

De. regio telt!



Begroting **2026**

Start met lezen



Inhoud

Voorwoord	3
Inleiding	4
Activiteitenplan	
1. Media-aanbod	5
2. Bereik en impact	11
3. Distributiestrategie	14
4. Innovatie en digitale transformatie	21
5. Samenwerking	26
De RPO-organisatie	29
Concretisering ambities en doelstellingen CBP 2026-2030	33
Begroting	36
Bijlagen	
Aanbodkanalen	43

Leeswijzer

Waar het in deze begroting gaat over de regionale publieke omroepen (meervoud) bedoelen we RTV Noord, Omrop Fryslân, RTV Drenthe, RTV Oost, Omroep Gelderland, Omroep Flevoland, RTV Utrecht, NH Media, Omroep West, Rijnmond, Omroep Zeeland, Omroep Brabant en L1. Niet het samenwerkings- en coördinatieorgaan Stichting Regionale Publieke Omroep (RPO).

Waar het gaat over de regionale publieke omroep (enkelvoud) bedoelen we het geheel van de RPO en regionale publieke omroepen.

Voorwoord

Het begrotingsjaar 2026 markeert de start van de nieuwe concessieperiode 2026-2030, onder de titel 'Alles wat ons verbindt'. Een periode waarin we onze maatschappelijke rol verder versterken en onze verbinding met de regio's en hun inwoners verdiepen. Met deze koers zetten we in op onze maatschappelijke impact, innovatie, diversiteit en inclusie - altijd met het versterken van de regionale identiteit als leidraad.

In een woelige wereld waarin de mediaconsumptie snel verandert en vertrouwen in nieuws onder druk staat, is onze koers helder: regionale journalistiek blijft de kern. Vaste ankerpunten zijn van groot belang, dus blijven we de samenleving voorzien van betrouwbaar, relevant en divers regionaal media-aanbod dat niet alleen informeert, maar ook stimuleert en verbindt. We willen dat ons publiek zich herkent in wat wij maken en dat iedereen zich gehoord voelt, ongeacht achtergrond of levensovertuiging.

Het thema 'Alles wat ons verbindt' zien we breder dan alleen als maatschappelijke verbinding. In een wereld waarin contact steeds vaker wordt ingevuld met artificiële intelligentie (AI), wordt de noodzaak om écht contact te maken des te urgenter. Technologie kan een krachtige tool zijn om het contact met alle inwoners van Nederland te stimuleren. Maar de regionale publieke omroep zal altijd het menselijke, betrokken en betrouwbare verhaal brengen.

Het verhaal dat anders niet verteld zou worden. Dit doen wij binnen de kaders van onze mediawettelijke opdracht om een onafhankelijk, pluriform en relevant media-aanbod voor álle inwoners van Nederland te realiseren.

'Alles wat ons verbindt' betekent voor ons dat we niet alleen verhalen vertellen, maar ook dat we bruggen slaan tussen mensen, generaties en ideeën. Daarmee dragen we bij aan een sterke democratische samenleving en een samenleving waarin iedereen mee kan doen.

Hierbij presenteren wij onze begroting voor 2026. Samen zetten we de eerste stappen in deze nieuwe fase, gericht op een innovatieve, inclusieve en maatschappelijk betrokken regionale publieke omroep die de stem van de regio laat klinken; helder, betrouwbaar en dichtbij.

Jan Müller • Directeur-bestuurder Regionale Publieke Omroep





Inleiding

De regionale publieke omroep is een belangrijke schakel in het publieke omroepbestel in Nederland. We staan voor efficiënte en betrouwbare informatievoorziening. We informeren over wat er in hun regio gebeurt, waardoor ze zich betrokken voelen bij en weloverwogen beslissingen nemen over alles wat er speelt in hun naaste omgeving. Daarmee dragen we bij aan een sterke democratische samenleving.

In ons concessiebeleidsplan (CBP) 'Alles wat ons verbindt' voor de periode 2026 tot en met 2030 formuleren we vijf ambities en elf doelstellingen voor de komende concessieperiode (zie bijlage). De ambities vormen tijdens de concessieperiode onze gezamenlijke stip op de horizon. De doelstellingen zijn afgeleid van deze ambities en geven richting aan de activiteiten van de omroepen. Bij het ontbreken van een nieuwe prestatieovereenkomst houden we de huidige prestatieafspraken in 2026 aan.

In de komende periode geeft de RPO in overleg met het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) nadere invulling aan de inrichting van het CBP en de concretisering van de ambities en doelstellingen. Dit proces is nog niet afgerond. Hiervoor geven we alvast een eerste aanzet in deze begroting.

De regionale publieke omroepen hebben in hun individuele aanvragen aangegeven welke activiteiten zij plannen voor 2026 en hoe zij daarmee bijdragen aan het realiseren van de gezamenlijke ambities en doelstellingen. We zien daarin verschillen in prioriteiten, aanpak en tempo, aansluitend bij de visie, keuzes en mogelijkheden van de organisaties. Dit past in ons adagium 'Eenheid in verscheidenheid': de 13 regionale publieke omroepen vormen samen de verbinding met de regio, maar doen dat vanuit een divers veld van doelgroepen, middelen en capaciteiten. De ambities op lange termijn zijn voor alle omroepen gelijk, maar de route daarnaartoe kan per omroep logischerwijs verschillen. En hoewel dat een eenduidige aggregatie soms lastig maakt, geeft het wel een duidelijke richting aan de concretisering van de doelstellingen en het formuleren van meetbare indicatoren voor succes.

De RPO, OCW en het Commissariaat voor de Media (CvdM) gaan voor het verder uitwerken van de beleidscyclus met elkaar in gesprek om de begrotingen van de RPO en de regionale publieke omroepen een zichtbare koppeling te laten bevatten tussen (eigen) middelen en doelstellingen, zodat duidelijk is welke keuzes gemaakt worden bij de inzet van middelen. Ook de prestatieovereenkomst 2026-2030, waar op dit moment hard aan wordt gewerkt, gaat duidelijke kaders geven voor het maken van keuzes.

1. Media-aanbod

De dertien regionale publieke omroepen zijn journalistieke organisaties die inwoners van de provincies voorzien van onafhankelijk en betrouwbaar nieuws, informatie en achtergrondverhalen. Op basis daarvan kunnen mensen in de provincies goed geïnformeerd hun mening vormen en zich verbinden met de regionale cultuur. De regionale journalistiek heeft ook een controlerende functie, die tot uiting komt in onderzoeksjournalistiek. Daarnaast zijn de regionale publieke omroepen officiële calamiteitenzenders voor de provincies, een wettelijk vastgelegde taak. Bij rampen of crisissituaties fungeren de zenders als informatiekanaal van de overheid naar de burger.

Onze journalisten weten wat er speelt in de provincie en bij de inwoners. Met dat inzicht bieden de regionale publieke omroepen nieuws, duiding en informatie; doen we verslag van het debat en bevorderen we de dialoog en vertalen we grote maatschappelijke onderwerpen naar de regionale context.

Dit is van cruciaal belang voor een democratische samenleving omdat ons werk mensen informeert over en betreft bij wat er in hun directe omgeving gebeurt. We maken ons hard voor verhalen die anders niet worden verteld. Verhalen die herkenbaar zijn. Dit versterkt de verbinding met onze gemeenschappen en benadrukt de waarde van een pluriform media-aanbod dat recht doet aan de rijke diversiteit van onze samenleving.

Onze redactionele opdracht hebben we in het CBP gedefinieerd op basis van de volgende punten:

- Onafhankelijke en op feiten gebaseerde journalistiek.
- Versterken van regionale identiteit.
- Digitalisering en innovatie.
- Promoten van mediawijsheid.
- Ondersteuning van sociale cohesie.

Elke regionale publieke omroep geeft hieraan op eigen wijze invulling en beschrijft dat in de eigen bekostigingsaanvraag voor 2026. De kennis van het eigen publiek en de onderwerpen die er in de regio spelen, zijn daarbij leidend. Vanuit die kennis zoekt de redactie naar de meest geschikte kanalen en platforms om het publiek te bereiken met content die aansluit bij hun informatiebehoefte. Verbinding in de regio en het bieden van een tegengeluid tegen de toenemende polarisatie zijn hierbij belangrijk en voor elke omroep terugkerende beweegredenen.

De redacties van de regionale publieke omroepen onderzoeken eigen onderwerpen in de regio en werpen licht op misstanden die anders ongezien zouden blijven. Daarmee agenderen ze belangrijke thema's en ontwikkelingen.

De gezamenlijke redactie van de regionale publieke omroepen (Bureau Regio) en de NOS maken ook onderscheidende verdiepende verhalen. Verhalen met grote(re) impact vanwege het collectief, verhalen met niet één maar 14 (online) publicaties: bij de NOS en de 13 regionale publieke omroepen.



Voorgenomen aantal evenementen en documentaires in 2026

Totaal aantal evenementen **257**
Totaal aantal documentaires **160**



Inclusieve en toegankelijke regionale journalistiek

Inclusieve en toegankelijke journalistiek is een belangrijk uitgangspunt voor al ons handelen. Dit komt tot uiting in de keuze van onderwerpen, in representatie voor en achter de schermen, in taalgebruik en in digitale toegankelijkheid. Onze redacties streven naar een brede en herkenbare afspiegeling van de samenleving en zorgen ervoor dat ons aanbod begrijpelijk en toegankelijk is – ook voor mensen met beperkte taalvaardigheid of digitale vaardigheden. De regionale publieke omroepen zijn omroepen waar verschillende stemmen klinken en waar alle inwoners van de regio zich gezien, gehoord en verbonden voelen.

Calamiteiten

Bij uitval van kritieke infrastructuren zijn de maatschappelijke gevolgen aanzienlijk. In dergelijke situaties moeten de regionale publieke omroepen hun wettelijk vastgelegde rol als calamiteiten-zender vervullen. Met onze eigen infrastructuur waarborgen wij de continuïteit van betrouwbare nieuws- en informatievoorziening aan inwoners. We nemen deze maatschappelijke verantwoordelijkheid serieus en geven met overtuiging en in nauwe samenwerking met de verschillende veiligheidsregio's en de rijksoverheid invulling aan de rol als calamiteiten-zender; juist in tijden waarin het dreigings- en veiligheidsbeeld is verslechterd.

We bieden tijdens rampen en crisissituaties, waar nodig afgestemd op specifieke gebieden, snel betrouwbare informatie die bijdraagt aan de veiligheid en het welzijn van de bevolking. Radio is dan een betrouwbare en robuuste communicatiemethode, vooral tijdens stroomstoringen of wanneer digitale kanalen (zoals NL-Alert) uitvallen.

RTV Noord en Rijnmond Gemeenteraadsverkiezingen 2026

Voor alle regionale publieke omroepen zijn de gemeenteraadsverkiezingen in maart 2026 een belangrijk thema. In de aanloop naar de verkiezingen is er – vaak in samenwerking met lokale omroepen – ruim aandacht voor belangrijke thema's als woningtekort, stikstofproblematiek, (jeugd)zorg en openbaar vervoer. Daarbij wordt in samenwerking met de inwoners van een gemeente of regio teruggekeken: wat is er de afgelopen vier jaar op deze thema's gebeurd? En wat heeft dat betekend voor verschillende groepen inwoners? En natuurlijk wordt er ook vooruit gekeken: wat verwacht men van het lokaal bestuur in de komende periode? Speciale aandacht gaat uit naar het bereiken van doelgroepen die politiek niet zo actief zijn, of zelfs afgehaakt.

RTV Noord gaat de verkiezingen intensief volgen met duiding, achtergrondverhalen en debatverslaggeving. RTV Noord werkt hierbij samen met de andere regionale publieke omroepen, de NOS en Kieskompas aan de ontwikkeling van een stemwijzer die zich specifiek richt op regionale en lokale thema's. RTV Noord maakt over deze lokale thema's eigen journalistieke producties, met nadruk op context en duiding bij verkiezingsthema's die in Groningen leven.

Rijnmond zet innovatie in om het publieke debat te faciliteren en te verrijken. Rijnmond ontwikkelt een AI-chatbot, die kiezers rond de verkiezingen toegang geeft tot neutrale en verifieerbare informatie. De chatbot bundelt feitelijke bronnen zoals partijprogramma's, stemmingen, debatten en Rijnmond-berichtgeving. Hiermee wordt een betrouwbaar alternatief geboden in een online omgeving waarin objectieve politieke informatie steeds moeilijker te vinden is. Door eigen regie en redactionele controle te behouden, worden de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid van de informatievoorziening gewaarborgd.

RTV NOORD

RIJNMOND
TV RADIO ONLINE



west



Omroep West Nieuwsbehoeften leidend

In tijden van desinformatie en wantrouwen kiest Omroep West voor zorgvuldige, eerlijke journalistiek en transparantie over journalistieke keuzes. We realiseren ons dat de tijd voorbij is dat de journalist zelf bepaalt wat wel goed is om te beschrijven. We werken bij Omroep West data-geïnspireerd, wat wil zeggen dat we kijken naar waarin ons publiek is geïnteresseerd en hoe we die verhalen zo succesvol mogelijk kunnen laten landen. Data zijn niet leidend, maar inspirerend. We trekken lessen uit de data. Er is een balans tussen data en redactionele keuzes.

Het zogeheten 'nieuwsbehoeftenmodel' is hierbij richtinggevend, het biedt ons een hulpmiddel om meer te vertellen dan het nieuws op het eerste gezicht lijkt te zijn. Dit ontwerp behelst dat je als journalist invalshoeken krijgt voorgelegd die je anders misschien niet zou kiezen, maar waardoor je de lezer veel meer verleidt kennis te nemen van de verhalen die je vertelt. 'Leer me iets nieuws', 'Help me mijn mening te vormen', 'Inspireer me', 'Help me verder.' Verhalen die, zie onze missie en visie, beroeren en mensen in het hart raken. We geven de mensen in onze regio een gezicht, Dit model wordt door de redactie actief gevolgd.

oost



RTV Oost

Inclusieve journalistiek

Inclusiviteit blijft een fundamenteel uitgangspunt bij RTV Oost. We zorgen ervoor dat onze journalistiek en programmatische keuzes een zo breed mogelijke afspiegeling zijn van de samenleving in Overijssel. In 2026 zetten we in op een structurele en brede aanpak van inclusiviteit en diversiteit. Dat betekent dat we niet alleen aandacht hebben voor gemeenschappen met een migratieachtergrond, zoals de Turkse en Syrisch Orthodoxe gemeenschappen, maar ook voor andere groepen die onze regio vormen. We brengen verhalen van en met de LHBTIQ+-gemeenschap, jongeren en ouderen, stedelingen en plattelanders.

Concreet heeft RTV Oost in 2026 verschillende producties waarin diverse stemmen klinken. Zo wordt bijvoorbeeld in de documentaire *Wél dialect, niét plat – 25 jaar Heinoos* aandacht besteed aan de kracht van streektaal en culturele identiteit, in een vorm die verbindt in plaats van uitsluit. In de serie *Bökkers List* staan persoonlijke verhalen van gewone en bijzondere Overijsselaars centraal, met oog voor uiteenlopende achtergronden. Tijdens het *Bevrijdingsfestival Overijssel* geven we een podium aan jong talent, spoken word-artiesten en muzikanten met verschillende culturele roots. Ook in onze verslaggeving rond de *Cultuurprijs Overijssel* en festivals als *Ribs & Blues* en *Dauwpop* zorgden we voor zichtbaarheid van diverse makers en doelgroepen.

NH Media

Verbindend perspectief en regionale thema's

NH Media gelooft dat zowel onafhankelijke journalistiek, als versterking van de regionale identiteit en verbinding in de regio, bijdragen aan het tegengaan van polarisatie. NH Media heeft in haar missie opgenomen dat het niet alleen oog heeft voor problemen, maar juist een spotlight wil zetten op de oplossingen, de verbinding en de verschillende perspectieven. In de serie *Van Oekraïne naar Opperdoes* geven we daarom de gevluchte Oekraïners een gezicht. In de serie *Strijders* geven we Noord-Hollanders die er alles aan doen om de wereld wat mooier te maken een podium.

Op het platform *NH Helpt* brengen we Noord-Hollanders samen door niet commerciële vraag en aanbod samen te brengen. Door thema's vanuit meerdere perspectieven te belichten, geven we ruimte voor de verschillende stemmen binnen het publieke debat. In 2026 zet NH Media deze lijn – geheel naar haar missie – onverminderd voort.

Grote landelijke thema's spelen ook in de dagelijkse praktijk van de regio. Denk aan wonen, zorg, veiligheid en de energietransitie. Maar ook aan specifiek regionale thema's, zoals de uitbreidingsplannen van Defensie voor een stad als Den Helder, of de toekomst van Tata Steel in IJmuiden.



Doelstellingen CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken media-aanbod

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

Vanuit regionale kennis over doelgroepen aansluiting vinden op voorkeursplatforms van deze doelgroepen. Met content die voldoet aan de vormvereisten van de platforms.

- Alle regionale publieke omroepen hanteren in 2026 een crossmediale contentmix waarmee ze diverse doelgroepen bedienen op verschillende kanalen en in een vertelvorm en toon die toegespitst is op de doelgroep. Doelgroepen kunnen deels geïdentificeerd worden op basis van levensfase en gedrag; anderzijds door leefgebied (platteland, stad) of specifieke interesses en behoeften. Kennis over de diverse doelgroepen en de platforms waar hun voorkeur naar uitgaat wordt opgedaan uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek en uit veelvuldig en actief contact, zowel online als fysiek. Met die inzichten bepalen de omroepen hun strategie en streven zij naar content die het publiek waardeert. In 2026 staan veel inspanningen in het teken van deze doelgroepgerichte werkwijze. Waar sommige omroepen al een complete uitgewerkte strategie hebben en deze in 2026 gaan implementeren en/of toetsen op effect, zetten andere omroepen in 2026 hiervoor de contouren uit.

Doelstelling:

Het ontwikkelen van wendbare redactionele organisaties die, samen met partners, doelgroepgericht werken en een effectieve contentstrategie uitvoeren en daarbij gebruikmaken van eigen platforms en platforms van derden.

- Bij een groot deel van de omroepen ligt de focus op de productie van online content. Dit zonder uit het oog te verliezen dat een deel van het publiek nog analoog radio en televisie luistert en kijkt. De interne redactiestructuur wisselt per omroep, waarbij zowel de soort content (nieuws, verdieping, thematisch), de doelgroep of het kanaal leidend kunnen zijn. Hoe de structuur ook is, er is altijd sprake van crossovers. Journalistieke experts werken nauw samen met platformexperts, onderzoekers en communicatiestrategen. En van alle journalistieke medewerkers wordt verwacht dat ze crossmediaal denken en werken.

Een aantal omroepen werkt in 2026 met een nieuwe redactiestructuur waarin de beoogde doelgroepen centraal staan; voor andere omroepen staat in 2026 de ontwikkeling van een nieuwe aanpak centraal.

Doelstelling:

Regionale redacties die een representatie zijn van hun regionale publiek – in al zijn diversiteit – en daarmee doelmatig in verbinding staan.

- Idealiter is iedere redactie een representatieve afspiegeling van de inwoners van de regio met betrekking tot leeftijd, gender, etnische achtergrond, taal, opleiding en levensvisie. Verslaggevers wonen en werken vanuit de regio, zijn aanwezig bij belangrijke gebeurtenissen en gaan actief in gesprek met mensen. Negen regionale publieke omroepen werken samen met lokale omroepen en verslaggevers binnen het project Bureau Lokaal.

Regionale publieke omroepen werken samen met lokale en regionale maatschappelijke organisaties om redactioneel de onderwerpen te behandelen die leven onder de inwoners van een regio. Daarbij spelen de mediaraden een belangrijke rol.

Doelstelling:

Regionale publieke omroepen die een breed en divers publiek voorzien van nieuws, informatie, cultuur en educatie. Met in het bijzonder aandacht voor doelgroepen waar wij in relevantie, betrouwbaarheid en herkenbaarheid nog te winnen hebben (in de Mediawet gedefinieerd als kleine doelgroepen).

- De opdracht om zowel breed en divers te werken, als ook om kleine doelgroepen te bereiken, wordt ondanks de interne tegenstrijdigheid door alle regionale publieke omroepen serieus genomen. Naast kort en krachtig actueel nieuws, is er een breed contentaanbod op informatie, cultuur en educatie. In documentaires en podcasts worden onderwerpen in genuanceerde verhalen uitgewerkt. Extra inspanningen (zoals het ontwikkelen van nieuwe formats) worden in 2026 gestoken in het bereiken van jongeren, met name via sociale media als Instagram en TikTok. En in het bereiken van laaggeletterden en mensen met een biculturele achtergrond.

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

De RPO legt verantwoording af over de uitvoering van de publieke mediaopdracht.

- Via een rapportageschema maakt elke regionale publieke media-instelling (rpmi) inzichtelijk dat het media-aanbod van de rpmi voldoet aan artikel 2.1 lid 1 a en a1 van de Mediawet.

Afspraak:

Alle rpmi's verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.

- Via een rapportageschema tonen we aan dat het media-aanbod van de rpmi actueel is.

Afspraak:

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

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 de regionale publieke omroepen in 2026 in totaal 257 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 de regionale publieke omroepen in 2026 in totaal 160 regionale documentaires verzorgen.

Afspraak:

De RPO rapporteert in haar jaarverslag 2026 over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.



2. Bereik en impact

De regionale publieke omroepen zetten zich in om een breed publiek te bereiken met een pluriform media-aanbod. We willen het bestaande bereik behouden en ook met nieuwe en kleinere doelgroepen in contact komen. De steeds moeilijker te bereiken jongere doelgroepen hebben daarbij onze extra aandacht. Op basis van bestaand en nieuw onderzoek zoeken we naar inzichten en strategieën om ons bereik en onze impact te optimaliseren. We sluiten aan bij verschillende tempo's van veranderend mediagedrag van het publiek dat zich in verschillende levensfasen en op verschillende voorkeursplatforms bevindt.



Bereik

In 2026 streven de regionale publieke omroepen naar een minimaal totaalbereik van 80%. Ons media-aanbod bereikt het publiek via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen, zoals van de NOS, NLZIET en NPO Start.

De regionale publieke omroep maakt voor inziichts- en verantwoordingsrapportages ten behoeve van de huidige prestatieovereenkomst onder andere gebruik van continu onderzoek door Motivaction. Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.560 respondenten per jaar per verzorgingsgebied, alle weken van het jaar en levert zo betrouwbare en representatieve gegevens per gebied over leeftijdsgroepen. Ook in 2026 maken we gebruik van dit onderzoek.

De regionale publieke omroepen zijn daarnaast in 2026 ook deelnemer in het kijk-, luister- en online-bereiksonderzoek van Nationaal Media Onderzoek (NMO). Dit landelijk opgezet onderzoek voorziet vooralsnog onvoldoende in representatieve regionale data. De regionale publieke omroepen zijn frequent met NMO in gesprek over de betrouwbaarheid en bruikbaarheid van deze bereiksonderzoeken voor haar rapportages in de regio.

Doelgroepsegmentatie

In het huidige medialandschap bereiken we niet iedereen op hetzelfde platform en met hetzelfde verhaal in dezelfde vorm. 'Daar zijn waar je publiek is' vormt voor alle mediaorganisaties een belangrijke uitdaging. Vanuit onze publieke media-opdracht geldt

dat voor ons in het bijzonder: we zijn er voor alle inwoners van Nederland en sluiten geen enkel individu uit. We werken daarom met doelgroepsegmenten: gedefinieerde groepen van publiek met vergelijkbaar mediagedrag en voorkeursplatforms. Het mediagedrag van doelgroepen kan feitelijk worden beschreven per leeftijdscohort, maar laat zich het beste verklaren door de levensfase waarin een doelgroep zich bevindt. De dynamiek tussen levensfasen, mediagedrag en voorkeursplatforms wordt op zijn beurt beïnvloed door maatschappelijke en culturele ontwikkelingen en technologische vernieuwingen. Onderzoek naar die dynamiek, ontwikkelingen en vernieuwingen wordt de komende jaren alleen maar belangrijker om inzichten te verkrijgen in tempo en verandering van (media)gedrag. Alleen zo kunnen we passend aanbod voor bestaande en nieuwe doelgroepen realiseren. De uitdaging is om naast volwassenen en ouderen, met name jongvolwassenen (18-35 jaar) te betrekken bij onze regionale content via onze lineaire, online en on-demand kanalen.

Waarden en impact

De regionale publieke omroepen willen met het media-aanbod niet alleen bereik realiseren maar ook maatschappelijk relevant zijn, impact hebben. Met kennis en inzicht in de behoeften van ons publiek kunnen we bereik realiseren met content die zij waarderen en waarmee we op individueel en maatschappelijk niveau impact kunnen maken. Onze waarden gaan we in 2026 aanscherpen in lijn met de ambitie uit het nieuwe CBP. Dit wordt afgestemd op de nog op te stellen prestatieafspraken.

Omroep Gelderland Verhalen vertellen aan specifieke doelgroepen

Omroep Gelderland start in 2026 met het Team Verhalen. Dit team gaat specifieke content maken voor vijf doelgroepen: de Groeiende Starter, de Zoekende Gelderlander, de Nieuwsgierige Gelderlander, de Leergierige Professional en de Moderne Senior. Op basis van onderzoek hebben we inzicht verkregen in verschillende segmenten, zoals nieuwsbehoefte, gebruik van mediakanalen en interesses met betrekking tot specifieke thema's. Elke doelgroep heeft zijn voorkeursplatform. Zo richten we ons met de Groeiende Starter op TikTok, met de Zoekende Gelderlander op Instagram en de Moderne Senior op radio en tv. Aan de hand van personas, live ontmoetingen met het publiek en validatie maken we content die passend is voor een specifieke doelgroep. Het bedienen van doelgroepen gaat verder dan alleen sociale media. Denk aan podcasting en vodcasting, livestreams en het verslaan van diverse evenementen. Ook daar zal dit team zich mee bezighouden.



Omroep Flevoland Doelgroepen beter leren kennen

Omroep Flevoland gaat de komende jaren bewust en vooruitstrevend nieuwe en diverse doelgroepen beter leren kennen door middel van kwalitatief en kwantitatief onderzoek en heeft ook het streven om doelgroepen onderling te verbinden. Inhoudelijke thema's op het gebied van landbouw, onderwijs, zorg of klimaat brengen veel verschillende doelgroepen (jong en oud, theoretisch of praktisch opgeleid) samen. We willen ons publiek nog beter leren kennen door structureel met ze in verbinding te staan en proactief met ze in gesprek te gaan. Met onze berichtgeving zijn we daar waar ons publiek is, ook op kanalen waar we afhankelijk zijn van algoritmes. We willen op nieuwe kanalen onze journalistiek brengen. We hanteren een mix van journalistieke vormen, verhalen en publieksbehoeften om een bredere groep inwoners van Flevoland te boeien en te binden. Dit betekent ook dat we per platform steeds vaker een andere vertelvorm of manier van presenteren kiezen. Het kan bijvoorbeeld voorkomen dat een thema dat vooral leeft onder jongeren op TikTok uitgebreider of wezenlijk anders wordt aangepakt dan op tv. We blijven daarbij altijd trouw aan onze eigen journalistieke waarden.



Doelstellingen CBP 2026-2030 en (bestaande) prestatieafspraken bereik en impact

Doelstellingen CBP 2026-2030

Doelstelling:

Segmentatie in doelgroepen. Het mediagedrag van het regionale publiek verandert namelijk in verschillende tempo's, onder invloed van de voorkeursplatforms.

- Alle regionale publieke omroepen hebben in 2026 een beeld van de verschillende doelgroepsegmenten die zij in hun publiek kunnen onderscheiden en op welke platforms deze doelgroepen bij voorkeur hun nieuws en informatie consumeren. Ook in 2026 zal de RPO met haar kennis- en innovatiecentrum onderzoek initiëren en uit (laten) voeren om het inzicht in het mediagedrag van het publiek te voeden. In verschillende tempo's voeren de omroepen doelgroepgericht werken in de redactieprocessen in.

Doelstelling:

Vanuit regionale kennis over doelgroepen aansluiting vinden op voorkeursplatforms van deze doelgroepen. Met content die voldoet aan de vormvereisten van de platforms.

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

Doelstelling:

Het ontwikkelen van wendbare redactionele organisaties die, samen met partners, doelgroepgericht werken en een effectieve contentstrategie uitvoeren en daarbij gebruikmaken van eigen platforms en platforms van derden.

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

(Bestaande) prestatieafspraken

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 2026 rapporteren we het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle regionale publieke omroepen, onafhankelijk door Motivaction gemeten.

Afspraak:

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

- De RPO rapporteert hierover op basis van de onafhankelijke metingen door Motivaction.

Afspraak:

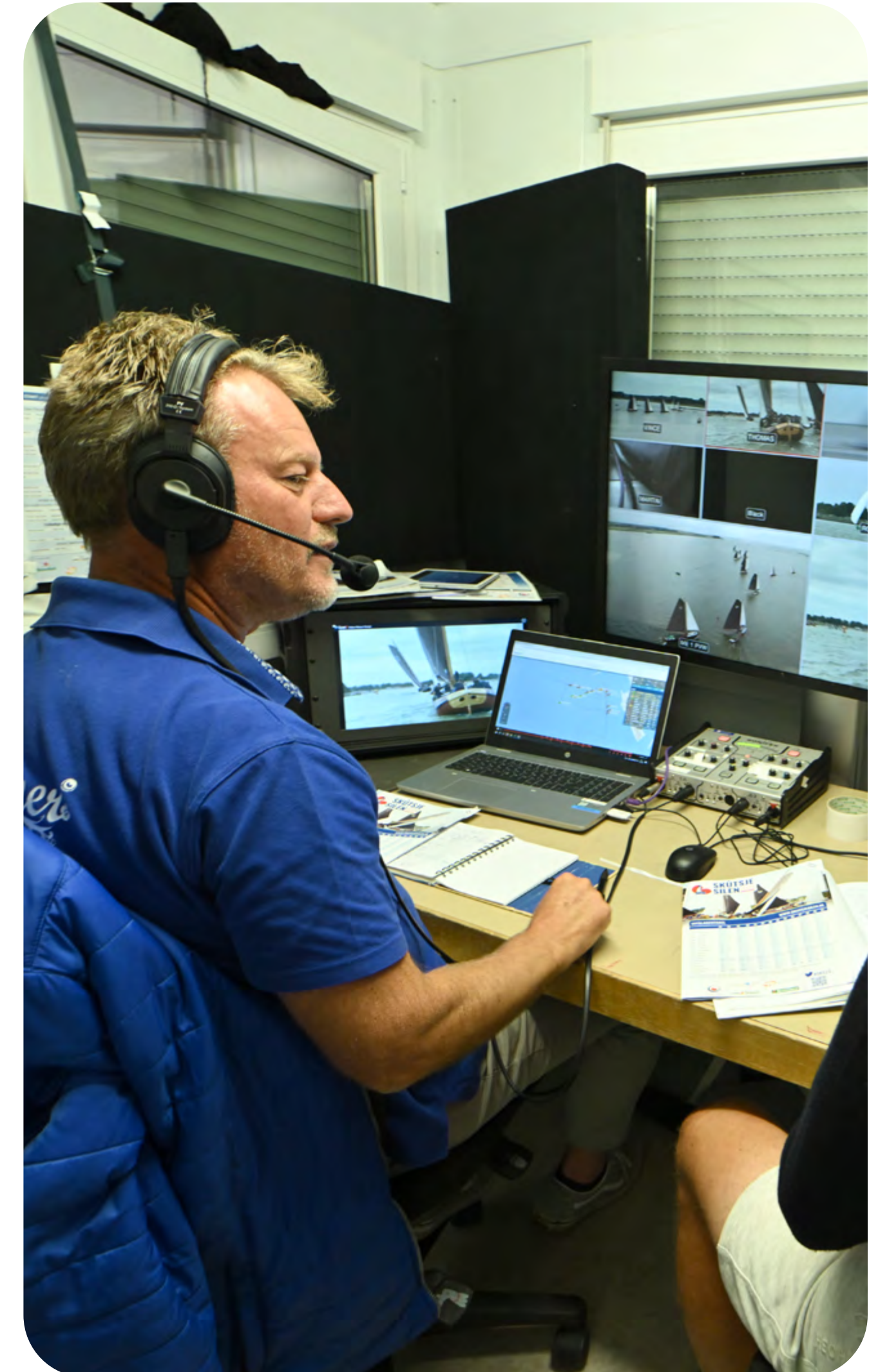
De rpmi's worden door de gebruikers ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

- De RPO rapporteert hierover op basis van de onafhankelijke metingen door Motivaction.

Afspraak:

De landelijk gemiddelde waardering die de gebruikers de aanbodkanalen van de rpmi's geven is per jaar tenminste een 7,1.

- De regionale publieke omroepen streven naar een gemiddelde waardering van de aanbodkanalen van tenminste een 7,1 per kanaal (radio, tv en online) in 2026, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.



3. Distributiestrategie

De regionale publieke omroepen zetten een samenhangende distributiestrategie, gebaseerd op marktanalyse, in om het bereik te verbreden en te verdiepen.

Marktanalyse

Ten behoeve van het CBP 2026-2030 is een uitvoerige omgevingscan uitgevoerd, inclusief een verkennend onderzoek naar publicaties over regio's in Nederland. De marktanalyse biedt onderbouwing voor onze distributiestrategie op de korte termijn. Ontwikkelingen in media raken ook de regionale publieke omroepen: on-demand-gebruik, AI in contentproductie en veranderend mediagebruik per leeftijdsgroep stellen nieuwe eisen aan hoe we betrouwbaar en feitelijk nieuws aanbieden.



Gebruik, interesse en vertrouwen dalen

Het Digital News Report 2025 (gepubliceerd door het CvdM in juni 2025) laat zien dat interesse, gebruik en vertrouwen in nieuws dalen. Sociale media, zoekmachines en verzamelsites winnen terrein, vooral onder jongeren (18-35 jaar). Jongeren ontwikkelen geen breder nieuwsrepertoire naarmate ze ouder worden; inmiddels haalt 60% van hen nieuws via big tech-platforms (2018: 47%).

De belangrijkste tendensen:

- **Nieuwsgebruik daalt**

In 2025 volgt 79% van de mediagebruikers dagelijks het nieuws; een daling ten opzichte van eerdere jaren. Vooral onder 45-minners neemt dit gebruik af. Het tv-gebruik daalt het sterkst. De groep nieuwsmijders groeit: 9% mijdt vaak nieuws (2017: 4%), vooral vanwege negatieve invloed op het humeur. Jongeren vinden niet alsnog vanzelf hun weg naar journalistieke bronnen als zij ouder worden.

- **Daling interesse in nieuws**

Sinds corona is de algemene interesse in nieuws gedaald van 64% naar 46%. Onder jongeren is dit gedaald naar 33%, bij jonge vrouwen zelfs naar 22%. Politieke interesse bleef stabiel, terwijl dit een groot deel van nieuws uitmaakt. Uit het rapport Jongeren, nieuws en sociale media (CvdM, 2024) leerden we al dat als je jongeren bij het nieuws wilt betrekken, het nieuws voor hen relevant moet zijn, met name voor jongeren met weinig politieke interesse. Verder daalt ook de interesse in lokaal nieuws licht en zien we die daling nu ook onder ouderen inzetten.

- **Vertrouwen in nieuws daalt**

Het vertrouwen in nieuws is nu het laagst sinds 2018: 50% vertrouwt het merendeel van het nieuws, 20% niet. Onder niet-gebruikers daalt ook het vertrouwen in nieuwsmerken. Politieke oriëntatie speelt hierbij deels een rol: rechtse kiezers vertrouwen NOS minder. Uit eigen onderzoek blijkt dat 58% de berichtgeving van regionale publieke omroepen als neutraal ervaart.

- **Big tech als poortwachter**

37% van de Nederlanders gebruikt big tech als belangrijkste toegang tot nieuws; onder jongeren is dit 80%. Deze platforms sturen op aandacht, niet op journalistieke inhoud. AI versterkt hun rol, omdat zij ook contentproducent worden. Regionale journalistiek heeft hier weinig invloed op.

- **AI en personalisatie**

1 op de 20 Nederlanders gebruikt AI-chatbots als ChatGPT voor nieuws. Men staat steeds positiever tegenover AI-gebruik door journalisten, mits het nieuws eenvoudiger en toegankelijker wordt.

Het CvdM doet voor de regionale publieke omroepen de volgende relevante aanbeveling: nieuwsmedia moeten zelf nieuwsberichten ontwikkelen die voor verschillende generaties relevant zijn en zorgen voor contact met de generaties op plekken waar zij zich bevinden. Het ontwikkelen van een langetermijnvisie is daarin essentieel en de regionale publieke omroepen zetten hier dan ook vol op in.

Analyse bereik en waardering

Uit ons eigen onderzoek, uitgevoerd door bureau Motivaction, zien we dat de regionale publieke omroepen jaarlijks 80% van de inwoners in hun regio bereiken. Online wordt vooral door 18-44-jarigen gebruikt, waar tv-kijkers zijn ouder zijn. In 2024 werd 61% van het publiek via online bereikt, met een waardering van 7,5. Televisie bereikt 65% (waardering 7,3), radio 42% (7,4). 13% van de 18-30-jarigen gebruikt uitsluitend regionale online-kanalen. Bij 60-76-jarigen steeg dit van 4% naar 6%. Het online bereik van 45-59-jarigen nam toe en steeg naar 61%. Dagelijks bereikt online 21% (tv: 19%, radio: 15%). De websites van regionale publieke omroepen bereiken 40%; Facebook 22%, apps 17%, YouTube 13%, X 7%, en Instagram 10% (25% groei t.o.v. 2023). Volgens Motivaction waardeert minimaal 75% het aanbod als betrouwbaar, betrokken, informatief en herkenbaar.



Samenhangende distributiestrategie

Regionale publieke omroepen delen hun nieuws en programma's via eigen aanbodkanalen en platforms van derden. Door de digitale ontwikkelingen groeien verschillende mediavormen steeds meer naar elkaar toe. Daardoor vinden en gebruiken mensen nieuws en amusement op één plek, wanneer het hen uitkomt.

De samenhangende distributiematrix in het CPB is leidend. Omroepen zetten deze matrix in om het bereik in hun regio te verbreden en te verdiepen. Daarbij wordt het media-aanbod toegankelijk gemaakt voor zoveel mogelijk doelgroepen, ook zogenaamde niche doelgroepen. Het media-aanbod van de regionale publieke omroep is te vinden 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. Daarbij is een selectie van de podcasts van de regionale publieke omroepen te beluisteren via NPO Luister. Het tv-aanbod van regionale publieke omroepen is beschikbaar bij vrijwel alle pakketaanbieders, NLZIET en binnenkort ook op NPO Start.

Met digitale en interactieve platforms bedienen regionale publieke omroepen diverse doelgroepen met, naast nieuws en informatie, ook specifieke interessegebieden. Op interactieve platforms kunnen gebruikers met elkaar en met de omroep in gesprek. De regionale publieke omroepen zetten AI in om content op maat te maken voor verschillende platforms en doelgroepen. Native content, specifiek gemaakt voor platforms als Facebook, Instagram, YouTube en TikTok, maximaliseert het potentieel bereik.

De focus ligt op het bedienen van bewoners in de eigen provincie, maar biedt ook de mogelijkheid om met veelzijdige content bredere doelgroepen te bereiken. Het uitgangspunt daarbij is om aanwezig te zijn waar het publiek is. We identificeren welke platforms het meest toegankelijk en populair zijn binnen de verschillende doelgroepsegmenten.

Dat geldt óók voor het bereiken van jongeren; zij consumeren nieuws niet (meer) actief, maar 'het nieuws vindt hen' in hun tijdlijnen. Distributie moet aansluiten op die belevingswereld. De uitdaging is om met name deze jongvolwassenen (18-35 jaar) sterker te betrekken bij onze regionale inhoud. Onze verschillende, sterke regionale merken werken samen om dat te realiseren. Ze versterken elkaar om een breed en aantrekkelijk aanbod te leveren.

De distributiestrategie is leidend voor de inzet van video, audio en tekst via online, radio, tv en sociale media.



Eigen kanalen

Websites & nieuws-apps

Onze websites en apps voor smart phones en tablets zetten we in om het nieuws snel en adequaat naar het publiek te brengen. We hanteren daarbij technieken als alerts, pushberichten en ‘volgen’, waarmee we ons publiek stimuleren om het nieuws actief te volgen via onze kanalen.

Radio

De radiozenders zijn een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod. Ze brengen nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio. Radio verbindt, voelt dichtbij en is snel ter plekke met live verslag en informatie. Daarbij vertolkt het medium een sociale rol: het zorgt voor gezelschap en ontspanning. Ook bij dit medium is er, evenals bij tv, een verschuiving van lineair luisteren naar on-demand, zoals podcasts.

Televisie

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) programma's over regionale thema's en evenementen. Naast lineair en op het traditionele televisietoestel wordt er ook steeds meer on-demand gekeken en op andere schermen. Dat wordt weerspiegeld in het voornemen van een aantal omroepen om beeldcontent primair te maken voor gebruik online en het secundair in te zetten voor het (lineaire) tv-kanaal.

Kanalen van partners

De intensieve samenwerking met de NOS zorgt ervoor dat regionale verhalen hun weg naar een breder publiek vinden. Daarbij speelt Bureau Regio een belangrijke rol. Zowel in de web/app omgeving, in tekst en video, als in het Regiojournaal of de NOS-journaals verspreiden we steeds meer berichten uit de provincie. Ook landelijke radiobulletins maken veelvuldig gebruik van aangeboden audio uit de provincie. Dit leidt tot extra verspreiding van nieuws van de regionale publieke omroepen. Daarnaast leveren regionale publieke omroepen ook programma's aan voor het regionale programmablok na het NOS Journaal Regio op NPO 2 en werken we samen met onder meer Omroep MAX en KRO-NCRV.



Platforms van derden

We delen nieuws en programma's via platforms van derden. Daar vinden en gebruiken mensen nieuws op één plek, wanneer het hen uitkomt. We zetten sociale media ook in voor meer interactie met het jongere publiek (18-35 jaar) en om in de tijdlijn van ons publiek te komen met ons journalistieke aanbod. Sociale media als TikTok, Instagram en Facebook blijken geschikt om het publiek te bereiken dat onze radio en tv-zenders minder weet te vinden.

Tegelijkertijd zijn er ook zorgen over de mate waarin omroepen hierbij afhankelijk zijn van de big tech bedrijven. In hoeverre kan op deze platforms nog onafhankelijk worden gepubliceerd en is zichtbaarheid gewaarborgd? In hoeverre beïnvloedt het ontbreken van kritische moderatie de mate waarin het aanbod van de regionale publieke omroep onderscheiden wordt als betrouwbaar? En in hoeverre kun je als regionale publieke omroep je distantiëren van de ‘rabbit holes’ waar gebruikers op een platform als TikTok worden ingelokt? Grote vragen, die de regionale publieke omroep enkel in samenwerking met de landelijke publieke omroep en de overheid kan benaderen. In de tussentijd neemt NH Media in 2026 het initiatief bij het onderzoek naar een flexibele, volledig in eigen beheer draaiende digitale keten die de afhankelijkheid van buitenlandse platforms verkleint; beslissingen baseert op eigen, betrouwbare data; het publiek rechtstreeks bereikt via eigen kanalen. Bijvoorbeeld doorontwikkeling van de eigen nieuwsbrief-engine ten behoeve van personalisatie en uitbreiden naar andere kanalen zoals een persoonlijke WhatsApp.

Toegankelijkheid

De regionale publieke omroep wil het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen, zowel online als via radio en tv. Daarom zijn onze app en 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.

Het media-aanbod wordt op meerdere manieren toegankelijk gemaakt voor zoveel mogelijk doelgroepen - groot en klein. Dat doen we via technische hulpmiddelen als een voorleesfunctie, ondertiteling of een vertaalfunctie.

Uitgezonden materiaal wordt opgeslagen in de eigen systemen. Archiveren en ontsluiten van dit materiaal hoort bij het cultuurdragerschap van regionale publieke 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. Sinds 2025 wordt gewerkt aan het toegankelijk maken van de content via het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid, waardoor het ook voor derden, zoals onderwijs, culturele instellingen en andere media doorzoekbaar is.



RTV Utrecht Kanaalstrategie

RTV Utrecht is gestart met het uitwerken van een kanaalstrategie voor elk social media-kanaal dat vastgelegd wordt. Per kanaal zijn de persona's beschreven van de belangrijkste doelgroep, interesses, thema's, informatiebehoefte en mediagedrag. Ook de beste strategie voor het kanaal is daarin opgenomen, zoals moment van plaatsing, kaders voor de content, vormgeving, etc. Structureel data-onderzoek wordt tenminste maandelijks uitgevoerd en besproken met de redacteurs. Zo komt er dieper inzicht in de ontwikkelingen zoals het gebruik van het kanaal door de doelgroep en de te ondernemen acties voor optimale aansluiting van de redactionele content bij de doelgroep. In 2026 bouwt RTV Utrecht hierop voort.

In samenwerking met alle regionale publieke omroepen is eind 2024 een doelgroeponderzoek onder jongeren uitgevoerd en de resultaten zijn vervat in een dashboard. In 2026 zal opnieuw een gezamenlijk publieksonderzoek worden uitgevoerd waar we vanuit RTV Utrecht actief aan meewerken en input voor aanleveren.

Per social mediakanaal - YouTube, Facebook, Instagram en TikTok - zijn de belangrijkste doelgroepen beschreven in de vorm van een persona in de provincie Utrecht. Dit wordt eerst uitgebreid voor web/app en dan voor radio en televisie. Op basis van data wordt de kanaalstrategie gemonitord, tips en adviezen worden besproken met de makers en toegevoegd aan de kanaalstrategie zodat deze up-to-date blijft.





L1 Radio blijft belangrijk in de mediamix

De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van L1 en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio. De nieuwscomponent was tot dusver prominent aanwezig op L1 radio, maar in 2026 willen we de focus verleggen naar verbinding en ontspanning. Analyse van de regionale en landelijke luistercijfers leert dat met name in de weekeinden weinig radio wordt geluisterd. Is het verstandig om juist dan veel middelen in te zetten voor nieuws, cultuur en duiding op de radio? L1 wil hier in 2026 slimmer meer omgaan en zich voor deze genres richten op andere platformen (online) en tijdstippen (meer cultuur doordeweeks). Live-events daarentegen zoals het Oud Limburgs Schuttersfeest en Carnaval blijven ook op de radio publiekstrekkingen en staan dus niet ter discussie. Verbinding staat daarbij hoog in het vaandel.

Ook bij radio is er, evenals bij tv, een verschuiving van lineair luisteren naar on-demand, zoals podcasts. L1 heeft (nog) geen podcastbeleid. In de transformatie naar online hebben de ontwikkeling van web en app en een socialmediabeleid tot nu toe voorrang gekregen. Het voornemen is er wel om in de toekomst nadrukkelijker naar podcast te kijken en daar ook middelen voor vrij te maken.

Omrop Fryslân Nieuwe technieken, nieuwe kansen

Het televisiekanaal blijft een relevant kanaal voor Omrop Fryslân. Of het nu gaat om het dagelijks nieuws of om het uitzenden van grote evenementen, het tv-scherm doet er nog altijd toe. We merken daar uiteraard wel een verschuiving. Met een dagelijks half uur 'verse video' maken we een carrousel. Maar nieuwe technieken leveren ook nieuwe kansen. In 2024 hebben we onze hybride studio in gebruik genomen. Met minimale technische middelen zijn we in staat om visual radio te maken, podcasts met beeld op te nemen en verdiepende programma's als het nieuws daar om vraagt. Dat geeft ons de kans om deze 'videocontent' op verschillende kanalen in te zetten.

Daar zullen we in 2026 nog meer op in zetten. Zo starten we met een wekelijkse politieke podcast met beeld, die ook op tv te zien zal zijn. Ons wekelijks radioprogramma 'Op en Ut' met uitgaanstips en tips over de natuur monteren we terug naar een tv-programma voor zaterdagavond en ons wekelijks nieuwsforum op de radio krijgt ook een plek in de tv-programmering.

Daarnaast kijken we, in de gezamenlijkheid met de andere regionale publieke omroepen, naar big screen. Hoe zorgen we ervoor dat we, ook als mensen geen tv-abonnement hebben, op het grote scherm komen. Dat kan bijvoorbeeld door voor onze app een casting tool te ontwikkelen. Maar we kijken ook hoe we om kunnen vormen tot een streamingdienst, zodat we net als Netflix en Videoland een 'blokje' worden tussen de streamingdiensten.



Omrop Fryslân





Doelstellingen CBP 2026-2030 en (bestaande) prestatieafspraken distributie

Doelstellingen CBP 2026-2030

Doelstelling:

Beschikbaarheid van eigen aanbodkanalen voor video, audio en tekst.

- Alle regionale publieke omroepen hebben in 2026 eigen aanbodkanalen voor de distributie van video, audio en tekst: televisie, radio en websites. Er wordt gekeken naar efficiënte inzet van producties op meerdere aanbodkanalen. Zo zetten steeds meer omroepen 'visual radio' in om gedurende een langere periode op de dag zichtbaar te zijn op het televisiekanaal.

Doelstelling:

Zichtbaarheid en vindbaarheid op platforms van derden (socials en apps).

- Content van de regionale publieke omroepen is in 2026 vindbaar op de platforms NPO Start, NLZIET en NPO Luister. Daarnaast gebruiken alle omroepen sociale media en apps om hun publiek te bereiken. Een deel van de omroepen produceert specifieke content voor social mediaplatforms, met name gericht op het bereiken van jongeren. Tegelijkertijd leven er zorgen. Omroepen willen liever niet afhankelijk zijn van commercieel ingerichte platforms als TikTok en zoeken actief naar betere alternatieven.

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

- Jaarlijks wordt voor de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie opgesteld. Regionale publieke omroepen hebben deze distributiestrategie overgenomen in deze bekostigingsaanvraag en 'op maat' gemaakt voor de eigen situatie.

4. Innovatie en digitale transformatie

Innovatie en digitale transformatie vormen de kern van onze strategie. We anticiperen op technologische ontwikkelingen en veranderend mediagedrag. Zo blijven we zichtbaar en relevant voor onze huidige én toekomstige doelgroepen. De RPO neemt de voortrekkersrol bij het ontwikkelen en delen van kennis over digitale transformatie en het inzetten van gezamenlijke trajecten en projecten, onder meer via de inzet van het gezamenlijke Transformatieteam en Datateam. Regionale publieke omroepen investeren in innovatie en digitale transformatie met het delen van kennis en de inzet van mensen en middelen.

Digitale transformatie

Binnen het RPO Transformatieteam bundelen de regionale publieke omroepen hun krachten. Dit multidisciplinaire team, samengesteld uit medewerkers van verschillende omroepen en de RPO, initieert en realiseert pilots en projecten die bijdragen aan een toekomstgerichte digitale strategie. De focus ligt onder meer op het bereiken van jongere doelgroepen en het ontwikkelen van formats die aansluiten bij hun mediavorkeuren, nieuwe platforms en digitale dienstverlening.

In 2026 staat een aantal projecten op de planning, zoals het vervolg op het Digitaal Leiderschapsprogramma, het Jongerenpanel Media, de Digitale Bootcamps, de AI Club en de Social Club. In deze projecten wisselt men kennis uit en werkt men samen aan het ontwikkelen van innovatieve methoden en nieuwe producten die inspelen op behoeften van de markt (of een nieuwe behoefte creëren). Daarnaast vindt een aantal pilots plaats

samen met specifieke omroepen die zich richten op verschuivend mediagedrag, zoals de vraag naar on-demand en mobiel aanbod, kortere formats en platformgerichte productie.

Inzet van AI

AI wordt nu al onder meer ingezet voor productieondersteuning, publieksinteractie, personalisatie en het signaleren van desinformatie. We hanteren gezamenlijke richtlijnen waarbij publieke waarden zoals transparantie, betrouwbaarheid en redactionele autonomie daarbij leidend zijn. De onstuimige groei van AI in het dagelijkse leven zorgt er ook voor dat de regionale publieke omroepen zich continu blijven afvragen welke rol AI speelt in het brengen van informatie, cultuur en educatie. Het ontwikkelen van ethische kaders is daarbij essentieel. Dit vraagstuk wordt in 2026 opgepakt.



Data-geïnspireerd werken

Data zijn essentieel voor de regionale publieke omroepen. Ze bieden waardevolle inzichten in het gedrag van onze volgers, kijker en luisteraars en stellen ons in staat om media-aanbod aan te sturen. Het RPO Datateam ondersteunt hierin en stimuleert het gebruik van data bij het maken en publiceren van content via web, app en sociale media.

De dataredacteuren en -analisten van de verschillende omroepen maken deel uit van dit team en werken samen met collega's en de RPO om gericht data te verzamelen, te analyseren en toe te passen. Inzichten uit de gezamenlijke data-analyse leren ons wat wel en niet werkt. In 2026 versterken we deze aanpak door:

- Verdere inzet van Smartocto als redactie-ondersteunend systeem.
- Training van collega's in data-geïnspireerd werken.
- Structureel (gebruikers)onderzoek naar mediagedrag en impact.

Regiogroei

Regiogroei is het samenwerkingsverband van tien regionale publieke omroepen gericht op technische ontwikkeling en de gezamenlijke web/app-omgeving. Binnen Regiogroei zijn de krachten gebundeld als het gaat om innovatie, (door)ontwikkeling, beheer en onderhoud van onze online distributie en ontsluiting van het media-aanbod. In 2026 richt Regiogroei zich op een aantal prioriteiten dat aansluiten bij het CBP, zoals digitale producten afgestemd op de behoefte van gebruikers, content op maat, nadruk op audiovisueel regionaal aanbod, meer interactie

en direct contact met het publiek en de wendbaarheid van het digitale platform.

Regiogroei beheert ook het platform Regio Exchange. Alle dertien regionale publieke omroepen gebruiken dit platform voor onderlinge automatische contentuitwisseling en contentuitwisseling met derde partijen, zoals de NOS, NLZIET en pakketaanbieders voor het verkrijgen van gidsinformatie.

Naar een gezamenlijk technologisch ecosysteem

In lijn met het CBP 2026–2030 bouwen we samen aan een toekomstbestendige, digitale infrastructuur voor journalistiek, productie en distributie. Het ontwikkelen van digitale wendbaarheid en het maken van keuzes die ten koste zullen gaan van analoge, lineaire activiteiten, is essentieel om relevant te blijven in een veranderend medialandschap. We kijken met elkaar naar mogelijkheden om bestaande samenwerkingsvormen zoals het Transformatieteam en Datateam beter op elkaar te laten aansluiten, en nieuwe initiatieven, zoals AI, daaraan te koppelen. Ook onderzoeken we hoe technologisch de samenwerking vorm kan krijgen, waarbij dit voor alle partijen vruchtbaar moet zijn. Dit zou kunnen leiden tot een kennis- en innovatiecentrum waarin samen de vlucht voorwaarts genomen kan worden. Dit centrum wordt een broedplaats voor o.a.:

- Kennisdeling en best practices.
- Experimenten en nieuwe ideeën.
- Onderzoek naar doelgroepen, bereik en impact.
- Coördinatie van vernieuwing en samenwerking.

De snelheid waarmee we deze ambities realiseren, hangt af van regionale omstandigheden en interne bedrijfsvoering.

Omroep Brabant Inzet van AI in werkprocessen

In 2026 werkt Omroep Brabant gericht aan het ontwikkelen van de wendbaarheid van onze medewerkers met opleidingen en inspiratiebijeenkomsten. We experimenteren met nieuwe formats en zetten actief in om de organisatie fit-for-AI-future te maken. Iedereen wordt gestimuleerd met AI aan de slag te zijn en op bedrijfsniveau evolueren we van AI-tooling naar integratie van AI in werkprocessen en systemen. We kiezen voor meer slimme inzet van AI: in tekstproductie, ondertiteling, tagging en moderatie. Met de aanstelling van een AI-officer kunnen we nog gerichter en effectiever werkprocessen in redactie en bedrijfsvoering verbeteren. Daarnaast investeren we gericht in tools en technieken, die niet louter gericht zijn op traditionele media maar ook hun weg vinden in de online productie en distributie.





Omroep Zeeland Nieuwe formats voor social media

Naast de journalistieke content gaan we in 2026 vanuit digitale transformatie nieuwe social formats ontwikkelen die ook het cultuurdragerschap van de regio raken. Zeeuwse vissersdorpen hebben een eigengereide cultuur. Kan het ook anders? is de titel van een format dat we voor social media en televisie willen maken. Het begint bij een actueel haakje, dat we dan vervolgens met de jongeren zelf willen ombuigen naar iets anders waar zij blij van worden. Zo is het tijdens oud en nieuw vaak onrustig in de vissersdorpen. Het begint met brandjes en vuurwerkoverlast. Politie op scherp, handhavers op scherp, jongeren op scherp. Soms grijpt de ME in. Ons social media-team gaat op zoek naar de jongeren en legt ze de vraag voor 'kan het ook anders?'. Deze pilots in de vorm van nieuwe formats willen we in 2026 vervolmaken.



RTV Drenthe Betrouwbaar toepassen van AI

Op het gebied van kunstmatige intelligentie onderzoekt RTV Drenthe de mogelijkheden voor ons als omroep. Zowel intern met onze online innovator als in gezamenlijkheid in de AI-werkgroep met alle regionale publieke omroepen. We willen AI efficiënt en betrouwbaar toepassen. Zo maakt RTV Drenthe in de weekenden regelmatig gebruik van een AI-stem voor het lezen van de radiobulletins. We maken optimaal gebruik van nieuwe mogelijkheden en toepassingen, waarbij we de veiligheid en verificatie te allen tijde in ogenschouw blijven nemen. Onze specialist kijkt hoe kunstmatige intelligentie ons in de dagelijkse praktijk kan ondersteunen. Bij het gebruik van AI-tools hanteren we het mens-machine-mens-principe: alle informatie die in of uit een AI-machine komt, wordt gecontroleerd door een mens. In 2026 geven we samen met de NOS en de andere regionale publieke omroepen die iNOS als redactiesysteem gebruiken, een vervolg aan hoe we het systeem kunnen verbeteren met de hulp van kunstmatige intelligentie.

Intern stelt RTV Drenthe een AI-werkgroep in, zij houden de AI-ontwikkelingen in de gaten en overleggen op landelijk niveau binnen de RPO met de andere AI-clubs bij andere omroepen.



Ambities CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken innovatie en ontwikkeling

Ambities CBP 2026–2030

Ambitie:

Met innovaties borgen wij onze betrouwbaarheid en informeren wij ons publiek breder op basis van betrouwbare feiten.

- Nieuwe technologieën zoals AI worden door een aantal omroepen gezien als een belangrijk middel om betrouwbare content te leveren, bijvoorbeeld in onderzoeksjournalistiek. AI kan grote datasets verzamelen en analyseren, bijvoorbeeld uit panels en publieksenquêtes, en kan worden gebruikt om feiten in de content te checken. Het Datateam en het Transformatieteam hebben in 2026 verschillende projecten gepland om het werken met nieuwe technologie te stimuleren. Het belang van de onderlinge kennisuitwisseling tussen specialisten van de omroepen in het Datateam en het Transformatieteam is onbetwist.

Ambitie:

Met innovaties faciliteren en verrijken wij het publieke debat zodanig dat dit op basis van argumenten wordt gevoerd en waarin ieders mening wordt gehoord. We bereiken door een betere vindbaarheid en herkenbaarheid doelgroepen die we nu niet bereiken.

- Binnen het Transformatieteam wordt actief en creatief nagedacht over nieuwe (vaak interactieve) multimediale formats om het publieke debat te faciliteren, bijvoorbeeld in het kader van de gemeenteraadsverkiezingen in 2026. Ook wordt nieuwe technologie gebruikt om een breder publiek te bereiken. AI wordt ingezet om teksten toegankelijk te maken voor laaggeletterden of om inzicht te krijgen in de groep 'afgehaakten'. Met search engine optimization (SEO) wordt de vindbaarheid verbeterd.

Ambitie:

Met innovaties zorgen we voor verbinding en zorgen we ervoor dat mensen zich gehoord voelen. We nodigen mensen uit voorbij het eigen gelijk te kijken en elkaar weer te gaan begrijpen. Dat doen we voor alle doelgroepen in de regio. We blijven perspectief bieden, ook als men niet altijd optimistisch is over de toekomst.

- Omroepen zetten innovaties in om mensen te stimuleren buiten de eigen bubbel te kijken, bijvoorbeeld door naast het 'gepersonaliseerde' nieuws bewust ook andere berichten aan te bieden. Het innovatieve platform SmartOcto speelt daarbij een rol in 2026. Omroepen werken voortdurend aan nieuwe formats om interactie te bevorderen en om publieksgroepen met elkaar in gesprek te laten gaan die elkaar niet vanzelfsprekend treffen.



(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

Afspraak:

Alle rpmi's streven ernaar de hiervoor bedoelde 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 regionale publieke omroepen verwachten voor het komende jaar 135 werkervarings- en stageplaatsen te bieden en draagt hiermee bij aan een realistische gezamenlijke doelstelling voor de sector.

Werkervarings- of stageplaatsen



5. Samenwerking

De regionale publieke omroepen werken breed en intensief samen. Met elkaar, maar ook met landelijke en lokale omroepen, met private media en met maatschappelijke, educatieve en culturele partners.

Samenwerking regionale publieke omroepen en de RPO

Eenheid in verscheidenheid vormt de basis van onze samenwerking. Iedere regionale publieke omroep maakt zijn eigen redactionele keuzes. Juist in die verscheidenheid schuilt onze kracht. Het stelt de regionale publieke omroepen in staat om verschillende perspectieven en verhalen te vertellen. Samenwerking tussen omroepen vindt plaats op inhoudelijke thema's en op organisatorisch vlak, zoals gezamenlijke inkoop van materiaal.

Daarnaast werken alle omroepen intensief samen met de RPO op onderwerpen die niet direct de journalistieke inhoud raken en die voor alle dertien regionale publieke omroepen gelden. Denk daarbij aan gezamenlijke activiteiten op het gebied van digitale transformatie, innovatie, onderzoek, communicatie, HR-beleid en financiële en technische aspecten. Er is structureel overleg tussen alle omroepen, zowel op het niveau van directie en hoofdredactie als op afdelingsniveau (via de hoofden marketing, communicatie & onderzoek, financiën, personeel & organisatie en techniek).

Samenwerking landelijke en lokale omroepen

Er wordt nauw samengewerkt met landelijke en lokale (publieke) omroepen. De NLPO, NPO en NOS zijn belangrijke partners waarbij de samenwerking is vastgelegd in allianties en overeenkomsten.

In 2026 zetten we vervolgstappen met Bureau Regio. Dit is het journalistieke samenwerkingsverband tussen de dertien regionale publieke omroepen en de NOS. De redactie functioneert vanuit de NOS-nieuwsvloer in Hilversum en opereert namens de regionale publieke omroepen. Bureau Regio is belangrijk voor de verspreiding van onze regionale nieuwssitems in de programma's van de NOS én voor het gebruik van landelijk nieuws met regionale relevantie door de regionale publieke omroepen. In 2026 worden de dagelijkse uitzendingen, waaronder de blokken met regionale berichten in het NOS Journaal en het NOS Journaal Regio, verder geoptimaliseerd via nieuwe formats en samenwerking.

Noord Zuid Oost West is een samenwerkingsprogramma van regionale publieke omroepen en Omroep MAX. Dit programma functioneert als etalage voor de programma's van de regionale publieke omroepen op een landelijke zender en wordt in 2026 gecontinueerd. *Expeditie Nederland*, een samenwerking van alle regionale publieke omroepen, het Caribisch Netwerk en Omroep MAX, wordt in 2026 ook gecontinueerd. 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 publieke omroepen en

het Caribisch Netwerk leveren items voor dit programma aan die onder eindredactie van Omroep MAX tot stand zijn gekomen.

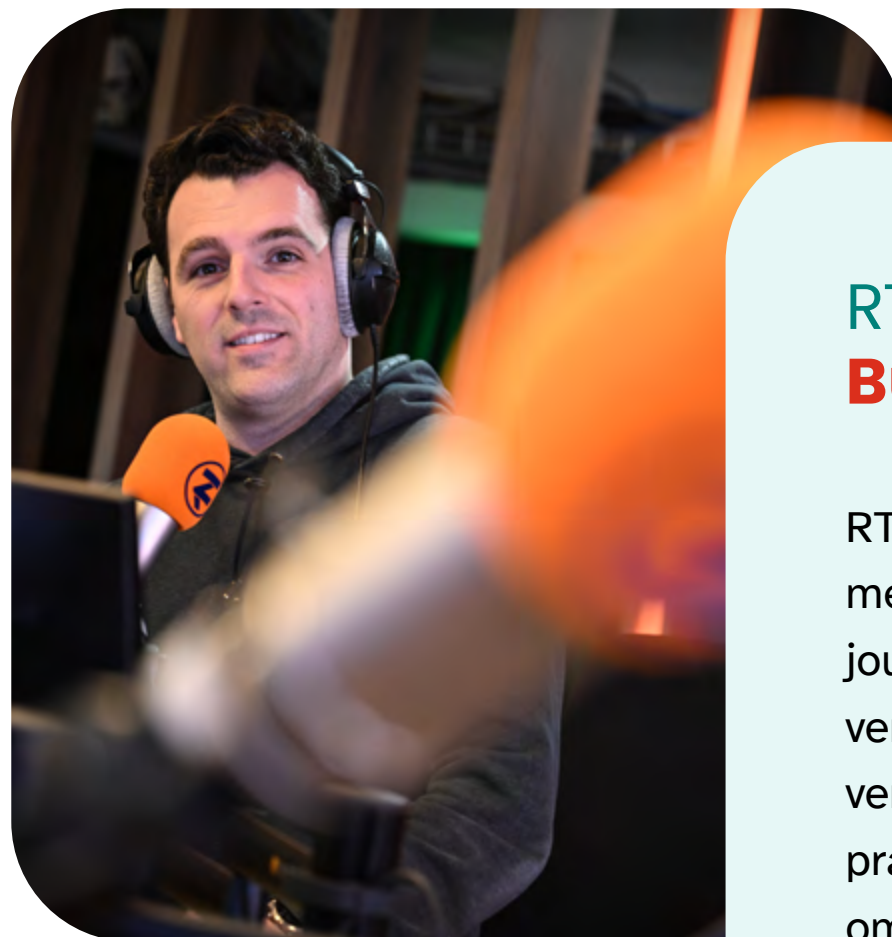
Met lokale omroepen wordt samenwerking georganiseerd in het project Bureaus Lokaal: een gezamenlijk initiatief van lokale en regionale publieke omroepen en de NOS, met als doel de journalistieke samenwerking tussen de verschillende lagen van het publieke bestel te versterken. Door afstemming in planning, productie en inhoud ontstaat ruimte voor rijkere verhalen, gedeeld eigenaarschap en betere spreiding van journalistieke capaciteit. De best practices en feedback uit dit project delen we actief zodat elke regionale publieke omroep ervan leert. Dit zorgt voor meer uniforme werking waarbij de specifieke context van elke regio niet wordt vergeten. Het gaat nog om een testfase; niet in alle provincies is een Bureau Lokaal actief en organiseert men samenwerking met streekomroepen en/of lokale omroepen anderszins. In 2026 zijn er Bureaus Lokaal in Friesland, Overijssel, Brabant, Zuid-Holland, Drenthe, Groningen en Gelderland.

Samenwerking met private media

De regionale publieke omroepen werken ook samen met private media. Deze samenwerking speelt een rol in het versterken van onze regionale journalistiek en het bereiken van een groter publiek. De samenwerking vindt op een evenwichtige en transparante manier plaats, waarbij de onafhankelijkheid en de redactionele vrijheid gewaarborgd blijven.

Samenwerking met maatschappelijke, educatieve en culturele partners

Als regionale publieke omroepen staan we midden in de samenleving en verbinden we ons met het publiek maar ook met maatschappelijke, educatieve en culturele organisaties en belangenbehartigers. Via bijvoorbeeld gezamenlijke programmering, evenementen of publieksonderzoeken vergroten we onze zichtbaarheid en relevantie. Dat doen we ook in 2026 op verschillende gebieden.



RTVNOORD

RTV Noord Bureau Lokaal Groningen

RTV Noord is in 2025 gestart met Bureau Lokaal Groningen. Bureau Lokaal is een gezamenlijk initiatief van lokale en regionale publieke omroepen en de NOS, met als doel de journalistieke samenwerking tussen de verschillende lagen van het publieke bestel te versterken. Door afstemming in planning, productie en inhoud ontstaat ruimte voor rijkere verhalen, gedeeld eigenaarschap en betere spreiding van journalistieke capaciteit. De best practices en feedback uit onze proeftuin delen we actief zodat elke regionale publieke omroep ervan leert. Dit zorgt voor meer uniforme werking waarbij de specifieke context van elke regio niet wordt vergeten.

RTV Noord werkt intensief samen met RTV1, de lokale omroep voor Veendam, Stadskanaal en Borger-Odoorn en OOG, de lokale omroep van Groningen-stad. Wij wisselen verhalen uit, werken samen op grote dossiers en ondersteunen de verslaggevers met feedback en kennis. Eenzelfde samenwerking is halverwege 2025 gestart met Omroep Het Hogeland.



RIJNMOND
TV RADIO ONLINE

Rijnmond Samenwerken om kinderen kansrijker te maken

Als Rijnmond staan we midden in de samenleving en verbinden we ons met het publiek maar ook met maatschappelijke, educatieve en culturele organisaties en belangenbehartigers. Via bijvoorbeeld gezamenlijke programmering, evenementen of publieksonderzoeken vergroten we onze zichtbaarheid en relevantie. Dat doen we ook in 2026 op verschillende gebieden.

Rijnmond werkt samen met diverse educatieve instellingen en werkt aan programma's om die samenwerkingen uit te breiden. Met Erasmus Universiteit, Erasmus MC, het Grafisch Lyceum, Albeda College zijn diverse programma's gedraaid en gemaakt.

Ook met private maatschappelijke instellingen als JINC en Werken als een Paard wordt al jaren intensief samengewerkt waarbij hier het doel is kinderen uit achterstandswijken kansrijker te maken door ze te inspireren tijdens redactiebezoeken en workshops. Waarbij we direct de kans aangrijpen die kinderen ook mee te nemen in een stuk mediawijsheid.

Doelstellingen CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken samenwerking

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

Het ontwikkelen van wendbare redactionele organisaties die, samen met partners, doelgroepgericht werken en een effectieve contentstrategie uitvoeren en daarbij gebruikmaken van eigen platforms en platforms van derden.

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

Doelstelling:

De RPO neemt de regie om bepaalde niet-journalistieke processen en aspecten van en voor de regionale publieke omroepen te coördineren om efficiënt en effectief te werken.

- De RPO ondersteunt de regionale publieke omroepen met onderzoek, gezamenlijke inkooptrajecten, gezamenlijke uitwerking van cao-afspraken, beleid rond leiderschap, talent- en personeelsontwikkeling en harmonisatie van regelingen, marketing en communicatie, reclame-inkomsten en opleidingstrajecten. Ook onderwerpen als persveiligheid, digitale radio (DAB+) en ethisch-technologische kaders zoals het AI-kompas voor verantwoord gebruik van kunstmatige intelligentie binnen omroep processen worden op RPO-niveau ontwikkeld en lokaal geïmplementeerd. Via deze samenwerkingsstructuren profiteren regionale publieke omroepen van kennisdeling, schaalvoordeel en een stevigere positionering binnen het publieke bestel. Deze processen ondersteunen de journalistieke en culturele kerntaken van de omroep en vergroten de professionele slagkracht van de organisatie.

(Bestaande) prestatieafspraken

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-organisatie

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 publieke omroepen en bevordert een doelmatige inzet van middelen. De uitvoering van het CBP, de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting is 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 publieke omroepen die de taak hebben om regionale publieke media te verzorgen. Zij werken onafhankelijk en maken hun eigen journalistieke keuzes, binnen de richtlijnen van de Mediawet, het redactiestatuut, de redactieraad en de mediaraad.

Duidelijke afspraken tussen de RPO en de omroepen over de rolverdeling zijn essentieel en ontstaan op basis van gezamenlijke instemming. De RPO is daarmee in staat om invulling te geven aan de wettelijke taken. Met afspraken over regievoering en in nauwe samenwerking met omroepen en/of experts in de zogenoemde Hoofden-overleggen (financiën, P&O, techniek, marketing en communicatie en onderzoek) zijn de activiteiten voor 2026 afgestemd.

Focus 2026

Het bureau van de RPO in Hilversum bestaat uit een kleine groep professionals en vormt het knooppunt in de samenwerking en coördinatie. Naast de reguliere activiteiten, zoals bijvoorbeeld het uitvoeren van het CBP, het opstellen van de begroting en jaarplannen, het rapporteren over de prestatieafspraken, het bevorderen van good governance en het bevorderen van doelmatigheid, besteden we in 2026 aandacht aan een aantal onderwerpen dat van belang is voor de versterking van het regionale publieke bestel. Het gaat om de volgende onderwerpen:

Uitvoeringsagenda concessiebeleidsplan 2026-2030

2026 is het eerste jaar van de nieuwe concessieperiode. In ons CBP hebben we de strategische koers voor de komende vijf jaar vastgelegd. In deze begroting geven we een eerste aanzet voor de concrete acties en activiteiten waarmee we onze ambities gaan realiseren. Vanaf 2026 werken we met een scherp uitgewerkte en concrete uitvoeringsagenda, waarin de ambities van het CBP duidelijk worden vertaald naar activiteiten en resultaten. De digitale transformatie wordt in 2026 met grote voortgang doorgevoerd binnen onze sector. We zetten duidelijke, afrekenbare stappen op het gebied van digitalisering, data, innovatie en procesverbetering. Eind 2026 beschikken alle omroepen over een uitgewerkt stappenplan en concrete doelstellingen, waarmee de digitale transformatie stevig wordt vormgegeven en versneld.

De RPO neemt de regie op een aantal niet-journalistieke processen en stimuleert actief de kennisuitwisseling tussen omroepen, partners en expertisecentra. In 2026 realiseren we allereerst een geïntegreerd stappenplan dat volledig gericht is op de effectieve uitvoering en meetbaarheid van het CBP. De eerste belangrijke mijlpaal daarin is de prestatieovereenkomst. Op basis hiervan wordt de uitvoeringsagenda uitgewerkt.

Prestatieovereenkomst 2026-2030

Met de minister van OCW sluit de RPO een nieuwe prestatieovereenkomst 2026-2030 met daarin de afspraken over de prestaties die de regionale publieke omroep gedurende deze periode zal leveren. Met het CvdM maakt de RPO afspraken over het uitvoeren, de methodiek en wijze van rapporteren over de nieuwe prestatieafspraken.

Verantwoording

Voor de regionale publieke omroepen gelden de Beleidsregels governance en interne beheersing. De governance van de regionale publieke omroepen is professioneel geregeld met een raad van toezicht die toezicht houdt op het bestuur. De statuten zijn actueel, evenals de reglementen en HR-regelingen. Elke regionale publieke omroep garandeert de onafhankelijkheid van het mediaaanbod met een redactiestatuut, een redactieraad en mediaraad. Alle regionale publieke omroepen zijn toegerust voor de uitvoering van de calamiteitentaak.

De regionale publieke omroep zet zijn middelen doelmatig in zoals ook terugkomt in de toelichting op de begroting. De RPO bevordert de doelmatige inzet van middelen, onder meer door het organiseren van overleg en samenwerking.

Medewerkers

Goed werkgeverschap is essentieel voor een veilige, inclusieve en productieve werkcultuur binnen de regionale publieke omroepen.

Goed werkgeverschap helpt ons wendbaar te blijven.

Het gaat verder dan het naleven van regels en richt zich op het creëren van een omgeving waarin medewerkers zich gewaardeerd, gerespecteerd en betrokken voelen. De RPO organiseert het regelmatig overleg tussen hoofden P&O en werkt samen om goed werkgeverschap te bevorderen door (zoveel mogelijk) gemeenschappelijk de HR-thema's uit te werken.

Vanuit de visie op goed werkgeverschap zijn de volgende thema's bepaald voor 2026:

- 1. Sterk en toekomstgericht leiderschap:** het stimuleren van eigenaarschap, voorbeeldgedrag en aanspreekbaarheid in een cultuur van veiligheid en ontwikkeling bij leidinggevenden; persoonlijk leiderschap bij de medewerkers; leiderschapstraject voor leidinggevenden binnen staf/redactie.
- 2. Inclusiviteit en diversiteit:** positief werkklimaat: het creëren en behouden van een werkomgeving waarin iedereen zich gewaardeerd en gehoord voelt en zichzelf kan zijn; de werkvloer weerspiegelt de samenleving die wij bedienen.
- 3. Wendbaarheid:** het creëren van de voorwaarden waarin wendbaarheid kan ontstaan en beklijven; het versterken van het leervermogen, rolflexibiliteit en initiatief in een cultuur van vertrouwen en samenwerking.

4. Talentontwikkeling: het uitwisselen van medewerkers/trainees tussen afdelingen en omroepen; het aanbieden van traineeships en stage- en werkervaringsplaatsen.

5. Gezamenlijk opleiden en trainen: gebruik van een centraal platform (learning management system), waarin naast (de-) centrale opleidingen ook best practices en essentiële informatie laagdrempelig toegankelijk worden gemaakt voor de medewerkers van de regionale publieke omroepen.

6. Het stimuleren van: een soepele loopbaanontwikkeling; een krachtig werkgeversimago; aantrekkelijke (en zo veel als mogelijk geharmoniseerde) arbeidsvoorwaarden.

Deze thema's worden onder regie van de RPO op praktische wijze zoveel mogelijk centraal uitgewerkt resulterend in een centrale visie op het betreffende onderwerp en hands-on richtlijnen en adviezen die omroepen direct kunnen verwerken in hun personeelsbeleid.



Marketing en communicatie

In het huidige gefragmenteerde mediaveld is het een uitdaging voor regionale publieke omroepen om zichtbaar en vindbaar te blijven met de eigen kanalen. Er is een overvloed aan keuzes op lokaal, landelijk en internationaal niveau, wat het lastig maakt om publiek te trekken en te behouden. Daarom is naast de redactiestrategie een solide marketing- en communicatiestrategie essentieel.

Om huidige én nieuwe doelgroepen te bereiken, versterken de omroepen hun aanwezigheid op zowel eigen als externe kanalen. Het is belangrijk potentiële kijkers te informeren over de waarde en inhoud van de regionale publieke omroepen. De gezamenlijke belofte van de dertien omroepen kan daarbij synergetisch werken, gezien de overeenkomsten in hun aanbod.

Om die reden worden naast individuele marketing- en communicatie-activiteiten ook gezamenlijke activiteiten ontwikkeld in 2026. De uitwerking en afstemming hiervan vindt plaats in het overleg hoofden marketing, communicatie en onderzoek onder regie van de RPO.

Onderzoek

Elke regionale publieke omroep heeft inzichten nodig om o.a. strategie, journalistiek, marketingplannen en -activiteiten te kunnen voeden. Van continu tot adhoc onderzoeken, en met verschillende update periodieken teneinde trends inzichtelijk te krijgen.

In het activiteitenplan zijn diverse onderzoeksactiviteiten op het gebied van bereik, waardering en doelgroepen opgenomen, die in gemeenschappelijkheid en in afstemming met het datateam en het overleg hoofden marketing, communicatie en onderzoek in 2026 worden ontplooid. De RPO faciliteert het regelmatig overleg tussen de hoofden marketing, communicatie en onderzoek. De

RPO begeleidt dit met advies, agenda en planningen, uitvoering en workshops. Daarnaast organiseert de RPO regelmatig kennissessies waarin medewerkers van regionale publieke omroepen bijgepraat worden over actuele onderwerpen.

Techniek

Professionele redactie- en uitzendsystemen zijn ingericht om verhalen voor verschillende platformen te maken, zowel in tekst als beeld en geluid. Het inzetten van AI als hulpmiddel wordt daarbij steeds gangbaarder. Makers beschikken over faciliteiten waarmee verhalen kunnen worden gemaakt, zowel op de redactie als onderweg en worden daarbij ondersteund. Medewerkers worden opgeleid om de middelen zo optimaal mogelijk te gebruiken. Voor de distributie wordt ook samengewerkt met andere organisaties, dit is nader uitgewerkt in hoofdstuk 3. De RPO faciliteert het regelmatig overleg tussen de hoofden techniek en ondersteunt hen met kennis en advies.

Cyberveiligheid en privacy

Cyberveiligheid is een cruciaal aspect voor de continuïteit van de regionale publieke omroepen. Een sterke digitale beveiliging van onze informatie-infrastructuur is noodzakelijk.

Het is dan ook van groot belang dat we onze maatregelen op het gebied van informatiebeveiliging en privacybescherming constant actualiseren. Niet alleen beschermen we gevoelige gegevens van medewerkers en publiek, maar we zorgen er ook voor dat onze processen voldoen aan de hoogste normen van privacy en ethiek. Daarom werken we aan het vergroten van onze digitale weerbaarheid en volgen we de vijf basisprincipes van het Nationaal Cyber Security Centrum (NCSC) van het ministerie van Justitie en Veiligheid. De RPO neemt hierbij het voortouw.



Duurzaamheid

We nemen onze maatschappelijke verantwoordelijkheid serieus en streven naar een kleinere ecologische voetafdruk. In een tijd waarin milieuvriendelijke bedrijfsvoering steeds belangrijker wordt, zetten wij concrete stappen om hieraan bij te dragen. Denk hierbij aan het investeren in elektrisch vervoer, het investeren in een duurzame energievoorziening van de kantoorpanden, verduurzaming van de inkoop van materialen enzovoort. Onderling wisselen de omroepen hun ervaringen uit met verduurzaming en geven ze elkaar tips. De RPO neemt hierin de regie.

Doelstellingen CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken organisatie

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

Het ontwikkelen en stimuleren van leiderschap dat zich kenmerkt door een visie op de noodzakelijke redactionele transitie. En dat het doorzettingsvermogen en de kunde heeft om de transitie in alle regionale publieke omroepen uit te voeren en te ondersteunen.

- De regionale publieke omroepen hebben een duidelijke visie op het innovatieve en inclusieve leiderschap dat noodzakelijk is om de digitale transformatie en redactionele transitie te maken. In 2026 biedt de RPO een trainingsprogramma aan waar alle aspecten van leidinggeven aan de transitie aan de orde komen. Daarnaast bieden regionale publieke omroepen ook zelf, soms in samenwerking met collega-omroepen, trainingen, workshops en inspiratiesessies aan in 2026.

Doelstelling:

Het faciliteren en opleiden van makers met een bredere taakopvatting, zodat die kunnen werken vanuit meerdere locaties.

- De beoogde transitie moet worden gedragen door bevlogen, flexibele medewerkers die breed inzetbaar zijn in het redactionele proces en kunnen samenwerken met andere disciplines binnen de organisatie. Dit vergt een integrale aanpak waarin opleiding, cultuurverandering en techniek samenkomen. Alle omroepen bieden in 2026 opleidingen, inspiratiesessies en trainingen aan op dit vlak. De RPO faciliteert het overleg tussen hoofden P&O waarin deze zaken gecoördineerd worden.

Doelstelling:

Makers worden ondersteund door gezamenlijke, goed toegankelijke techniek: vaak zijn een of twee apparaten met toebehoren voldoende.

- Alle omroepen rusten hun journalisten uit met gebruiksvriendelijke apparatuur die het werken vanuit locatie mogelijk maakt. De RPO ondersteunt de kennisuitwisseling tussen hoofden techniek op dit vlak.



Concretisering ambities en doelstellingen

In het CBP 2026-2030 hebben we een aanzet gegeven voor het concretiseren van de ambities en doelstellingen voor het planjaar 2026. In deze eerste begroting in de nieuwe beleidscyclus zetten we een stap verder in deze concretisering aan de hand van de grote lijnen in de plannen die de regionale publieke omroepen beschrijven in hun bekostigingsaanvraag voor 2026. Ook lichten we toe welke plannen de RPO in 2026 heeft om bij te dragen aan realisatie van de ambities en doelstellingen. In de komende periode geeft de RPO in overleg met OCW hier nadere invulling aan.

1. Maatschappelijke impact

Bijdragen aan meer onderling respect en meer tolerantie voor elkaars mening. We vervullen een voorbeeldfunctie door betrouwbaar en feitelijk te zijn en vanuit een open houding naar mensen te luisteren.

Omroepen werken in de volgende activiteiten in 2026 samen en individueel aan de vernieuwing en verbetering van hun journalistieke content:

- ➔ Externe versterking van redacties door inzet van nieuwe technologieën.
- ➔ Interne versterking van redacties door training van redactie-medewerkers (bijvoorbeeld factchecking en gebruik AI).
- ➔ Borging van innovaties door inzet medewerkers van de dertien omroepen in Transformatieteam, Regiogroei en Datateam.
- ➔ Initiatieven om transparantie te bevorderen en journalistieke keuzes te verantwoorden.

Relevante maatschappelijk thema's maken we zichtbaar en belichten we. In interactie met ons publiek dragen we zo op een constructieve manier bij aan het regionale publieke debat. Zo leren we om elkaar in én buiten dat debat weer vaker te vinden.

Omroepen zetten zich in 2026 in voor een aantrekkelijk, gevarieerd en regionaal ingevuld media-aanbod met:

- ➔ Constructieve journalistiek, een aanpak waarin mensen aangemoedigd worden om elkaar te begrijpen, ook bij verschillende meningen, is daarbij een veelgekozen aanpak.
- ➔ Onderzoeksjournalistiek waarin onderwerpen worden uitgediept en data worden geanalyseerd (met behulp van AI).
- ➔ Keuze voor specifieke regionale thema's met inbreng van mediaraad en publiekspanels.
- ➔ Nieuwe formats en content (voor sociale media) in interactie met publiek.
- ➔ Inzet van nieuwe technieken en methoden om vindbaarheid van content te vergroten.

We staan als regionale publieke omroep midden in de samenleving. We zijn een afspiegeling van de maatschappij. We verbinden mensen weer - of meer - door onderling begrip te vergroten, te luisteren en leren zich in een ander te verplaatsen.

Omroepen werken in 2026 aan:

- ➔ Inzet van onderzoek om doelgroepen en/of regio's te

identificeren die beter bediend kunnen worden met content.

- ➔ Ontwikkeling en productie van content die dialoog faciliteert en mensen verbindt.
- ➔ Initiatieven voor opzet en uitvoering van representatiemonitor.

De RPO zet zich in 2026 in om:

- ➔ Samenwerking tussen regionale publieke omroepen met betrekking tot innovatie te faciliteren in Regiogroei, Datateam, Transformatieteam.
- ➔ Gezamenlijke trainingen, workshops en informatie-bijeenkomsten te ontwikkelen en aan te bieden.
- ➔ De aanzet te geven tot het inrichten van één gezamenlijk kennis- en innovatiecentrum.

2. Doelgroepgericht werken

Met onze redactionele werkwijze zijn we in elke regio voor alle inwoners van betekenis. Wij bereiken en interacteren jaarlijks met minimaal tachtig procent van de Nederlanders. Door onze rol in de gemeenschappen faciliteren we de verbinding tussen mensen onderling, zowel binnen dezelfde levensfase als tussen verschillende levensfasen, op eigen platforms én op platforms van derden.

Regionale publieke omroepen zetten zich in 2026 onder andere in om:

- ➔ Inzicht te krijgen in de doelgroepen en hun mediagedrag in hun regio.
- ➔ Redactionele content te maken die aansluit bij die doelgroepen.

- Interactie met het publiek te stimuleren en kwantiteit en kwaliteit van de interactie inzichtelijk te maken.

De RPO coördineert en faciliteert in 2026 het onderzoek naar (bereik van) verschillende doelgroepen en stimuleert de kennisuitwisseling tussen de omroepen op dit vlak.

3. Effectieve contentstrategie

Ons publiek ziet ons in de tijdlijnen en volgt ons actief op platforms van derden (socials en apps). Ze weet onze eigen platforms te vinden en te gebruiken.

Ook na 2030 zien wij de meerwaarde van eigen platforms voor video, audio en tekst. Waar die tegen die tijd aan moeten voldoen, wordt in deze concessieperiode steeds duidelijker. De technologie ontwikkelt continu door; dus moeten wij onze eigen platforms ook blijven verbeteren. Onze ontwikkelcapaciteit groeit. Dat is noodzakelijk, omdat de snelheid waarmee het medialandschap verandert niet afneemt. En de rol van een betrouwbare afzender in dat landschap dat steeds meer gedomineerd wordt door global platformen met eigen algoritmes waar nieuwsberichten soms het onderspit delven tegen populaire en clickable content.

In 2026 zetten regionale publieke omroepen zich in om:

- Content te publiceren op eigen platforms: zie bijlage met eigen aanbodkanalen van de regionale publieke omroepen. Onder meer websites, nieuwsapps, radio- en televisiekanalen.
- En via platforms van derden: publieke mediaplatforms NPO Start en NPO Luister, publiek-private platforms (NLZIET) en commerciële platforms.

Onze regionale doelgroepen kennen en gebruiken onze eigen aanbodkanalen en/of vinden en gebruiken ons via de platforms van derden.

Regionale omroepen zetten zich in 2026 in om:

- Doelgroepen uit regioprofielen te koppelen aan eigen platforms en platforms van derden.
- Met gerichte communicatie en marketing doelgroepen attent te maken op en te betrekken bij de content die voor hen van belang is.

De RPO ondersteunt de omroepen bij de doorontwikkeling van de eigen digitale kanalen om het behoud van onafhankelijkheid te garanderen, bij de ontwikkeling van een digitale mediastrategie en bij het toepassen en ontwikkelen van methodieken om bereik (per doelgroep) te meten.

4. Redactionele transitie

Onze redacties zijn wendbaar, flexibel en mobiel en staan daardoor in nauw contact met ons publiek. Wij werken regio-overstijgend samen in een netwerkstructuur van combinaties van regionale publieke omroepen en lokale publieke omroepen. Waar mogelijk in publiek-private samenwerking en met relevante maatschappelijke partners. We stimuleren een lerende cultuur waarin we open staan voor vernieuwing.

Omroepen zetten zich in 2026 in op het vlak van:

- Nieuwe rollen binnen de organisatie en samenwerking tussen journalistieke en niet-journalistieke medewerkers.
- Samenwerking met de lokale en landelijke publieke omroepen en in publiek-private samenwerkingen.
- Opleidingsinitiatieven, ontwikkelmodel digitale wendbaarheid.

De RPO ondersteunt de omroepen bij het organiseren van regelmatig overleg tussen verschillende diensten van de regionale publieke omroepen; bij het verdiepen van samenwerkingsverbanden met de NPO en de NLPO; bij vergaren en vergroten van kennis met betrekking tot technische middelen; en bij de ontwikkeling en uitvoering van verandermanagement en digitaal leiderschap.

5. Afspiegeling van de samenleving

Onze regionale redacties zetten zich in om diversiteit te omarmen als een kernwaarde zodat we een juiste afspiegeling zijn van de samenlevingen waarin we opereren. We streven naar relevante, betrouwbare en herkenbare content voor alle regionale doelgroepen, waarbij we actief de diverse stemmen en perspectieven binnen onze gemeenschappen integreren in ons media-aanbod.

Omroepen zetten zich in 2026 in om

- Inclusieve journalistieke content te maken.
- Toegankelijk te zijn voor diverse doelgroepen.
- In hun content een representatieve afspiegeling te geven van hun regio.

De RPO ondersteunt met activiteiten op het gebied van kennisdeling en onderzoek naar perceptie door het publiek.

6. Efficiënt en effectief

We willen dat de regionale publieke omroep goed wordt bestuurd en wendbaar is. Door gerichte samenwerking op niet-journalistieke gebieden streven we naar meer efficiëntie en effectiviteit en doelmatige inzet van middelen. Zo kunnen we onze gezamenlijk publieke mediaopdracht beter vervullen, met behoud van journalistieke onafhankelijkheid en regionale eigenheid.

In 2030 willen we een voorbeeld zijn van hoe samenwerking en coördinatie binnen de sector leiden tot schaalvoordelen, innovatie en regionale relevantie.

- ➞ De RPO ondersteunt de regionale publieke omroepen met onderzoek, gezamenlijke inkooptrajecten, gezamenlijke uitwerking van cao-afspraken, beleid rond leiderschap, talent- en personeelsontwikkeling en harmonisatie van regelingen, marketing en communicatie, reclame-inkomsten en opleidingstrajecten. Ook onderwerpen als persveiligheid, digitale radio (DAB+) en ethisch-technologische kaders zoals het AI-kompas voor verantwoord gebruik van kunstmatige intelligentie binnen omroep processen worden op RPO-niveau ontwikkeld en lokaal geïmplementeerd. Via deze samenwerkingsstructuren profiteren regionale publieke omroepen van kennisdeling, schaalvoordeel en een stevigere positionering binnen het publieke bestel. Deze processen ondersteunen de journalistieke en culturele kerntaken van de omroep en vergroten de professionele slagkracht van de organisatie.



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 publieke omroep bekostigd met publieke inkomsten. Daarnaast heeft de regionale publieke omroep eigen inkomsten, waarvan de inkomsten uit reclame de belangrijkste zijn. De begrote baten van regionale publieke omroepen zijn hier geconsolideerd. Het detail van lasten van regionale publieke 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 publieke omroepen het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.

Eind 2024 heeft het ministerie van OCW het advies van het CvdM overgenomen om activiteiten en doelstellingen meer inzichtelijk te koppelen aan de inzet van middelen. De RPO doet dit enerzijds via de indeling van het voorgeschreven handboek financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024 en anderzijds via een toelichting op de WaU-middelen. Zo hebben activiteiten en concrete doelstellingen in het betreffende begrotingsjaar - als afgeleide van het nieuwe CBP - een zichtbare koppeling tussen (eigen) middelen en concrete doelstellingen. De RPO, OCW en CvdM zullen voor het verder uitwerken van de beleidscyclus met elkaar in gesprek gaan om de begrotingen van de RPO en de rpm's een zichtbare koppeling te laten bevatten tussen (eigen) middelen en

doelstellingen, zodat duidelijk is welke keuzes gemaakt worden bij de inzet van middelen. Ook de prestatieovereenkomst 2026-2030, waar op dit moment hard aan gewerkt wordt, gaat hierbij duidelijke kaders en verdere concretisering bieden.



Samenvattend

De totale begroting van de regionale publieke omroepen neemt in 2026 met € 5,7 miljoen toe tot € 219,8 miljoen. Dit is exclusief de begroting van 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 2026 is met een geraamde verhoging van 2,5% voor prijsindexatie gerekend (€ 4.732.850). Daarnaast is een huishoudenindex toegekend van € 1.053.000. De publieke inkomsten nemen € 5,8 miljoen toe, tot € 194,0 miljoen.

De reclame-inkomsten worden geraamd op € 17,6 miljoen. Dit is iets hoger dan de begroting van 2025. Het blijft lastig om op de advertentiemarkt de prijsstijgingen te compenseren in de tarieven. Regionale publieke 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 2026 wordt dit aangevuld met onlineaanbodkanalen. De verkoopactiviteiten worden gecoördineerd door de centrale verkooporganisatie Omroep Reclame Nederland (ORN). De raming voor 2026 door ORN en Ster is iets hoger (ca. € 150.000) maar kent per omroep grote verschillen. Desondanks ramen regionale publieke omroepen afwijkend op basis van eigen regionale inschattingen en verwachtingen.

De overige inkomsten worden geraamd op € 8,1 miljoen. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met toegekende subsidies. Omroepen hebben hierover bij het vaststellen van de begroting niet altijd zekerheid over 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.

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 publieke omroep die hieruit voortkomt wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding en een huishoudenindex verhoogd. De huishoudenindex voor 2026 is voor de regionale publieke omroepen vastgesteld op € 1.053.000. De prijsindexatie voor 2025 is vastgesteld op 3,197% (begroot: 2,0%). Bij het vaststellen van de begroting 2026 is voorzichtigheidshalve gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,5% (de verwachte indexering van het CPB in de augustusraming t.b.v. 2026 bedraagt 2,6 %). Hierbij is dezelfde methodiek van indexeren als in 2025 aangehouden en stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding voor 2026 medio 2026 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 2026. De raming bedraagt totaal € 4,73 miljoen en is door alle regionale publieke omroepen op gelijke wijze toegepast.

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

Regionale publieke 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 mede 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 big tech-bedrijven en het totaalaandeel lineair kijken (tv) en luisteren (radio) daalt. De verkoop vindt op twee manieren plaats: via regionale publieke omroepen zelf en via een samenwerkingsverband van de regionale publieke omroepen gericht op centrale landelijke verkoop voor de regionale aanbodkanalen. Voor lineair aanbod is dit met ingang van 2024 ondergebracht bij Ster. Per 2026 volgt ook het online aanbod. Zo kunnen reclamecampagnes breder en tegen lagere kosten worden ingezet.

Voor 2026 gaat Ster uit van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Ten behoeve van online is Ster voorzichtig in de prognose en wordt uitgegaan van een gelijke beschikbaarheid in capaciteit als in 2024. Die capaciteit is echter onzeker omdat regionale publieke omroepen de eerste verkooprechten hebben bij de eigen regionale verkoop.

De inschattingen passen bij de trends en de samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale publieke omroep. Het opgeteld aantal bereikte personen via de verschillende kanalen stijgt. Vanwege de lagere meeropbrengsten op online ten opzichte van de dalingen bij radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd. Regionale publieke omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van eigen regionale inzichten, analyses en trends opgesteld. In totaal betreft dit € 17,6 miljoen voor 2026.

Naast de rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten uit nevenactiviteiten en programmagebonden bijdragen uit onder meer fondsen van coproductanten of overige derden. Voor 2026 ramen de regionale publieke omroepen een lager niveau ten opzichte van vorig jaar (€ 8,1 miljoen). Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen als deze niet definitief zijn toegekend.



Totale inkomsten regionale
publieke media-instellingen (rpmi's)

Voor 2026 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale publieke omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale publieke 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. Per 2027 is een generieke taakstelling toegepast van € 1,744 miljoen. Het deel van de RPO bedraagt € 70.811. De korting volgt de wijze van verdeling van het totaalbudget rpmi's.

Totale inkomsten regionale publieke
media-instellingen (2025-2030)

x € miljoen	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Publieke inkomsten	188,3	194,0	194,3	196,2	198,2	200,2
Reclame inkomsten	17,3	17,6	17,1	17,1	16,2	16,2
Overige inkomsten	8,7	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1
Totaal	214,1	219,8	219,4	221,3	222,6	224,5

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO.
De publieke inkomsten 2025 zijn ten opzichte van de begroting 2025 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2024). De bekostiging 2026 is inclusief indexering (2.5%) en huishoudenindex.

Begroting RPO-organisatie

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, op basis van het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025, is de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO gewijzigd. Zo vindt er meer coördinatie en samenwerking met regionale publieke omroepen plaats op het gebied van (samenwerkings) projecten, dataverzameling en communicatie ten behoeve van de gehele regionale mediasector.



Daarnaast zullen werkzaamheden vanwege de uitvoering van de wettelijke taken en de nieuw te sluiten prestatieovereenkomst verder toenemen en additioneel dienen te worden bekostigd. Vanwege de dubbele transmissiekosten voor radio (FM en DAB+) en vergunningsverplichtingen is de bekostiging van DAB+ aangehouden. De RPO onderzoekt of de aangescherpte eisen in geval van een ramp of noodsituatie van 72 uur betrokken kunnen worden. De reguliere bekostiging is voor 2026 na indexering vastgesteld op € 2.102.128. Dit bedrag vormt de basis voor de reguliere bekostiging van 2026, waarna indexering in de loop van 2026 zal plaatsvinden.

De regionale publieke 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 publieke omroepen. Hiervoor is in 2026 een nog te indexeren bedrag begroot van € 348.953. Dit bedrag is op basis van een procentuele verdeling opgenomen in de begroting van alle regionale publieke omroepen.

Voor 2026 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.



Het programma Werk aan Uitvoering (WaU)

Met behoud van en respect voor de journalistieke onafhankelijkheid van de regionale publieke omroepen regisseert de RPO de thema's digitale transformatie en innovatie uit het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025 en het nieuwe concessiebeleidsplan 2026-2030. RPO heeft, als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO), een aanvraag mogen doen voor het programma WaU van OCW Open en zich hierbij gericht op gezamenlijke thema's waarvoor niet of nauwelijks middelen beschikbaar waren. RPO heeft, als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO), een aanvraag mogen doen voor het programma WaU van OCW Open en zich hierbij gericht op gezamenlijke thema's waarvoor niet of nauwelijks middelen beschikbaar waren. Dit is ook beschreven in het hoofdstuk RPO Organisatie. Het overheidsbrede programma stelt zich over een langere periode ten doel om de dienstverlening aan burgers en ondernemers in alle domeinen te verbeteren.

De RPO kan zo samen met de regionale publieke omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van WaU: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Dit draagt 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 AI'.

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 publieke omroepen planmatig doorgevoerd. Zo worden deze activiteiten op termijn verduurzaamd en onderdeel van de reguliere bedrijfsvoering van regionale publieke omroepen als onderdeel van digitale transformatie en innovatie. Deze afspraken worden bij aanvang van de activiteit in gezamenlijkheid gemaakt. Voor 2026 betreft dat een deel van de personele kosten van dataredacteuren en data-analisten als onderdeel van het RPO Datateam (2026 75%, 2025 25%). De verdere verduurzaming is meerjarig afgesproken.

Het programma loopt tot en met 2031, waarna de bekostiging stopt en de activiteiten die door de transformatie zijn opgezet, structureel en duurzaam worden geïntegreerd in de reguliere bekostiging van de regionale publieke omroepen. Aan de hand van concrete deelplannen wordt de algemene doelstelling van de RPO voor dit programma gerealiseerd, in samenhang met de doelstellingen op het gebied van digitale transformatie en innovatie uit het CBP. Daarnaast versterkt dit de regiefunctie van de RPO, zodat zij een aantal niet-journalistieke processen en aspecten voor de regionale publieke omroepen effectief kan coördineren en optimaliseren, gericht op een efficiënte inzet van middelen en menskracht. Voor 2026 kennen de activiteiten van het programma WaU bij de RPO een vervolg op het datateam en het transformatieteam, inclusief het jongerenpanel. Ook krijgt de digitale archief-functie bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, gestart in 2025, een vervolg en wordt de content van meer regionale publieke omroepen duurzaam gearchiveerd en centraal beschikbaar voor het publiek. Met behulp van dezelfde software wordt het trainingsaanbod vanuit WaU (gericht op digitale transformatie en innovatie) samengevoegd met ander

regulier journalistiek trainingsaanbod en beschikbaar gesteld aan de medewerkers van regionale publieke omroepen. Hierbij is ook een samenwerking met de NOS mogelijk.

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 publieke 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 2026 € 5,9 miljoen en is inclusief eerdere indexering, maar zonder indexering over 2026. De begroting van het onderdeel Werk aan Uitvoering en de koppeling van de doelstellingen aan ingezette middelen is onderstaand opgenomen.

Begroting WaU-programma 2026

Lasten	2026	2025
Datateam	2.088.000	2.958.256
Algemeen & onderzoek	883.000	1.257.261
Transformatieteam	1.230.000	1.873.315
Communicatieplatform	309.000	195.744
Opleidingen	312.050	312.120
Interactief platform	-	265.000
Redactietrainingen HRO	100.000	100.000
Archief NIBG	373.529	-
Cyberveiligheid en AI	652.000	-
Totaal lasten	5.047.579	6.961.696

Met betrekking tot het interactieve platform is nog niet voorzien in een koppeling van middelen. Dit hangt samen met de voortgang van het platform en integratie van werkzaamheden bij Regiogroei, het kennis en innovatiecentrum van regionale publieke omroepen, en is zo'n voorbeeld van de genoemde afhankelijkheden.





Begroting RPO 2026

Bedragen in €	2026	2025
Baten		
Media-aanbod - OCW	2.102.128	2.037.004
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	5.947.579	6.961.696
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	348.953	338.143
Totaal baten	8.398.660	9.336.843
Lasten		
Lonen en salarissen	685.218	519.946
Sociale lasten	192.965	145.322
Afschrijvingen op immateriële vaste activa	21.000	21.000
Directe productiekosten, facilitaire lasten		
- transmissiekosten DAB+	782.182	757.950
- WaU middelen digitalisering en data analyse	5.947.579	6.961.696
Overige bedrijfslasten	769.716	930.929
Totaal lasten	8.398.660	9.336.843

Meerjarenraming RPO-organisatie 2027-2030

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 2027. Voor de inzet van de WaU-middelen is rekening gehouden met een indexering van 1% en een lichte afbouw vanaf 2028. De verlaging in 2027 hangt samen met de taakstelling op de mediabegroting.

x € miljoen	2027*	2028	2029	2030
Baten				
Media-aanbod - OCW	2.104	2.125	2.146	2.168
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	5.955	5.913	5.366	5.218
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	352	356	360	363
Totaal baten	8.411	8.394	7.872	7.749

*: inclusief taakstelling

Budgetaanvraag 2026

In tabel hiernaast is het toegekende budget 2025 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2026 opgenomen. Het budget 2025 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 2026 bedraagt € 197.363.709 en is exclusief de indexatie van 2026, maar inclusief de al vastgestelde huishoudenindex (€ 1.053.000). In het totaalbudget is de WaU-aanvraag 2026 en de bijdrage aan de RPO opgenomen.

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

Bekostiging

	2025		2026
Omroep	Bedrag €	%	Bedrag €
RTV Noord	11.584.061	6,35%	12.021.439
Omrop Fryslân	12.769.831	7,00%	13.251.980
RTV Drenthe	11.607.777	6,36%	12.046.050
RTV Oost	13.426.566	7,36%	13.933.511
Omroep Gelderland	20.502.876	11,239%	21.277.000
Omroep Flevoland	10.051.682	5,51%	10.431.201
RTV Utrecht	12.003.642	6,58%	12.456.861
NH Media	17.766.484	9,739%	18.437.291
Omroep West	12.842.802	7,04%	13.327.705
Rijnmond	13.116.441	7,19%	13.611.677
Omroep Zeeland	10.945.570	6,00%	11.358.840
Omroep Brabant	21.415.007	11,739%	22.223.570
L1	14.393.425	7,89%	14.936.877
Totaal omroepen	182.426.164	100%	189.314.002
RPO inclusief WaU	8.998.583		8.049.707
Totaal	191.424.747		197.363.709

De begrotingen van de regionale publieke omroepen zijn sluitend of licht positief. Uitzondering is Omroep Zeeland met een positief resultaat van € 180.000 ter voorbereiding op een verhuizing.

De omroep geeft met een meerjarig overzicht van exploitatie, kasstroom en reservepositie (RMA) inzicht in de 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 en verplichtingen tot energiebesparende maatregelen. Met uitzondering van Omroep Zeeland, geven omroepen blijk van sluitende begrotingen vanaf 2027.

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 2026 willen regionale publieke omroepen opnieuw meer mensen in vaste dienst nemen in plaats van via freelance-overeenkomsten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

	realisatie 2024	verwacht ultimo 2025	verwacht ultimo 2026
Personele bezetting FTE	1.371,5	1.385,7	1.477,1
Verschil t.o.v. voorgaand jaar		14,2	91,4

Aanbodkanalen

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

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

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

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

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
NH Nieuws www.nhnieuws.nl 	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van NH Nieuws, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van NH Nieuws is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en ondemand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van NH Nieuws en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van NH TV en NH Radio	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 NH Media samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thema-tische) 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.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West www.omroepwest.nl 	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Omroep West, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. 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.		

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 ondemand 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.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland www.omroepzeeland.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. 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 participatie- mogelijkheden 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 (thema-tische) 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.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Brabant www.omroepbrabant.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Omroep Brabant, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
 OMROEP BRABANT	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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger. De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Brabant en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	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.		

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 www.l1.nl 	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van L1, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie 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.	
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	L11alaaf (www.l11alaaf.nl) Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg (www.l1.nl/plat-eweg) Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (overig)

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
www.L1Nieuws.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire nieuws-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)
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		

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



Stichting RPO

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

085 788 60 40

Volg ons: 

www.stichtingrpo.nl

Fotografie

Eric Binkhorst - pagina 1, 10, 15, 40

Stichting RPO - pagina 2, 3, 11

RTV Utrecht - pagina 4, 5, 17, 18, 28, 38

RTV Noord - pagina 7, 27

Omroep West - pagina 7

RTV Oost - pagina 8, 20

NH Media - pagina 8, 13, 31

Omroep Gelderland - pagina 12, 24

Omroep Flevoland - pagina 12, 15, 32, 36

L1 - pagina 14, 19, 30, 35

Omrop Fryslân - pagina 13, 19

Omroep Brabant - pagina 22

Omroep Zeeland - pagina 23, 37

RTV Drenthe - pagina 23, 39

Rijnmond - pagina 27, 41