



# Midden in de regio

Begroting  
2024



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Begroting 2024

## Inhoud

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>Activiteitenplan</b>	
<b>1. Media-aanbod</b>	<b>6</b>
<b>2. Bereik</b>	<b>16</b>
<b>3. Distributiestrategie</b>	<b>21</b>
<b>4. Innovatie en ontwikkeling</b>	<b>31</b>
<b>5. Samenwerking</b>	<b>38</b>
<b>6. RPO-organisatie</b>	<b>44</b>
<b>Begroting</b>	<b>49</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>56</b>





## Inleiding

- Activiteitenplan
- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

## Begroting

## Bijlagen

# Begroting 2024

## Inleiding

# Versterken en verbinden

Het begrotingsjaar 2024 staat in het teken van een sterke, innovatieve regionale omroep met goede regionale journalistiek; programma's die verbinden en aandacht hebben voor wat er leeft in de regio's. De regionale omroepen staan voor betrouwbaar nieuws van dichtbij en vervullen een belangrijke rol in het publieke mediadomein. We verdiepen het landelijke nieuws en versterken de regionale en lokale journalistiek.

We liggen op koers met de uitvoering van onze strategische prioriteiten die zijn benoemd voor de verdieping en aanscherping van ons concessiebeleidsplan. Met onze journalistieke verhalen verhogen we de journalistieke kwaliteit. Gezamenlijk werken we aan digitale transformatie in een transformatieteam dat bestaat uit twintig collega's van regionale omroepen. Het onderzoek is ondergebracht in een nieuw opgericht overkoepelend datateam dat analyses doet voor alle regionale omroepen om te komen tot een verdieping en verbreding van relevant bereik. We werken samen met de landelijke NOS en lokale omroepen (NLPO) in het project Publiek Journalistiek Huis om de publiek-journalistieke infrastructuur te versterken. Er staat een campagne Talent werven en behouden op de agenda voor 2024. Een gezamenlijk opleidingsplan (Regio Academy) gaat bijdragen aan het ontwikkelen van talent. Verder werken omroepen aan meer diversiteit in hun media-aanbod en in hun organisatie.

### Regionaal vertelt het héle verhaal, betrouwbaar en dichtbij

In het huidige tijdsgewricht neemt het belang toe van nieuws van dichtbij, van de regionale omroepen. Wij zien wat er in de samenleving gebeurt, brengen nieuws, controleren de macht en versterken als cultuurdrager de regionale identiteit.

Het onbehagen in de Nederlandse samenleving neemt toe, concludeert het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) in het rapport Somber over de samenleving (mei, 2023)<sup>1</sup>. Dat onbehagen wordt onder meer gevoed door het gevoel dat de politiek geen oog heeft voor de regio en dan met name de plattelandsgebieden buiten de Randstad.

<sup>1</sup> Somber over de samenleving? | Publicatie | Sociaal en Cultureel Planbureau (scp.nl)



**Inleiding**

## Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

## Begroting

## Bijlagen

## &gt; Inleiding

‘Stuur niet op het gevoel van onbehagen, maar breng onderliggende problemen in beeld en biedt concrete oplossingen’, zo luidt het advies van het SCP (p.6). De regionale omroep zet zich daarvoor in door het héle verhaal te brengen. Dat verhaal beperkt zich niet tot de symptomen aan de oppervlakte, maar vertelt ook de achterliggende motieven van mensen. Het gaat verder dan het verslaan van incidenten. Omroepen leggen ook dossiers aan waarin onderwerpen over een langere tijd gevolgd worden. Het verhaal heeft aandacht voor negatieve  n voor positieve ontwikkelingen. De informatie is betrouwbaar en staat dichtbij de mensen.

Als platform voor regionale informatie, cultuur, nieuws, educatie en debat dragen we bij aan een sterkere verbondenheid in de regio. De regionale omroepen zijn het beste middel tégen de verschraling van de lokale journalistiek en v or behoud van aandacht voor regionale en lokale democratie. Een structurele investering in de regionale omroepen betekent een investering in journalisten. Wij garanderen een landelijke dekking, werken samen met de NOS voor optimale kwaliteit en publiceren via moderne digitale platformen passend bij ons publiek. We zijn trots op wat we maken voor ons publiek, en trots op hoe we bijdragen aan de regionale verscheidenheid en cultuur in Nederland.

**Gezamenlijk werken aan innovatie**

Bij trots alleen kan het niet blijven. Wij, de RPO in gezamenlijkheid met de regionale omroepen, kijken vooral vooruit, om onze rol met het oog op de toekomst te bepalen. Een toekomst die complex en onvoorspelbaar is, met alles wat er momenteel gebeurt op het gebied van mediatechnologie en -innovatie. In onze plannen voor de komende jaren nemen digitale transformatie en innovatie dan ook een heel belangrijke rol in. Die transformatie houdt overigens nooit op: digitaal worden is belangrijk, digitaal blijven cruciaal. Want de digitale wereld verandert zo ongeveer per dag. Wij willen ons ontwikkelen tot een wendbare regionale omroep. Innovatiegericht, publieksgericht, datageïnspireerd en gebaseerd op alle mogelijke manieren van samenwerking, zowel binnen als buiten de regionale publieke omroepen. De ervaring en het talent binnen de regionale publieke omroepen, is zoals gezegd, gebundeld in het RPO-transformatieteam. Dat team richt zich de komende jaren vol enthousiasme op het uitvoeren van onze innovatiekalender.

**Data en de regionale publieke omroepen**

De regionale publieke omroepen zorgen voor verbondenheid tussen de inwoners van een regio. Dat betekent dat we daar zijn waar onze doelgroepen zijn en dat



‘Die transformatie houdt overigens nooit op: digitaal worden is belangrijk, digitaal blijven cruciaal.’

we hen optimaal bedienen met informatie. Via de meer traditionele kanalen als televisie en radio wordt weliswaar een groot publiek bereikt, maar om ervoor te zorgen dat we dat publiek niet alleen behouden maar het ook verbreden en laten toenemen, groeien we steeds meer toe naar een online toekomst. Om die positie te bereiken is er veel kennis nodig over de bezoekers en de doelgroepen die wij (willen) bereiken. Het verzamelen, analyseren en toepassen van data speelt daarin een belangrijke rol. Voor de dertien regionale publieke omroepen is het onmogelijk om dat ieder voor zich te organiseren. Daarom kiezen we voor samenwerking en kennisdeling in een gezamenlijk datateam. Het data-team richt zich in 2024 op de juiste typen onderzoek naar onze gebruikers, zodat we op basis van data onze berichtgeving nog beter, passender en gericht kunnen aanbieden. Uiteraard met respect voor de privacy van ons publiek.

**Samenwerken binnen het publieke bestel**

Wij zijn overtuigd van de noodzaak van samenwerking binnen het publieke omroepbestel. Alleen z  kunnen wij relevant zijn en blijven voor  lle inwoners van Nederland. Het komend jaar staat samenwerking binnen het publieke omroepbestel centraal.

Zo brengen wij in samenwerking met de NOS elke werkdag regionale nieuwsverhalen via NOS Journaal Regio. Het biedt het publiek een nog bredere blik op wat er in Nederland gebeurt. Bovendien versterkt deze samenwerking de journalistieke kwaliteit. De samenwerking wordt het komende jaar verder uitgebouwd door Bureau Regio (een gezamenlijke redactie van regionale omroepen en de NOS), dat verder werkt aan de journalistieke alliantie voor gezamenlijke journalistiek, techniek en opleidingen.

Met de NPO gaan we ook in 2024 nauw samenwerken. Regionale cultuur behoudt een mooie plek in programma’s als Expeditie Nederland, die Omroep MAX samen met de dertien regionale publieke omroepen produceert en uitzendt.



## Inleiding

### Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

### Begroting

### Bijlagen

## Begroting 2024

### > Inleiding

De samenwerking met de lokale omroepen wordt in 2024 waar mogelijk versterkt. De RPO en NLPO gaan spreken over een journalistieke alliantie, die vergelijkbaar is met de samenwerking tussen de regionale omroepen en NOS. Verder werken regionale omroepen samen met lokale omroepen in hun verzorgingsgebied aan een sterke regionale en lokale nieuwsvoorziening.

Samen met de NOS en NLPO werken we verder aan een Publiek Journalistiek Huis, een sterke publiek-journalistieke infrastructuur om het publiek zo goed mogelijk te bedienen en te zorgen voor verbinding. Meer dan ooit is de samenleving gebaat bij een goed functionerende journalistiek, die iedereen informeert over maatschappelijke en politieke onderwerpen, het gemeentelijke, provinciale en landelijke bestuur controleert en bijdraagt aan een gemeenschappelijke identiteit en cultuur. Het Publiek Journalistiek Huis is geen fysieke plek, maar de metafoor voor een ecosysteem en samenwerkingsstructuur waarmee de kwaliteit, het bereik en de impact van de publieke journalistiek op lokaal, regionaal en landelijk niveau wordt vergroot door de kracht van de drie samenwerkende partners optimaal te benutten. Hiermee maken we aan het publiek zichtbaar dat de publieke journalistiek samenkomt, elkaar versterkt en naar elkaar verwijst.

### Diversiteit en inclusie voorop

De regionale publieke omroepen zijn er voor alle inwoners van Nederland. Dat maken wij waar in onze programma's, bij de keuze van onze onderwerpen en de mensen die wij uitnodigen, en in de gesprekken die wij voeren. Gericht op verbinding. Zo zorgt de in 2023 gelanceerde vertaalmodule in de apps van onze omroepen ervoor dat we mensen die geen Nederlands verstaan toch bereiken. Maar ook als het gaat om het vinden en ontwikkelen van talent staat diversiteit voorop. Juist op die manier willen wij werken aan een regionale publieke omroep die een juiste weerspiegeling is van de maatschappij waarin wij onze belangrijke rol vervullen. Ook in 2024 zullen we daaraan hard werken.

Graag nodig ik iedereen uit om kennis te nemen van onze plannen die in deze begroting zijn beschreven.

Hilversum, 14 september 2023

**Jan Müller**

Directeur-bestuurder





# Media-aanbod



Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### Activiteitenplan

# Media-aanbod

De regionale publieke omroepen spelen een belangrijke rol in het waarborgen van een adequate en betrouwbare nieuwsvoorziening in de regio. Onze journalisten kennen de regio, weten wat er speelt en doen er verslag van. Dit is van cruciaal belang voor een democratische samenleving, omdat hun werk mensen informeert over wat er in hun directe omgeving gebeurt.

### Journalistieke kwaliteit verhogen

De regionale omroepen werken aan een sterk regionaal pluriform nieuwsaanbod. Het tegengaan van polarisatie staat hoog op de agenda. Wij doen dat door te luisteren naar de geluiden uit alle delen van de samenleving, waarbij wij ons meer richten op 'het brede midden' dan op extreme standpunten. Regionale publieke omroepen, die dicht bij het publiek staan, zijn bij uitstek in staat om deze verhalen te herkennen en te vertellen.

Daarnaast investeren we fors in opleidingen voor de journalisten die bij ons werken. In 2024 bieden we trainingen die zich richten op digitale wendbaarheid en innovatie, bouwen we samen met de redacties aan duurzame inzetbaarheid van onze medewerkers en verdiepte relaties met ons publiek. Door intensieve samenwerking aan te gaan, delen we onze kennis en leiden we journalisten op die met de modernste programma's kunnen werken en daarmee verhalen maken die nog beter aansluiten bij de behoeften van het publiek.

### Onderzoeksjournalistiek

De journalistiek heeft ook een controlerende functie, die tot zijn recht komt in onderzoeksjournalistiek. Een gezamenlijke onderzoeksredactie van de regionale publieke omroepen en de NOS ondersteunt de omroep daarbij op een efficiënte manier. Dit zal ook het komende jaar weer onthullende verhalen opleveren op basis van gezamenlijk af te spreken thema's. In het najaar van 2023 worden er afspraken gemaakt over de belangrijkste onderwerpen voor 2024.

Verschillende omroepen versterken het komende jaar het journalistieke onderzoek door meer onderzoeksjournalisten aan te nemen. Diverse nieuwsdossiers worden ook het komende jaar kritisch en voor lange tijd gevolgd, zoals het stikstofdossier (Omroep Fryslân in samenwerking met RTV Noord en RTV Drenthe), het PFAS-dossier (Omroep Zeeland onder meer in samenwerking met de NOS), misstanden op de woningmarkt (Rijnmond) en aardbevingen (RTV Noord). Wantoestanden worden aan de kaak gesteld, achterliggende ontwikkelingen geanalyseerd, negatieve zaken en ook positieve inzet en initiatieven getoond.

### Nieuws, informatie, achtergronden en cultuur

Nieuws, informatie, achtergrondverhalen en aandacht voor de cultuur zorgen voor een sterk regionaal media-aanbod. We informeren mensen goed, zodat ze hun eigen meningen kunnen vormen en zich identificeren met hun regionale cultuur.

De regionale omroepen hebben ook het komende jaar een ruim media-aanbod van onderhoudende, culturele en informatieve programma's. De programma's weerspiegelen en versterken de regionale identiteit. Documentaires vertellen unieke verhalen uit de regio. Evenementen laten mensen de cultuur beleven. Het aanbod weerspiegelt de diversiteit van de regionale samenleving.

De voornemens van de regionale omroepen zijn in kaders opgenomen in deze begroting. De prestatieafspraken over het media-aanbod zijn aan het eind van dit hoofdstuk vermeld.

### Aanbodkanalen

Het media-aanbod van de regionale omroepen is voor iedereen vrij toegankelijk. Dat hoort bij de publieke taak en is een vereiste voor de calamiteitentaak van de regionale omroep. De toegankelijkheid wordt gewaarborgd via de door OCW goedgekeurde aanbodkanalen. In deze begroting is het overzicht van deze aanbodkanalen in de bijlage opgenomen.

In bijlage I B is de aanvraag opgenomen voor de naamswijziging van het aanbodkanaal [www.lLimburg.nl](http://www.lLimburg.nl) naar [www.lINieuws.nl](http://www.lINieuws.nl) en de lLimburg App wordt hernoemd naar lINieuws App.



Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Media-aanbod

### Verantwoording

De regionale omroepen en de RPO leggen verantwoording af over de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau. Dat doen we via het jaarverslag van de RPO en de jaarverslagen en jaarrekeningen van de omroepen. De mediaraad van een regionale omroep heeft een rol in de vaststelling en verantwoording van het media-aanbodbeleid van een omroep. De raad vertegenwoordigt de maatschappelijke achterban. De mediaraad doet jaarlijks openbaar verslag. De RPO moedigt kennisdeling aan en organiseert in 2024 een bijeenkomst met regionale mediaraden en de hoofdredacteuren.



## De volgende prestatieafspraken zien toe op het media-aanbod van de regionale omroep:

### Afspraak

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

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

### Afspraak

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

.....  
Via het rapportageschema tonen we eveneens aan dat het media-aanbod van de regionale omroep actueel is.

### Afspraak

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

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

### Afspraak

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

.....  
De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2024 243 evenementen verslaan en draagt hiermee bij aan een realistische gezamenlijke doelstelling voor de sector.

### Afspraak

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

.....  
De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2024 170 regionale documentaires produceren.

### Afspraak

**De RPO rapporteert over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.**

.....  
In deze begroting zijn enkele voornemens van regionale omroepen voor onderzoeksjournalistiek in 2024 beschreven.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> Media-aanbod





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Media-aanbod

### Journalistiek en onderzoeks- journalistiek: Omrop Fryslân

Omrop Fryslân werkt in 2024 met een nieuw ingerichte redactie met als centraal uitgangspunt dat online ons eerste kanaal is. Naast een hit-and-rundagploeg gaan teams zich richten op verschillende domeinen. Het gaat dan om:

- Lân en Wetter (Land en Water) waaronder thema's horen als landbouw, visserij, natuur, landschap, energie en klimaat.
- Wolwēzen (Welzijn) waarbij het gaat om werk, wonen, veiligheid, bestuur, sociaal domein, zorg, onderwijs en vervoer. Vanuit de mediaraad is daaraan toegevoegd het thema gezond blijven met preventie en bewegingsarmoede als speerpunten.
- Kultuer (Cultuur) waarin het gaat om kunst en (de Friese) cultuur, maar ook om meer lifestyle-achtige zaken als vrijetijdsbesteding, evenementen en de wijze van samenleven met elkaar.
- Sport met aandacht voor topsport en de Friese sporten.

In deze domeinen wordt tijd vrijgemaakt om journalistiek onderzoek te doen. Daarnaast komt er voor de teams een compacte onderzoeksredactie beschikbaar van 3 fte. Doel is om meer eigen verhalen te maken door gemotiveerde journalisten die de vrijheid krijgen om hun eigen tijd in te delen. Er is ook ruimte om samen met andere partijen, hetzij in de media, hetzij daarbuiten, een specifiek onderzoeksproject op te pakken. Via een bijdrage uit het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten voegen wij een onderzoeks-journalist toe aan de teams. Daarnaast werken wij graag en regelmatig samen met de NOS om zaken als ondermijning te onderzoeken. Per jaar pakken wij gezamenlijk vier thema's op.

Omrop Fryslân werkt samen met RTV Noord en RTV Drenthe op noordelijke economische thema's. We starten met een podcast over de economische ontwikkelingen in het noorden. Daarnaast werken we samen in het stikstofdossier en het dossier met betrekking tot de wolf. Net als afgelopen jaar, zijn we voornemens gezamenlijk onderwerpen uit deze (toch wel ingewikkelde) dossiers op te nemen en te blijven volgen.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Media-aanbod

### Journalistiek: Omroep West

Omroep West is een professionele nieuwsorganisatie die openstaat voor feedback en kritiek. Bij deze professionele houding hoort ook het afleggen van verantwoording over onze berichtgeving. We leggen uit hoe bepaalde journalistieke keuzes tot stand zijn gekomen en waarom we die keuzes maken. Een column van de hoofdredactie en/of Q&A op Facebook zijn voorbeelden van manieren waarop wij verantwoording afleggen over ons werk.

#### **De drie D's van ons journalistiek aanbod zijn: duiding, diepgang en dialoog.**

Door de achtergronden bij nieuwsontwikkelingen te bieden, onderscheiden wij ons van nieuwsmedia die vooral gericht zijn op de waan van de dag. Onze inhoudelijke specialisten bieden duiding van bijvoorbeeld politieke ontwikkelingen. Met duiding, diepgang en dialoog (op alle kanalen), gesteund door onderzoek, leggen we ontwikkelingen en misstanden bloot die anders verborgen zouden blijven. Dit beschouwen wij als een essentieel onderdeel van onze publieke taak.

We focussen ons op een aantal belangrijke thema's, zoals: veiligheid en justitie, politiek, werk, geld en verkeer, gezondheid en zorg, sport en cultuur, en vrije tijd. Deze thema's interesseren ons publiek, hebben onze aandacht en zijn simpelweg belangrijk in onze regio.

We zijn spraakmakend, maar neutraal. Omroep West is de omroep voor alle inwoners van het noorden van Zuid-Holland en wij hebben de opdracht de veelstemmigheid en veelkleurigheid van de Zuid-Hollandse samenleving te laten zien en horen. Daarbij past betrokkenheid en een neutrale berichtgeving. Dat betekent niet dat Omroep West kleurloos wil zijn. Integendeel, onze verhalen moeten beroeren.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> Media-aanbod

### Cultuur en identiteit: RTV Drenthe

RTV Drenthe draagt met de variaprogramma's de regionale identiteit uit, stimuleert de regionale cultuur en versterkt de band van Drentenaren met Drenthe.

Naast het nieuws is het aanwezig zijn en verslaan van grote evenementen in de provincie één van de speerpunten in het beleid van RTV Drenthe. Voorbeeld daarvan is de Dutch TT van Assen, het drukstbezochte sport-evenement in Nederland. Van een geheel andere orde is de Nationale Dodenherdenking bij Herinneringscentrum Kamp Westerbork die jaarlijks live op RTV Drenthe wordt uitgezonden. De verwachting is om volgend jaar zo'n tien evenementen te verslaan.

Sport verbindt Drentenaren. Dat komt ook terug in de programma's van RTV Drenthe, zoals in FC Emmen voetbalt in de Keuken Kampioen Divisie en de ruime aandacht voor amateurvoetbal in het populaire programma Onze Club. In het tv-programma De Warming Up staat zowel breedtesport als topsport centraal.

Muziek uit Drenthe zal ook in 2024 vertegenwoordigd zijn in het radio- en tv-programma Djammen, waar beginnende Drentse muzikanten en gevestigde artiesten een plek hebben. Alle muzieksoorten komen aan bod: van hip-hop, blues, country, rock-'n-roll tot aan rap. Een jaarlijks muzikaal hoogtepunt is het Drèents Liedtiesfestival, een live muziekfestival met Drentse artiesten. RTV Drenthe is ook aanwezig op Drentse muziekfestivals met landelijke en internationale uitstraling zoals het Holland International Blues Festival in Grolloo en het Hello Festival in Emmen. En er is veel ruimte in de programmering voor diverse culturele activiteiten in Drenthe, onder andere voor tentoonstellingen van musea in Drenthe.

Natuur is Drenthe. Met maar liefst zes natuurorganisaties en een aantal waterschappen maken we online en op tv het programma Roegl, een natuurplatform dat door deze samenwerking zijn weerga in Nederland niet kent. Het biedt de inwoners van Drenthe, en belangstellenden uit heel Nederland, een uniek venster op alles wat er bloeit, leeft en groeit.

RTV Drenthe hecht aan het Drents als verbindende factor in de provincie. We spreken Drents waar het kan, Nederlands waar het mag. Dat betekent in de praktijk dat een aantal programma's op de radio en tv in het Drents wordt gepresenteerd. Op zaterdag- en zondagochtend staat de streektaal centraal in de presentatie van radioprogramma's.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Media-aanbod

### Media-aanbod: RTV Utrecht

RTV Utrecht brengt het komende jaar een gevarieerd aanbod met nieuws, cultuur, natuur, sport, evenementen en documentaires.

- De redactie van Bureau Hengeveld vraagt inwoners van de provincie Utrecht om mee te helpen met het opsporen van misdaad. Een programma in samenwerking met politie en justitie.
  - Route C is het culturele magazine van RTV Utrecht, met aandacht voor theater, kunst, muziek en nog veel meer vanuit alle windstreken van de provincie. Deze content wordt online in artikelen aangeboden en is daarnaast wekelijks op televisie te zien.
  - Er is volop aandacht voor natuur.
    - Vogelaar en natuurfreak Eddy Zoëy trekt de Utrechtse natuur in voor het programma Natuurlijk Zoëy, met extra aandacht voor duurzaamheid en biodiversiteit.
    - In het voorjaar van 2024 start een nieuwe serie van Mijn Mooiste Plek, waar ingegaan wordt op natuur, landschap, recreatie en klimaat-adaptatie.
    - Bioloog Luc Hoogenstein gaat elke maand op avontuur in tuinen en op balkons en volgt zodoende de seizoenen op de voet. Deze online- en televisieserie Luc's Tuinsafari is aan het begin van iedere maand te zien bij RTV Utrecht.
  - In Van Rossem Vertelt, brengt Utrechter Maarten van Rossem de historie van de provincie op eigen wijze tot leven.
  - Het sportprogramma Een Berg Sport geeft volop aandacht aan FC Utrecht. Wekelijks praat René van den Berg met gasten in de studio en kan men genieten van de Ode van Korneel.
  - In de humaninterestserie Margreet legt Margreet van Gils de vinger op wat er zich echt afspeelt in de Utrechtse samenleving met vaak mooie en bijzondere verhalen tot gevolg.
- In 2024 staan er weer diverse DocU's op de planning, onder andere:
    - DocU Restauratie Domtoren over de restauraties van hét symbool van Utrecht.
    - DocU Sprekende Stenen over poëzie in de Utrechtse openbare ruimte.
  - RTV Utrecht doet in 2024 ruimschoots verslag van evenementen die te zien en/of te horen zijn bij diverse outlets, zoals:
    - Grote regionale sportevenementen op diverse outlets, waaronder de competitie van FC Utrecht, waarvan het (audio)verslag live te volgen is via stream op web/app; en wielervedstrijden, zoals Arno Wallaard Memorial en de Wielerkoers Veenendaal-Veenendaal.
    - Herdenkingen, zoals Dodenherdenking op 4 mei, live vanaf het Militair Ereveld Grebbeberg in Rhenen.
    - Alpe d'HuZes, een evenement dat RTV Utrecht al jaren een warm hart toedraagt, net als diverse andere regionale omroepen, en ook in 2024 op radio zal verslaan.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

14

> Media-aanbod

### Diversiteit: RTV Oost

RTV Oost herkent en erkent dat diversiteit binnen de interne organisatie en in het media-aanbod een punt van aandacht is. Niet voor niets is in het redactiebeleid Inclusie en Diversiteit tot één van de vijf inhoudelijke thema's benoemd.

Overijssel is een provincie met relatief weinig etnische groeperingen, maar met name de Turkse en Syrisch-orthodoxe gemeenschappen zijn integraal onderdeel van de Overijsselse samenleving. In 2024 wil RTV Oost dat ook zij zich herkennen in het media-aanbod met meer aandacht voor de specifieke cultuur (denk aan orthodox Pasen, het Suikerfeest maar ook aan de Turkse voetbalclubs) en door nog bewuster gebruik te maken van netwerken binnen deze groeperingen bij het zoeken van geschikte bronnen voor algemene verhalen.

In dit kader blijft RTV Oost ook in 2024 als mediapartner verbonden aan het ambitieuze project Gelijk Spel, de zoektocht in Overijssel naar een inclusieve samenleving in theaterproducties, debatten, community-art en audiovisuele producties. De documentairereeks rond de Zwolse rapper Typhoon kreeg in 2023 al een vervolg in de theaterproductie Dhlomo en het project Clubhelden met de KNVB. In samenwerking met Gelijk Spel brengt RTV Oost in de week van de diversiteit deze thematiek voor een breed publiek over het voetlicht.

Diversiteit en inclusie betreft ook de LHBTIQA+-gemeenschap in Overijssel. Ook in 2024 faciliteert RTV Oost het platform De Roze Golf, dat een doelgroep-gerichte website in de lucht houdt en wekelijks in een informatieve podcast actuele ontwikkelingen binnen deze gemeenschap bespreekt.

De Roze Golf is ooit begonnen als doelgroepenprogramma op de radio en is inmiddels geëvolueerd tot een volwaardig platform. RTV Oost neemt wekelijks onderwerpen uit de Roze Golf over in het reguliere media-aanbod, publiceert de podcast en verwijst naar het platform, dat met inzet van vrijwilligers actueel wordt gehouden.





Inleiding

Activiteitenplan

- **Media-aanbod**
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Media-aanbod

### Media-aanbod: LI

LI gaat in gesprek met Limburgers. We willen een boerenpanel opzetten in 2024 met boeren uit verschillende geledingen. Zij krijgen in reportages de ruimte om te reageren op actuele ontwikkelingen. We kunnen deze mensen blijven volgen en zien hoe het met ze gaat. Dat doen we voor radio, online en tv.

We volgen een jaar lang het Project Heerlen-Noord. In dit project werken bewoners, bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties 25 jaar lang samen aan een betere toekomst voor dit stadsdeel. Binnen het programma besteden we aandacht aan het project Kansrijke Start door drie perspectieven tijdens een langere periode te volgen: de zwangere vrouw/jonge moeder, de hulpverlener en de programmadirecteur van dit project.

LI heeft op alle platforms ruimschoots aandacht voor cultuur, in de breedte zin van het woord: van vastelaovend tot vlakke vloer, van volkszangeres Beppie Kraft tot het Bonnefantemuseum. Op radio en tv met (twee)wekelijkse programma's, zoals Cultuurcafé, Blaaskracht (over harmonie, fanfare, klassiek en koormuziek) en het streektaal(muziek)programma Plat-eweg.

Er worden tal van nieuwe series ontwikkeld voor 2024. Een kleine greep:

- Ons Fees(t), over de verschillen en overeenkomsten tussen het Brabantse en Limburgse carnaval.
- Terug over de Maas, over twee jonge broers die, kajakkend over de Maas, Limburg en haar bewoners opnieuw ontdekken.
- Doech mich nóch ein stök, over vlaaien en vlaaien bakken, een typisch en misschien wel bedreigd Limburgse ambacht.

LI heeft ruimschoots aandacht voor culturele evenementen, zoals de opening van het carnavalsseizoen op de 11e van de 11e in Venlo en de Nederlandse Dansdagen in Maastricht. Ook verschijnen er geregeld documentaires over Limburg en haar inwoners. In 2024 staat onder meer een portret van de Sittardse actrice en musicalster Suzan Seegers gepland, en een documentaire over de bliksemcarrière van de Maastrichtse chansonnier John Tana.



LI schenkt ruimschoots aandacht aan volksculturele evenementen, zoals het Reuzenfeest in Maastricht, het Draaksteken in Beesel, het OLS (Oud Limburgs Schuttersfeest) in Nederweert en de Oktoberfeesten in Sittard.

De Limburgse topsport wordt het hele jaar, op alle kanalen, op de voet gevolgd door de sportredactie van LI. Voetbal, Formule1, wielrennen, handbal en paardensport: daar zitten de grote aandachtspunten. Daarnaast is er ook aandacht voor talenten van morgen en de prestaties van sporters met een beperking.

Streektaal neemt een bijzondere plek in bij LI. Voor veel mensen is het de eerste taal, de taal waarin ze denken, dromen en zich het prettigst uitdrukken. Dat uit zich onder andere in het veelvuldig streektaalgebruik in onze cultuurprogramma's en in specifieke aandacht voor de streektaal. Voor 2024 staat onder meer een programmareeks (radio, tv en online) over vernieuwingen in de streektaal gepland en een serie over (cultureel) erfgoed waar streektaal onderdeel van uitmaakt.

En LI is er ook voor jongeren, met een uitgebreid programma-aanbod over de Limburgse popscene met als hoogtepunt de live-uitzending van de uitreiking van de Limburgse popprijsen.

LI is er voor iedereen en dat tonen we door samen met mensen met een verstandelijke beperking verslag te doen van het tweedaagse muziekfestival Funpop. We kijken door de ogen van de doelgroepen naar hun festival en laten ze zowel redactioneel als technisch zo veel als mogelijk zelf doen. Onze professionals hebben alleen een begeleidende rol. En als klap op de vuurpijl zet LI ook in 2024 weer de schouders onder een goeddoelenactie. Samen met de organisatie Samen voor Maastricht gaan we warme winterjassen verzamelen voor alle Limburgers die het in deze tijden een beetje moeilijker hebben.



Bereik





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- **Bereik**
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### Activiteitenplan

# Bereik

De regionale publieke omroepen zijn er voor iedereen met interesse in de eigen regio. We zetten ons ervoor in om verschillende doelgroepen te bereiken met een pluriform media-aanbod. De regionale publieke omroepen willen de komende jaren het bestaande publiek behouden en meer gericht doelgroepen aanspreken. Daarbij denken we onder meer aan jongeren en aan biculturele Nederlanders. We gaan in de komende jaren onderzoeken hoe we dit het beste kunnen bereiken.

### Bereik verbreden en verdiepen

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

Alle omroepen onderschrijven het belang en de noodzaak om data-geïnspireerd te werken om een relevant bereik te realiseren onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling. Daarom hebben we dit als strategische prioriteit opgenomen in de verdieping en aanscherping van het concessiebeleidsplan voor de periode 2022-2025. Alle omroepen, Regiogroei (Gezamenlijk Regionaal Online Expertise & Innovatiecentrum) en de RPO zijn vertegenwoordigd in het in 2023 opgerichte datateam. Door krachten te bundelen kunnen we meer en eenduidiger data verzamelen en analyseren. Die data zijn nodig om ons publiek beter te bedienen en te bereiken.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- **Bereik**
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Bereik

In 2024 gebruikt het datateam de resultaten van gebruikersonderzoek om de omroepen te adviseren over hoe ze het bereik onder die doelgroepen kunnen verbreden en verdiepen. Het team zal de uitkomsten monitoren. In 2024 gaat het datateam omroepen begeleiden met gerichte onderzoeken en data-analyses waarvan de resultaten door de omroepen worden gebruikt voor beslissingen over het uitbreiden van de experimenten naar andere omroepen. Zo krijgen succesvolle experimenten navolging op basis van gedegen onderzoek.

In 2024 zoekt de RPO samenwerking met wetenschappelijke organisaties om op basis van onderzoek verdere verbeteringen door te voeren. Op die manier willen wij het aanbod van de regionale publieke omroep beter laten aansluiten bij het mediagebruik van het publiek.

Tot slot zal content van de dertien regionale omroepen in 2024 beschikbaar komen op NPO Start, waarmee het bereik in absolute zin zal toenemen.

### Onafhankelijk onderzoek

De regionale publieke omroepen maken voor de rapportage over de prestatieafspraken gebruik van doorlopend onderzoek door Motivaction. Dit bureau onderzoekt sinds 2013 de prestaties van regionale publieke omroepen. Door deze mate van continuïteit kan Motivaction al ruim tien jaar op een vergelijkbare manier rapporteren over bereik en waardering. Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.560 respondenten per jaar per verzorgingsgebied, zodat er betrouwbare en representatieve gegevens zijn per gebied over doelgroepen. De totale steekproef voor het hele land bestaat jaarlijks uit 20.280 respondenten. Sinds 2019 meet Motivaction zowel bereik als waardering van de omroepen continu, alle weken van het jaar.

<sup>2</sup> Definitie jaarbereik: Het jaarbereik geeft aan welk percentage van het publiek minimaal één keer in de afgelopen twaalf maanden bewust het aanbod op één of meer van de kanalen van een regionale publieke omroep heeft gebruikt. Het gaat om het publiek van 18 tot 75 jaar, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.



Inleiding

Activiteitenplan

• Media-aanbod

• **Bereik**

• Distributiestrategie

• Innovatie en  
ontwikkeling

• Samenwerking

• RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Bereik

### Bereikdoelstellingen

De regionale publieke omroepen hebben de prestatieafspraken gemaakt dat het gemiddelde jaarbereik<sup>2</sup> in de periode 2022 t/m 2025 hoger is dan de 80% bereik die in 2021 is gerealiseerd. De regionale omroepen hebben in de afgelopen jaren een stabiel bereik voor de eigen kanalen en het is realistisch om op hetzelfde bereik in te zetten voor 2024.

Regionale omroepen streven voor 2024 gezamenlijk naar 1,35 miljard aan online bezoeken aan de eigen web- en app-platformen.

### Waarden

De regionale omroepen willen met het aanbod niet alleen relevant bereik realiseren, maar willen ook gewaardeerd worden als betrouwbare, betrokken en professionele omroep met een regionaal, actueel en informatief aanbod. Motivaction meet deze waardering.

## Voornemen 2024

Jaarberek regionale kanalen

Totaal bereik kanalen

80%

2021: 80%

<sup>2</sup> Definitie jaarbereik: Het jaarbereik geeft aan welk percentage van het publiek minimaal één keer in de afgelopen twaalf maanden bewust het aanbod op één of meer van de kanalen van een regionale publieke omroep heeft gebruikt. Het gaat om het publiek van 18 tot 75 jaar, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.





Inleiding

Activiteitenplan

• Media-aanbod

• **Bereik**

• Distributiestrategie

• Innovatie en  
ontwikkeling

• Samenwerking

• RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Bereik

### De volgende prestatieafspraken zien toe op het bereik van de regionale omroep:

#### Afspraak

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

.....  
In 2021 werd het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle regionale publieke omroepen onafhankelijk door Motivaction gemeten. Dat totaalbereik geldt als nulmeting voor de prestatieafspraken.

#### Afspraak

**De RPO rapporteert over het totaalbereik van de rpmi's uitgesplitst naar leeftijdscategorieën.**

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

#### Afspraak

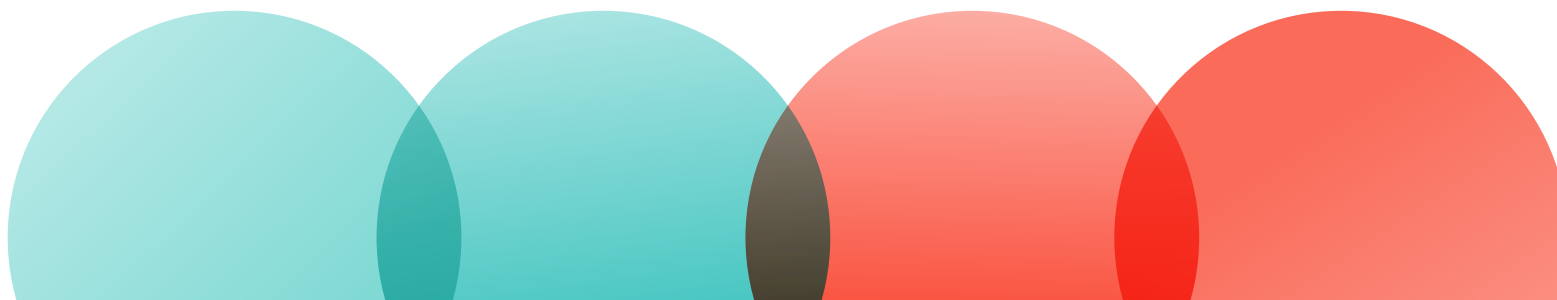
**De rpmi's worden door de gebruikers ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.**

.....  
Gemiddeld ervaart ten minste driekwart van het publiek de regionale omroep als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.

#### Afspraak

**De landelijk gemiddelde waardering die de gebruikers de aanbodkanalen van de regionale publieke omroepen geven is per jaar ten minste minimaal een 7,1.**

.....  
De RPO streeft naar een gemiddelde waardering van de aanbodkanalen van de regionale omroepen van tenminste een 7,1 per kanaal (radio, tv en online) in 2024, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.



# Distributie- strategie





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Begroting 2024

Activiteitenplan

# Distributiestrategie

De regionale publieke omroepen zetten een samenhangende distributiestrategie in om het bereik te verbreden en te verdiepen. Onderdeel daarvan is dat de regionale publieke omroepen het media-aanbod toegankelijk maken voor zoveel mogelijk doelgroepen. Zo helpt de vertaalfunctie in de app van de regionale omroepen anderstaligen om het aanbod te begrijpen. Een andere app, Steffie genaamd, vereenvoudigt teksten voor laaggeletterden. De omroepen zullen het aantal mogelijkheden tot interactie met het publiek op digitale platforms verder vergroten. Daarbij waarborgen wij een veilige sfeer, onder andere met behulp van moderatie. De samenhangende distributiestrategie is gebaseerd op marktanalyse.

## Marktanalyse

Het vertrouwen in het nieuws is in Nederland groot en opvallend stabiel in vergelijking met de andere onderzochte landen in het Digital News Report 2023<sup>3</sup> van het Commissariaat voor de Media (CvdM) over het vertrouwen, interesse in en gebruik van nieuws. In 2023 heeft 57% van de Nederlanders vertrouwen in het merendeel van het nieuws. 65% van de mensen vertrouwt het nieuws dat ze zelf gebruiken. Vooral personen die televisie als het voornaamste nieuwsmedium gebruiken hebben veel vertrouwen in het nieuws. Het vertrouwen is laag onder de groep mensen die sociale media als voornaamste nieuwsbron gebruiken. Onder deze groep zien we de laatste jaren een daling: van 38% in 2021 naar 28% in 2023.

Groot vertrouwen in het nieuws van regionale omroepen is belangrijk in een tijd waarin er zorgen zijn over misleidende informatie. In Nederland is het aandeel dat zich zorgen maakt over online desinformatie 40%. In verhouding met andere landen is dit laag.

<sup>3</sup> Digital News Report Nederland 2023, Commissariaat voor de Media





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Distributiestrategie

Goede journalistiek is belangrijk om feitelijke en accurate berichtgeving te waarborgen. Het is daarmee één van de voorwaarden voor behoud en groei van vertrouwen in nieuws. Andere belangrijke voorwaarden zijn bevordering van interesse in het nieuws en betrokkenheid bij het nieuws. Dit zijn conclusies uit het Digital News Report 2023.

Het rapport concludeert tevens dat het noodzakelijk is om jongeren te blijven bereiken met betrouwbaar en feitelijk nieuws. Daarvoor moeten media de juiste taal en aanpak vinden om jongeren te bereiken met nieuws op de kanalen die jongeren zelf gebruiken. Voor 18-24-jarigen zijn de veel gebruikte sociale media voor nieuws: Instagram (34% weekbereik voor nieuws), YouTube (19%), TikTok en WhatsApp (beiden 18%).

Het gebruik van televisie als nieuwsbron daalt gestaag, maar televisie is nog wel een belangrijke nieuwsbron met een weekbereik voor nieuws van 62% in 2023. Voor de online kanalen is dit bereik gestegen naar 63%. Sociale media worden wekelijks door 39% van de Nederlanders gebruikt voor nieuws. '11% van de Nederlanders gebruikt sociale media als voornaamste of zelfs enige bron voor het nieuws.' (Digital News Report 2023, p.5).

De smartphone wordt door 64% van de Nederlanders gebruikt voor nieuws en is daarmee het belangrijkste apparaat voor nieuwsconsumptie. Televisie heeft, zoals gezegd, nog altijd een hoog bereik. Wel is er een verschuiving waarneembaar van lineair kijken (154 minuten in 2021 naar 138 minuten in 2022) naar uitgesteld kijken (binnen 6 dagen na de uitzending) dat steeg van gemiddeld 27 minuten in 2021 naar 30 minuten per dag in 2022<sup>4</sup>. Op het gebied van audio is het bereik van podcasts terug op het niveau van 2021, toen het coronavirus ons land nog volop in de greep had. Het maandbereik is 28% in 2023 onder de groep 18+. Het maandbereik van podcasts is het hoogst onder de jongeren (18-24 jaar), namelijk 67% in 2023<sup>5</sup>.



<sup>4</sup> SKO Jaarrapport 2022, Stichting Kijkonderzoek

<sup>5</sup> Digital News Report Nederland 2023, Commissariaat voor de Media



Inleiding

Activiteitenplan

• Media-aanbod

• Bereik

• **Distributiestrategie**

• Innovatie en

ontwikkeling

• Samenwerking

• RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> **Distributiestrategie**

## Analyse bereik en waardering regionale publieke omroepen

Per jaar bereiken de regionale publieke omroepen gemiddeld 80% van de inwoners in hun regio. Het totale bereik is vergelijkbaar in iedere leeftijdsgroep. Wel zijn er verschillen in het crossmediale gebruik van de regionale kanalen per leeftijdsgroep. De groep 18-30-jarigen gebruikt in 2022 meer dan gemiddeld (10%) uitsluitend online kanalen. Opvallend is dat ruim een derde deel van deze groep alle kanalen gebruikt: radio, tv en online. Onder de oudste groep zijn nog veel mensen die uitsluitend via de tv, of radio, of via beide kanalen bereikt worden (samen 32% van de 60-75-jarigen). Voor veel mensen is de regionale tv het belangrijkste kanaal van de regionale omroep, maar dat belang neemt af (in 2021 nog gemiddeld 42% van de regionale inwoners naar 36% in 2022). Het belang van sociale media neemt juist toe (van 11% in 2021 naar 14% in 2022). Ten minste driekwart van het publiek, van jong tot oud, beoordeelt het aanbod van de regionale publieke omroepen als regionaal, betrouwbaar, informatief, actueel, betrokken en professioneel. De cijfers over bereik en waardering van de regionale omroepen zijn ontleend aan het onderzoek van Motivaction<sup>6</sup>.

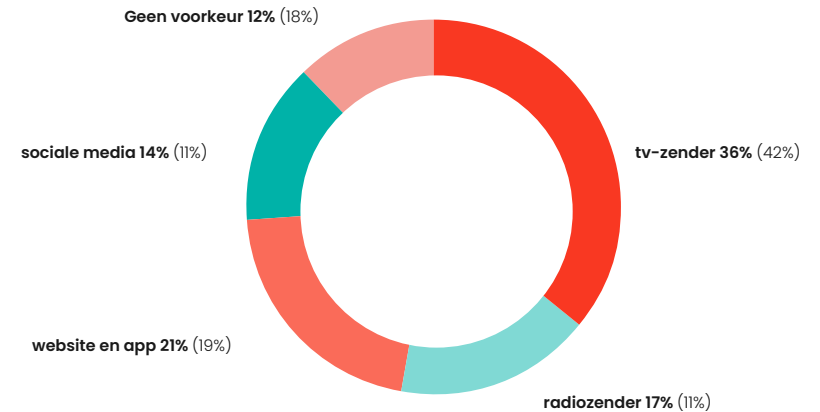
## Nieuws van de regionale publieke omroepen op de NOS-kanalen

De regionale publieke omroepen verspreiden hun nieuws ook structureel via de kanalen (radio, tv en online) van de NOS. Het doel is om hiermee het bereik van het nieuws te vergroten. De eerste analyses wijzen erop dat het totaalbereik van het nieuws van de regionale publieke omroepen toeneemt, doordat er mensen zijn die dit nieuwsaanbod uitsluitend via de NOS-kanalen zien.

## Biculturele Nederlanders

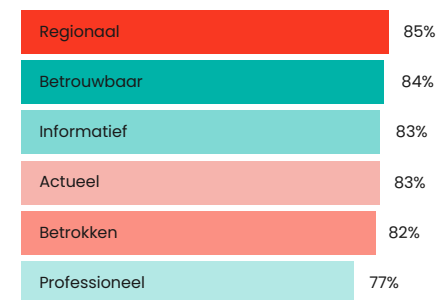
De RPO deed in 2023 onderzoek naar het bereik onder biculturele Nederlanders. Daaruit blijkt dat ongeveer de helft van de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders de regionale publieke omroep kent. Die bekendheid is veel lager dan onder het totale Nederlandse publiek, waarvan vrijwel iedereen de regionale publieke omroep kent. De biculturele Nederlanders die de regionale publieke omroepen kennen en volgen, zien vooral regionale berichten op sociale media, zoals X (voorheen Twitter), de website, Instagram en Facebook.

## Belangrijkste kanaal van de regionale omroep 2022 (2021)



Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar

## Imago regionale omroep 2022



Bron: Onderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar  
Basis: kent de omroep

<sup>6</sup> Bereiksonderzoek Motivaction regionale publieke omroepen, leeftijd 18-75 jaar.





Inleiding

Activiteitenplan

• Media-aanbod

• Bereik

• **Distributiestrategie**

• Innovatie en

ontwikkeling

• Samenwerking

• RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> **Distributiestrategie**

### Distributiestrategie

De regionale publieke omroepen richten zich op de inwoners die in de eigen regio en delen ervan geïnteresseerd zijn. De distributiestrategie houdt rekening met de gesignaleerde ontwikkelingen in de markt. De crossmediale benadering werpt nog steeds zijn vruchten af en blijft belangrijk in de samenhangende distributiestrategie. De balans tussen de kanalen zien we wel veranderen en de regionale publieke omroepen blijven de strategie daarom verfijnen. Daarnaast is de strategie erop gericht om het publiek vaker en langer te binden.

Wij richten onze strategie er ook op dat het media-aanbod van de regionale publieke omroep te vinden is op de kanalen waar het publiek het verwacht en waar het publiek aanwezig is. Zo werken wij samen met de NOS om het nieuws van regionale publieke omroepen aan te bieden op de NOS-kanalen. Een selectie van de podcasts van de regionale publieke omroepen is ook in 2024 te beluisteren via NPO Luister. Het tv-aanbod is beschikbaar op NLZIET.

Wij hebben in eerdere, opeenvolgende begrotingen toegezegd dat wij in het kader van onze samenhangende distributiestrategie gaan acteren op NPO Start. Dit is de resultante van de visiebrief van minister Slob uit 2019 waarin is vastgelegd dat wettelijk zal worden verankerd dat ook de programmering van de regionale omroepen beschikbaar komt voor terugkijken via NPO Start. Met een wijziging van de Mediawet van 1 januari 2020 is dit gefaciliteerd. Realisering daarvan heeft aan de zijde van de NPO meer tijd in beslag genomen dan voorzien. De regionale omroepen zullen in 2024 dan ook collectief hun media-aanbod via NPO Start gaan ontsluiten. Hierdoor ontstaat een digitaal platform waarop vrijwel alle publieke videocontent voor het publiek is terug te vinden.

De distributiestrategie is de leidraad voor de regionale omroepen voor de inzet van video, audio en tekst via radio, tv, online en sociale media. De regionale omroepen verspreiden het media-aanbod via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen, zoals in de distributiematrix is aangegeven.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> **Distributiestrategie**

## Distributie via eigen kanalen

### Online

De online kanalen gebruiken regionale omroepen om het nieuws snel en adequaat naar het publiek te brengen. Deze kanalen zetten wij eveneens in om het jongere publiek te trekken en hen betrouwbaar nieuws aan te bieden. Wij zetten sociale media in om de band met ons publiek te versterken, voor meer interactie met het jongere publiek (18-30 jaar) en om in de tijdlijn van jongeren te komen met ons journalistieke aanbod. Regionale omroepen voorzien hierin met een nieuwsaanbod dat alle leeftijdsgroepen als betrouwbaar waarderen. Sociale media als X, Instagram en Facebook zijn eveneens geschikt om biculturele Nederlanders te bereiken.

### Televisie

Het televisiekanaal biedt het publiek een venster op de regionale samenleving, geeft duiding en heeft de meeste impact. Tv blijft vooralsnog een belangrijk (nieuws)medium. Veel mensen kijken graag naar nieuws en informatie op tv en de zenders zijn van belang voor (live) evenementen en programma's over regionale thema's. Er wordt niet alleen lineair gekeken, maar ook steeds meer uitgesteld, zoals aangegeven in de marktanalyse.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> **Distributiestrategie**

### Radio

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

### Distributie via kanalen van partners

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

### Distributie en toegankelijkheid

Wij willen het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen, zowel online als via radio en tv. Daarom zijn apps en de website vrij toegankelijk. Via de ether (FM, DAB+ of DVB-T) zijn radio- en tv-uitzendingen altijd vrij te ontvangen.

Regionale omroepen beschikken voor radio over een frequentievergunning in het eigen verzorgingsgebied voor FM en voor DAB+. Radio wordt nog steeds het meest geluisterd via FM. DAB+ is in opkomst. Uit onderzoek van het CBS in 2022<sup>7</sup> blijkt dat inmiddels ongeveer een kwart van de huishoudens een DAB+-ontvanger in huis en/of in de auto heeft. De huidige vergunningen voor DAB+ kennen een samenwerkingsverplichting met commerciële niet-landelijke omroepen, waardoor de omvang en kwaliteit van de huidige digitale dekking via onderhandeling tot stand is gekomen. De kwaliteit en dekking zijn daardoor lager dan past bij de publieke taak van de omroepen: niet overal kan via DAB naar de regionale publieke omroep worden geluisterd. De RPO overlegt daarom met de overheid over betere voorwaarden voor gebruik van het radiospectrum.

Televisieontvangst zonder tussenkomst van een pakketaanbieder via de ether is geborgd via de frequentievergunning van de NPO voor DVB-T. Daarnaast zijn alle radio- en televisie-uitzendingen te bekijken via app en web. Vrijwel alle pakketaanbieders geven de televisieprogrammering en de radiosignalen van de regionale publieke omroep door. Bij de pakketaanbieders zetten we in op verbetering van replay, video on demand (VOD) en op betere en meer actuele gidsinformatie. NLZIET, een samenwerking van landelijke publieke en commerciële omroepen, geeft de televisiekanalen van de regionale publieke omroep door, zowel live als on demand.

## De volgende prestatieafspraken ziet toe op de distributiestrategie van de regionale omroep:

### Afspraak

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

Jaarlijks wordt voor de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie opgesteld voor de regionale omroepen.

<sup>7</sup> <https://www.cbs.nl/ni-nl/maatwerk/2022/38/bekendheid-en-bezit-van-digitale-radio-dab->



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> **Distributiestrategie**

### Online: RTV Noord

RTV Noord gaat in 2024 de focus (nog) meer op online leggen. Bij onze online berichtgeving gaan wij gebruikmaken van het zogeheten 'user needs model' (model dat de nieuwsbehoefte van het publiek in kaart brengt), waarbij de aanpak van onze verhalen meer wordt afgestemd op de behoeften van het publiek, zoals duiding, analyse, achtergrond, service, educatie, hulp en verbinding.

Ons doel is meer mensen te bereiken met onze online berichtgeving. Het dashboard SmartOcto voor de regionale omroepen, met (live)gegevens over het gebruik van items op online- en socialemediakanalen, waarvan RTV Noord in 2024 gebruik gaat maken, is daarbij een belangrijk hulpmiddel. Daarnaast zorgt het datateam van de RPO, met een vertegenwoordiger op de redactie van RTV Noord, voor analyses van het bezoekersgedrag op basis waarvan wij de online berichtgeving nog meer kunnen toesnijden op de behoeften van de Groningers.

Onze voornemens voor sociale media in 2024 zijn om Facebook te blijven inzetten voor nieuws en video, het nieuwsaanbod op Instagram te versterken, het aantal video's op YouTube en X uit te breiden en LinkedIn meer te gaan gebruiken voor met name economische nieuwsberichten en berichtgeving over onze eigen organisatie. Daarnaast gaan we speciale video's maken voor TikTok om ook de jongste doelgroep te bereiken. We verwachten met het voorgaande ons bereik via de sociale media verder te kunnen vergroten en nieuwe groepen aan ons te kunnen binden. De in coronatijd in eigen huis ontwikkelde videovoorziening Van De Redactie biedt de mogelijkheid om op een simpele en snelle manier online en via Dag-tv in gesprek te gaan met het publiek. Vaak schuift dan een betrokkene of een deskundige aan.



Inleiding

Activiteitenplan

• Media-aanbod

• Bereik

• **Distributiestrategie**

• Innovatie en

ontwikkeling

• Samenwerking

• RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

29

> Distributiestrategie

### Televisie: Rijnmond

Rijnmond blijft in 2024 op werkdagen het nieuwsprogramma Rijnmond Vandaag uitzenden, waarbij de kijker in twaalf minuten op een vlotte, urgente en visueel sterke manier wordt bijgepraat over het regionale nieuws. In het weekend is er Lokaal waarbij we in een gepresenteerd programma de beste items van de lokale omroepen laten zien.

Er is op zondag het Rijnmond Weekoverzicht waarin we terugblikken op de week die achter ons ligt. Op maandag en vrijdag is er FC Rijnmond, de live uitgezonden voetbaltalkshow, waarin het ruimschoots gaat over Feyenoord, Sparta en Excelsior. Het is een uniek aanbod met drie eredivisieclubs in één stad. Dinsdag is de dag voor wisselende regionale series en docu's. Woensdag is er Sparta naar Voren, de podcast op tv. Op donderdag trekken we nog altijd veel kijkers met Bureau Rijnmond, ons opsporingsprogramma.

Naast de reguliere programmering zijn er de evenementen die op tv nog altijd een heel groot publiek trekken (marathon, Zomercarnaval, Open Dag Feyenoord, Wereldhavendagen, etc.) en de specials (Rijnmond Big Band, de Kerst Kerkdienst, diverse herdenkingen, het Regionale Songfestival, etc.) Alle tv-programma's van Rijnmond zijn via web en app on demand terug te kijken.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- **Distributiestrategie**
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> **Distributiestrategie**

### Radio: Omroep Brabant

Omroep Brabant kiest nadrukkelijk voor een Brabantse toon op de radio, het gevoel van hier komt op de radio sterk naar voren. Omzien naar elkaar, Brabantse trots en verbondenheid zijn kenmerkend voor onze programmering. We gaan de derde editie in van De Dag van de Zachte G, waarbij we de trots voor Brabant en zijn zachte G tot feestdag verheffen. In de podcasts van Omroep Brabant is er ruimte voor verdieping en verbreding. Onderzoekspodcasts worden afgewisseld met Brabants vermaak. We bieden hiervoor de ruimte aan de makers, waarbij we eigen initiatief en inbreng stimuleren. Op de radio zetten we ook in op nieuw talent. Buiten de vaste uren geven we jonge makers de mogelijkheid om zich te ontwikkelen. Deze lijn hebben we in 2023 ingezet en trekken we in 2024 door.





# Innovatie en ontwikkeling

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

## Activiteitenplan

# Innovatie en ontwikkeling

De regionale publieke omroepen hebben als gezamenlijke strategische prioriteit de digitale transformatie te versnellen en het publiek centraal te stellen. De regionale publieke omroepen streven ernaar altijd en overal vindbaar te zijn voor het publiek, ongeacht de platformen die zij gebruiken. Daarnaast moet ons media-aanbod eenvoudig vindbaar en bereikbaar zijn voor al onze doelgroepen.

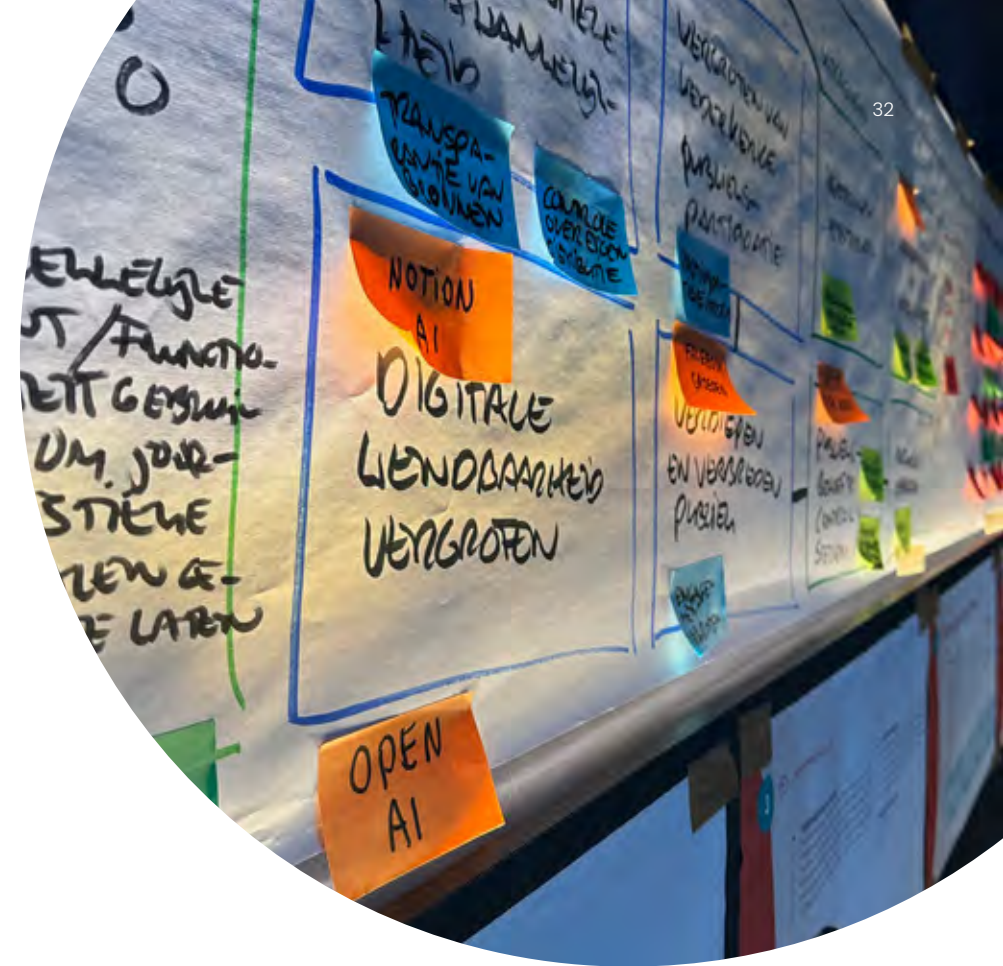
## Kunstmatige Intelligentie

Het bewustzijn over Kunstmatige Intelligentie (AI) heeft een hoge vlucht genomen door de grote populariteit van ChatGPT. Regionale publieke omroepen gebruiken AI om het bereik van hun informatie en nieuws te verbreden en te verdiepen. Zo zetten we AI in voor het maken van verschillende koppen boven online nieuwsitems om te testen welke kop het meest aanspreekt. De vertaalfunctie voor anderstaligen op onze app en website maakt ook gebruik van AI. We houden ook oog voor de waarschuwingen van experts voor risico's van AI.

De RPO zet zich er de komende jaren voor in om het bewustzijn over de mogelijkheden en de risico's van AI te vergroten. Zo wil de RPO AI kunnen inzetten op een transparante manier, passend bij onze journalistieke normen en alleen waar het helpt om de publieke mediataak te versterken.

## Digitale transformatie omarmen

Eind 2022 is aanvullende financiering toegekend aan de RPO vanuit het programma Werk aan Uitvoering, een overheidsbreed programma gericht op toekomstbestendige dienstverlening, een verbeterd contact met de burger en het versnellen van de digitale agenda. Het programma loopt tot en met 2031. Dit biedt de RPO en de regionale publieke omroepen de mogelijkheid om versneld invulling te geven aan de strategische prioriteiten op het gebied van digitale transformatie en innovatie. Met de inrichting van het RPO-transformatieteam, een team van enthousiaste professionals voortkomend uit de regionale publieke omroepen, ontwikkelden we een strategie, roadmap en werkwijze om de digitale



transformatie en innovatie te realiseren. Vanuit onze journalistieke taak hebben we een innovatieagenda opgesteld, waarbij we werken met verschillende horizonnen. Naast de eerste horizon, waar we ons richten op verbetering binnen 1-2 jaar, richt het transformatieteam zich op horizon 2, incrementeel innoveren (2-3 jaar) en horizon 3, radicaal innoveren (>3 jaar).

## Pilots en projecten

Verbetering van onze digitale wendbaarheid kan niet zonder een aantal randvoorwaardelijke projecten. In 2023 is RPO Startup gelanceerd, gericht op het ontwikkelen van pilots als onderdeel van de innovatie-agenda. Andere randvoorwaardelijke projecten zijn: Regio Academy, een opleidingsprogramma voor digitale vaardigheid op redacties; Leiderschapsprogramma, dat gaat over digitaal leiderschap en is gericht op directeurs, hoofdredacteurs en journalistiek eindverantwoordelijken; Ken je publiek, gericht op structureel onderzoek van (jongere) doelgroepen en de RPO innovatieprijs.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> Innovatie en ontwikkeling

## Overzicht en toelichting projecten

### Pilotprojecten

Projecten die bijdragen aan digitaal wendbaar worden en stapsgewijs worden doorontwikkeld middels de werkwijze van RPO Startup.



#### Journalistieke versnelling met AI-toolkit

Onderzoek naar de toepassingen van AI in het journalistieke proces



#### Hyper Local

Redactie onder een nieuw merk gericht op bereik bij niche doelgroepen



#### Platformen van de toekomst

Experimenteel team op redacties volledig gericht op jongere doelgroepen



#### Kennisdelingsplatform

Platform voor structurele kennisdeling tussen de regionale omroepen



#### Regio-overstijgende sign-in

Gedeelde inlog om de gebruikerservaring te verbeteren



#### Content van de bureaus

Structuur om content van andere regionale omroepen te gebruiken



#### RPO VR/AR/MR Maps

Digitale tool om content te verbinden (bv. met AR) aan de fysieke wereld



#### Big Screen

Onderzoek naar opties om de relevantie op het tv-scherm te vergroten



#### AI-archief

Onderzoek naar een publiek archief om AI op te trainen



#### AI-dialect

Onderzoek naar het trainen van AI op dialecten voor tekst en spraak

### Randvoorwaardelijke projecten

Projecten die randvoorwaardelijk zijn om digitaal wendbaar te worden en zo snel mogelijk tot uitvoering worden gebracht bij alle dertien regionale omroepen.



#### RPO-Startup

Werkwijze voor gezamenlijke innovatiefunctie bij de regionale omroepen



#### Regio Academy

Opleidingsprogramma voor digitale vaardigheden op de redacties



#### Leiderschapsprogramma

Digitaal leiderschap gericht op (journalistieke) leiders van de regionale omroepen



#### Ken je publiek

Structureel onderzoek en werkwijze om jongere doelgroepen beter te leren kennen



#### RPO innovatieprijs

Prijs om innovatie en experimenteren bij de regionale omroepen te stimuleren



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Innovatie en ontwikkeling

In de zomer van 2023 zijn pilotprojecten gedefinieerd (zie overzicht).

Met deze pilotprojecten geven we gefaseerd invulling aan de beoogde resultaten:

- realisatie van bereik en impact bij de doelgroepen;
- randvoorwaarden creëren voor succesvolle realisatie;
- schaalbaarheid van projecten bij de doelgroepen en mogelijk breder publiek;
- experimenten uitvoeren, binnen beleidsmatige publieke en wetgevende kaders.

Pilots kennen verschillende doorlooptijden. Ten minste één regionale publieke omroep neemt hierin het voortouw. Indien een pilot succesvol is, kan deze worden opgenomen in het programma van het concessiebeleidsplan en via de programmastructuur starten voor het collectief van regionale omroepen en zo bijdragen aan digitale transformatie en innovatie.

Verschillende teams richt zich op verschillende projecten. Op deze manier maken we optimaal gebruik van de aanwezige kennis en expertise bij de dertien regionale publieke omroepen. We zorgen ervoor dat de teams divers zijn qua samenstelling en dat zij hun opgedane kennis delen.

### Innovatie samen organiseren

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

### Regiogroei

In de huidige situatie werken tien van de dertien regionale publieke omroepen samen in Regiogroei, het gemeenschappelijk regionaal online expertise- en innovatiecentrum. Hierin bundelen we onze krachten op het gebied van innovatie, doorontwikkeling, beheer en onderhoud van online distributie en ontsluiting van het media-aanbod. We werken er naartoe dat alle dertien omroepen hierin gaan samenwerken.

### Innovatie

De regionale publieke omroepen hebben in 2023 geïnvesteerd in een betere publiekservaring van het gezamenlijke app- en webplatform. Wij hebben geïnvesteerd in uitbreiding van de functionaliteiten en het vergroten van de vind- en bereikbaarheid en in samenwerkingsverbanden, zowel lokaal als landelijk.

Voor 2024 hebben de deelnemende regionale publieke omroepen binnen het expertisecentrum Regiogroei een aantal thema's benoemd die relevant zijn vanwege hun effect op het bereik of het vergroten van onze impact. Deze thema's sluiten aan op het concessiebeleidsplan en de verdieping ervan. De thema's zijn:

- Personalisatie en interactie om de intensiteit van het contact met onze bezoekers te vergroten en het publiek beter te bedienen.
- Meer dan alleen nieuws, en meer dan alleen tekst. Dat doen we door te verbreden in het aanbod en dat op een aantrekkelijke manier te presenteren met meer nadruk op beeld en geluid.
- Intensiever samenwerken met lokale en landelijke omroepen en uitbreiding van de samenwerking onderling en met derden, zoals het delen van content.

Omdat kosten voor online media toenemen met het gebruik ervan, maakt Regiogroei afspraken met leveranciers om de kosten te beheersen. Door de samenwerking tussen - nu - tien omroepen, kan Regiogroei bulkcontracten afsluiten die voordeliger zijn dan afzonderlijke contracten. Daarmee wordt een doelmatige inzet van de middelen bevorderd. Zo heeft Regiogroei in 2022 de contracten van de deelnemende regionale publieke omroepen overgeheveld naar één gezamenlijk contract. In 2023 heeft Regiogroei een aantal nieuwe contracten gesloten met onder andere leveranciers voor innovatie en personalisatie. Deze gezamenlijke inkoop zet Regiogroei in de komende jaren voort.

### Continuïteit

De start van Regiogroei is gestimuleerd met de Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke omroepen. Deze subsidie wordt afgebouwd. De tien deelnemende omroepen zullen Regiogroei vanaf 2024 volledig zelf bekostigen.

Regiogroei blijft ook de komende jaren de samenwerking zoeken met regionale publieke omroepen die (nog) niet aangesloten zijn bij dit samenwerkingsverband.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Innovatie en ontwikkeling

### De volgende prestatieafspraken zien toe op de innovatie en de ontwikkeling van de regionale omroepen:

#### Afspraak

Alle rpmi's bieden het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, nieuwsberichten te delen of anderszins te interacteren. Alle rpmi's streven ernaar de hiervoor bedoelde interactie te vergroten.

De regionale omroepen bieden het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, om nieuwsberichten te delen of anderszins te interacteren, en streven ernaar de interactie te vergroten.

#### Afspraak

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

De RPO verwacht dat de regionale omroepen gezamenlijk voor 2024 144 werkervarings- of stageplaatsen aanbieden.



### Werkervarings-/stageplaatsen 2024

#### Omroep

Omrop Fryslân	15
RTV Noord	10
RTV Drenthe	8
RTV Oost	20
Omroep Gelderland	10
LI	10
Omroep Brabant	10
Omroep Zeeland	10
Rijnmond	12
Omroep West	6
NH Media	15
RTV Utrecht	11
Omroep Flevoland	7
<b>Totaal</b>	<b>144</b>



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> Innovatie en ontwikkeling

## Interactie met het publiek: Omroep Zeeland

Interactie met ons publiek en het bereiken van nieuwe, ook jongere, doelgroepen is een belangrijk speerpunt van het redactionele beleid van Omroep Zeeland. In 2023 is dat vertaald in de dagelijkse werkwijze op de redactie waardoor je het concreet terugziet en beleeft op meerder platformen die Omroep Zeeland hiervoor inzet. Ook in 2024 gaan we hier vol in door.

Zo gebruiken we TikTok om Zeeland in het algemeen en Omroep Zeeland in het bijzonder onder de aandacht te brengen van jongeren. Met de TikTok-rubriek Weetje op Woensdag bieden we op een laagdrempelige manier Zeeuwse zaken en Zeeuws nieuws aan. Ook maken we explainervideo's die op duidelijke, laagdrempelige en prikkelende manier grotere Zeeuwse nieuwsverhalen onder de aandacht van jongeren brengen, denk aan een explainer over de zaak Portunus, een grote rechtszaak over drugshandel via de Vlissingse haven. Een video die we op Instagram en TikTok gepubliceerd hebben.

Een andere manier om met onze nieuwsverhalen andere doelgroepen te bereiken is de invoering van de online verslaggevers in maart dit jaar. De online verslaggever maakt content voor web, app en onze socials. Dat kunnen video's zijn, maar ook Instaposts (zoals een explainer in de vorm van een slider) of een longread voor web en app. Of we starten een Q&A Facebook live waarbij ons publiek rechtstreeks vragen kan stellen aan onze journalisten die zich verdiept hebben in opvallende nieuwsontwikkelingen.

We doen nog meer om in 2024 de interactie en het aanbod online en op sociale media te vergroten.

- Analyses en columns worden goed gelezen, maar we plaatsen die te weinig. We gaan verslaggevers stimuleren meer analyses te schrijven en vaker duidende kaders in hun artikelen toe te voegen. Daarnaast willen we externe columnisten werven, zodat we wekelijks op een vast moment een goede column hebben.

- We houden grote ontwikkelingen op het gebied van sociale media in de gaten. In plaats van op een later moment aansluiten, willen we vooroplopen. Grote verwachtingen hebben we van WhatsApp-kanalen, wat in juni al in Amerika is geïntroduceerd en in Nederland nog moet worden uitgerold. WhatsApp is verreweg het grootste sociale media-platform (ruim 2 miljoen gebruikers, meer nog dan Facebook). Het gaat mogelijk worden voor onder meer mediaorganisaties om hun nieuws te verspreiden via WhatsApp (gebruikers kunnen zich abonneren op een WhatsApp-kanaal van Omroep Zeeland).
- Andere ontwikkeling die we in de gaten moeten houden en wat eventueel voor een groter bereik kan zorgen is de opkomst van Threads als alternatief voor het kwakkelende X (voorheen Twitter).





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- **Innovatie en ontwikkeling**
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Innovatie en ontwikkeling

### Interactie met het publiek: Omroep Gelderland

Omroep Gelderland biedt het publiek de volgende mogelijkheden tot interactie met nieuwsberichtgeving:

- Op Facebook, Instagram en YouTube kunnen mensen hun mening in de comments vermelden of in discussie gaan binnen de community. Ook kan ons publiek hier tips achterlaten of de redactie vragen stellen.
- Op het platform BuitenGewoon is sprake van een actieve community. Er worden foto's en video's gedeeld en tips gegeven.
- Op het platform Gelderland Helpt worden hulpvragen uitgezet en vragen van publiek beantwoord. - Vanuit het geschiedenis platform Ridders van Gelre worden vragen beantwoord en nieuwswaardige geschiedenis 'nieuwtjes' gedeeld. Omroep Gelderland streeft er op de volgende manier naar de interactie te vergroten.
- Met de inrichting van een beeldredactie kunnen we 24/7 modereren en het publiek per kanaal op maat bedienen.
- Door intensieve samenwerking met de web/app-redactie maken we nieuwsverhalen vanuit socialemediakanalen.
- Door de inzet van redactietools (Smartocto) signaleren we wat onder ons publiek speelt op de sociale mediakanalen. Hiermee kunnen we in onze nieuwsberichtgeving rekening houden.





# Samenwerking



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- **Samenwerking**
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### Activiteitenplan

# Samenwerking

De regionale publieke omroepen werken onderling intensief samen. We werken samen met landelijke en lokale omroepen, met private media, maatschappelijke, educatieve en culturele partners.

#### Breed en intensief samenwerken

Breed en intensief samenwerken is een strategische prioriteit van de regionale publieke omroepen. Dat komt onder meer tot uiting in een alliantie met de NOS en in samenwerkingen met lokale omroepen. Een randvoorwaarde voor samenwerking is dat de regionale identiteit behouden blijft. Zo garanderen en faciliteren we binnen de journalistieke alliantie de eigenheid van de regionale publieke omroepen. De samenwerkingen zijn onder te verdelen in structurele samenwerkingen met partners zoals de NOS en de lokale publieke omroepen en projectmatige samenwerkingen met andere journalistieke organisaties die plaatsvinden wanneer dit de journalistieke kwaliteit ten goede komt.

#### Samenwerking tussen regionale publieke omroepen

De samenwerking tussen de regionale omroepen krijgt gestalte in de vele projecten die door de RPO gecoördineerd worden en in deze begroting zijn beschreven. Daarnaast zijn er ook samenwerkingen op initiatief van één of meerdere regionale omroepen. De noordelijke omroepen (Omrop Fryslân, RTV Noord, RTV Drenthe en RTV Oost) doen bijvoorbeeld gezamenlijk journalistiek onderzoek. Ook wordt er samengewerkt bij de coproductie van programma's, bijvoorbeeld als het gaat om opsporingsprogramma's (zoals Plaats Delict van RTV Oost en Omroep Gelderland), evenementen (onder meer het Regio Songfestival door alle regionale omroepen) en documentaireseries (zoals Ons Feest over carnaval in al zijn verscheidenheid, een coproductie van Omroep Brabant en LI). Omroep Flevoland heeft het initiatief genomen om tal van innovaties gezamenlijk met andere regionale omroepen te ontwikkelen in samenwerking met het hoger onderwijs.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- **Samenwerking**
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Samenwerking

### Samenwerking met landelijke omroepen

#### Journalistieke alliantie NOS en regionale publieke omroepen

De NOS en de dertien regionale publieke omroepen werken nauw samen op journalistiek gebied in het belang van een betere en toekomstbestendige nieuwsvoorziening voor alle inwoners van Nederland. Online en op radio en televisie. De ontwikkelingen die in 2023 in gang zijn gezet bouwen we in 2024 verder uit.

De prioriteiten voor 2024 zijn:

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

#### Bureau Regio

Met de journalistieke alliantie versterken we onze bestaande samenwerking met de NOS. Bureau Regio – de redactie van de regionale publieke omroepen op de nieuwsvloer van de NOS – speelt daarin een belangrijke rol. Bureau Regio zorgt nu voor het uitwisselen van onderwerpen en content (audio en video) tussen de NOS en de regionale omroepen. Op deze manier verspreidt de NOS het regionale nieuws in haar eigen programma's en wordt landelijk nieuws met een regionale relevantie gebruikt door de regionale publieke omroepen.

Bureau Regio verzorgt in 2024 doordeweeks iedere dag een blok met regionale content voor dagjournaals van de NOS. Om 18.15 uur is de redactie verantwoordelijk voor het NOS Journaal Regio op NPO 2. De redactie verzorgt ook dagelijks de – regionale – online berichten op de NOS-website en -app.

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

De redactie van Bureau Regio is nu nog grotendeels gericht op uitwisseling van al het geproduceerde materiaal. Ook in 2024 verschuift dit naar de voorkant van het journalistieke proces en wordt de journalistieke samenwerking in de productiefase versterkt en komt er meer aandacht voor de planning van onderwerpen en journalistiek onderzoek.

De gezamenlijke onderzoeksredactie is een project waarbij de regionale publieke omroepen en de NOS al samenwerken aan het begin van het journalistieke proces. Het levert in toenemende mate journalistieke verhalen op met toevoegde waarde voor zowel de regionale publieke omroepen als de NOS. Het gezamenlijke onderzoek wordt geleid door een coördinator. Om de slagkracht te vergroten is een datajournalist toegevoegd.

In het regionale blok op NPO 2 werken de regionale publieke omroepen samen met landelijke omroepen (onder meer met Omroep MAX). Vanaf de tweede helft van 2023 tot de zomer van 2024 loopt het vernieuwde programma Expeditie Nederland, dat belangrijke thema's in het land behandelt vanuit de verschillende provincies en dus ook verschillende perspectieven laat zien.

### Samenwerking met landelijke en lokale omroepen

In haar visiebrief van 30 mei 2023 vraagt staatssecretaris Uslu aan de RPO en de NLPO om, in navolging van de samenwerking tussen de RPO en de NOS, hun voornemen een journalistieke alliantie te vormen vóór mei 2024 te realiseren.

De RPO, NOS en NLPO zetten hun samenwerking in 2024 voort. Het streven is dat de journalisten die deelnemen aan deze samenwerking aan het eind van het project in dienst zijn van een lokale of regionale publieke omroep. Ook in de komende jaren werken de regionale publieke omroepen aan de samenwerking met lokale omroepen en het versterken van een netwerk van lokale en regionale journalisten. Gezamenlijk kunnen deze journalisten signalen uit de lokale samenleving herkennen en zich ervoor inzetten dat onderwerpen op de politieke agenda komen. Het netwerk levert journalistieke verhalen op die anders niet verteld zouden worden.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- **Samenwerking**
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Samenwerking

De samenwerking met lokale omroepen is vaak tot stand gekomen met behulp van de Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke omroepen. Nu deze subsidietrajecten aflopen zetten regionale omroepen zich ervoor in om de nieuwsvoorziening in hun verzorgingsgebied te blijven versterken in samenwerking met lokale omroepen voor zover het financieel mogelijk is.

### Samenwerking met private media en maatschappelijke, educatieve en culturele partners

Regionale publieke omroepen werken samen met regionale maatschappelijke, educatieve en culturele partners om het publiek te voorzien van relevante informatie over onderwerpen die aansluiten bij specifieke interessegebieden en verband houden met de culturele identiteit van onze regio. Samenwerkingen met hogescholen en universiteiten zijn belangrijk voor het ontwikkelen en aantrekken van talent en om gezamenlijk onze innovatiekracht te vergroten.

## De volgende prestatieafspraken zien toe op de samenwerkingsverbanden van de regionale omroepen:

### 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.

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

- tussen rpmi's onderling;
- tussen rpmi's en lokale publieke media-instellingen;
- tussen rpmi's en landelijke publieke media-instellingen;
- tussen rpmi's en private media.

De RPO beschrijft voor 2024 de voornemens voor samenwerkingsverbanden van regionale omroepen met andere partijen.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- **Samenwerking**
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> Samenwerking

### Samenwerking tussen regionale omroepen onderling en met opleidingen: Omroep Flevoland

Omroep Flevoland heeft in zijn geheel een sterk innovatief karakter, dit is door de jaren heen zo gegroeid. Samenwerking met regionale omroepen en opleidingen. Voorbeelden hiervan zijn:

- Dat we onze ervaring delen over het integreren van audio, video en tekst, waarin we als regionale omroep vooroplopen.
- Dat we in samenwerking met Fontys Hogeschool een aantal projecten hebben, om te kijken naar de newsroom van de toekomst, waarin we samenwerken (gefinancierd door het ministerie) met een aantal van de grootste Europese bedrijven op dit gebied. Het eerste gedeelte van dit onderzoek is in 2023 afgerond en daarin werkten we samen met RTV Utrecht, Omroep West en Rijnmond. Samen met Fontys Hogeschool en RTL kijken we op dit moment naar een verbreding van dit onderzoek. De fysieke ruimte waarin in de toekomst gewerkt wordt zal veranderen. Niemand weet hoe of wat, maar het wordt wel cruciaal voor de toekomst.
- Dat we samen met de hogescholen in Utrecht en Tilburg, Pointer (KRO/NCRV) en Beeld en Geluid een meerjarig project draaien over de juridische en ethische vraagstukken bij het inzetten van nieuwe technieken (via subsidie van OCW).

Daar waar wij weten dat andere omroepen verder zijn dan wij, vragen we hulp zoals bij het invoeren van het user needs model (model dat de nieuwsbehoefte van het publiek in kaart brengt) bij Omroep Brabant en Omroep Gelderland of hoe we de sociale media beter kunnen inzetten bij de collega's van RTV Drenthe.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- **Samenwerking**
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

> Samenwerking

## Samenwerking met lokale omroepen: NH Media

Medio 2020 is NH Media gestart met het project NH Lokaal. Aan de hand van het ingediende projectplan heeft OCW hiervoor een projectsubsidie van € 1.376.951 toegekend. De looptijd van de subsidie is 2020 tot en met 2023. In het projectplan staan de redactionele samenwerkingen centraal. Doelstelling van het project is het opzetten van tenminste 7 intensieve samenwerkingen met streekomroepen en lokale omroepen.

Het leidde in de periode 2021/22 tot de volgende gemeenschappelijke redacties:

- In West-Friesland met streekomroep WEEFF
- In de Gooi en Vechtstreek met NH Gooi
- In Amstelveen met AAN!
- In de Noordkop met RTV Noordkop
- In Alkmaar en omgeving met Streekstad Centraal
- In Haarlem met Haarlem105
- In IJmond met RTV Seaport

De gemeenschappelijke stadsredactie in Amsterdam met AT5 was al voor 2020 gerealiseerd. Met AT5 is er een nieuwe redactie opgezet voor de Metropoolregio.

Deze gemeenschappelijke redacties leverden dagelijks verhalen voor de zowel de platforms van de lokale partners als de kanalen van NH Media. We hebben veel ervaring opgedaan in het samenbrengen van verschillende contentstromen en de daarbij horende technieken. Aan de hand van ervaringen in de samenwerking hebben we de technische faciliteiten die we aanbieden aangepast en verbeterd. Niet alle samenwerkingen zijn een succes geworden.

NH Media gaat de succesvolle cases uit het NH Lokaal project in 2024 en de daarvoor ingerichte techniek en dienstverlening voortzetten en verder verdiepen. Het betreft hier NH Gooi, WEEFF, Streekstad Centraal, AT5 plus de nieuw gevormde Metropool redactie. De deur voor nieuwe samenwerkingen

blijft openstaan als er binnen een lokale of streekomroep een duidelijke journalistieke ambitie is en een wil tot samenwerking.

### Infrastructurele samenwerking

We hebben een facilitair centrum waarbij lokale partijen gebruik kunnen maken van de technische expertise en faciliteiten die NH Media in huis heeft. Daarvoor hebben we onder andere een fysiek uitgifte platform voor apparatuur met kluisjes die op verschillende plekken in de provincie kunnen worden geplaatst. Afhankelijk van de lokale partner werken we samen op het gebied van online, tv en in mindere mate radio. We produceren samen content en delen content op verschillende platformen met elkaar.





RPO-  
organisatie



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- **RPO-organisatie**

Begroting

Bijlagen

## Activiteitenplan

# RPO-organisatie

De RPO coördineert onder meer de beleids- en verantwoordingscyclus voor de regionale publieke omroep, stimuleert samenwerking tussen regionale omroepen en bevordert een doelmatige inzet van middelen. De uitvoering van het aangescherpte en verdiepte concessiebeleidsplan Liefde voor de regio, de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend. De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de dertien regionale omroepen. De RPO coördineert het Overleg Regionale Omroepen (ORO) en de gezamenlijke agenda van het tripartite overleg tussen hoofdredacteuren, directeuren en de RPO<sup>8</sup>. Daarnaast organiseert en stimuleert de RPO samenwerking en kennisuitwisseling op het gebied van financiën, personeel & organisatie, techniek, marketing en innovatie onder meer door het organiseren van en deelnemen aan verschillende overleggen.

## Prestatieovereenkomst

In de prestatieovereenkomst zijn afspraken vastgelegd op de onderwerpen media-aanbod, bereik, innovatie en ontwikkeling, en samenwerking. Zo zijn er voor 2024 weer concrete afspraken gemaakt over het aantal te verzorgen documentaires, over het bereik en over de waardering van gebruikers. Ook zijn inspanningsverplichtingen geformuleerd, bijvoorbeeld dat de omroepen streven naar het vergroten van interactie met het publiek. De concrete invulling per afspraak in 2024 staat in de voorgaande hoofdstukken.

## Strategische prioriteiten 2024

De RPO heeft samen met de dertien regionale publieke omroepen met de aanscherping en verdieping van het concessiebeleidsplan zeven strategische prioriteiten vastgesteld. Deze prioriteiten gelden voor de resterende periode van de concessie tot en met 2025<sup>9</sup>.

De RPO is in 2023 gestart met de inrichting van een overkoepelend programma. In dit programma zijn alle projecten, mijlpalen en activiteiten ondergebracht en vindt regie en coördinatie plaats over inzet van werkgroepen, bewaking van en rapportage over de voortgang, financiën en andere taken die van belang zijn voor de uitvoering van het verdiepte CBP.

Het programma kent vijf werkstromen met bijbehorende werkstroomleiders en projectleiders die uitvoering geven aan de strategische prioriteiten. Door middel van de ingerichte overlegstructuur, mandatering, escalatielijnen en bemensing van het programma wordt in 2024 verder vervolgd gegeven aan de projecten die bijdragen aan de zeven benoemde strategische prioriteiten. In 2023 zat er een groot verschil in de fases van de projecten, maar in 2024 zullen de meeste projecten in uitvoering zijn. Het programma wordt voor een deel bekostigd uit de reguliere budgetten van de regionale omroepen, en ook door de WaU-gelden (daar waar het onderwerpen betreffen rondom digitale transformatie & innovatie). Het programma wordt nu geleid door een externe partij. Het doel voor de RPO is om het programma in 2024 zelfstandig te leiden, de competenties die daarvoor nodig zijn worden verder opgebouwd.

<sup>8</sup> Een overzicht van de coördinerende werkzaamheden is opgenomen in het RPO-activiteitenplan 2023

<sup>9</sup> Verdieping en aanscherping concessiebeleidsplan 2022-2025



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- **RPO-organisatie**

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

### > RPO-organisatie

De strategische prioriteiten zijn ook uitgewerkt door de regionale omroepen. In de eerste hoofdstukken van de RPO-begroting en in de individuele bekostigingsaanvragen van de omroepen staan de activiteiten voor 2024 beschreven.

### WaU

De RPO neemt deel aan het overheidsbrede programma ter verbetering van de publieke dienstverlening Werk aan Uitvoering (WaU) dat valt binnen het programma OCW Open. Dit programma is ingericht om bij te dragen aan het herstellen van het vertrouwen van burgers en ondernemers in de samenleving en de overheid. Onafhankelijke en betrouwbare journalistiek is hiervoor essentieel. Het programma sluit aan bij de speerpunten uit de verdieping van het CBP voor de digitale transformatie en innovatie. De uitvoering van deze speerpunten draagt bij aan het verbeteren van de informatie- en nieuwsvoorziening en het versterken van het contact met de burger. In 2024 versterkt de RPO de digitale infrastructuur die daarvoor noodzakelijk is, net als data-analyse en onderzoek om meer kennis te vergaren over het mediagedrag en informatiebehoeften van burgers op diverse (digitale) kanalen. Verder wordt er gewerkt aan evenwichtige en verantwoorde inzet van artificiële intelligentie als journalistiek instrument van de toekomst en wordt een breed communicatieplatform ten behoeve van kennisuitwisseling gebouwd. Meer informatie over WaU is opgenomen in het onderdeel [Begroting op pagina 49](#).

### Route Regio

Het huidige concessiebeleidsplan loopt tot en met 31 december 2025. In de tweede helft van 2023 zijn de RPO en regionale omroep gestart met het ontwerpen van de route richting het nieuwe concessiebeleidsplan. Hierover gaan we begin 2024 in gesprek met onze belangrijkste stakeholders. De waarde en impact van de regionale omroepen staan daarin centraal.

### Integriteit

Integriteit is een cruciale pijler van ons werk. Wij werken sinds jaren conform onze interne regelingen op dat vlak. Wij hebben de Beleidsregels governance en interne beheersing van het CvDM verwerkt in onze interne regelingen. In 2024, gecoördineerd door de RPO, scherpen we dat verder aan, waaronder een herijkte Klokkeluidersregeling voor de regionale publieke omroepen. Deze regeling zullen wij implementeren en de uitvoering daarvan binnen onze organisatie borgen.

### Werken aan diversiteit en inclusie

De thema's diversiteit en inclusie vragen om een gedegen aanpak. Snelle oplossingen om binnen de regionale publieke omroepen inclusiever te worden bestaan niet. Dat is een continu en kritisch proces, waarin bewustwording wordt gevolgd door leren, reflecteren en elkaar aanspreken op het vertoonde gedrag. De regionale publieke omroepen stellen daartoe gezamenlijk een strategisch plan van aanpak 'diversiteit en inclusie' op, dat toewerkt naar een inclusieve cultuur en een personeelsbestand met een betere afspiegeling van de regionale samenleving. Onderdeel van het strategische plan zijn trainingen van medewerkers over onder meer onbewuste vooroordelen. Daarnaast plannen we in 2024 pilots om te werken aan een inclusieve cultuur. Die pilots starten bij directies, hoofdredacties en P&O-functionarissen. De coördinatie- en aanjaagfunctie voor het opstellen en uitvoeren van het strategisch plan ligt bij de opleidingscoördinator van de RPO.

Ook de overheid verlangt van werkgevers inclusiviteit. Het wetsvoorstel Toezicht gelijke kansen bij werving en selectie verplicht werkgevers om een anti-discriminatiebeleid te hebben. De wet treedt naar verwachting in 2024 in werking.

De hoofden P&O van de regionale publieke omroepen werken samen aan de voorbereiding van dit beleid.

In 2024 onderzoeken de regionale publieke omroepen de impact op het media-aanbod van de Implementatiewet Toegankelijkheidsvoorschriften Producten en Diensten die in 2025 van kracht wordt.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- **RPO-organisatie**

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> RPO-organisatie

### Talenten werven en behouden

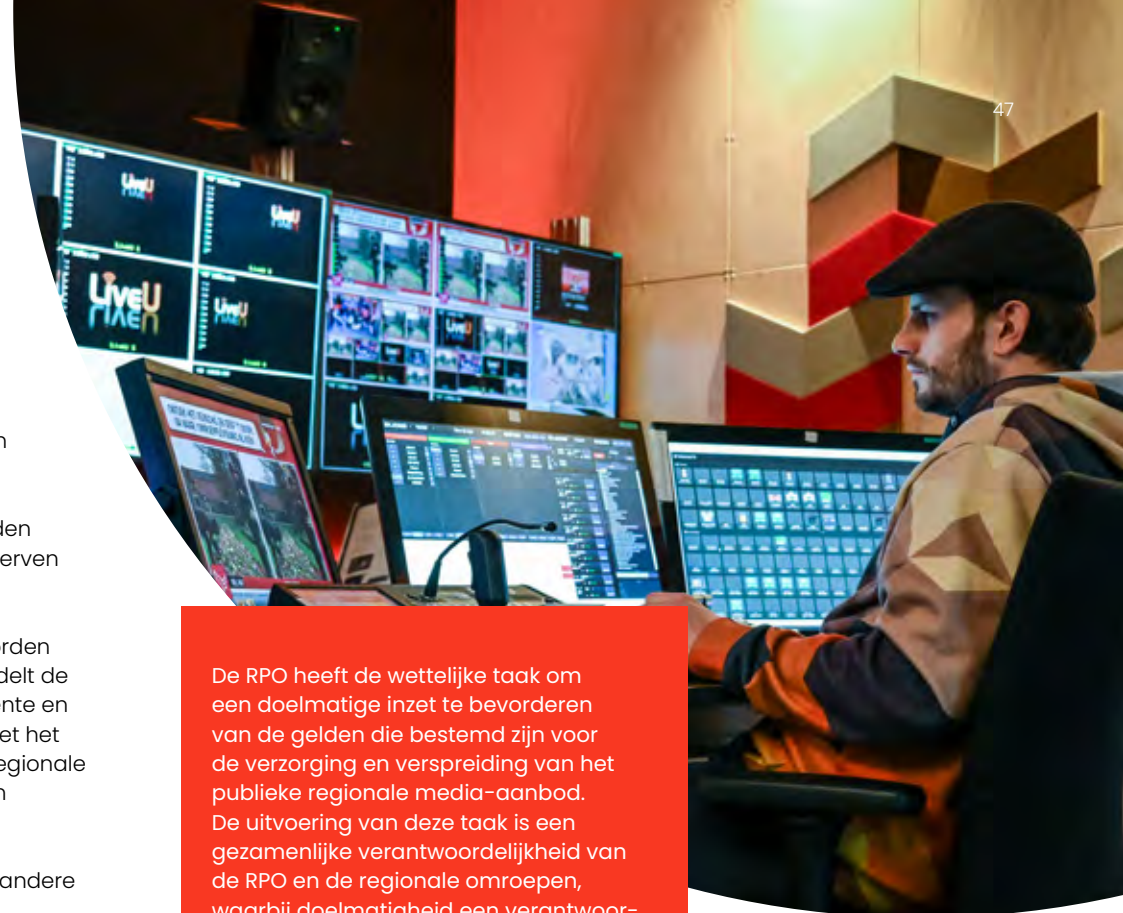
Voor het werven en behouden van talent is een belangrijke voorwaarde dat het imago van de regionale omroep aansluit bij de verwachtingen van jong talent. Daarom gaan de regionale publieke omroepen samen een imago-campagne voeren die het plezier laat zien om te werken voor een regionale publieke omroep en daarnaast ook de ontwikkelingsmogelijkheden toont voor nieuwe en bestaande medewerkers. De campagne 'Talenten werven en behouden' rollen we in 2024 uit.

We werken al aan opleidingen die gezamenlijk ingekocht en ontwikkeld worden door de opleidingscoördinator van de RPO. Deze gezamenlijke inkoop bundelt de krachten van de omroepen, ontzorgt de omroepen en betekent een efficiënte en doelmatige inzet van de middelen. Voor de inkoop werkt de RPO samen met het Werkstatio<sup>10</sup>, het opleidingsplatform voor medewerkers van landelijke en regionale publieke omroepen. In 2024 ligt de nadruk op trainingen op het gebied van digitale transformatie en data.

De regionale publieke omroepen zoeken in de jacht naar talent, net als bij andere onderwerpen, samenwerking met externe partijen als de NLPO en de NOS. De opleidingscoördinator van de RPO coördineert deze samenwerking.

### Doelmatige ontwikkeling van personeelsbeleid

In 2024 werken de RPO en regionale publieke omroepen aan de ontwikkeling van het personeelsbeleid. De hoofden P&O harmoniseren overeenkomsten en correspondentie, werken gezamenlijk aan de ontwikkeling van beleid en de voorbereiding op nieuwe wets- en beleidsaanpassingen, zoals de klokkenluidersregeling en het freelancebeleid, en monitoren en evalueren gezamenlijk opgestelde uitgangspunten voor een sociaal veilig werkklimaat.



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

<sup>10</sup> Werkstation.tv



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- **RPO-organisatie**

Begroting

Bijlagen

## Begroting 2024

> RPO-organisatie

### Samenwerking

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

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

In 2024 richt de RPO zich onder meer op:

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

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

### Bureau

Het bureau van de RPO in Hilversum fungeert als knooppunt in het netwerk van regionale omroepen en bestaat uit een kleine groep professionals die met een grote mate van zelfstandigheid hun werk verrichten. De vaardigheden, creativiteit en kennis van deze medewerkers dragen in belangrijke mate bij aan de kwaliteit van de coördinatie en samenwerking. Het bureau is in 2023 uitgebreid met senior datamedewerkers, een kwartiermaker van het Datateam en een coördinator opleidingen. In 2024 draagt de kwartiermaker zijn werkzaamheden over aan een manager. Verder wordt in 2024 gewerkt aan verdere succesvolle samenwerking binnen het team en worden de bedrijfsprocessen in lijn gebracht met de veranderde organisatie.



# Begroting





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

Begroting 2024

# Begroting

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

## Samenvattend

De totale begroting van de regionale omroepen neemt in 2024 met € 5,2 miljoen toe ten opzichte van 2023. De baten zijn ingedeeld in drie inkomstenstromen: publieke inkomsten, reclame-inkomsten en overige inkomsten. De publieke inkomsten betreft de bekostiging van OCW voor de regionale publieke mediaopdracht. In 2024 is met een geraamde verhoging van 2,0% voor prijsindexatie gerekend. Daarnaast is een huishoudenindex toegekend van € 829.000. De verhoging van 2,0% voor prijsindexatie is een raming en is voorzichtiger dan de verwachte indexering van het CPB in de augustusraming (2024 3,8%). Het blijft onduidelijk hoe de huidige – nog steeds hoge – inflatiecijfers zich verhouden tot de raming.

In tegenstelling tot 2022 en 2023 gaat de RPO ervan uit dat wordt teruggekeerd naar de oorspronkelijke financieringssysteem waarbij de baten worden gecompenseerd met een indexatie die toeziet op het betreffende tijdvak. Nu is de correctie van het uiteindelijke indexatiecijfer 2022 slechts toegepast vanaf het jaar 2023, zodat RPO en de regionale omroepen niet op de gebruikelijke wijze zijn gecompenseerd voor prijsstijgingen. Deze methodiek is essentieel voor het behoud van de kwaliteit en de invulling van de publieke mediaopdracht. De stijging van de publieke inkomsten bedraagt € 5,2 miljoen.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

**> Begroting**

Voor de reclame-inkomsten wordt voorzien in een daling ten opzichte van 2023. Waar eerder nog wat onzekerheid bestond over markteffecten na de periode met coronamaatregelen, is het niet mogelijk gebleken om op de advertentiemarkt de prijsstijgingen te compenseren in de tarieven. Daarnaast worden initieel minder inkomsten verwacht vanwege de overgang van de verkoop van reclame voor radio en televisie naar de STER. Ook daarna, als vanaf 2025 ook de online verkoop wordt verzorgd door de STER, wordt rekening gehouden met een voorzichtige start. Met de bundeling van landelijke en regionale verkoop kan wel meer tegenwicht worden geboden aan grotere spelers in de markt. Naar verwachting zullen de reclame-inkomsten dalen met €1 miljoen.

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

Vooruitblikkend: voor de korte en middellange termijn geldt de verwachting dat de reclame-inkomsten onder druk staan om daarna meer te stabiliseren. Dit is echter van vele (externe) factoren afhankelijk. De opwaartse druk op loonkosten vanwege de schaarste op de arbeidsmarkt en kosten voor pensioenen geeft de verwachting dat de inflatiecompensatie die aan de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend, mogelijk niet toereikend zal zijn. Dit effect heeft inmiddels een meerjarig karakter en het blijft hierdoor voor regionale omroepen een continue opgave om het kwaliteitsniveau en de productie te handhaven.

**Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage**

De Rijksmediabijdrage dient ter bestrijding van onder meer de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). De bekostiging van de regionale omroep uit de Rijksmediabijdrage wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding verhoogd. De prijsindexatie voor 2023 is voorlopig vastgesteld op 2,99% (begroot: 2,0%), met een nabetaling in 2023 over 2022 van 4,78%. Bij het vaststellen van de begroting 2024 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,0%. Hierbij is de methodiek van indexeren gewijzigd.

Als gevolg van een wijziging in de Mediawet stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding van 2024 pas medio 2024 vast. In overleg met CvdM en het ministerie van OCW is de raming echter wel opgenomen in de begroting. Op deze wijze wordt voor de begroting de systematiek gehandhaafd en kan reëel – dat wil zeggen op een reëler prijspeil – begroot worden. Het ministerie van OCW kan bij de begrotingsbehandeling deze raming nog niet direct meenemen in de bekostiging. De aanvullende bekostiging van de prijsindexatievergoeding volgt na de voorjaarsnota van 2024. De raming bedraagt € 3,49 miljoen en is door alle regionale omroepen toegepast.

**Reclame-inkomsten en overige inkomsten**

Regionale omroepen bieden adverteerders een landelijk bereik met een regionaal karakter. Met combinaties van online, televisie-, en radio-advertenties worden miljoenen mensen per dag bereikt. Adverteerders dragen op die manier bij aan de financiering van de regionale publieke omroepen. Deze bijdrage staat al jaren onder druk doordat steeds meer adverteerders focussen op onlinecampagnes bij grote mondiale technologische spelers, terwijl het totaalandaal lineair kijken en de luistertijd daalt. Ook de STER is zich eerder gaan richten op de lokale en regionale advertentiemarkt. De verkoop vindt op twee manieren plaats, via regionale omroepen zelf en via een samenwerkingsverband van de regionale omroepen gericht op centrale landelijke verkoop voor de regionale aanbodkanalen. Deze samenwerking gaat vanaf 2024 wijzigen met een vergaande samenwerking met de STER. Met het bundelen van krachten nemen proposities voor reclamecampagnes toe, terwijl dit tegen lagere kosten kan plaatsvinden.

Regionale omroepen voeren jaarlijks een onderzoek uit om een meerjarige analyse van reclame-inkomsten op te stellen. Hierbij is per omroep de landelijke omzetprognose op uniforme wijze en kwalitatief gelijkwaardig afgestemd en is gekomen tot een eenduidige begrotingssystematiek. Vanwege de overgang van de verkoopactiviteiten van radio en televisie naar de STER is de informatie uit de business case van de STER hierbij betrokken. Er wordt uitgegaan van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Voor online wordt uitgegaan van een voorzichtig scenario dat ook samenhangt met cookieless advertising. Deze trends passen bij de samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep. Het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt. Maar vanwege de lagere opbrengsten op online ten opzichte van radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Begroting

Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze inschattingen opgesteld, naast eigen bestaande regionale inzichten en voorzichtigte verwachtingen van nieuwe samenwerking met de STER.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmegebonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2024 ramen de regionale omroepen een lager niveau ten opzichte van het vorige jaar. Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegekend.

### Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2024 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten.

#### Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2024-2028)

x 1 miljoen euro	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Publieke inkomsten	173,9	179,0	180,8	182,6	184,5	186,3
Reclame inkomsten	18,2	17,2	16,1	16,2	15,7	16,3
Overige inkomsten	9,8	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4
<b>Totaal</b>	<b>201,8</b>	<b>204,6</b>	<b>205,2</b>	<b>207,1</b>	<b>208,6</b>	<b>211,0</b>

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2023 zijn ten opzichte van de begroting 2023 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2023). De bekostiging 2024 is inclusief indexering (2,0%).

### Begroting organisatie RPO

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Vanaf het jaar 2022 is de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO gewijzigd. Enerzijds vindt meer coördinatie plaats met regionale omroepen op het gebied van (samenwerkings)projecten, dataverzameling en communicatie ten gunste van de gehele regionale mediasector. RPO heeft vanwege wijzigingen in beloningsstructuur en samenstelling van bestuur en raad van toezicht ruimte gevonden om deze uitbreiding zelfstandig op te vangen. Daarnaast zijn werkzaamheden vanwege de uitvoering van de wettelijke taken als gevolg van de afgesloten prestatieovereenkomst toegenomen en additioneel bekostigd. Ook worden vanaf september 2022 de activiteiten voor digitale radio, DAB+, aanvullend bekostigd om te voorkomen dat de dertien regionale omroepen belast worden met dubbele transmissiekosten voor radio. De reguliere bekostiging is voor 2023 en na indexering vastgesteld op € 1.979.565. Dit bedrag vormt de basis voor de reguliere bekostiging van 2024, waarna indexering in de loop van 2024 zal plaatsvinden.

De regionale omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Dat zijn de activiteiten die in het activiteitenplan zijn beschreven onder bevordering samenwerking tussen de regionale omroepen. Hiervoor is in 2024 een nog te indexeren bedrag begroot van € 328.514. Dit bedrag is op basis van een procentuele verdeling opgenomen in de begroting van alle regionale omroepen. Voor 2024 is geen raming van een prijsindexatievergoeding meegenomen. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO als volgt begroot.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

&gt; Begroting

## Werk aan Uitvoering (WaU)

De RPO neemt, als ZBO, deel aan het programma WaU van OCW Open. Dit is ook beschreven in het hoofdstuk RPO Organisatie (zie pagina 44). Het programma stelt zich over langere periode ten doel om de overheidsbrede dienstverlening aan burgers en ondernemers in alle domeinen te verbeteren. De RPO heeft als ZBO een aanvraag mogen doen en zich hierbij gericht op die thema's uit de verdieping van het concessiebeleidsplan waar niet of nauwelijks middelen beschikbaar voor waren. Op deze wijze kan de RPO samen met de regionale omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van het overheidsbrede programma: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Met behoud van volledig journalistieke onafhankelijkheid regisseert de RPO de thema's digitale transformatie en innovatie uit het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025. Dit draagt daarnaast bij aan de verbreding en verdieping van bereik en verhoging van de journalistieke kwaliteit. De doelstelling van de RPO luidt: de informatie- en nieuwsvoorziening verbeteren en, als gevolg daarvan, het contact met de burger op een hoger niveau brengen door middel van een goede, toekomstbestendige digitale infrastructuur en de inzet van data-analyse en artificiële intelligentie.

Het programma is gestart in september 2022 waarbij initieel gewerkt wordt met een projectsubsidie. Vanaf 2023 maakt het onderdeel uit van de bekostiging, waarbij jaarlijks de activiteiten en de begroting worden afgestemd, passend binnen de toegekende beschikbare WaU-middelen. Het programma heeft een looptijd tot en met 2031 waarna de bekostiging stopt en de doorlopende getransformeerde activiteiten zijn opgenomen in de reguliere bekostiging van regionale omroepen. Voor 2024 (tot en met de beleidshorizon van OCW, 2028) zijn de geprognotiseerde middelen in de WaU-aanvraag naar boven bijgesteld vanwege de verlaging in het aanvangsjaar van het programma. Zo is op zorgvuldige en doelmatige wijze aan de hand van concrete deelplannen gestart met onder meer het datateam en het transformatieteam. De RPO verwacht hierbij mogelijk vertraging vanwege de schaarste op de arbeidsmarkt in samenhang met het zeer specialistische karakter van benodigde functies, als ook vanwege de beschikbare personele capaciteit voor diverse pilotprogramma's samen met de regionale omroepen. 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 2024 € 5,4 miljoen en is inclusief eerdere indexering, maar zonder indexering over 2024.

## Begroting RPO 2024

Bedragen in €	2023	2024
<b>Baten</b>		
Media-aanbod - OCW	1.979.565	1.979.565
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	3.127.898	5.427.898
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	304.831	328.514
<b>Totaal baten</b>	<b>5.412.294</b>	<b>7.735.977</b>
<b>Lasten</b>		
Lonen en salarissen	628.891	659.505
Sociale lasten	179.182	187.224
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	21.000	21.000
Directe productiekosten, Facilitaire lasten		
- transmissiekosten DAB+	736.932	736.932
- WaU middelen digitalisering en data analyse	3.127.898	5.427.898
Overige bedrijfslasten	718.390	703.418
<b>Totaal lasten</b>	<b>5.412.294</b>	<b>7.735.977</b>



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

&gt; Begroting

## Meerjarenraming RPO-organisatie 2025-2028

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 2024. Voor de inzet van de WaU-middelen is niveau 2024 aangehouden, maar dit kan fluctueren.

### Meerjarenraming RPO incl. WaU

x € 1.000	2025	2026	2027	2028
Baten	1.999	2.019	2.040	2.060
Media aanbod - OCW	5.428	5.482	5.537	5.592
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	332	335	338	342
<b>Totaal baten</b>	<b>7.759</b>	<b>7.837</b>	<b>7.915</b>	<b>7.994</b>
<b>Totaal lasten</b>	<b>7.759</b>	<b>7.837</b>	<b>7.915</b>	<b>7.994</b>
<b>Resultaat</b>	-	-	-	-

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

## Budgetaanvraag 2024

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2023 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2024 opgenomen. Het budget 2023 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 2024 bedraagt € 182.097.809 en is exclusief de indexatie van 2024. In dit bedrag is de WaU-aanvraag 2024 opgenomen.

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

## Bekostiging

Bedragen in €	2023	%	2024
RTV Noord	11.040.189	6,35%	11.092.830
Omrop Fryslân	12.170.287	7,00%	12.228.317
RTV Drenthe	11.062.791	6,36%	11.115.540
RTV Oost	12.796.188	7,36%	12.857.202
Omroep Gelderland	19.540.265	11,239%	19.633.437
Omroep Flevoland	9.579.755	5,51%	9.625.432
RTV Utrecht	11.440.070	6,58%	11.494.618
NH Media	16.932.347	9,739%	17.013.083
Omroep West	12.239.832	7,04%	12.298.193
Rijnmond	12.500.623	7,19%	12.560.229
Omroep Zeeland	10.431.675	6,00%	10.481.415
Omroep Brabant	20.409.571	11,739%	20.506.888
LI	13.717.652	7,89%	13.783.060
	173.861.244	<b>100%</b>	174.690.244
<b>RPO*</b>	5.170.463		7.407.565
<b>Totaal</b>	<b>179.031.707</b>		<b>182.097.809</b>

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

**Begroting**

Bijlagen

## Begroting 2024

### > Begroting

De begrotingen van de regionale omroepen zijn sluitend of licht positief. Uitzondering is Omroep Zeeland met een beperkt positief resultaat van € 150.000 ter voorbereiding op een verhuisbeweging. Dit zal niet voldoende zijn, terwijl de omroep (al jaren) aangeeft maar net aan de wettelijke verplichtingen over media-aanbod en de prestatieovereenkomst te kunnen voldoen. Ook andere omroepen kennen druk op de bedrijfsvoering vanwege huisvesting-saanpassingen. De regionale omroepen bespreken deze problematiek van kleinere omroepen met elkaar waarbij de RPO hierbij coördineert om zo te komen tot een structurele oplossing. Ook het ministerie zal hier waar nodig tijdig bij betrokken worden. Meerjarig geven deze omroepen blijk van sluitende begrotingen vanaf 2025.

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

Het streven is dat het personeelsbestand in 2024 opnieuw stijgt door meer mensen aan te nemen op vaste arbeidsovereenkomsten in plaats van freelance-overeenkomsten. Daling ultimo 2022 hangt samen met aflopende subsidietrajecten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

### Totale personele bezetting regionale publieke media-instellingen in fte (2023-2024)

	Verwacht ultimo 2022	Gerealiseerd ultimo 2022	Verwacht ultimo 2023	Verwacht ultimo 2024
Personele bezetting fte	1360,1	1345,8	1378,2	1396,3
Delta met vorig jaar	4,08	-14,3	18,13	18,1





Bijlagen

Begroting  
2024





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

# Bijlage 1a: Overzicht aanbodkanalen

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

## Overzicht presatieafspraken

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
	Tomke Radio ( <a href="http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio">http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio</a> )	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Alles Frysk ( <a href="https://www.omropfryslan.nl/allesfrysk">https://www.omropfryslan.nl/allesfrysk</a> ) audiostream met muziek van Friese bands	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Fryske Top 100 ( <a href="http://www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100">www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100</a> ) audiostream met Friese popmuziek	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 programmakanal )
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 programmakanal)
Omrop Fryslân is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, X, Youtube, en WhatsApp.		



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

 > **Bijlagen**

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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.		
<b>RTV Oost</b> (www.rtvooost.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Oost is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van TV Oost en Radio Oost (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
	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 (overig)
TV Oost	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Overijssel.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Oost	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Overijssel.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Oost is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Periscope, Slack, Snapchat, X, Youtube, en WhatsApp.		
<b>RTV Gelderland</b> (www.omroep gelderland.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
<b>Omroep Flevoland</b> (www.omroepflevoland.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Flevoland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Flevoland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Flevoland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland, van Omroep Flevoland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Flevoland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanal)





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

 > **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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 programma-kanaal)
Omroep Flevoland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Instagram, Skype, Snapchat, X, Youtube, LinkedIn en WhatsApp.		
<b>RTV Utrecht</b> (www.rtvutrecht.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Utrecht is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van RTV Utrecht en Radio M Utrecht	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

 > **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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.		
<b>NH Nieuws</b> (www.nhnieuws.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van NH Nieuws is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
	Livestreams van NH TV en NH Radio	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
NH Nieuws	Narrowcasting in openbaar toegankelijke ruimte.	Aanbodkanaal (overig)
NH Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland, van RTV NH samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
NH TV	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland.	Aanbodkanaal (televisie programma-kanaal)
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 programma-kanaal)
NH Nieuws is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Periscope, Snapchat, Telegram, X, WhatsApp, en Youtube.		



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
<b>Omroep West</b> (www.omroepwest.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep West, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie .	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep West is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en 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 West en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep West (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
TV West App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord, van Omroep West samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (televisie programmakanal )



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Live uit Lloyd 24/7 (www.rijnmond.nl/ live-uit-lloyd)	Audiostream met media-aanbod van het radioprogramma Live uit Lloyd van bands en artiesten die sinds september 2009 in dit radioprogramma te horen waren.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
RTV Rijnmond App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland zuid, van RTV Rijnmond samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Rijnmond	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland zuid.	Aanbodkanaal (televisie programma- kanaal )
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 programma- kanaal)

RTV Rijnmond is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, X en Youtube.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
<b>Omroep Zeeland</b> (www.omroepzeeland.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Zeeland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland, van Omroep Zeeland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (televisie programma- kanaal)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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 programma-kanaal)
Omroep Zeeland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Tumblr, X, Youtube en WhatsApp.		
<b>Omroep Brabant</b> (www.omroepbrabant.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Brabant is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Brabant App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant, van Omroep Brabant samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

 > **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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 programma-kanaal)
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 programma-kanaal)
Omroep Brabant is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Pinterest, SnapChat, X, WhatsApp en Youtube.		
<b>L1</b> (www.l1.nl)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>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.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

&gt; Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
L1alaaf (www.l1alaaf.nl)	Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
Plat-eweg (l1.nl/plat-eweg)	Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
l1 limburg.nl (www.l1limburg.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire nieuwsaanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.  Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.  Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.  Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.  De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
L1 App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
l1 limburg App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuws-aanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

> **Bijlagen**

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
LI	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 programma-kanaal)
LI	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 programma-kanaal)
LI is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, X en Youtube (zowel m.b.t tot LI als llimburg).		
RTV Oost, Omroep Gelderland, RTV Drenthe en RTV Noord <b>allesplat.nl</b> (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)



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

Begroting 2024

## Bijlage 1b: Aanvraag veranderingen in aanbodkanalen

De RPO vraagt met betrekking tot de aanbodkanalen van LI wijzigingen aan. Het betreft het wijzigen van:

1. de naam (en url) van de website [www.limburg.nl](http://www.limburg.nl) in [www.LINieuws.nl](http://www.LINieuws.nl)
2. de naam van de app [lilimburg](#) in [LI Nieuws](#).

### 1. Aanvraag

LI, kantoorhoudende te Ambyerstraat-Zuid 77B, 6226 AW Maastricht, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Limburg.

De RPO doet een aanvraag om de nieuwswebsite [limburg.nl](http://limburg.nl) en bijbehorende [lilimburg](#)-app te laten voortbestaan onder de namen [LINieuws.nl](#) en [LI Nieuws](#). Het verzoek is om de wijziging te laten ingaan op 1 januari 2024 of zoveel eerder als de minister dit toestaat. De gevraagde wijziging moet ervoor zorgen dat het voor gebruikers duidelijk wordt dat de site en app behoren bij het portfolio van LI, iets wat nu niet evident (genoeg) is.

### 2. Korte omschrijving van de dienst [lilimburg](#)

De naam [limburg.nl](http://limburg.nl) stamt uit 2014, toen de nieuwswebsite werd gelanceerd in samenwerking met dagblad [De Limburger](#). Focus lag op snel webnieuws, waaronder veel 112-berichten en sport. De samenwerking is in 2017 opgehouden te bestaan, omdat [De Limburger](#) zich onder een nieuwe hoofdredacteur ging richten een nieuwssite onder eigen naam. De site werd vanaf dat moment enkel nog bestierd door de redactie van LI. De naam werd, omdat de site en bijbehorende app een groot succes waren, gehandhaafd.





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

## Begroting 2024

> **Bijlagen**

### 3. Omgevingsfactoren en aanleiding

L1 heeft, na een aantal roerige jaren, een nieuwe directie en hoofdredactie. Onder hun leiding is een nieuwe strategische route ingezet, en wordt er hard gewerkt aan een fris, eigentijds en helder imago. Zowel het logo als de zender-vormgeving ondergaan een metamorfose. De multimediale studio in Maastricht wordt grondig verbouwd en zowel techniek als decor worden future proof gemaakt. Het dagelijkse nieuwsbulletin Limburg Centraal krijgt een nieuw format en een nieuwe naam: L1 Nieuws.

### 4. Publiek

Begin 2024 gaat L1 deze vernieuwingen bekend maken aan de bewoners van Limburg. Het uitgelezen moment om het publiek te laten weten dat ze voortaan nog maar onder één naam en logo opereren: dat van het sterke merk L1. Onder één noemer opereren is logischer en duidelijker. Vandaar dat L1 afscheid wil nemen van de naam/het merk 1Limburg. De inhoud van het aanbodkanaal cq. de app blijft vrijwel ongewijzigd t.o.v. de eerder goedgekeurde aanbodkanalen.

### 5. Relatie met ander media-aanbod

Met de naamswijziging van web en app wordt het L1 portfolio overzichtelijker en samenhangender.

De tv en radiokanalen blijven L1 heten, het dagelijkse nieuwsbulletin wordt herdoopt in L1 Nieuws.

De nieuwswebsite 1Limburg gaat L1Nieuws.nl heten. Ook de app van 1Limburg wordt herdoopt in L1 Nieuws.

Dit geldt ook voor alle social mediakanalen die van 1Limburg naar L1 Nieuws gaan. De bestaande website/app L1.nl behoudt zijn naam maar wordt verbeterd wat betreft zoek- en archieffunctionaliteiten, zodat de site kan gaan dienen als on-demand-platform waarop programma's en documentaires kunnen worden teruggekeken of -geluisterd.

### 6. Wijze van distributie en financiering

De wijze van distributie en de inhoud van beide aanbodkanalen wijzigen niet. Het gaat alleen om naamswijzigingen. De kosten voor het bekendmaken van de naamswijziging zijn in de bekostigingsaanvraag ondergebracht bij de marketingkosten.

L1 behoudt overigens de merknaam 1Limburg. In eerste instantie is dit nodig vanuit praktische overwegingen. Bijvoorbeeld om een redirect in te stellen waarbij mensen die 1Limburg.nl intikken in de browser automatisch uitkomen op L1nieuws.nl. Het is niet uitgesloten dat L1 de naam 1Limburg voor andere doeleinden zal gebruiken.

### 7. Publieke taak

Met het gebruiken van de naam L1 wordt duidelijk dat web en app die tot op heden 1Limburg heten geen aparte entiteit vormen maar behoren bij de vertrouwenwekkende regionale omroep L1. Het publiek weet daardoor nog beter dat de informatie die erop staat onafhankelijk en betrouwbaar is.



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

Begroting 2024

## Bijlage 2: Ambities CBP

### Media-aanbod

#### CBP-doelstellingen

- Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio met eigen nieuwsproductie en een eigen nieuwsagenda
- Garantie op onafhankelijke journalistiek in iedere regio, met een eigen redactieraad, eigen redactiestatuut en een eigen regionale mediaraad
- Verantwoording in iedere regio over maatschappelijke relevantie, urgentie en diversiteit van het regionale media-aanbod
- Actieve betrokkenheid van het publiek bij het journalistieke proces
- Kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek bedrijven en regio's versterken door bij te dragen aan de regionale identiteit
- Experimenten met nieuwe journalistieke werkwijzen en innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek
- In iedere regio 24/7 een actuele site en app met het laatste nieuws en achtergronden
- In iedere regio 24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk live radio met nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek
- In iedere regio minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie
- Calamiteitentaak vervullen met een alerte organisatie in iedere regio
- Verslag kunnen doen van evenementen met een nabije organisatie in iedere regio
- Actief de ervaringen van gebruikers, lezers, luisteraars of kijkers gebruiken om te innoveren
- De identiteit in iedere regio versterken door actief bij te dragen aan de regionale samenleving
- In iedere regio actief vormgeven van participatie en consultatie van het publiek
- In iedere regio vertegenwoordiging van het publiek in een representatieve regionale mediaraad
- Regiodocumentaires
- Meer persoonlijke interactie tussen de regionale publieke omroepen en het publiek
- Het regionale publiek bedienen met themaplatforms

- Hoge publiekswaardering van de informatieve en verbindende radio van de regionale publieke omroepen
- Hoge publiekswaardering voor het onderscheidende media-aanbod van de regionale publieke omroepen
- Voortzetting aanbodkanalen op de wijze zoals zij tot aan de begindatum van de concessieperiode werden aangeboden

### Bereik

#### CBP-doelstellingen

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





Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

## Begroting 2024

> **Bijlagen**

### Distributie

#### CBP-doelstellingen

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

### Innovatie & ontwikkeling

#### CBP-doelstellingen

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

### Samenwerking

#### CBP-doelstellingen

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

### Organisatie/good governance

#### CBP-doelstellingen

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

### Financiën

#### CBP-doelstellingen

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

### Verdieping en aanscherping CBP voor de periode 2022-2025

#### Strategische doelstellingen

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



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

Begroting 2024

80

# Bijlage 3: Overzicht activiteiten RPO 2024

## I. Basisactiviteiten RPO

### Toezichthoudende activiteiten

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

### Bestuurlijke activiteiten

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

### Voldoen aan wet- en regelgeving

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

### Finance & control

Opstellen bestuursverslag, jaarrekening en controleverslag accountant | Financieel en fiscaal beheer en administratie | Risicomanagement

### Juridische advisering

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

### PR, PA en communicatie

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

### Bedrijfsvoering

Office management | Huisvesting | Personeelsbeleid







Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

## Begroting 2024

> **Bijlagen**

### II. Coördinatie & andere wettelijke taken

#### Concessiebeleidsplan

Coördinatie/programmamanagement uitvoering verdiept en aangescherpt CBP m.b.t. tweede planperiode voor activiteiten RPO, ORO en HROI Verder vormgeven en organiseren strategische prioriteiten | Vertalen naar (jaar)plannen | Uitvoeren en monitoren | Voorbereiden nieuwe concessiebeleidsplan 2026 en verder

#### Prestatieovereenkomst

Monitoren van en rapporteren over prestatieafspraken

#### Begroting

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

#### CAO voor het Omroeperspersoneel

Overleg, onderhandelen en afsluiten CAO voor Omroeperspersoneel met NPO en vakorganisaties | Opvolging afspraken CAO | Fair Practice Code

#### Overleg ORO

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

#### (Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging

Deelname aan overleggen met o.a. ministeries, parlement, toezichthouders, NPO, NLPO, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, RvC en NICAM

#### Bevorderen Good Governance

Organiseren bijeenkomst(en) met raden van toezicht van omroepen | Aanscherpen, implementeren en borgen interne regelingen waaronder een herijkte Klokkenluidersregeling voor de regionale publieke omroepen

#### Regionale mediaraden

Organiseren bijeenkomst met regionale mediaraden van omroepen

#### Beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders

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

#### Samenhangende distributiestrategie

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

#### Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering

Regionale programmering NPO Regio, regionale programma's en bijdragen aan NPO-kanalen | Dagjournaals | Uitwisseling regionale content met andere omroepen | Richting een Publiek Journalistiek Huis met NOS/RPO/NLPO

#### Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering

In samenspraak met de NLPO en NOS bevorderen samenwerking tussen regionale, lokale en landelijke publieke omroepen | Uitwerken journalistieke alliantie

#### Bereik- en waarderingsonderzoek

Coördineren van sectoronderzoek, meetmethoden en andere mogelijke onderzoeken



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

[> Bijlagen](#)

### Media-onderzoek en onderzoek

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

### Distributiebeleid

Volgen, bestuderen en adviseren over distributie- en frequentiebeleid (zoals online, radio – digitaal/FM – tv en kabel distributie). Volgen commissievergaderingen van vaste Kamercommissies en internetconsultaties | Vertegenwoordiging in overleggen met beleidsorganen en stakeholders (zoals Nationaal Frequentiebeleidsoverleg, PMSE, Ketenoverleg) | DAB+-beleid (coördineren van afspraken m.b.t. bekostiging, dekking en naleving vergunningvoorschriften) | Afspraken met pakketaanbieders en NLZIET over doorgifte, inclusief naleving must-carryverplichtingen en beoordeling ontheffingsverzoeken

### Bevorderen van doelmatigheid, waaronder de doelmatige inzet van publieke middelen

Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen Regiogroei (Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum) Operationeel beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+ Begeleiden van de totstandkoming van overeenkomsten namens alle of meerdere omroepen

Organiseren en begeleiden van gezamenlijke inkoopprocedures Het opstellen en coördineren van het gebruik van modelovereenkomsten Inventarisatie mogelijkheden bundelen diensten/dienstverlening/opzetten kenniscentrum

### WaU-project digitalisering & data-analyse

Coördineren | Vormgeven en organiseren | Vertalen naar (jaar)plannen | Uitvoeren en monitoren | Projecten m.b.t. datateam en transformatieteam

## III. Bevorderen samenwerking tussen rpmi's

### Bijdragen aan gezamenlijke vertegenwoordiging van de sector

Deelname aan en vertegenwoordiging in Raad voor de Journalistiek | Stichting Reclame Code | CIRCOM | Werkgeversvereniging voor de Media, Pensioenraad

(organen van PNO Media) | AWO-fonds | PMSE | Ketenoverleg (overlegorgaan van partijen betrokken bij de Nederlandse televisiedistributieketen) | De Tegell Stichting Thuis kopie | VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten) | AI4Media

### Faciliteren van uitwisseling van kennis en ervaringen tussen omroepen op gebied van personeel en organisatie, financiën, techniek, onderzoek, marketing en innovatie

Hoofden P&O | Hoofden techniek | Hoofden financiën | Hoofdredacteurs | Marketingoverleg

### Doelmatig personeelsbeleid

Harmoniseren gezamenlijke overeenkomsten en correspondentie | Werken aan de ontwikkeling van beleid | Voorbereiden op nieuwe wets- en beleidsaanpassingen

### Werken aan een inclusieve cultuur

Opstellen strategisch plan Diversiteit en inclusie

### Gezamenlijk opleidingsbeleid

Ontwikkelen opleidingsbeleid | Opleiding en kennisontwikkeling medewerkers regionale omroepen

### Talent werven en behouden

Uitvoeren campagne 'Talent werven en behouden' op basis van een onderzoek naar het imago van de regionale omroepen op de arbeidsmarkt

### Communicatie

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

### Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures

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

### Bijdragen aan samenwerking met opleidingen voor Journalistiek

Onderhouden en stimuleren contact met de opleidingsinstellingen



Inleiding

Activiteitenplan

- Media-aanbod
- Bereik
- Distributiestrategie
- Innovatie en ontwikkeling
- Samenwerking
- RPO-organisatie

Begroting

**Bijlagen**

## Begroting 2024



### **Stichting RPO**

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

[www.stichtingrpo.nl](http://www.stichtingrpo.nl)