerk, waarin opleidingsinstituten als Fontys, Windesheim, Saxion, Hogeschool Utrecht actief worden betrokken bij het ontwikkelen van opleidingen die de regionale omroepjournalistiek versterken. Daarnaast wordt samen opgetrokken om de ontwikkel- en carrièrekansen bij de omroepen bij studenten en alumni onder de aandacht te brengen.



Personeelsbeleid

De regionale publieke omroepen werken samen aan de ontwikkeling van het personeelsbeleid. Harmonisering van overeenkomsten, correspondentie, de ontwikkeling van beleid en de voorbereiding op nieuwe wets- en beleidsaanpassingen, zoals het freelancebeleid zijn hierbij relevante activiteiten. Vanuit de RPO worden de trajecten gecoördineerd en de omroepen gestimuleerd om zo veel mogelijk samen te werken op dit gebied.

Zichtbaarheid en waardering

Het is voor de RPO en regionale omroepen belangrijk om zichtbaar te zijn. Hiervoor zetten we onze eigen campagnes in, maar werken we ook samen met omroepen. Daarbij gaat het om zichtbaarheid bij verschillende doelgroepen, zoals politiek, maar ook bij het algemene publiek.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Begroting

Begroting van de RPO

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. De begrote baten van regionale omroepen zijn hier geconsolideerd. Het detail van lasten van regionale omroepen zijn opgenomen en toegelicht in de separate bekostigingsaanvragen. De begroting van de RPO-organisatie is hier opgenomen en vormt samen met de bekostiging van regionale omroepen het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Samenvattend

De totale begroting van de regionale omroepen neemt in 2025 met € 6,6 miljoen toe tot € 212 miljoen. Dit is nog exclusief de RPO. De baten zijn ingedeeld in drie inkomstenstromen: publieke inkomsten, reclame-inkomsten en overige inkomsten.

De publieke inkomsten betreffen de bekostiging van het ministerie van OCW voor de regionale publieke mediaopdracht. In 2025 is met een geraamde verhoging van 2% voor prijsindexatie gerekend (€ 3.650.000). Daarnaast is een huishoudenindex toegekend van € 2.616.000. De publieke inkomsten nemen € 6,3 miljoen toe, tot € 186,1 miljoen.

De reclame-inkomsten worden geraamd op € 17,3 miljoen, nagenoeg gelijk aan de begroting van 2024. Het is niet mogelijk gebleken om op de advertentiemarkt de prijsstijgingen te compenseren in de tarieven. Regionale omroepen geven een eigen raming voor de eigen verkoop van reclame en de centrale landelijke verkoop. De gezamenlijke verkoop is voor lineaire aanbodkanalen vanaf 2024 ondergebracht bij de STER. In 2025 wordt dit naar verwachting aangevuld met online aanbodkanalen.

De overige inkomsten worden geraamd op € 8,6 miljoen. 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 niet altijd zekerheid voor aangevraagde bedragen, waardoor deze niet meegenomen worden in de begroting. Deze subsidies worden ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van de tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale journalistiek en andere projecten met een specifiek thema.

Voor de korte en middellange termijn geldt de verwachting dat de reclame-inkomsten onder druk blijven staan om daarna meer te stabiliseren. Dit is echter van vele (externe) factoren afhankelijk. Regionale omroepen verwachten vooral door kostenbesparingen als gevolg van samenwerkingen een hoger rendement te behalen. 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.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bekostiging uit de rijksmediabijdrage

De rijksmediabijdrage dient ter dekking van 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 en een huishoudenindex verhoogd. De huishoudenindex voor 2025 is voor de regionale omroepen vastgesteld op € 2.616.000. De prijsindexatie voor 2024 is vastgesteld op 2,931% (begroot: 2,0%). Bij het vaststellen van de begroting 2025 is weer gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,0%. Dit is voorzichtiger dan de verwachte indexering van het CPB in de augustusraming (2025 3,2 %). Hierbij is dezelfde methodiek van indexeren als in 2024 aangehouden en stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding voor 2025 medio 2025 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 uitgegaan van een reëler prijspeil. 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 2025. De raming bedraagt € 3,65 miljoen en is door alle regionale omroepen op gelijke wijze 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 gerichte onlinecampagnes bij grote mondiale tech-bedrijven en het totaalaandeel lineair kijken en de luistertijd daalt. De verkoop vindt op twee manieren plaats, via regionale omroepen zelf en via een samenwerkingsverband van de regionale omroepen gericht op centrale landelijke verkoop voor de regionale aanbodkanalen. Voor lineair aanbod is dit per 2024 ondergebracht bij de STER. Afhankelijk van enkele technische randvoorwaarden volgt het online aanbod in 2025 ook deze samenwerking. Zo kunnen reclamecampagnes breder en tegen lagere kosten worden ingezet.

Vanwege de overgang van de verkoopactiviteiten van radio en televisie naar de STER is voor de verwachte reclame-inkomsten 2025 de informatie uit de business case van de STER betrokken. 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 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. 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 eigen regionale inzichten, analyses en trends opgesteld. In totaal betreft dit € 17,3 miljoen voor 2025.

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 2025 ramen de regionale omroepen een iets hoger niveau ten opzichte van vorig jaar (€ 8,6 miljoen). Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegekend.



Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2025 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. Alle inkomsten staan ten dienste van uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2025-2029)

x € miljoen	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Publieke inkomsten	179,8	186,1	188,1	190,2	192,3	194,4
Reclame inkomsten	17,4	17,3	17,5	17,7	17,8	17,1
Overige inkomsten	8,2	8,6	8,7	8,6	8,7	8,7
Totaal	**205,4**	**212,0**	**214,3**	**216,5**	**218,8**	**220,2**

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2024 zijn ten opzichte van de begroting 2024 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/ voorjaar 2024). De bekostiging 2025 is inclusief indexering (2.0%) en huishoudenindex.

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. Vanaf het jaar 2022, met de verdieping en aanscherping van het concessiebeleidsplan, is de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO gewijzigd. Zo vindt er meer coördinatie en samenwerking met regionale omroepen plaats op het gebied van (samenwerkings)projecten, dataverzameling en communicatie ten behoeve van de gehele regionale mediasector. Daarnaast zijn werkzaamheden vanwege de uitvoering van de wettelijke taken en de prestatieovereenkomst toegenomen en additioneel bekostigd. Voor de huidige concessieperiode zijn de activiteiten voor digitale radio, DAB+, bekostigd om te voorkomen dat de dertien regionale omroepen belast worden met dubbele transmissiekosten voor radio. De reguliere bekostiging is voor 2024 na indexering vastgesteld op € 2.037.004. Dit bedrag vormt de basis voor de reguliere bekostiging van 2025, waarna indexering in de loop van 2025 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 2025 een nog te indexeren bedrag begroot van € 338.143. Dit bedrag is op basis van een procentuele verdeling opgenomen in de begroting van alle regionale omroepen.

Voor 2025 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 begroot.

Werk aan Uitvoering (WaU)

Met behoud van volledige journalistieke onafhankelijkheid van de regionale omroeporganisaties regisseert de RPO de thema's digitale transformatie en innovatie uit het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025. RPO heeft, als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO), een aanvraag mogen doen voor het programma WaU van OCW Open en zich hierbij gericht op die thema’s uit de verdieping van het concessiebeleidsplan waarvoor niet of nauwelijks middelen beschikbaar waren. Dit is ook beschreven in het hoofdstuk RPO Organisatie. Het programma stelt zich over langere periode ten doel om de overheidsbrede dienstverlening aan burgers en ondernemers in alle domeinen te verbeteren.

De RPO kan zo samen met de regionale omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van het overheidsbrede programma: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Dit draagt tevens bij aan de verbreding en verdieping van bereik en verhoging van de journalistieke kwaliteit. De doelstelling van de RPO voor dit programma 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.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Het programma is eind 2022 gestart waarbij initieel gewerkt is 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.

Met de aanvullende activiteiten gestart via dit programma, wordt per onderdeel opname in de bekostiging van regionale omroepen planmatig doorgevoerd. Zo worden deze activiteiten op termijn verduurzaamd en onderdeel van de reguliere bedrijfsvoering van regionale omroepen als onderdeel van digitale transformatie en innovatie. Deze afspraken worden bij aanvang van de activiteit in gezamenlijkheid gemaakt. Voor 2025 betreft dat een deel van de personele kosten van dataredacteuren en data-analisten als onderdeel van het datateam.

Het programma heeft een looptijd tot en met 2031 waarna de bekostiging stopt en de doorlopende getransformeerde activiteiten duurzaam zijn opgenomen in de reguliere bekostiging van regionale omroepen. Vanaf 2024 (tot en met de beleidshorizon van het ministerie van OCW, 2028) zijn de geprognotiseerde middelen in de WaU-aanvraag naar boven bijgesteld vanwege de verlaging in het aanvangsjaar van het programma. Ook zijn niet ingezette middelen beschikbaar gesteld voor 2024 en 2025. Zo is op zorgvuldige en doelmatige wijze aan de hand van concrete deelplannen gestart met onder meer het datateam en het transformatieteam. De RPO heeft hierbij te maken met afhankelijkheden. Zo kunnen aspecten van schaarste op de arbeidsmarkt in samenhang met het zeer specialistische karakter van benodigde functies, beschikbare personele capaciteit voor diverse pilotprogramma's en verduurzaming bij de regionale omroepen zorgen voor vertraging in uitvoering of besluitvorming. Als gevolg hiervan kunnen verschuivingen van de inzet van benodigde middelen per tijdvak aan de orde zijn. De aanvraag voor de WaU-middelen als onderdeel van de bekostiging bedraagt voor 2025 € 5,7 miljoen en is inclusief eerdere indexering, maar zonder indexering over 2025, naast de toegekende € 1,3 miljoen aan niet ingezette middelen.

Begroting RPO 2025

Bedragen in €	2024	2025
Baten		
Media-aanbod - OCW	2.037.004	2.037.004
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	5.691.697	6.961.579
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	338.142	338.143
Totaal baten	**8.066.843**	**9.336.726**
Lasten		
Lonen en salarissen	679.097	519.946
Sociale lasten	192.785	145.322
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	21.000	21.000
Directe productiekosten, facilitaire lasten		
- transmissiekosten DAB+	757.950	757.950
- WaU middelen digitalisering en data analyse	5.691.696	6.961.696
Overige bedrijfslasten	724.314	930.929
Totaal lasten	**8.066.843**	**9.336.843**

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Meerjarenraming RPO-organisatie 2026-2029

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 2025. Voor de inzet van de WaU-middelen is rekening gehouden met een indexering van 1% en een lichte afbouw vanaf 2028. De verlaging in 2026 hangt samen met de inzet van aanvullende middelen in 2025.

Meerjarenraming

x € 1.000	2026	2027	2028	2029
Baten				
Media-aanbod - OCW	2.057	2.078	2.099	2.120
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	5.749	5.806	5.763	5.215
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	342	345	348	352
Totaal baten	**8.148**	**8.229**	**8.311**	**8.394**
Totaal lasten	**8.148**	**8.229**	**8.311**	**8.394**
Resultaat	**-**	**-**	**-**	**-**

Bij de meerjarenraming is voor de reguliere bekostiging en de bijdragen rpmi's uitgegaan van een voorlopige indexatie van 1%.

Budgetaanvraag 2025

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2024 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2025 opgenomen. Het budget 2024 is voor de bijgestelde indexatie geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2025 bedraagt € 191.424.747 en is exclusief de indexatie van 2025, maar inclusief de al vastgestelde huishoudenindex (€ 2.616.000). In het totaalbudget is de WaU-aanvraag 2025 opgenomen.

De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen is conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.

Bekostiging

Bedragen in €	2024	%	2025
RTV Noord	11.417.945	6,35%	11.584.061
Omrop Fryslân	12.586.711	7,00%	12.769.831
RTV Drenthe	11.441.321	6,36%	11.607.777
Oost	13.234.028	7,36%	13.426.566
Omroep Gelderland	20.208.864	11,239%	20.502.876
Omroep Flevoland	9.907.540	5,51%	10.051.682
RTV Utrecht	11.831.509	6,58%	12.003.642
NH Media	17.511.712	9,739%	17.766.484
Omroep West	12.658.636	7,04%	12.842.802
Rijnmond	12.928.351	7,19%	13.116.441
Omroep Zeeland	10.788.610	6,00%	10.945.570
Omroep Brabant	21.107.915	11,739%	21.415.007
L1	14.187.022	7,89%	14.393.425
	179.810.164	100%	182.426.164
RPO*	7.728.700		8.998.583
Totaal	**187.538.864**		**191.424.747**

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

De begrotingen van de regionale omroepen zijn sluitend of licht positief. Uitzondering is Omroep Zeeland met een positief resultaat van € 65.000 ter voorbereiding op een verhuizing. De omroep geeft met een meerjarig overzicht van exploitatie, kasstroom en reservepositie (RMA) inzicht in de

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

verwachtingen, waarbij op voorhand in een incidentele overschrijding van de norm van de reserve media-aanbod wordt voorzien. Ook andere omroepen ervaren druk op de bedrijfsvoering vanwege huisvestingsaanpassingen. Behoudens Omroep Zeeland, geven omroepen blijk van sluitende begrotingen vanaf 2026.

Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid en doeltreffendheid. Zo worden aanbestedingen en gezamenlijke inkoop georganiseerd voor onder meer onderzoek, mediatechniek, adviesdiensten en opleidingen. Dit is ook van toepassing op de WaU-middelen.

Personeel

In 2025 willen we opnieuw meer mensen in vaste dienst aannemen in plaats van via 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 (2024-2025)

	verwacht ultimo 2023	verwacht ultimo 2024	verwacht ultimo 2025
Personele bezetting FTE	1.364,2	1.371,5	1.385,7
Delta met vorig jaar		**7,3**	**14,2**

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage A

Overzicht aanbodkanalen

In onderstaand overzicht van aanbodkanalen staan de aanbodkanalen van de regionale omroepen 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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omrop Fryslân (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Koperkanaal (http://www.omropfryslan.nl/live/koperkanaal)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Tomke Radio (http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Alles Frysk (https://www.omropfryslan.nl/allesfrysk). Audiostream met muziek van Friese bands.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Fryske Top 100 (www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100) . Audiostream met Friese popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
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, X, Youtube, en WhatsApp.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Noord **www.rtvnoord.nl** RTV NOORD	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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van RTV Noord (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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)

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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, X, 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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van RTV Drenthe (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Radio Drèents (https://www.rtvdrenthe.nl/luister/radio-dreents) Audiostream met Drentse popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Bluesradio Drenthe (https://www.rtvdrenthe.nl/luister/bluesradio) Audiostream met Drentse bluesmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
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)

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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, X, Youtube, en WhatsApp.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Oost www.rtvoost.nl oost	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van 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. 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 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 Oost en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van TV Oost en Radio Oost (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
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 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 (lineaire stream)
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)
Oost is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Periscope, Slack, Snapchat, X, Youtube, en WhatsApp.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Gelderland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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 (lineaire stream)
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, X en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Flevoland **www.omroepflevoland.nl** omroep flevoland	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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Flevoland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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, X, Youtube, LinkedIn en WhatsApp.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Utrecht **www.rtvutrecht.nl** RTV Utrecht	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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van RTV Utrecht en Radio M Utrecht	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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, X, WhatsApp en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van NH TV en NH Radio	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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 Media is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Periscope, Snapchat, Telegram, X, WhatsApp, en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West **www.omroepwest.nl** west	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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep West (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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, X en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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 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. 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 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 Rijnmond en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Rijnmond (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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)
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 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)
Rijnmond is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, X en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland **www.omroepzeeland.nl** omroep zeeland	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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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, X, Youtube en WhatsApp.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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, X, WhatsApp en Youtube.		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 **www.l1.nl** LIMBURG	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. 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 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)
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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)

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
1limburg.nl (www.L1Nieuws.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 en herschikking 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)
L1Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuwsaanbod 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, X en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als 1limburg).		

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage B

Aanvraag beëindiging aanbodkanalen Fryske Top 100, Koperkanaal en Tomke Radio

Fryske Top 100

1. Aanvraag

Stichting Omrop Fryslân, kantoorhoudend te Zuiderkruisweg 2, 8938 AP Leeuwarden, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Friesland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal Fryske Top 100 van Omrop Fryslân te beëindigen vanaf 1 januari 2025 of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

Fryske Top 100 is een stream met non-stop muziek uit de jaarlijks samengestelde Fryske Top 100. Muziek in het Fries of een Friese streektaal.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Een tiental jaar geleden was er een groeiende belangstelling voor audiostreams. Echter het medialandschap is sterk veranderd. Streamingsdiensten zoals Spotify en sociale mediaplatformen maken dat de vraag naar audiostreams sterk afneemt. Omrop Fryslân ziet dit ook aan de flink afgenomen luistercijfers van de audiostream Fryske Top 100. Friese artiesten en de luisteraars weten de verschillende streamingsdiensten en sociale mediaplatformen goed te vinden. De stream Fryske Top 100 is overbodig geworden.

Koperkanaal

1. Aanvraag

Stichting Omrop Fryslân, kantoorhoudend te Zuiderkruisweg 2, 8938 AP Leeuwarden, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Friesland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal Koperkanaal van Omrop Fryslân te beëindigen vanaf 1 januari 2025 of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

Koperkanaal is een stream met registraties van optredens van Friese HaFaBra orkesten.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Het medialandschap verandert, reden voor Omrop Fryslân om het gebruik van haar platformen door te lichten. Koperkanaal is in het leven geroepen toen de vraag naar audiostreams veelbelovend leek. Echter met de komst van streamingsdiensten zoals Spotify en de opkomst van (steeds meer) sociale mediaplatformen zien wij een enorme afname van het gebruik van Koperkanaal. Daarbij meegerekend dat het aanbod van opnames van optredens van orkesten daalt en daarmee het aanbod voor Koperkanaal, heeft ons doen besluiten dat wij afscheid willen nemen van de audiostream Koperkanaal.

Tomke Radio

1. Aanvraag

Stichting Omrop Fryslân, kantoorhoudend te Zuiderkruisweg 2, 8938 AP Leeuwarden, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Friesland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal Tomke Radio van Omrop Fryslân te beëindigen vanaf 1 januari 2025 of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

Tomke Radio is een stream met liedjes en gesproken verhaaltjes in het Fries over het hondje Tomke.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Tomke Radio is op 19 oktober 2015 geïntroduceerd omdat er destijds een groeiende belangstelling leek te zijn voor

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

mediastreams. In het snel veranderende medialandschap van nu is dit echter niet meer het geval. Denk aan de opkomst van streamingsdiensten zoals Spotify en sociale media zoals Facebook en TikTok. Wij zien dan ook dat de audiostream amper nog bezoekers heeft. De liedjes en gesproken verhaaltjes over Tomke zijn op Spotify te vinden en Tomke heeft onder andere een eigen account op Facebook en Instagram. De audiostream Tomke Radio is dan ook overbodig geworden.

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage C

Ambities Concessiebeleidsplan

Media-aanbod

CBP-doelstellingen

- Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio met eigen nieuwsproductie 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 bij 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 de wijze zoals zij tot aan de begindatum van de 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 het publiek regionaal media-aanbod en voor de calamiteiten-functie op FM, DAB+, DVB-T en de kabel, op basis van de must-carryverplichting

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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 werkervaringsplekken en het experimenteren met nieuwe journalistieke functies

Samenwerking

CBP-doelstellingen

- Regionaal en lokaal samenwerken en de regionale en lokale nieuwsvoorziening in stand houden
- De regionale publieke omroepen werken samen om de regionale journalistiek 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 publieke 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 verplichtingen. Op deze manier zal de RPO zijn rol als samenwerkings- en coördinatieorgaan 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

Verdieping en aanscherping CBP voor de periode 2022-2025

Strategische doelstellingen

- 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

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage D

Overzicht activiteiten RPO 2025

I. BASISACTIVITEITEN RPO

Toezichthoudende activiteiten

- Bijeenkomsten raad van toezicht
- Bestuurlijk overleg ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW)
- Bestuurlijk overleg Commissariaat voor de Media (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 begroting, bestuursverslag, jaarrekening en controleverslag accountant
- Financieel en fiscaal beheer en administratie
- Risicomanagement

Juridische advisering

- 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

- Officemanagement
- Huisvesting
- Personeelsbeleid

II. COÖRDINATIE & ANDERE WETTELIJKE TAKEN

Concessiebeleidsplan

- Coördineren/programmamanagement uitvoering verdiept en aangescherpt concessiebeleidsplan tweede planperiode voor activiteiten RPO, ORO en HRO
- Uitvoeren en monitoren
- Voorbereiden en indienen nieuwe concessiebeleidsplan 2026 – 2032
- Vertalen nieuw beleidsplan naar (jaar)plannen

Prestatieovereenkomst

- Monitoren van en rapporteren over prestatieafspraken
- Voorbereiden nieuwe prestatieovereenkomst voor de periode 2026 - 2030

Begroting

- Opstellen RPO-begroting
- Aanvragen starten/beëindigen/wijzigen aanbodkanalen

CAO voor het Omroeppersoneel

- Overleg, onderhandelen en afsluiten CAO voor Omroeppersoneel met NPO en vakorganisaties
- Opvolgen afspraken CAO
- Opvolgen Fair Practice Code

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod
2. Bereik en impact
3. Distributiestrategie
4. Innovatie en ontwikkeling
5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Overleg ORO

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

(Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging

- Deelnemen aan overleggen met o.a. ministeries, parlement, toezichthouders, NPO, NLPO, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, RvC, Netwerk Mediawijsheid en Nicam

Bevorderen Good Governance

- Organiseren bijeenkomst(en) met raden van toezicht van omroepen

Regionale mediaraden

- Organiseren bijeenkomst(en) met mediaraden van omroepen

Beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders

- Coördineren consultaties, beleidsregels, mediabeleid en onderzoeken
- Invulling geven aan bestaande en eventuele nieuwe beleidsregels/regelingen OCW, CvdM, RvC en andere mediagerelateerde (zelf)regulerende organen

Samenhangende distributiestrategie

- Toepassen, monitoren en actualiseren samenhangende distributiestrategie
- Rapporteren over samenhangende distributiestrategie

Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering

- Regionale programmering NPO Regio, regionale programma's en bijdragen aan NPO kanalen
- Overname regionale content door andere omroepen
- Vormgeven Publiek Journalistiek Huis met NOS/RPO/NLPO I Uitvoeren journalistieke alliantie met NOS

Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering

- In samenspraak met de NLPO en NOS bevorderen samenwerking tussen regionale, lokale en landelijke publieke omroepen
- Uitvoeren journalistieke alliantie met NLPO
- Vormgeven Publiek Journalistiek Huis met NOS/RPO/NLPO
- Realiseren Bureaus Lokaal

Bereik- en waarderingsonderzoek

- Verzamelen, ordenen en analyseren prestatie- en gebruikscijfers van de verschillende aanbodkanalen en platformen

Media-onderzoek en onderzoek

- Volgen trends en deze in kaart brengen ten opzichte van algemene, regionale, landelijke of mondiale trends
- Coördineren van sectoronderzoek, meetmethoden en andere mogelijke onderzoeken
- Onderzoeken impact

Distributiebeleid

- Volgen, analyseren en adviseren over beleidsveld distributie en frequenties (zoals digitale radio en tv, FM, kabel en online)
- Vertegenwoordiging in overleggen zoals Nationaal Frequentiebeleid Overleg, PMSE, Ketenoverleg)
- DAB+-beleid (coördineren van afspraken m.b.t. bekostiging, dekking en naleving vergunningvoorschriften)
- Afspraken maken met pakketaanbieders, NLZIET en NPO Start over doorgifte, inclusief naleving must-carry verplichtingen en beoordeling ontheffingsverzoeken

Bevorderen van doelmatigheid, waaronder de doelmatige inzet van publieke middelen

- Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen
- Regiogroei (het Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum)
- Operationeel beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+
- Begeleiden van de totstandkoming van overeenkomsten namens alle of meerdere omroepen
- Organiseren en begeleiden van gezamenlijke inkoopprocedures
- Opstellen en coördineren van het gebruik van modelovereenkomsten
- Inventariseren mogelijkheden bundeling diensten/dienstverlening/opzetten kenniscentrum

Voorwoord

De regionale publieke omroep

Activiteitenplan

1. Media-aanbod

2. Bereik en impact

3. Distributiestrategie

4. Innovatie en ontwikkeling

5. Samenwerking

De RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

WaU-programma - digitalisering & data-analyse
- Coördineren WaU-programma en projecten
- Vormgeven en organiseren
- Vertalen naar (jaar)plannen
- Uitvoeren en monitoren
- Werkwijze en projecten waaronder datateam en transformatieteam

III. BEVORDEREN SAMENWERKING TUSSEN RPMI'S

Bijdragen aan gezamenlijke vertegenwoordiging van de sector
- Deelnemen aan en vertegenwoordiging in Raad voor de Journalistiek
- Stichting Reclame Code
- CIRCOM
- Werkgeversvereniging voor de Media en Pensioenraad (organen van PNO Media)
- AWO-fonds
- PMSE
- Ketenoverleg (overlegorgaan van partijen betrokken bij de Nederlandse televisiedistributieketen)
- De Tegel
- Stichting Thuiskopie
- VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten)
- AI4Media

Faciliteren van uitwisseling van kennis en ervaringen tussen omroepen op gebied van personeel en organisatie, financiën, techniek, onderzoek, marketing en innovatie
- Hoofden P&O
- Hoofden techniek
- Hoofden financiën
- Hoofdredacteuren
- Marketing Communicatie Onderzoek overleg

Marketing & communicatie
- Communicatie en marketing m.b.t de omroepen als collectief (bijv. Regio Songfestival, Regiohelden) en m.b.t. de individuele omroepen
- Versterken zichtbaarheid en vindbaarheid regionale omroepen

Goed werkgeverschap
- Gezamenlijke aanpak o.g.v. integriteit & sociale veiligheid, diversiteit & inclusie, talenten werven & behouden en opleiden
- Ontwikkelen opleidingsbeleid
- Opleiding en kennisontwikkeling medewerkers regionale omroepen

Personeelsbeleid
- Harmoniseren van overeenkomsten, correspondentie, beleid en voorbereiden op nieuwe wet- en beleidsaanpassingen, zoals het freelancebeleid

Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures
- Mediatechniek
- Facilitaire voorzieningen
- Distributie
- Hard- en softwareoplossingen
- Online functionaliteiten en toepassingen

Bijdragen aan samenwerking met opleidingen voor o.a. de journalistiek
- Onderhouden en stimuleren contact met opleidingsinstituten

Regionale Publieke Omroep

Stichting RPO
Mediacentrum, derde verdieping
Joop van den Endeplein 1
1217 WJ Hilversum

Volg ons op social media

www.stichtingrpo.nl