

De. regio telt!

Begroting **2026**

Start met lezen



Inhoud

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

Leeswijzer

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

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

Voorwoord

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

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

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

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

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

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

Jan Müller • Directeur-bestuurder Regionale Publieke Omroep





Inleiding

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

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

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

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

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

1. Media-aanbod

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

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

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

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

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

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

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

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



Voorgenomen aantal evenementen en documentaires in 2026

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



Inclusieve en toegankelijke regionale journalistiek

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

Calamiteiten

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

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

RTV Noord en Rijnmond Gemeenteraadsverkiezingen 2026

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

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

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

RTV NOORD

RIJNMOND
TV RADIO ONLINE



Omroep West Nieuwsbehoeften leidend

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

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

oost



RTV Oost

Inclusieve journalistiek

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

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

NH Media

Verbindend perspectief en regionale thema's

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

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

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



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

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

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

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

Doelstelling:

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

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

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

Doelstelling:

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

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

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

Doelstelling:

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

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

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

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

Afspraak:

Alle rpmi's verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.

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

Afspraak:

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

Afspraak:

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

- De RPO verwacht dat de regionale publieke omroepen in 2026 in totaal 257 evenementen verslaan.

Afspraak:

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

- De RPO verwacht dat de regionale publieke omroepen in 2026 in totaal 160 regionale documentaires verzorgen.

Afspraak:

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



2. Bereik en impact

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



Bereik

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

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

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

Doelgroepsegmentatie

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

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

Waarden en impact

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

Omroep Gelderland Verhalen vertellen aan specifieke doelgroepen

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



Omroep Flevoland Doelgroepen beter leren kennen

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



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

Doelstellingen CBP 2026-2030

Doelstelling:

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

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

Doelstelling:

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

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

Doelstelling:

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

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

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

Afspraak:

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

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

Afspraak:

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

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

Afspraak:

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

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



3. Distributiestrategie

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

Marktanalyse

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



Gebruik, interesse en vertrouwen dalen

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

De belangrijkste tendensen:

- **Nieuwsgebruik daalt**

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

- **Daling interesse in nieuws**

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

- **Vertrouwen in nieuws daalt**

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

- **Big tech als poortwachter**

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

- **AI en personalisatie**

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

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

Analyse bereik en waardering

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



Samenhangende distributiestrategie

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

De samenhangende distributiematrix in het CPB is leidend. Omroepen zetten deze matrix in om het bereik in hun regio te verbreden en te verdiepen. Daarbij wordt het media-aanbod toegankelijk gemaakt voor zoveel mogelijk doelgroepen, ook zogenaamde niche doelgroepen. Het media-aanbod van de regionale publieke omroep is te vinden op de kanalen waar het publiek het verwacht en waar het publiek aanwezig is.

De samenwerking met de NOS op het gebied van nieuws is daar een belangrijk onderdeel van. Daarbij is een selectie van de podcasts van de regionale publieke omroepen te beluisteren via NPO Luister. Het tv-aanbod van regionale publieke omroepen is beschikbaar bij vrijwel alle pakketaanbieders, NLZIET en binnenkort ook op NPO Start.

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

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

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

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



Eigen kanalen

Websites & nieuws-apps

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

Radio

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

Televisie

Televisie speelt vooralsnog een belangrijke rol in de distributiemix. Veel mensen kijken graag naar nieuws en informatie op tv en de zenders zijn van belang voor (live) programma's over regionale thema's en evenementen. Naast lineair en op het traditionele televisietoestel wordt er ook steeds meer on-demand gekeken en op andere schermen. Dat wordt weerspiegeld in het voornemen van een aantal omroepen om beeldcontent primair te maken voor gebruik online en het secundair in te zetten voor het (lineaire) tv-kanaal.

Kanalen van partners

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



Platforms van derden

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

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

Toegankelijkheid

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

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

Uitgezonden materiaal wordt opgeslagen in de eigen systemen. Archiveren en ontsluiten van dit materiaal hoort bij het cultuurdragerschap van regionale publieke omroepen. Het regionale audiovisuele materiaal is rijk aan uniek cultureel materiaal dat een overzicht geeft van de gewoontes, de gebruiken en de dialecten in alle streken van ons land. Sinds 2025 wordt gewerkt aan het toegankelijk maken van de content via het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid, waardoor het ook voor derden, zoals onderwijs, culturele instellingen en andere media doorzoekbaar is.



RTV Utrecht Kanaalstrategie

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

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

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





L1 Radio blijft belangrijk in de mediamix

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

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

Omrop Fryslân Nieuwe technieken, nieuwe kansen

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

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

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



Omrop Fryslân





Doelstellingen CBP 2026-2030 en (bestaande) prestatieafspraken distributie

Doelstellingen CBP 2026-2030

Doelstelling:

Beschikbaarheid van eigen aanbodkanalen voor video, audio en tekst.

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

Doelstelling:

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

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

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

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

4. Innovatie en digitale transformatie

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

Digitale transformatie

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

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

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

Inzet van AI

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



Data-geïnspireerd werken

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

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

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

Regiogroei

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

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

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

Naar een gezamenlijk technologisch ecosysteem

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

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

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

Omroep Brabant Inzet van AI in werkprocessen

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





Omroep Zeeland Nieuwe formats voor social media

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



RTV Drenthe Betrouwbaar toepassen van AI

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

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

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

Ambities CBP 2026–2030

Ambitie:

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

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

Ambitie:

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

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

Ambitie:

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

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



(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

Afspraak:

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

Afspraak:

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

- De regionale publieke omroepen verwachten voor het komende jaar 135 werkervarings- en stageplaatsen te bieden en draagt hiermee bij aan een realistische gezamenlijke doelstelling voor de sector.

Werkervarings- of stageplaatsen



5. Samenwerking

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

Samenwerking regionale publieke omroepen en de RPO

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

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

Samenwerking landelijke en lokale omroepen

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

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

Noord Zuid Oost West is een samenwerkingsprogramma van regionale publieke omroepen en Omroep MAX. Dit programma functioneert als etalage voor de programma's van de regionale publieke omroepen op een landelijke zender en wordt in 2026 gecontinueerd. *Expeditie Nederland*, een samenwerking van alle regionale publieke omroepen, het Caribisch Netwerk en Omroep MAX, wordt in 2026 ook gecontinueerd. Het is een informatief reportageprogramma over onderwerpen die landelijk spelen maar die - hoe klein ons land ook is - een paar kilometer verderop vaak een ander verhaal opleveren. De regionale publieke omroepen en

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

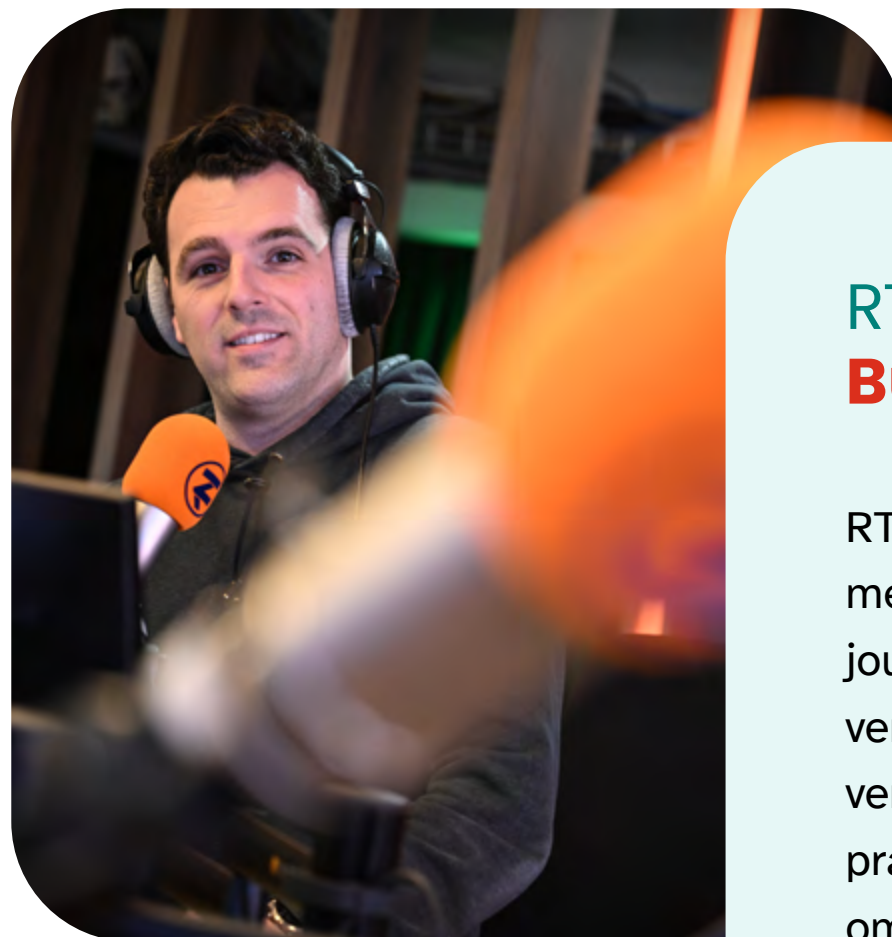
Met lokale omroepen wordt samenwerking georganiseerd in het project Bureaus Lokaal: een gezamenlijk initiatief van lokale en regionale publieke omroepen en de NOS, met als doel de journalistieke samenwerking tussen de verschillende lagen van het publieke bestel te versterken. Door afstemming in planning,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

Samenwerking met private media

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

Samenwerking met maatschappelijke, educatieve en culturele partners

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



RTVNOORD

RTV Noord Bureau Lokaal Groningen

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

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



RIJNMOND
TV RADIO ONLINE

Rijnmond Samenwerken om kinderen kansrijker te maken

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

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

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

Doelstellingen CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken samenwerking

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

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

- Uitgewerkt in hoofdstuk Media-aanbod.

Doelstelling:

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

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

(Bestaande) prestatieafspraken

Afspraak:

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

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



De RPO-organisatie

De RPO is het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. De RPO coördineert de beleids- en verantwoordingscyclus voor de regionale publieke omroep, stimuleert samenwerking tussen regionale publieke omroepen en bevordert een doelmatige inzet van middelen. De uitvoering van het CBP, de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting is daarbij leidend. Ook is de RPO verantwoordelijk voor de uitvoering van het programma ter verbetering van de publieke dienstverlening Werk aan Uitvoering (WaU). De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de dertien regionale publieke omroepen die de taak hebben om regionale publieke media te verzorgen. Zij werken onafhankelijk en maken hun eigen journalistieke keuzes, binnen de richtlijnen van de Mediawet, het redactiestatuut, de redactieraad en de mediaraad.

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

Focus 2026

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

Uitvoeringsagenda concessiebeleidsplan 2026-2030

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

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

Prestatieovereenkomst 2026-2030

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

Verantwoording

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

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

Medewerkers

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

Goed werkgeverschap helpt ons wendbaar te blijven.

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

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

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

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

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

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

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



Marketing en communicatie

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

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

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

Onderzoek

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

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

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

Techniek

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

Cyberveiligheid en privacy

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

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



Duurzaamheid

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

Doelstellingen CBP 2026–2030 en (bestaande) prestatieafspraken organisatie

Doelstellingen CBP 2026–2030

Doelstelling:

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

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

Doelstelling:

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

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

Doelstelling:

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

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



Concretisering ambities en doelstellingen

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

1. Maatschappelijke impact

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

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

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

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

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

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

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

Omroepen werken in 2026 aan:

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

identificeren die beter bediend kunnen worden met content.

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

De RPO zet zich in 2026 in om:

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

2. Doelgroepgericht werken

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

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

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

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

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

3. Effectieve contentstrategie

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

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

In 2026 zetten regionale publieke omroepen zich in om:

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

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

Regionale omroepen zetten zich in 2026 in om:

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

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

4. Redactionele transitie

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

Omroepen zetten zich in 2026 in op het vlak van:

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

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

5. Afspiegeling van de samenleving

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

Omroepen zetten zich in 2026 in om

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

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

6. Efficiënt en effectief

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

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

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



Begroting

Begroting van de RPO

De begroting van de RPO als bedoeld in artikel 2.169a lid 1 van de Mediawet is de begroting voor de uitvoering van de publieke mediadienst op regionaal niveau. Op basis van artikel 2.170 lid 2 van de Mediawet en artikel 4a van het Mediabesluit wordt de regionale publieke omroep bekostigd met publieke inkomsten. Daarnaast heeft de regionale publieke omroep eigen inkomsten, waarvan de inkomsten uit reclame de belangrijkste zijn. De begrote baten van regionale publieke omroepen zijn hier geconsolideerd. Het detail van lasten van regionale publieke omroepen zijn opgenomen en toegelicht in de separate bekostigingsaanvragen. De begroting van de RPO-organisatie is hier opgenomen en vormt samen met de bekostiging van regionale publieke omroepen het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.

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

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



Samenvattend

De totale begroting van de regionale publieke omroepen neemt in 2026 met € 5,7 miljoen toe tot € 219,8 miljoen. Dit is exclusief de begroting van de RPO. De baten zijn ingedeeld in drie inkomstenstromen: publieke inkomsten, reclame-inkomsten en overige inkomsten.

De publieke inkomsten betreffen de bekostiging van het ministerie van OCW voor de regionale publieke mediaopdracht. In 2026 is met een geraamde verhoging van 2,5% voor prijsindexatie gerekend (€ 4.732.850). Daarnaast is een huishoudenindex toegekend van € 1.053.000. De publieke inkomsten nemen € 5,8 miljoen toe, tot € 194,0 miljoen.

De reclame-inkomsten worden geraamd op € 17,6 miljoen. Dit is iets hoger dan de begroting van 2025. Het blijft lastig om op de advertentiemarkt de prijsstijgingen te compenseren in de tarieven. Regionale publieke omroepen geven een eigen raming voor de eigen verkoop van reclame en de centrale landelijke verkoop. De gezamenlijke verkoop is voor lineaire aanbodkanalen vanaf 2024 ondergebracht bij de Ster. In 2026 wordt dit aangevuld met onlineaanbodkanalen. De verkoopactiviteiten worden gecoördineerd door de centrale verkooporganisatie Omroep Reclame Nederland (ORN). De raming voor 2026 door ORN en Ster is iets hoger (ca. € 150.000) maar kent per omroep grote verschillen. Desondanks ramen regionale publieke omroepen afwijkend op basis van eigen regionale inschattingen en verwachtingen.

De overige inkomsten worden geraamd op € 8,1 miljoen. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met toegekende subsidies. Omroepen hebben hierover bij het vaststellen van de begroting niet altijd zekerheid over aangevraagde bedragen, waardoor deze niet meegenomen worden in de begroting. Deze subsidies worden ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van de tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale journalistiek en andere projecten met een specifiek thema.

Bekostiging uit de rijksmediabijdrage

De rijksmediabijdrage dient ter dekking van de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). De bekostiging van de regionale publieke omroep die hieruit voortkomt wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding en een huishoudenindex verhoogd. De huishoudenindex voor 2026 is voor de regionale publieke omroepen vastgesteld op € 1.053.000. De prijsindexatie voor 2025 is vastgesteld op 3,197% (begroot: 2,0%). Bij het vaststellen van de begroting 2026 is voorzichtigheidshalve gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,5% (de verwachte indexering van het CPB in de augustusraming t.b.v. 2026 bedraagt 2,6 %). Hierbij is dezelfde methodiek van indexeren als in 2025 aangehouden en stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding voor 2026 medio 2026 vast. In overleg met CvdM en het ministerie van OCW is de raming echter wel opgenomen in de begroting. Op deze wijze wordt voor de begroting uitgegaan van een reëler prijspeil. Het ministerie van OCW kan bij de begrotingsbehandeling deze raming nog niet direct meenemen in de bekostiging. De aanvullende bekostiging van de prijsindexatievergoeding volgt na de voorjaarsnota van 2026. De raming bedraagt totaal € 4,73 miljoen en is door alle regionale publieke omroepen op gelijke wijze toegepast.

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

Regionale publieke omroepen bieden adverteerders een landelijk bereik met een regionaal karakter. Met combinaties van online, televisie- en radio-advertenties worden miljoenen mensen per dag bereikt. Adverteerders dragen op die manier mede bij aan de financiering van de regionale publieke omroepen.

Deze bijdrage staat al jaren onder druk doordat steeds meer adverteerders focussen op gerichte onlinecampagnes bij big tech-bedrijven en het totaalaandeel lineair kijken (tv) en luisteren (radio) daalt. De verkoop vindt op twee manieren plaats: via regionale publieke omroepen zelf en via een samenwerkingsverband van de regionale publieke omroepen gericht op centrale landelijke verkoop voor de regionale aanbodkanalen. Voor lineair aanbod is dit met ingang van 2024 ondergebracht bij Ster. Per 2026 volgt ook het online aanbod. Zo kunnen reclamecampagnes breder en tegen lagere kosten worden ingezet.

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

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

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



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

Voor 2026 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale publieke omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale publieke omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten. Alle inkomsten staan ten dienste van uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. Per 2027 is een generieke taakstelling toegepast van € 1,744 miljoen. Het deel van de RPO bedraagt € 70.811. De korting volgt de wijze van verdeling van het totaalbudget rpmi's.

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

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

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

Begroting RPO-organisatie

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Vanaf het jaar 2022, op basis van het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025, is de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO gewijzigd. Zo vindt er meer coördinatie en samenwerking met regionale publieke omroepen plaats op het gebied van (samenwerkings) projecten, dataverzameling en communicatie ten behoeve van de gehele regionale mediasector.



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

De regionale publieke omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Dat zijn de activiteiten die in het activiteitenplan zijn beschreven onder bevordering samenwerking tussen de regionale publieke omroepen. Hiervoor is in 2026 een nog te indexeren bedrag begroot van € 348.953. Dit bedrag is op basis van een procentuele verdeling opgenomen in de begroting van alle regionale publieke omroepen.

Voor 2026 is geen raming van een prijsindexatievergoeding meegenomen. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO begroot.



Het programma Werk aan Uitvoering (WaU)

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

De RPO kan zo samen met de regionale publieke omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van WaU: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Dit draagt bij aan de verbreding en verdieping van bereik en verhoging van de journalistieke kwaliteit. De doelstelling van de RPO voor dit programma luidt: 'de informatie- en nieuwsvoorziening verbeteren en, als gevolg daarvan, het contact met de burger op een hoger niveau brengen door middel van een goede, toekomstbestendige digitale infrastructuur en de inzet van data-analyse en AI'.

Het programma is eind 2022 gestart waarbij initieel gewerkt is met een projectsubsidie. Vanaf 2023 maakt het onderdeel uit van de bekostiging, waarbij jaarlijks de activiteiten en de begroting worden afgestemd, passend binnen de toegekende beschikbare WaU-middelen.

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

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

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

De RPO heeft hierbij te maken met afhankelijkheden. Zo kunnen aspecten van schaarste op de arbeidsmarkt in samenhang met het zeer specialistische karakter van benodigde functies, beschikbare personele capaciteit voor diverse pilotprogramma's en verduurzaming bij de regionale publieke omroepen zorgen voor vertraging in uitvoering of besluitvorming. Als gevolg hiervan kunnen verschuivingen van de inzet van benodigde middelen per tijdvak aan de orde zijn. De aanvraag voor de WaU-middelen als onderdeel van de bekostiging bedraagt voor 2026 € 5,9 miljoen en is inclusief eerdere indexering, maar zonder indexering over 2026. De begroting van het onderdeel Werk aan Uitvoering en de koppeling van de doelstellingen aan ingezette middelen is onderstaand opgenomen.

Begroting WaU-programma 2026

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

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





Begroting RPO 2026

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

Meerjarenraming RPO-organisatie 2027-2030

Bij de meerjarenraming van de RPO-organisatie gaat de RPO uit van voortzetting van de wettelijke taken en levering van diensten aan regionale publieke omroepen zoals voorzien voor 2027. Voor de inzet van de WaU-middelen is rekening gehouden met een indexering van 1% en een lichte afbouw vanaf 2028. De verlaging in 2027 hangt samen met de taakstelling op de mediabegroting.

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

*: inclusief taakstelling

Budgetaanvraag 2026

In tabel hiernaast is het toegekende budget 2025 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2026 opgenomen. Het budget 2025 is voor de bijgestelde indexatie geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2026 bedraagt € 197.363.709 en is exclusief de indexatie van 2026, maar inclusief de al vastgestelde huishoudenindex (€ 1.053.000). In het totaalbudget is de WaU-aanvraag 2026 en de bijdrage aan de RPO opgenomen.

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

Bekostiging

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

De begrotingen van de regionale publieke omroepen zijn sluitend of licht positief. Uitzondering is Omroep Zeeland met een positief resultaat van € 180.000 ter voorbereiding op een verhuizing. De omroep geeft met een meerjarig overzicht van exploitatie, kasstroom en reservepositie (RMA) inzicht in de verwachtingen, waarbij op voorhand in een incidentele overschrijding van de norm van de reserve media-aanbod wordt voorzien. Ook andere omroepen ervaren druk op de bedrijfsvoering vanwege huisvestingsaanpassingen en verplichtingen tot energiebesparende maatregelen. Met uitzondering van Omroep Zeeland, geven omroepen blijk van sluitende begrotingen vanaf 2027.

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

Personeel

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

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

Aanbodkanalen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 www.l1.nl 	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van L1, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	L11alaaf (www.l11alaaf.nl) Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg (www.l1.nl/plat-eweg) Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (overig)

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
www.L1Nieuws.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire nieuws-aanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger. De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
L1 App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire nieuwsaanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, X en Youtube		

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



Stichting RPO

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

085 788 60 40

Volg ons: 

www.stichtingrpo.nl

Fotografie

Eric Binkhorst - pagina 1, 10, 15, 40

Stichting RPO - pagina 2, 3, 11

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

RTV Noord - pagina 7, 27

Omroep West - pagina 7

RTV Oost - pagina 8, 20

NH Media - pagina 8, 13, 31

Omroep Gelderland - pagina 12, 24

Omroep Flevoland - pagina 12, 15, 32, 36

L1 - pagina 14, 19, 30, 35

Omrop Fryslân - pagina 13, 19

Omroep Brabant - pagina 22

Omroep Zeeland - pagina 23, 37

RTV Drenthe - pagina 23, 39

Rijnmond - pagina 27, 41



Statusupdate Overkoepelende plan van aanpak Sociale veiligheid

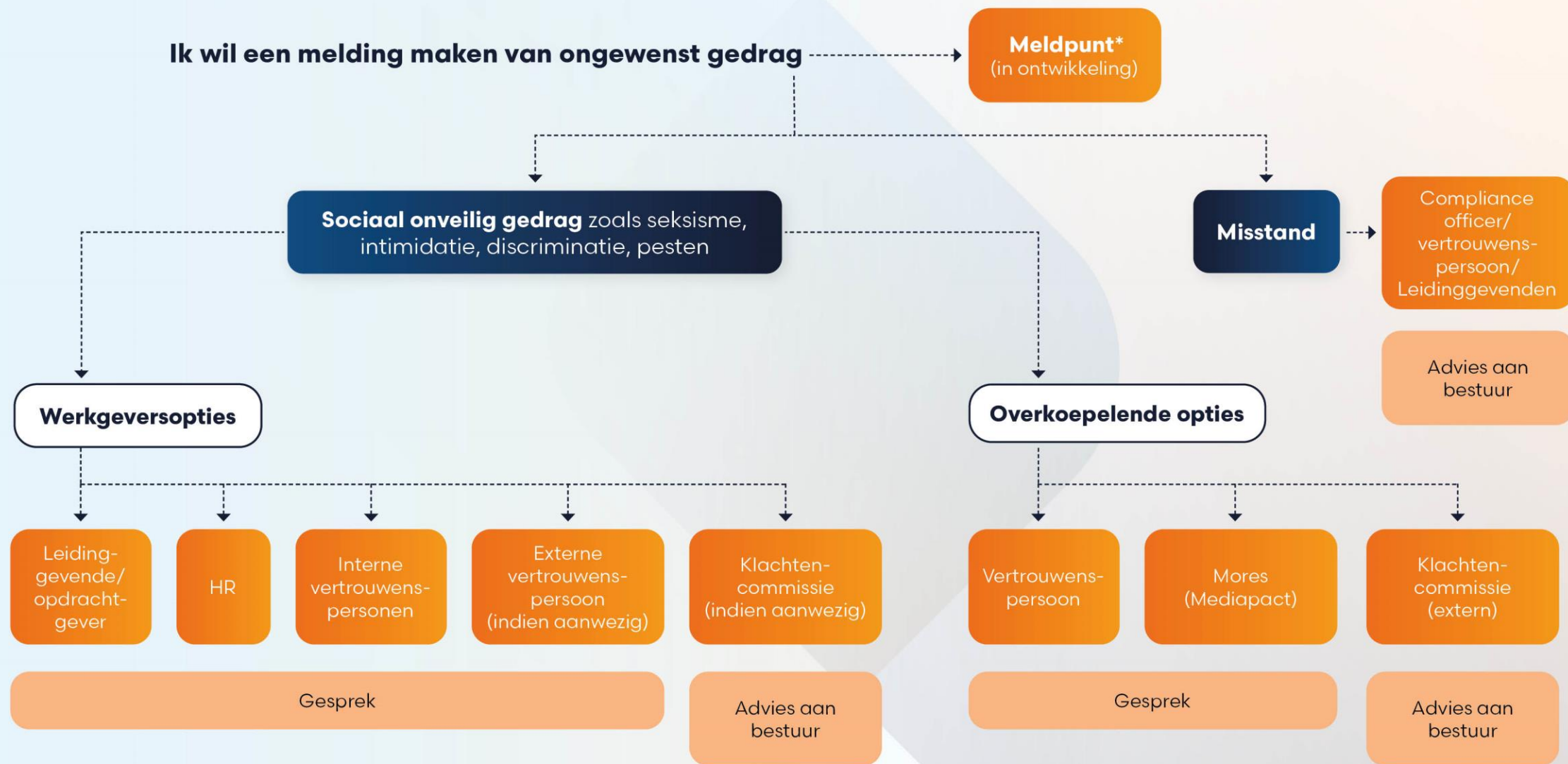
Oktober 2025



Samenvatting statusupdate sociale veiligheid juni 2025

- Overkoepelend Meld- en klachtstructuur geoptimaliseerd (zie de flow chart hierna):
 - Bureau Nazorg conform planning gestopt per 15 mei
 - Overkoepelende VP's gestart per 15 maart
 - Overkoepelende onafhankelijke klachtencommissie gestart per 15 april met nieuwe klachtregeling ongewenste omgangsvormen
- Kenniscentrum (online platform) voor omroepen en NPO ontwikkeld, waarin best practises worden gedeeld
- D&I: actieplan 2025 & Talentcoördinator aangesteld
- Omroepen en NPO hebben eigen plan van aanpak opgesteld en voorgelegd aan het CvdM. Nu bezig met implementatie; HR functie verzwakt, Medewerkerstevredenheidsonderzoeken gehouden, het personeelsbeleid herzien en bezig met een meldpunt.
- Effectief bestuur en toezicht: aanpassing integriteitscode (termijnen en voorbeeldgedrag)
- Verantwoording > CvdM, OCW, Mariette Hamer (3^e en laatste reflectie)
- Periodiek overleg met producenten

Waar kan je terecht als je ongewenst gedrag ervaart binnen de publieke omroep?



A) Erkenning van slachtoffers en nazorg realiseren

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Erkenning en nazorg</u> 1. Instellen Commissie Nazorg 2. Beoordeling welke nazorg nodig is 3. Doorverwijzen van nieuwe meldingen naar de juiste plek 4. Borging Inzichten Commissie Nazorg	Commissie Nazorg instellen voor alle betrokkenen die geraakt zijn door het rapport en die niet naar hun eigen werkgever kunnen of willen gaan. Ook alle individuele werkgevers zullen een veilige plek instellen waar betrokkenen naartoe kunnen (gaat dus niet om een plek voor nieuwe meldingen)	Afgerond.	• NPO • Commissie Nazorg • CvO • Werkgevers

Statusupdate oktober 2025:

- Op 15 mei 2024 werd Bureau Nazorg gelanceerd voor de duur van één jaar. Op 15 mei 2025 is Bureau Nazorg conform afspraak gestopt. Er zijn totaal 25 meldingen geweest.
- Bureau Nazorg had tot doel (voormalige) medewerkers van de publieke omroep die behoefte hebben aan nazorg een onafhankelijk, vertrouwelijk, laagdrempelig en daarmee een veilig aanspreekpunt te bieden om hun behoefte te bespreken en in kaart te brengen en maakte toegang mogelijk tot een aantal opties zoals coaching, mediation, contact met een externe vertrouwenspersoon en psychologische/geestelijke begeleiding. Op 28 mei vond het afrondende gesprek en eindrapportage plaats. Bureau Nazorg heeft kennis en inzichten overgedragen aan de overkoepelende externe vertrouwenspersonen die per 15 maart 2025 zijn gestart.

B) Verbindende rol NPO invullen

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Verbindende rol NPO</u> 1. Invulling verbindende rol NPO 2. Gemeenschappelijke waarden (toezien op totstandkoming door werkgevers) 3. Stimuleer opstellen plan van aanpak van individuele werkgevers 4. Uitvoeren afspraken Mediapact 5. Ontwikkel specifieke aanpak voor seksueel ongewenst gedrag 6. Ontwikkel specifieke aanpak voor het voorkomen van racisme en discriminatie 7. Zorg voor periodieke en overkoepelende verantwoording	Neem als NPO een sterke verbindende (agenderende, stimulerende en faciliterende) rol in het borgen van en veilige werkomgeving en bewaken van gemeenschappelijke waarden binnen de publieke omroep. Het CvO wordt daarin steeds door de NPO meegenomen	Het merendeel van de acties (#1/#2/#3/#4/#7) is afgerond. De focus in de komende periode ligt op het verder uitwerken van acties #5 en #6. De ontwikkeling van deze aanpak heeft in het onlangs gelanceerde kenniscentrum (zie verder) een plek gekregen.	• NPO

Statusupdate oktober 2025:

- In lijn met het overkoepelende plan van aanpak hebben **de NPO en de omroepen ieder een plan van aanpak opgesteld voor de eigen organisatie**. Deze individuele plannen zijn voor 1 september jl. gedeeld met het Commissariaat voor de Media (CvdM) en met de Regeringscommissaris seksueel overschrijdend gedrag en seksueel geweld. Er vindt periodiek overleg plaats tussen het CvdM, de NPO en het CVO over de individuele plannen van aanpak in samenhang met de implementatie van het overkoepelende plan van aanpak.
- Er is een **gezamenlijke, overkoepelende gedragscode (code gewenste omgangsvormen) ontwikkeld** (zie ook onder C) met daarin gemeenschappelijke waarden. De overkoepelende code is inmiddels ingezet of verder uitgewerkt door de individuele werkgevers.

B) Verbindende rol NPO invullen

Vervolg: Statusupdate oktober 2025:

- In het online Kenniscentrum (zie E1/pag 8) wordt de specifieke aanpak voor seksueel ongewenst gedrag en het voorkomen van racisme en discriminatie geborgd. Door het uitwisselen van de verschillende plannen van aanpak die de omroepen hebben opgesteld en de (best) practises die daaruit voortkomen. De ervaringen die de omroepen opdoen worden in het kenniscentrum samengebracht en zorgen voor een breed pallet aan interventies die kunnen worden toegepast om seksueel ongewenst gedrag aan te pakken en het voorkomen van racisme en discriminatie.

C) Leiderschap en zorgplicht werkgever (omroepen en NPO)

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Leiderschap en zorgplicht werkgever</u> 1. Ontwikkel leiderschapscompetenties publieke omroep breed 2. Herzie gedragscode 3. Begeleid presentatoren beter 4. Meer zekerheid voor medewerkers 5. Investeren in talentontwikkeling en D&I 6. Onboarding, beoordelen en belonen verbeteren 7. Monitor werktevredenheid	Introduceer een integrale en eenduidige visie op leiderschap voor de publieke omroep (zie ook B: verbindende rol NPO). Alle werkgevers komen hun zorgplicht na)	Acties #1. Actie #2 is afgerond. Alle overige acties zijn in werking gesteld en hebben een doorlopend karakter.	- NPO - CvO

Statusupdate oktober 2025:

- De **gezamenlijke visie op leiderschap** wordt verder ontwikkeld in het recentelijk gelanceerde door de NPO online kenniscentrum voor alle publieke omroepen. Hiermee is door het inrichten van het kenniscentrum en het samenbrengen van de HR managers en medewerkers van de omroepen net een start gemaakt. Het gesprek met de bestuurders hierover wordt voortgezet als de omroephuizen gevormd zijn.
- Er is in 2024 een **gezamenlijke 'Code gewenste omgangsvormen publieke omroep' ontwikkeld**. Deze gedragscode gaat over de manier waarop we bij de publieke omroep met elkaar omgaan. Drie kernwaarden staan daarbij centraal: respectvol, betrouwbaar en sociaal. Deze waarden zijn de basis voor ons gedrag op het werk, elke dag, onder alle omstandigheden, ten aanzien van iedereen. Daarbij maakt het niet uit welke functie of taak iemand heeft, en of men in vaste dienst is of tijdelijk is ingehuurd. De kernwaarden die in de code staan, vormen aanleiding om een dialoog met elkaar te voeren. Deze overkoepelende gedragscode is inmiddels door een de omroepen en NPO ingezet of uitgewerkt voor de eigen organisaties.

(zie voor een update over #4, #5 en #6 onder E en F)

D) Structuur en opvolging van signalen en meldingen vormgeven

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Structuur en opvolging van signalen en meldingen</u> 1. Implementeer een overkoepelende structuur en opvolging van signalen en meldingen (zie Verbindende rol NPO) 2. Organiseer trainingen (ook bij zorgplicht werkgever) 3. Herijk structuur 4. Organiseer gesprek en intervisie 5. Laat zien wat je doet met meldingen en signalen 6. Kijk naar patronen	Zorg voor een eenduidige en consistente aanpak voor een structuur en opvolging van signalen en meldingen (basisvereisten waar alle werkgevers zich aan houden)	Acties #1/#2/#3 zijn afgerond. Acties #4 t/m 6 zijn doorlopend.	• NPO • CvO

Statusupdate oktober 2025:

- De **flowchart** waarin duidelijk wordt welke mogelijkheden er zijn om ongewenst gedrag te melden, is onlangs aangepast omdat er een aantal nieuwe meld/klachtopties bijgekomen zijn (zie verder de bijlage). Op dit moment wordt door de omroepen en NPO bekeken of er per organisatie één vast meldpunt (zie Handreiking commissaris Seksueel Grensoverschrijdend gedrag en Cultuurverbetering) moet worden ingesteld waar meldingen in eerste instantie kunnen worden gedaan. Dit meldpunt kan de melder adviseren bij het vinden van de juiste route en begeleiden bij het verdere proces.
- Er is een gezamenlijke klachtenregeling ongewenste omgangsvormen ontwikkeld voor de gehele landelijke publieke omroep en er is **per 15 april jl.** een **onafhankelijke externe klachtencommissie ongewenste omgangsvormen landelijke omroep** gestart. Deze klachtencommissie adviseert aan het hoogste uitvoerende orgaan van de organisatie over klachten op het gebied van ongewenste omgangsvormen in de werksituatie. Bij de werving van de commissie is de voorzitter van de COR en een delegatie omroepbestuurders betrokken geweest. De samenstelling van de commissie is divers en bestaat uit rechters, vertrouwenspersonen en deskundige personen op het terrein van sociale veiligheid.
- **Per 15 maart jl.** zijn er twee **gezamenlijke overkoepelende, externe vertrouwenspersonen, Talk&Trust genaamd**, gestart. Deze vertrouwenspersonen zijn beschikbaar voor eenieder tot wie ongewenste omgangsvormen zijn gericht, begaan in de werksituatie van een omroep of de NPO. Hun belangrijkste taak is het opvangen, begeleiden en adviseren van een melder van ongewenst gedrag over mogelijke oplossingsroutes. Voor medewerkers blijft ook de optie om contact te zoeken met de vertrouwenspersonen van hun eigen werkgever bestaan. NPO en diverse omroepen hebben dit jaar extra interne vertrouwenspersonen aangenomen.

D) Structuur en opvolging van signalen en meldingen vormgeven

Vervolg: statusupdate oktober 2025:

De overkoepelende vertrouwenspersonen zullen periodiek contact hebben met de (interne en externe) vertrouwenspersonen van de omroepen en de NPO zodat eventuele patronen tijdig gesignaleerd kunnen worden, er sneller geacteerd kan worden en er kennis uitgewisseld kan worden. Ook de kleine omroepen die veelal geen vertrouwenspersonen tot hun beschikking hebben, kunnen hier goed gebruik van maken.

- Ook worden er **intervisiemomenten gecreëerd** waarin zowel HR-professionals, vertrouwenspersonen als leidinggevenden bij elkaar kunnen komen om te reflecteren en van elkaar te leren en om terugkerende patronen en signalen (eerder) te signaleren.

E) HR functie versterken

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Versterk de HR functie</u> 1. Installeer gezamenlijk kenniscentrum veilige werkomgeving 2. Positioneer HR in organisatie op terrein van een veilige werkomgeving 3. Introduceer een strategisch personeelsbeleid 4. Bied meer zekerheid aan medewerkers 5. Monitor werktevredenheid 6. Onderzoek op welke HR gebieden samenwerking meerwaarde heeft	Iedere werkgever ontwikkelt een strategisch personeelsbeleid en HR adviseert, signaleert en agendeert wanneer het beleid onvoldoende wordt nageleefd	Alles acties zijn in werking gesteld en/of afgerond.	• NPO • CvO

Statusupdate oktober 2025:

- Het **kenniscentrum voor de NPO en de omroepen**, waar informatie en kennis op het gebied van sociale veiligheid bij elkaar komt en gedeeld wordt, is begin mei 2025 gelanceerd. Een werkgroep bestaande uit HR managers van omroepen geeft invulling aan dit centrum. In eerste instantie hebben we in het kenniscentrum de verschillende plannen van aanpak en daaruit voortvloeiende (best) practices samen gebracht. In de vervolgstap is het idee om naast het delen van documentatie ook intervisiemomenten te creëren waar zowel HR-professionals, vertrouwenspersonen als leidinggevenden bij elkaar kunnen komen om te reflecteren en van elkaar te leren en om terugkerende patronen en signalen (eerder) te signaleren.
- Op verschillende plekken binnen de publieke omroep is de HR-functie in 2024 verstevigd, **personeelsbeleid herzien** en werden bij diverse individuele organisaties nieuwe cultuuronderzoeken en/of medewerkerstevredenheidsonderzoeken uitgevoerd.
- In 2027 zal er (indien gewenst en in overleg met de omroepen) een overkoepelend cultuuronderzoek plaatsvinden.
- We werken binnen de publieke omroep nu met meer (en sneller verstrekte) vaste contracten; maximaal drie tijdelijke contracten in 24 maanden (was: zes in 48 maanden) en investeren in ontwikkeling van medewerkers waardoor ze flexibel inzetbaar zijn in organisaties.

F) Zorgplicht NPO uitoefenen

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Zorgplicht NPO</u> 1. Zorg voor meer programmatische zekerheid voor omroepen 2. Communiceer beter bij verandering programmering en verbeter omgangsvormen 3. Geef meer financiële zekerheid voor omroepen 4. Geef meer zekerheid aan medewerkers 5. Onderzoek oplossingen voor medewerkers seizoenprogrammering 6. Gezamenlijke talentontwikkeling 7. Bevorder Diversiteit & Inclusie	De NPO bewaakt dat competitie en samenwerking met elkaar in balans zijn. De NPO geeft de omroepen op voorhand en jaarlijks meer zekerheid t.b.v. haar programmering	Alles acties zijn in werking gesteld en/of afgerond.	• NPO • CvO

Statusupdate oktober 2025:

- Er is een Samenwerkingscode opgesteld tussen omroepen, NPO en producenten waarin afspraken staan over het borgen van sociale veiligheid.
- Het project ‘gedeelde verantwoordelijkheid’ moet **meer zekerheid voor medewerkers, makers en omroepen** bewerkstelligen wat een belangrijk aspect is van de zorgplicht van de NPO. Het eindrapport van dit project is in april 2025 opgeleverd en wordt als bijlage bijgevoegd. De aanbevelingen hebben deels betrekking op het proces bij audio en video en het andere deel bevat een HR component. De aanbevelingen m.b.t. audio/video zijn gedeeltelijk reeds verwerkt in de audio/video intekensystematiek (bijvoorbeeld de termijnen voor evaluatie) en de overige aanbevelingen zijn besproken in het audio/video overleg en worden nog geagendeerd in het HR managers overleg.
- Er is een **gezamenlijk Actieplan D&I ‘24/’25 opgesteld** dat moet bijdragen aan meer diversiteit & inclusiviteit. Hierin staan streefdoelen, voor zowel de programmering als de organisaties, die moeten bevorderen dat de publieke omroep zowel voor als achter de schermen een afspiegeling is van onze samenleving . De voortgang van dit actieplan wordt gemonitord in de Stuurgroep D&I waarin omroep en NPO bestuurders vertegenwoordigd zijn.
- Er is begin 2024 een **Talentcoördinator bij de NPO aangesteld** die gezamenlijk met de omroepen ervoor moet zorgen dat meer jong en divers talent bij de landelijke publieke omroep terecht komt. Er is afgelopen jaar o.a. een website gelanceerd waar alle talentinitiatieven van omroepen staan (zie www.npo.nl/talent) en er zijn diverse scholen bezocht zodat de talentinitiatieven van de publieke omroepen meer bekendheid krijgen.

G) Bestuursstructuur verbeteren – effectief bestuur en toezicht

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Zorg voor een gezonde bestuursstructuur</u> 1. Introduceer bestuurstermijnen 2. Benoem bestuurders van buiten de publieke omroep 3. Draag zorg voor successie 4. Ken rollen en verantwoordelijkheden rond veilige werkomgeving toe	Verbreed het perspectief van bestuurders door aandacht voor tegenspraak, bestuurstermijnen en persoonlijke ontwikkeling van bestuurders en sleutelfunctionarissen	Alle acties zijn in werking gesteld en/of afgerond.	• NPO • CvO • RvT • Werkgevers

Statusupdate oktober 2025:

- Er hebben onlangs wederom enkele wisselingen in de bestuurlijke personele bezetting plaatsgevonden. Bij zowel de NPO als bij omroepen en werden op verschillende plekken binnen de publieke omroep **al maximale bestuurstermijnen ingesteld. De NPO hanteert nu 2x4 jaar voor directeuren en de meerderheid van de omroepen hanteert 2x5 jaar voor bestuurders en directeuren (zie individuele plannen van aanpak).** Daardoor wordt successie in sleutelrollen bevorderd.
- Er wordt op dit moment samen met de omroepen en in overleg met het Commissariaat voor de Media gewerkt aan de **aanpassing van de Code Integriteit publieke omroep 2021**. In deze code worden nadere bepalingen opgenomen m.b.t. goed bestuur en toezicht, waaronder: voorbeeldgedrag. Deze code zal een bindend karakter krijgen.

H) Versterk het toezicht op sociale veiligheid – effectief bestuur en toezicht

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Raden van toezicht</u> 1. Organiseer, reflectie en houd periodiek functioneringsgesprekken 2. Zet sociale veiligheid structureel als onderwerp op de agenda 3. Verbeter informatievoorziening 4. Zie toe op ontwikkeling van bestuurders 5. Voorzie RvT van kennis van sociale veiligheid 6. Organiseer Driehoeksoverleg (OR en bestuur)	Versterk het toezicht van de Raden van Toezicht en zet sociale veiligheid op de agenda	Alle acties zijn in werking gesteld en doorlopend.	• NPO • CvO

Statusupdate oktober 2025:

- Deze acties hebben een doorlopend karakter en zijn geïmplementeerd.
- Sociale veiligheid is een vast onderwerp op de agenda van de RvT. Onlangs is er op initiatief van de RvT van de NPO overleg geweest met de raden van toezicht van de omroepen over de stand van zaken op dit terrein.

I) Verantwoording afleggen over sociale veiligheid

Actie(s)	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
<u>Verantwoording en monitoring</u> 1. Houd periodiek overkoepelend cultuuronderzoek 2. Neem sociale veiligheid op in de jaarlijkse terugblik en jaarverslag 3. Neem sociale veiligheid op in de prestatieafspraken 4. Maak duidelijk wie toezicht houdt en waarop 5. Verantwoording door publieke omroep aan verschillende toezichthouders	De publieke omroep legt verantwoording af over het realiseren van de acties uit dit plan van aanpak en het realiseren van een veilige werkomgeving.	Alle acties zijn in werking gesteld.	• NPO • CVO • Werkgevers

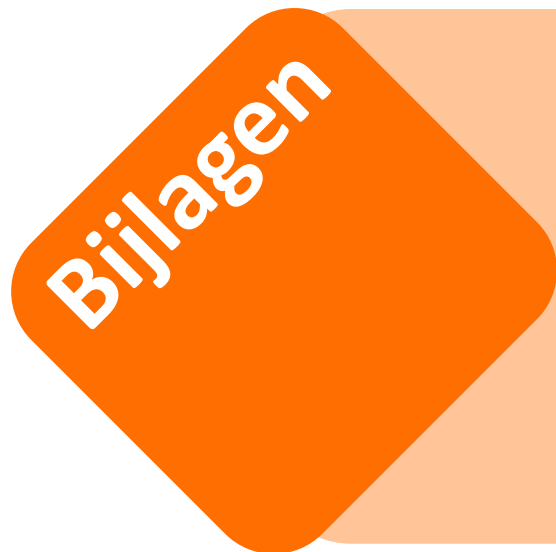
Statusupdate oktober 2025:

- **Sociale veiligheid is/wordt (doorlopend/jaarlijks) meegenomen in de jaarlijkse terugblik**, jaarverslagen en ook opgenomen in prestatieafspraken
- Daarnaast wordt er periodiek verantwoording afgelegd aan OCW, het CvdM en de NPO Raad van Toezicht.

Acties	Omschrijving	Planning	Eigenaar
Acties gezamenlijk plan van aanpak Publieke Omroep			
Rol producenten 1. Vraag plan van aanpak producenten 2. Scherp BPPO aan 3. Realiseer QuickScan	Onderzoek de rol, verantwoordelijkheid voor sociale veiligheid en geldstromen van producenten binnen de driehoek NPO, producenten en omroepen	Acties zijn afgerond.	- NPO - CvO (producenten)

Statusupdate oktober 2025:

- Er is **periodiek overleg met producenten/facilitaire bedrijven** die ook een Plan van Aanpak sociale veiligheid hebben gemaakt en dit hebben gedeeld met de NPO. De producenten willen zich aansluiten bij de onlangs aangestelde overkoepelende onafhankelijke klachtencommissie van de publieke omroep. De voorbereidingen daarvoor worden getroffen.



Samenvatting overkoepelende plan van aanpak sociale veiligheid

Kernacties overkoepelend plan van aanpak

A) Erkenning van slachtoffers en nazorg realiseren



Commissie Nazorg instellen voor alle betrokkenen die geraakt zijn door het rapport en die niet naar hun eigen werkgever kunnen of willen gaan. Ook alle individuele werkgevers zullen een veilige plek instellen waar betrokkenen naartoe kunnen.

Conclusie

B) Verbindende rol NPO invullen



Neem als NPO een sterke verbindende (agenderende, stimulerende en faciliterende) rol in het borgen van een veilige werkomgeving en bewaken van gemeenschappelijke waarden binnen de publieke omroep. Het CvO wordt daarin steeds door de NPO meegenomen.

Aanbeveling 13

C) Leiderschap versterken en betere invulling zorgplicht werkgever



Introduceren van een integrale visie op leiderschap en investeren in zekerheid, werktevredenheid en ontwikkeling voor medewerkers.

Aanbeveling 1 – 5

D) Structuur en opvolging van signalen en meldingen vormgeven



Zorgen voor een eenduidige en consistente aanpak voor een structuur en opvolging van signalen en meldingen.

Aanbeveling 8 – 10

E) HR functie versterken



Iedere werkgever ontwikkelt een strategisch personeelsbeleid en HR adviseert, signaleert en agendeert wanneer het beleid onvoldoende wordt nageleefd.

Aanbeveling 6 & 7

Kernacties overkoepelend plan van aanpak

F) Zorgplicht NPO uitoefenen



De NPO bewaakt dat concurrentie en samenwerking met elkaar in balans zijn. De NPO geeft de omroepen op voorhand en jaarlijks meer zekerheid t.b.v. haar programmering.

Aanbeveling 14

G) Bestuursstructuur verbeteren



Verbreden van het perspectief van bestuurders door aandacht voor tegenspraak, bestuurstermijnen en persoonlijke ontwikkeling van bestuurders en sleutelfunctionarissen.

Aanbeveling 11

H) Versterk het toezicht op sociale veiligheid



Versterken van het toezicht van de Raden van Toezicht en op de agenda zetten van sociale veiligheid.

Aanbeveling 12

I) Verantwoording afleggen over sociale veiligheid



De publieke omroep legt verantwoording af over het realiseren van de acties uit dit plan van aanpak en het realiseren van een veilige werkomgeving.

Conclusie

J) Rol productiehuisen onderzoeken

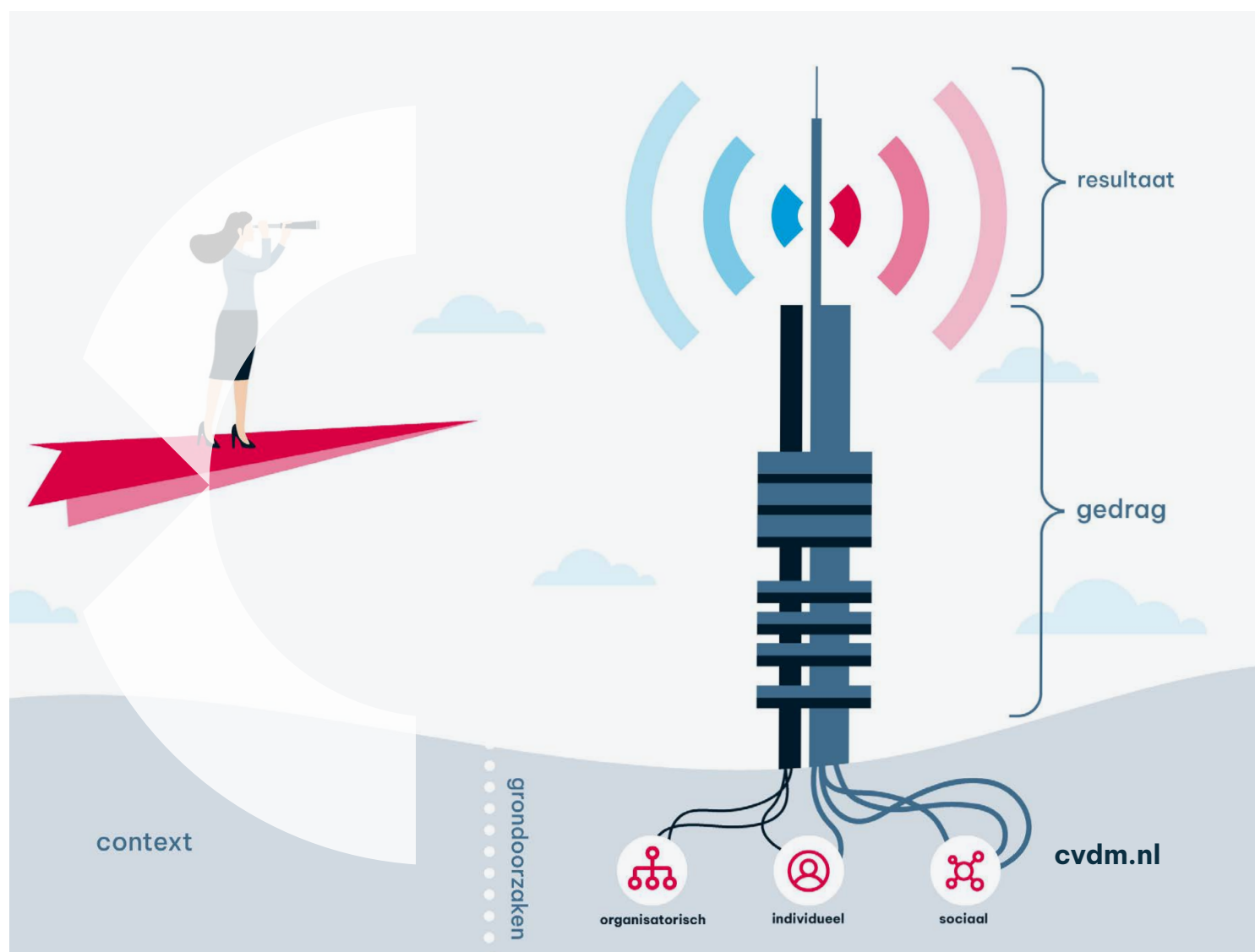


Onderzoeken van de rol, verantwoordelijkheid voor sociale veiligheid en geldstromen van producenten binnen de driehoek NPO, producenten en omroepen.

Aanbeveling 15

Voortgang opvolging rapport van de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen door de landelijke publieke omroepen

November 2025



Inhoud

1	Samenvatting	3
2	Inleiding	4
2.1	Wat ging hieraan vooraf?	4
2.2	Beperkingen in het toezicht door het Commissariaat	5
3	Activiteiten in 2025	6
3.1	Terugkoppeling op de plannen van aanpak	6
3.2	Voortgangsupdate plannen van aanpak	6
3.3	Gesprekken met de omroepen en de NPO	6
4	Belangrijkste thema's in de sector	8
4.1	Inleidend	8
4.2	Reflectie en voorbeeldgedrag door leiderschap	8
4.3	Familiecultuur en aanspreekgedrag	9
4.4	Meldregelingen	9
5	Vooruitblik	11
5.1	Bezuinigingen en stelselwijziging zijn een risico voor sociale veiligheid	11
5.2	Tot slot	11
6	Bijlage	12
	Colofon	13

1 Samenvatting

Op 1 februari 2024 publiceerde de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen (OGCO) het rapport 'Niets gezien, niets gehoord en niets gedaan' over grensoverschrijdend gedrag binnen de landelijke publieke media-instellingen (hierna: publieke omroepen). Naar aanleiding van dit rapport hebben alle publieke omroepen en de NPO een plan van aanpak opgesteld om de sociale veiligheid binnen de publieke mediasector te versterken. Het Commissariaat voor de Media (hierna: het Commissariaat) houdt onder meer toezicht op deze plannen van aanpak.

Het jaar 2025 stond voor het Commissariaat in het teken van terugkoppeling op deze plannen van aanpak en van gesprekken hierover met de besturen en raden van toezicht van de omroepen. Hoewel het Commissariaat deze gesprekken als zeer nuttig beschouwt, hebben we geen toezichtonderzoeken kunnen doen naar de feitelijke stand van zaken bij de verschillende omroepen. Dit komt door een beperkte capaciteit op het gebied van gedrag en cultuur, zoals eerder vermeld in de Voortgangsrapportage 2024¹.

In deze rapportage wordt teruggeblikt op het proces tot nu toe (Hoofdstuk 2), onze activiteiten in 2025 (Hoofdstuk 3), de belangrijkste thema's binnen de sector (Hoofdstuk 4) en wordt tot slot een korte vooruitblik gegeven (Hoofdstuk 5).

Uit de gesprekken met besturen en raden van toezicht kwamen drie centrale en steeds terugkerende thema's naar voren:

- (i) reflectie en voorbeeldgedrag door leiderschap
- (ii) familiecultuur en aanspreekgedrag
- (iii) meldregelingen

In algemene zin lijkt er meer bewustwording te zijn van (de impact van) sociale (on)veiligheid op medewerkers en de organisaties en zijn meerdere maatregelen uit de plannen van aanpak inmiddels van de grond gekomen. Tegelijkertijd is er ook nog steeds veel werk aan de winkel. Een cultuurverandering vraagt immers om een lange adem en een goed doordachte combinatie van interventies die samen de grondoorzaken van ongewenst gedrag wegnemen. Dat brengt ons tot vijf aanbevelingen:

1. Versterk leiderschap en voorbeeldgedrag

Leiderschapsgedrag is cruciaal voor duurzame cultuurverandering. Dit vraagt van bestuurders, management en raden van toezicht om actief te reflecteren op hun eigen rol in het ontstaan en voortduren van sociale onveiligheid. Ontwikkel een duidelijke leiderschapsvisie (waar dat nog niet is gebeurd)

waarin gewenst gedrag expliciet wordt benoemd en vertaald naar de praktijk. En toon consistent voorbeeldgedrag.

2. Pak de risico's van de 'familiecultuur' aan

De hechte, loyale cultuur binnen veel omroepen kent ook een keerzijde: het kan het aanspreken op ongewenst gedrag bemoeilijken. Werk gericht aan een aanspreekcultuur waarin openheid, tegenspraak en eerlijke communicatie worden gestimuleerd.

3. Verbeter en verduidelijk meldregelingen

Maak meldprocessen duidelijk, toegankelijk en transparant – medewerkers moeten weten waar (één herkenbaar kanaal) ze terecht kunnen met zorgen of klachten. En wees, waar mogelijk, transparant over de wijze waarop meldingen worden behandeld om te laten zien dat meldingen serieus worden genomen. Zorg dat medewerkers zich veilig voelen om zich uit te spreken en maak zichtbaar wat er wordt gedaan met signalen en meldingen.

4. Houd sociale veiligheid structureel op de agenda

Sociale veiligheid mag geen tijdelijk project zijn, maar moet structureel onderdeel vormen van bestuur, toezicht en beleid. Dat vraagt ook om continue monitoring om er zo scherp op te blijven of de maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan de beoogde verandering. In de context van bezuinigingen en de voorgenomen stelselwijziging is dit extra belangrijk. Immers, een geslaagde stelselwijziging is het meest kansrijk wanneer gezonde organisatieculturen in elkaar opgaan. Juist in deze transitiefase kunnen besturen en raden van toezicht vanuit de focus op een gezonde organisatiecultuur problemen in de toekomst voorkomen.

5. Zorg voor voldoende toezichtcapaciteit

Het Commissariaat heeft onvoldoende middelen om diepgaand toezicht te houden en onderzoek te doen. Om effectief toezicht te kunnen houden op sociale veiligheid is meer capaciteit en specifieke expertise noodzakelijk.

Een sociaal veilige werkomgeving is noodzakelijk om de publieke mediaopdracht goed te kunnen vervullen. Duurzame verbetering van sociale veiligheid binnen de publieke omroepen vraagt om adequaat en reflectief leiderschap in woord én daad, elkaar leren aanspreken op gedrag, heldere meldprocedures, een veilige meldomgeving, en structurele aandacht en middelen om de cultuurverandering daadwerkelijk te realiseren – ook (of: juist) ten tijde van de bezuinigingen en stelselwijziging.

¹ [Voortgang opvolging rapport van de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen door de landelijke publieke omroepen](#), November 2024

2 Inleiding

Deze voortgangsrapportage is opgesteld door het Commissariaat om te informeren over de huidige stand van zaken ten aanzien van het verbeteren van de sociale veiligheid bij de publieke omroepen en de NPO. In november 2024 publiceerde het Commissariaat hierover al een eerste rapportage getiteld: 'Voortgang opvolging rapport van de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen door de landelijke publieke omroepen'².

Deze rapportage is toegespitst op de werkzaamheden van het Commissariaat sinds november 2024 en relevante ontwikkelingen die we op dit terrein hebben gesignaleerd in de sector.

2.1 Wat ging hieraan vooraf?

Op 1 februari 2024 bracht de OGCO het rapport 'Niets gezien, niets gehoord en niets gedaan' uit. De directe aanleiding hiervoor was de berichtgeving in de media over grensoverschrijdend gedrag bij het televisieprogramma De Wereld Draait Door. De centrale vraag van de OGCO was hoe de sociale veiligheid van medewerkers bij de publieke omroepen kan worden verbeterd. Het rapport liet zien dat het probleem van grensoverschrijdend gedrag breed speelt binnen de sector en grote gevolgen heeft voor individuele medewerkers, organisaties en het media-aanbod. De OGCO wijst erop dat sociale onveiligheid en grensoverschrijdend gedrag afbreuk doen aan journalistieke kwaliteit en creativiteit, en kunnen leiden tot onethisch gedrag. Ervaren druk op het halen van (onrealistische) doelen kan er bijvoorbeeld toe leiden dat medewerkers ethische of journalistieke normen overschrijden. De constatering van de OGCO raken daarmee rechtstreeks aan de publieke taakuitoefening waarop het Commissariaat toezicht houdt: het uitvoeren van de publieke mediaopdracht door de publieke omroepen.

Op 20 februari 2024 heeft het Commissariaat alle publieke omroepen en de NPO gevraagd om voor 1 mei 2024 een plan van aanpak in te dienen waaruit blijkt op welke wijze zij invulling geven aan de bevindingen van de OGCO. Uiteindelijk is de deadline voor de definitieve versie van het plan van aanpak uitgesteld tot 1 september 2024. In de plannen van aanpak moest ten minste aandacht worden besteed aan de elementen: reflectie, reparatie, risicoanalyse en verandervermogen. Voor elk van deze elementen hebben we de verwachtingen nader uitgewerkt.

In de voortgangsrapportage van november 2024 constateerden we grote verschillen in de kwaliteit van de plannen van aanpak van de publieke omroepen. We zagen positieve elementen in de plannen, maar ook belangrijke aandachtspunten. De plannen van aanpak bevatten bijvoorbeeld organisatorische verbeteringen en acties die zagen op het verduidelijken van het proces voor het melden van ongewenst gedrag. Minder duidelijk werd nog hoe de plannen aansloten bij de grondoorzaken van het ongewenste gedrag of hoe gezorgd werd voor een omgeving waarin medewerkers zich durven uitspreken. Daarnaast lichtten we consistent voorbeeldgedrag en het verbeteren van de kwaliteit van leiderschap uit als voorwaarden voor duurzame gedragsverandering.

We concludeerden dat de plannen van aanpak nog onvoldoende waren om duurzame gedragsverandering te realiseren. We benadrukten dat de plannen van aanpak verder moeten gaan dan organisatorische maatregelen en moeten inspelen op de diepere sociale en culturele oorzaken van grensoverschrijdend gedrag.

Tijdslijn 2024

Werkzaamheden Commissariaat voor de Media

- **1 februari 2024** – Verschijning rapport 'Niets gezien, niets gehoord en niets gedaan' door OGCO.
- **20 februari 2024** – Het Commissariaat vraagt middels eerste sectorbrief aan alle publieke omroepen en de NPO om een plan van aanpak sociale veiligheid in te dienen.
- **1 mei 2024** – Sector levert (eerste documenten voor) plan van aanpak aan.
- **6 juni 2024** – Reflectie op aangeleverde stukken. Het Commissariaat deelt hierop middels een tweede sectorbrief reflecties en doet een verzoek tot verdere aanscherping met bijbehorende instructies.
- **1 september 2024** – Sector levert definitief plan van aanpak aan.
- **November 2024** – Publicatie Voortgangsrapportage 2024 door het Commissariaat.

² [Voortgang opvolging rapport van de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen door de landelijke publieke omroepen](#), November 2024

2.2 Beperkingen in het toezicht door het Commissariaat

Het toezien op de kwaliteit en de uitvoering van de plannen van aanpak legt een groot beslag op de beperkte capaciteit van het Commissariaat en vraagt bovendien specifieke gedrag- en cultuurexpertise. Het Commissariaat heeft verschillende medewerkers met deze expertise aangetrokken en werkt (ook intern) nog aan het verder ontwikkelen van de kennis en expertise die nodig is om effectief toezicht te houden op een cultuurverandering van deze omvang. Om voldoende tijd vrij te maken voor een goede invulling van zijn taak ten aanzien van de plannen van aanpak heeft het Commissariaat zijn werkzaamheden opnieuw geprioriteerd.

Ook na het opnieuw prioriteren en de risicogestuurde aanpak van het Commissariaat kan nog altijd niet voldoende capaciteit worden vrijgemaakt om een goede invulling van de toezichtrol te garanderen. Daarbij komt dat het werkkterrein van de gedrag- en cultuurexperts breder is dan sociale veiligheid bij de publieke omroepen. Het Commissariaat had graag meer diepgaand onderzoek uitgevoerd bij een aantal omroepen om vast te stellen wat daar de feitelijke stand van zaken, bijvoorbeeld door te onderzoeken hoe maatregelen worden ontvangen door medewerkers binnen de omroepen, hoe deze in de praktijk uitwerken en of ze daadwerkelijk zien op de grondoorzaken van problemen. Op dit moment heeft het Commissariaat hier zelf geen vaststellingen over kunnen doen.

Risicogestuurd toezicht

Het Commissariaat houdt risicogestuurd toezicht op de uitvoering van de plannen van aanpak, wat betekent dat de intensiteit van het toezicht afhangt van hoe hoog de risico's bij een omroep worden ingeschat. In de prioritering wordt rekening gehouden met de aard en omvang van de activiteiten van de omroep, de ernst van signalen en hoe lang een situatie al voortduurt, de wijze waarop daarmee om is gegaan en de kwaliteit van de reflectie, en het plan van aanpak en het proces van totstandkoming daarvan.

Het Commissariaat heeft deze problematiek in 2024 verschillende malen opgebracht bij het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) – zo ook in de Voortgangsrapportage van november 2024. De minister heeft hierop laten weten dat de financiële afspraken uit het hoofdlijnenakkoord tot moeilijke keuzes hebben gedwongen en dat het ministerie met het Commissariaat in gesprek blijft over de toezichtlast³. Dit is inderdaad ook in 2025 onderwerp van gesprek gebleven, maar er zijn tot op heden nog geen veranderingen geweest in de toekenning van capaciteit.

De activiteiten van het Commissariaat over 2025 (Hoofdstuk 3) dienen dan ook in deze context te worden geplaatst.

³ [Kamerbrief voortgang opvolging rapport Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen, 27-11-2024](#)



3 Activiteiten in 2025

Vanwege de beperkte capaciteit heeft het Commissariaat scherpe keuzes moeten maken in de inzet van zijn toezicht. Naast de eerder beschreven uitdagingen, hebben we veel tijd besteed aan het met de publieke mediasector bespreken van nut en noodzaak van het toezicht op sociale veiligheid, en hebben zich verschillende incidenten voorgedaan die eveneens een beroep hebben gedaan op de capaciteit van onze gedrag- en cultuurexperts.

De werkzaamheden van het Commissariaat hebben zich daarom beperkt tot de hieronder beschreven stappen. Wel hebben we voortdurend kennis genomen van relevante ontwikkelingen in de sector, zoals vanuit de Regerings-commissaris seksueel grensoverschrijdend gedrag, en hebben we deze inzichten meegenomen in de uitvoering en prioritering van het toezicht⁴.

3.1 Terugkoppeling op de plannen van aanpak

We hebben de plannen van aanpak van de publieke omroepen geanalyseerd op vier elementen: reflectie, reparatie, risico-analyse, verandervermogen/kwaliteit van het plan van aanpak. Op basis van deze elementen hebben we terugkoppeling gegeven aan de omroepen. Het grootste gedeelte van de omroepen⁵ kreeg deze terugkoppeling individueel per brief

– zie voorbeeld hieronder. In de brief werden zowel positieve punten als aandachtspunten als aanbevelingen uitgelicht.

3.2 Voortgangsupdate plannen van aanpak

Het Commissariaat verzocht een aantal omroepen en de NPO om vier maanden na het aanleveren van hun (aangepaste) plan van aanpak opnieuw te rapporteren over de voortgang van hun plan van aanpak en de realisatie van de daarin genoemde mijlpalen. Het Commissariaat heeft deze selectie van omroepen op risicogestuurde wijze gemaakt. Van al deze omroepen heeft het Commissariaat tijdig een update ontvangen en aanvullend inzicht gekregen in de (status van de) plannen van aanpak.

3.3 Gesprekken met de omroepen en de NPO

Naar aanleiding van de terugkoppelingsbrieven hebben we de besturen en raden van toezicht van de publieke omroepen en de NPO uitgenodigd voor een gesprek⁶. Deze gesprekken vonden plaats over een periode van een aantal maanden; met sommige besturen en/of raden van toezicht is meer dan één gesprek gevoerd gezien de ontwikkelingen bij de omroepen in kwestie.

Voorbeeld uit terugkoppelingsbrief

Aandachtspunt

Het Commissariaat kan uit het plan van aanpak niet opmaken of tussen de directie en RvT expliciet is stilgestaan bij de vraag in hoeverre het huidige leiderschap in staat is om de cultuuromslag te leiden en of er voldoende draagvlak is voor het leiderschap.

Aanbeveling

Maak – zodra zicht is op het draagvlak voor het huidige leiderschap – helder welke aanvullende maatregelen eventueel nog getroffen moeten worden om dit draagvlak te herstellen of versterken.

4 Kort na de Voortgangsrapportage uit november 2024 publiceerde de Regeringscommissaris Seksueel Grensoverschrijdend Gedrag en Seksueel Geweld (RCGOG) haar derde reflectie: [Brief aan staatssecretaris Gräper voor Cultuur en Media over reflectie op plan van aanpak NPO voor sociale veiligheid](#), 27-03-2024. De adviescommissie geeft aan dat er bij medewerkers onzekerheid bestaat over de rollen en verantwoordelijkheden van de verschillende actoren binnen de publieke mediasector en roept op hier meer duidelijkheid over te scheppen. De RCGOG verwijst onder meer naar het Convenant over dit onderwerp in de cultuursector. Zie bijlage voor een uiteenzetting van de verschillende rollen en verantwoordelijkheden.

5,6 Voor sommige omroepen is vanwege ontwikkelingen een andere aanpak gekozen.

Het doel van deze gesprekken was naast het ophalen van informatie (zie ook hieronder) vooral het aanspreken op verantwoordelijkheden en het aanzetten tot actie.

De gesprekken hadden concreet tot doel:

- Duidelijk maken dat het creëren van sociale veiligheid door omroepen onverminderd belangrijk is; het onderwerp op de agenda houden.
- Dieper inzicht krijgen in hoe ver de omroep is met de implementatie van het plan van aanpak.
- Begrijpen in hoeverre het bestuur de juiste stappen zet om effectieve en duurzame verandering te realiseren.
- Inzicht krijgen in hoe het bestuur monitort dat de ingezette maatregelen ook daadwerkelijk bijdragen tot verbetering.
- Nagaan in hoeverre de raad van toezicht betrokken is bij de opzet en implementatie van het plan van aanpak door inzicht te verkrijgen in hoe de raad van toezicht:
 - monitort dat ingezette maatregelen ook daadwerkelijk bijdragen aan verbetering;
 - als interne toezichthouder toeziet op de mate waarin het bestuur een gezonde organisatiecultuur bevordert;
 - breder toeziet op de effectiviteit van het interne risicomanagement- en controlesysteem.



4 Belangrijkste thema's in de sector

4.1 Inleidend

De gesprekken met de omroepen gaven ons aanvullend inzicht in de plannen van aanpak. Zo kwamen tijdens de gesprekken verschillende casussen en praktijkvoorbeelden aan bod, is meer duiding gegeven aan genomen maatregelen en konden we hierover kritische vragen stellen aan de besturen en raden van toezicht. Sinds de vorige voortgangsrapportage zien we dat er wederom stappen zijn gezet; de maatregelen uit de plannen van aanpak zijn waar nodig verder uitgewerkt en (deels) in de praktijk gebracht. In algemene zin lijkt er meer bewustwording te zijn van (de impact van) sociale (on)veiligheid op medewerkers en de organisaties, maar er is ook nog steeds veel werk aan de winkel.

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de belangrijkste thema's uit de gesprekken met de besturen en raden van toezicht. De quotes die in dit hoofdstuk staan, zijn afkomstig uit deze gesprekken.

4.2 Reflectie en voorbeeldgedrag door leiderschap



Positieve punten

Het Commissariaat heeft telkens benadrukt dat het voor het slagen van de cultuurverandering van belang is dat bestuur, raad van toezicht en management een goed en gedeeld beeld hebben van hun eigen rol in het ontstaan en voortduren van het ongewenste gedrag. Dit dient als basis om gezamenlijk te bepalen wat de beoogde verandering van bestuur en raad van toezicht vraagt, bijvoorbeeld in termen van voorbeeldgedrag.

In algemene zin zien we dat leiderschapsgedrag steeds meer wordt (h)erkend als de **sleutel tot verandering**. Die bewustwording is een hele belangrijke ontwikkeling. Leiders creëren immers de condities voor de rest van de organisatie.

Meerdere omroepen hebben gewerkt aan een **leiderschapsvisie**. De gesprekken lieten zien dat een terugkerend thema daarbinnen is om meer te focussen op de 'mens-kant' in de organisatie en minder (alleen) op de inhoud. Met de ontwikkeling van de leiderschapsvisies zijn ook stappen gezet in het verder expliciteren en concretiseren van het gewenste gedrag.

Ook zijn er acties ondernomen in het **versterken van de organisatiestructuur**, wat ook ondersteunend werkt voor de leiderschapsvisies. Zo hebben verschillende omroepen de HR-functie uitgebreid, de performance-cyclus aangescherpt, verdere invulling gegeven aan competentie management en initiatieven gestart in het kader van coaching en leiderschapsontwikkeling. Of de uitwerking daarvan ook het beoogde resultaat oplevert, moet nog blijken.



Alles valt of staat met goed leiderschap.



Aandachtspunten

Voor sommige omroepen geldt dat het reflecteren op de eigen rol van bestuurders en/of raden van toezicht ten aanzien van sociale veiligheid nog te beperkt was. Om die reden brachten we dit onderwerp bij verschillende omroepen herhaaldelijk onder de aandacht en vroegen we door op hoe die reflectie heeft plaatsgevonden en tot welke inzichten dat heeft geleid. Daarnaast merken we op dat reflectie in veel gevallen ingewikkeld wordt gevonden wanneer men bevraagd wordt op persoonlijk functioneren en gevraagd wordt om daar lessen uit te trekken voor de toekomst. De reflectie door het leiderschap binnen de publieke omroepen blijft een belangrijk aandachtspunt voor het Commissariaat.

Nog niet alle omroepen hebben een leiderschapsvisie ontwikkeld en/of voldoende concreet gemaakt wat die visie betekent voor de organisatie in termen van gedrag. Het Commissariaat spoort de omroepen die dat (nog) niet hebben gedaan daarom aan om alsnog een leiderschapsvisie te ontwikkelen en/of dat verder te concretiseren.

Met het ontwikkelen van een leiderschapsvisie is het overigens nog geen voldongen feit dat het gedrag van leiders ook daadwerkelijk verandert. De visie moet uitgedragen worden (en blijven worden) in de organisatie, en er moet op worden aangestuurd en aangesproken. Voor sommige omroepen kan op dit vlak ook nog aanvullende reparatie nodig zijn, bijvoorbeeld wanneer gekozen is om geen afscheid te nemen van bepaald leiderschap dat heeft bijgedragen aan een sociaal onveilige werkomgeving. Het Commissariaat is niet zeker of de urgentie voor reparatie ruim anderhalf jaar na het verschijnen van het OGCO-rapport nog voldoende wordt gevoeld.

Bij sommige omroepen leeft bijvoorbeeld ook de behoefte om 'meer vooruit te kijken' en tijd te besteden aan 'mooie programma's maken'. Dit wordt tegenover 'het werken aan sociale veiligheid' geplaatst. Deze boodschap vinden we zorgelijk – zeker met de kennis dat het vertrouwen van medewerkers in het slagen van de cultuurverandering nog broos kan zijn, omdat eerdere inspanningen soms te oppervlakkig waren of niet altijd consistent is omgegaan met meldingen. Cultuurverandering kost veel tijd en vraagt om volledige inzet, met een lange adem. Waarbij het van belang is dat men zich realiseert dat voor het maken van hoogwaardige programma's en het vervullen van de publieke mediaopdracht, een gezonde organisatiecultuur van cruciaal belang is.

4.3 Familiecultuur en aanspreekgedrag



Positieve punten

Verschillende publieke omroepen beschrijven hun organisatiecultuur als een '**familiecultuur**'. Hoewel een familiecultuur in de eerste instantie heel prettig kan zijn – deze cultuur typeert zich als sterk gericht op warme relaties en loyaliteit –, brengt het ook risico's mee. Het kan extra moeilijk zijn om elkaar aan te spreken op gedrag of 'het goede gesprek te voeren' wanneer medewerkers zeer nauw met elkaar omgaan en er grote onderlinge loyaliteit bestaat: spanningen worden vaak gezien als iets wat de onderlinge relaties in gevaar kan brengen en wordt om die reden vaak vermeden. Hier hebben we met verschillende omroepen uitgebreid bij stilgestaan; meerdere omroepen hebben aangegeven dat zij hier ook met elkaar op hebben gereflecteerd om beter te begrijpen en te kunnen duiden wat de impact van een familiecultuur op hun organisatie is.

Er lijkt een toenemend bewustzijn van de potentiële keerzijde van een familiecultuur bij de omroepen. Zo wordt er door verschillende omroepen gewerkt aan het creëren van een **aanspreekcultuur** en/of het 'organiseren van **tegenspraak**'. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door feedbacktrainingen aan te bieden of door werknemers aan te sporen om directer met elkaar te communiceren en meer te 'zeggen waar het op slaat'. Andere voorbeelden die we in dit kader hebben gezien gaan over open en transparant communiceren met de organisatie, bijvoorbeeld tijdens *all staff* meetings, of expliciet vragen om input uit andere hoeken in de organisatie. Transparante communicatie – ook over ingewikkelde onderwerpen – wordt meermaals genoemd als belangrijk middel tot verbinding.

Waar voorheen nog gekozen kon worden voor niet communiceren over bepaalde onderwerpen, bijvoorbeeld omdat nog niet alles duidelijk was, wordt nu bewust vaker gekozen om juist transparant te zijn over wat speelt en waarom. Dit wordt bijvoorbeeld ook in verband gebracht als belangrijk middel met betrekking tot de bezuinigingen en stelselwijziging.



Aandachtspunten

Het creëren van een aanspreekcultuur is een mooi doel om na te streven. De vraag is wel of niet te snel voorbij wordt gegaan aan welke oorzaken er ten grondslag liggen aan het niet-aanspreken. Oplossingen als feedbacktrainingen – bedoeld om medewerkers vaardigheden aan te leren om goed feedback te geven – zijn op zichzelfstaand vaak onvoldoende. Zo gaat elkaar aanspreken bijvoorbeeld óók over: in hoeverre heeft het consequenties als je je uitspreekt (word je daar bijvoorbeeld op afgerekend), maar ook over in hoeverre er wordt geluisterd naar degene die zich uitspreekt (of maakt het eigenlijk niet uit of je je uitspreekt en gebeurt er vrijwel niets mee). Dat laatste betekent niet meer dan dat er transparant gecommuniceerd moet worden over wat werknemers wel en niet kunnen verwachten in relatie tot het onderwerp waarover ze zich uitspreken. Het Commissariaat is alert op de verdere vertaalslag en uitwerkingen van de maatregelen ten aanzien van de familiecultuur.

4.4 Meldregelingen



Positieve punten

De meeste publieke omroepen hebben verschillende stappen ondernomen om hun meldregelingen aan te scherpen. Zo is er door de meeste omroepen een vorm van een 'beslisboom' ontwikkeld om duidelijker te maken waar je binnen de organisatie naar toe kan met zorgen of klachten. Als deze al bestond, is het in de meeste gevallen verder aangescherpt op basis van de inzichten vanuit het OGCO-rapport. Het Commissariaat heeft van de meeste omroepen een herziene meldregeling ontvangen ter inzage. Ook is er in het kader van de meldregelingen uitgebreid met de omroepen gesproken over reparatie en nazorg.



In een familiecultuur als de onze willen we graag dat mensen erbij horen en zijn we daarom nog wel eens te lief voor elkaar.



Aandachtspunten

In meerdere gesprekken kwam de veelheid aan meldregelingen en -loketten na het verschijnen van het OGCO-rapport ter sprake. Verschillende omroepen gaven aan dat het lastig is om alle mogelijkheden bij te benen en graag zouden zien dat dit wordt beperkt tot hun interne meldregeling om zo onduidelijkheid te voorkomen.

Zoals ook aangegeven in 4.3 blijft het een aandachtspunt om te borgen dat de organisatiecultuur veilig genoeg is om ook daadwerkelijk gebruik te maken van een meldregeling. Een goede werking van een meldprocedure vraagt niet alleen om een goed proces en een heldere governance, maar ook om begrip van wat medewerkers op gedragsniveau kan weerhouden van het doen van meldingen. Een van de randvoorwaarden is dat er absolute helderheid vooraf bestaat over het proces, de betrokken personen, de beslisstructuur en de besliscriteria. De meeste omroepen hebben wel hun meldstructuur inzichtelijker gemaakt, maar nog niet een gedetailleerde uitwerking opgenomen van andere onderdelen in het meldproces, zoals een onafhankelijke 'beslistafel' waarin verschillende perspectieven samenkomen om te beslissen over het vervolg op een melding. Een ander helpend aspect is als organisaties een poging doen om transparant te zijn over hun handelen in gevallen van grensoverschrijdend gedrag. Vaak kan dat wegens privacyredenen niet, maar alleen al uitleggen hoe je het proces hebt doorlopen is voor een medewerker al een teken dat de organisatie het melden serieus neemt.



5 Vooruitblik

De plannen van aanpak zijn een eerste stap in een intensief proces van cultuurverandering en vragen om doorlopende aandacht. Een cultuurverandering vraagt immers om een lange adem, duidelijke prioritering, stappen (blijven) zetten en deze evalueren. Nu breekt de tijd aan van laten zien dat de plannen van aanpak niet alleen in woord, maar ook in daad leiden tot meer sociale veiligheid en een gezondere organisatiecultuur.

Er kunnen vele maatregelen getroffen worden, maar uiteindelijk gaat het erom wat de effecten ervan zijn om te bepalen of het de juiste maatregelen zijn. Oftewel: dragen de maatregelen ook daadwerkelijk bij aan hetgeen je beoogt te veranderen? Onze vraag: 'waar zie je aan of het de goede kant op gaat binnen de organisatie' werd niet altijd even concreet beantwoord, terwijl daar juist het verschil gemaakt kan worden. Daarom doen we in deze rapportage opnieuw de oproep aan leiders om vanuit een gedeelde visie op gedrag- en cultuurverandering systemen op te zetten voor monitoring en leren, om er zo scherp op te kunnen blijven of de maatregelen ook daadwerkelijk bijdragen aan de beoogde verandering. Bovendien moet monitoring op het onderwerp sociale veiligheid niet op zichzelfstaand plaatsvinden, maar onderdeel zijn van de bredere bedrijfsvoering, zoals het formuleren van een strategie of het inrichten van de governance, zodat tijdig kan worden bijgestuurd in de aanpak.



Voordat je dit hele systeem hebt veranderd ben je nog wel even bezig. (...) Het duurt lang, de gedragsverandering.

5.1 Bezuinigingen en stelselwijziging zijn een risico voor sociale veiligheid

De bezuinigingen en stelselwijzigingen zijn in vrijwel alle gesprekken met de besturen en raden van toezicht ter sprake gekomen. Als (terechte) zorg, maar ook als reden om minder aandacht te kunnen besteden aan de cultuurverandering en sociale veiligheid. Door de bezuinigingen en stelselwijzigingen is wat sommige omroepen betreft nog maar beperkt tijd beschikbaar voor sociale veiligheid.

Kortom, hiermee dreigt aandacht voor sociale veiligheid naar de achtergrond te verschuiven. Dat is in het huidige bestel al een risico, maar geldt eens te meer nu sprake is van bezuinigingen en de stelselwijziging. Door deze ontwikkelingen kan sociale veiligheid namelijk nog verder onder druk komen te staan. De gezondheid van een organisatie is een

kritische succesfactor in het al dan niet slagen van dergelijke wijzigingen. Met andere woorden: de publieke omroepen hebben er baat bij dat de organisatiecultuur dusdanig goed is dat gezonde organisaties met elkaar gaan clusteren.

Het Commissariaat maakt zich hier ernstige zorgen over. De oplossing? Sociale veiligheid hoog op de prioriteitenlijst hebben staan. Nu, maar ook straks, als de stelselwijziging eenmaal van kracht is en verschillende culturen met elkaar onder één paraplu door het leven gaan. De voortgang hiervan monitoren en het goede gesprek blijven voeren met de publieke omroepen vraagt ook om capaciteit van het Commissariaat als externe toezichthouder.



Er moeten keuzes gemaakt worden over omroephuizen – wie met wie. Dat is grond voor sociale onveiligheid.

5.2 Tot slot

Tot slot is het van belang op te merken dat gedrag- en cultuurtoezicht veel breder is dan sociale veiligheid of grensoverschrijdend gedrag. Gedrag- en cultuurtoezicht gaat ook over onderwerpen als besluitvorming, leiderschap en communicatie. In hoeverre dragen deze aspecten bij aan de doelen van de publieke omroepen, of loopt men daardoor wellicht (onnodige) risico's? Meer concreet gaat het bijvoorbeeld over vragen als: wat is de mate van tegenspraak in een organisatie? In hoeverre worden bij besluitvorming belangen evenwichtig afgewogen en in hoeverre wordt dit door het leiderschap, sociale normen en psychologische veiligheid aangemoedigd (of juist niet)? Of: hoe gaat de organisatie om met fouten?

Aandacht voor dergelijke thema's in de publieke mediasector is essentieel voor het borgen van de kwaliteit van het media-aanbod en het voorkomen van zaken die daar bij in de weg staan. Door breder toezicht te houden op gedrag en cultuur kan risicovol gedrag eerder herkend en bijgestuurd worden vóór risico's ontstaan of zich openbaren. Zo verminderen en voorkomen we problemen in de toekomst.

Toezicht op gedrag en cultuur staat dus niet op zichzelf en is niet enkel gericht op het bevorderen van een gezonde werkomgeving voor medewerkers. Het staat in dienst van de grotere toezichttaak en maatschappelijke opgave van het Commissariaat als toezichthouder: toezien op het uitvoeren van de publieke mediaopdracht.

6 Bijlage

Kort na de Voortgangsrapportage uit november 2024 publiceerde de Regeringscommissaris Seksueel Grensoverschrijdend Gedrag en Seksueel Geweld (RCGOG) haar derde reflectie⁷. In Hoofdstuk 6 van deze reflectie geeft de adviescommissie aan dat er bij medewerkers onzekerheid bestaat over de rollen en verantwoordelijkheden van de verschillende actoren binnen de publieke mediasector en roept op hier meer duidelijkheid over te scheppen. De RCGOG verwijst onder meer naar het Convenant over dit onderwerp in de cultuursector.

Voor het Commissariaat bestond en bestaat geen onduidelijkheid over de verschillende rollen en verantwoordelijkheden. Wij zetten de rolverdeling zoals het Commissariaat deze ziet hieronder daarom nog eens op een rij:

- **Publieke omroepen: het bestuur** – Het kennen, begrijpen en aanpakken van grensoverschrijdend gedrag en het stimuleren en borgen van een gezonde, veilige organisatiecultuur is in de eerste plaats de verantwoordelijkheid van besturen van de publieke omroepen.
- **Publieke omroepen: de Raad van Toezicht** – De Raad van Toezicht dient erop toe te zien dat het bestuur op de juiste wijze invulling geeft aan zijn verantwoordelijkheid voor de hierboven genoemde onderwerpen. Daarnaast hebben interne toezichthouders een adviesrol en een werkgeversrol waarmee zij dienen bij te dragen aan de interne cultuur.
- **NPO** – Eind maart 2024 hebben de NPO en de omroepen gezamenlijk een overkoepelend plan van aanpak sociale veiligheid publieke omroep gepubliceerd. Het plan benoemt de overkoepelende acties die door de publieke omroep gezamenlijk moeten worden gerealiseerd en vormt een ‘raamwerk’ voor de individuele omroepen bij het maken van hun eigen plannen van aanpak. De NPO heeft hierin een agenderende, stimulerende en faciliterende rol gekregen en ziet toe op de verantwoording over het realiseren van de overkoepelende acties. In de visie van het Commissariaat betreffen dit samenwerkingsafspraken tussen NPO en omroepen.
- **Raad van Toezicht van de NPO** – De Raad van Toezicht van de NPO vervult naast het toezichthouden op het bestuur van de NPO nog een bijzondere rol: deze raad is belast met het toezicht op de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. In dat kader heeft de minister in de zomer van 2024 de Raad van Toezicht van de NPO gevraagd om, kortgezegd, zorg te dragen voor kennisuitwisseling met betrekking tot sociale veiligheid tussen de verschillende raden van toezicht.
- **Verenigingsraden** – Uit de statuten van de meeste publieke omroepen volgt dat de verenigingsraden een rol hebben ten aanzien van het benoemen en ontslaan van leden van de raad van toezicht.
- **Het Commissariaat** – Het toezicht van het Commissariaat richt zich op die kenmerken en risico’s in de organisatiecultuur die het uitvoeren van de publieke mediaopdracht door de NPO en de omroepen, de naleving van wet- en regelgeving en de naleving van de Gedragscode in gevaar brengen. Grensoverschrijdend gedrag en sociale onveiligheid zijn voorbeelden van die risico’s. Het Commissariaat houdt toezicht op individuele omroepen door het gehele samenspel van *checks and balances* tussen bestuur en intern toezicht te beoordelen. We hebben daar uiteraard oog voor de positie en de activiteiten van de raad van toezicht; voorwaarde hiervoor is dat de raad van toezicht transparant is over zijn activiteiten⁸.
- **Regeringscommissaris seksueel grensoverschrijdend gedrag** – De Regeringscommissaris is ingesteld door ministers van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Zij is onafhankelijk en geeft gevraagd en ongevraagd advies over de aanpak van seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld, en is een boegbeeld van het brede maatschappelijk gesprek dat moet leiden tot een cultuurverandering op dit vlak. Ook in de publieke mediasector is de RCGOG gevraagd om haar expertise en kennis te delen. In 2024 heeft zij op drie momenten in een brief aan de minister haar reflecties over de landelijke publieke mediasector gegeven.

⁷ [Brief aan de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over sociale veiligheid NPO, 27-11-2024.](#)

⁸ [Brief aan staatssecretaris Gräper voor Cultuur en Media over reflectie op plan van aanpak NPO voor sociale veiligheid, 27-03-2024](#)

Colofon

Dit is een uitgave van het Commissariaat voor de Media
November 2025

Vormgeving

OSAGE

Commissariaat voor de Media

Hoge Naarderweg 78

1217 AH Hilversum

Postbus 1426

1200 BK Hilversum

035 773 77 00

cvdm@cvdm.nl

www.cvdn.nl

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW)
T.a.v. de heer G. Moes
Postbus 16375 2500 BJ DEN HAAG
Tevens per e-mail: [Persoonsgegevens](#)

Datum	Onderwerp		
22 oktober 2025	NPO begroting 2026		
Uw kenmerk	Ons kenmerk	Contactpersoon	Doorkiesnummer
	1016147 1018428	Persoonsg...	Persoonsgegevens

Geachte heer Moes,

Het Commissariaat voor de Media (Commissariaat) zendt u hierbij, op grond van artikel 2.148, tweede lid van de Mediawet 2008, zijn opmerkingen op de begroting 2026 van de Stichting Nederlandse Publieke Omroep (NPO).

De begroting van de NPO is de jaarlijkse budgetaanvraag van de publieke omroep met doelstellingen en ambities voor het komende jaar en de daarvoor benodigde financiële middelen. In de begroting 2026 werkt de NPO haar ambities verder uit op basis van de publieke mediaopdracht uit het Concessiebeleidsplan 2022- 2026 (CBP) en de afspraken uit de prestatieovereenkomst. Deze ambities zijn vertaald in strategische speerpunten en focuspunten, die aansluiten bij de gezamenlijke strategie van de omroepen en de NPO (het strategisch kader). Om de ambities uit het CBP te realiseren zijn acties geformuleerd en meetbare indicatoren ('ijkpunten') met bijbehorende normen opgesteld.

Het Commissariaat bevordert betrouwbaar en pluriform media-aanbod voor iedereen. Vanuit deze missie en de publieke belangen die we als onafhankelijk toezichthouder beschermen en bevorderen hebben wij de begroting 2026 beoordeeld. Op basis van relevante trends en ontwikkelingen zoals de (aanstaande) wijzigingen van het landelijk bestel en het geleidelijk afnemende bereik van lineaire radio en televisie kiest het Commissariaat ervoor te adviseren rondom een viertal onderwerpen:

- A) wettelijke eisen aan de budgetaanvraag;
- B) voorbereidingen op structurele bezuiniging rijksmediabijdrage en hervorming landelijk bestel;
- C) digitalisering;
- D) interne beheersings- en risicomanagementsystemen.

In de bijlage lees u ons advies. Tot slot brengen we graag een aantal beperkingen van het adviestraject onder uw aandacht.

Beperkingen adviestraject

De afgelopen jaren constateerden we dat de begroting van de NPO sinds 2023 aanzienlijke verbeteringen heeft ondergaan: Zo heeft de begroting een duidelijker analysekader gekregen en maken de ijkpunten en normen beter inzichtelijk in welke mate de NPO haar doelen realiseert. Tegelijkertijd zien we in de begroting 2026 dat een deel van onze eerdere adviezen niet is overgenomen. Bijvoorbeeld de mogelijkheid om ijkpunten en normen 'smart' en ambitieuzer te formuleren, wat volgens ons een belangrijke stap vooruit zou zijn. Dit kan uiteraard allerlei oorzaken hebben, maar dit roept bij ons de vraag op of het huidige adviestraject nog volledig aansluit bij de oorspronkelijke doelstellingen van de wetgever.

Het huidige traject heeft daarnaast een procesmatige beperking. De doorlooptijd van het moment van aanlevering van de begroting tot het uitbrengen van het advies aan OCW is dusdanig krap dat het voor

de NPO niet mogelijk is het advies van het Commissariaat te verwerken in de begroting van dat jaar.¹ Bovendien staat de begroting 2026 nu al gepubliceerd op de website van de NPO.

Nu het bestel wordt hervormd lijkt het ons een geschikt moment om kritisch te kijken naar het adviestraject, zowel inhoudelijk als procesmatig. We stellen voor om na te denken over vragen zoals: aan welke eisen moet de begroting voldoen om effectief te dienen als sturingsinstrument voor de publieke mediaopdracht, welke rol speelt de begroting bij het verantwoorden van de doelmatigheid van bestedingen, en hoe kan het advies van het Commissariaat doeltreffender zijn dan nu het geval is. Over deze onderwerpen gaan we graag met OCW en de NPO in gesprek.

Tot slot, in de huidige wereld van digitalisering, toenemende maatschappelijke tegenstellingen en druk op de journalistiek is de rol van de publieke omroep van groot belang bij het waarborgen van een betrouwbaar en pluriform media-aanbod. Tegelijkertijd staat de NPO voor de extra uitdaging om haar publieke mediaopdracht uit te voeren met minder financiële middelen. De begroting vormt hierbij een belangrijk sturingsinstrument: als startpunt van de planning- en control cyclus en als basis voor de financiële verantwoording helpt zij de NPO bij het realiseren van de publieke mediaopdracht.

In de bijlage gaan we nader in op bovengenoemde vier onderwerpen. We vertrouwen erop u met ons advies op de begroting 2026 van dienst te zijn geweest.

Hoogachtend,
Commissariaat voor de Media

drs. Amma Asante
Voorzitter

de heer W.R. de la Motte
Collegelid

¹ Gezien de wettelijke termijn van aanleveren van de begroting door de NPO aan het Commissariaat vóór 15 september, de wettelijke termijn van het aanleveren van het advies van het Commissariaat over de begroting vóór 15 oktober en de vaststelling van de bekostigingsbesluiten jaarlijks vóór 1 december.

Bijlage

A. Wettelijke eisen aan de budgetaanvraag

1. De begroting en meerjarenbegroting bevatten conform de wettelijk eisen van Mediawet art. 2.147 lid 2 onder meer:
 - de financiële middelen die *nodig* zijn om de voornemens met betrekking tot de landelijke publieke mediadienst te verwezenlijken;
 - voor het komende kalenderjaar en een raming voor de daarop volgende vier jaar.

Het Commissariaat merkt op dat de NPO, de begroting 2026 conform de wettelijk eisen heeft opgesteld, zie *tabel 2*:

- De begroting bevat de herkomst van de financiële middelen die voor het volgende kalenderjaar *beschikbaar*² zijn, en;
- De totale exploitatiekosten in overeenstemming met de beschikbare middelen, gespecificeerd naar i) media en organisatiekosten³, ii) CoBO en iii) NPO.

De begroting geeft inzicht in de besteding van middelen op het niveau van organisatiekosten, genres, platforms en aanbodkanalen. De betreffende specificaties⁴ hebben als vergelijkend cijfer begroting 2025.

De begroting is niet uitgewerkt naar kostensoorten, waardoor vergelijkende gerealiseerde cijfers per kostensoort uit de jaarverantwoording ontbreken.

Tabel 2: Verdeling beschikbare middelen 2026 naar onderdelen (in € 1.000)

x € 1.000	Media	Organisatiekosten	CoBO	NPO	Totaal begroting 2026	Totaal begroting 2025	Vershil
Bijdragen OCW	722.242	116.600	8.710	160.557	1.008.109	979.568	28.541
Inzet Algemene Mediareserve (AMr)	0	0	0	1.306	1.306	3.529	-2.223
Mutatie budget vorig jaar	49.342	0	0	0	49.342	4.065	45.277
Omroepbrede Middelen	52.091	249	0	35.758	88.098	87.167	931
Bijdragen derden	7.000	0	0	0	7.000	5.898	1.102
Eigen bijdragen	33.000	0	0	719	33.719	28.812	4.907
Totaal begroting	863.675	116.849	8.710	198.340	1.187.574	1.109.039	78.535
Exploitatiekosten	836.675	116.849	8.710	193.340			
Saldo	27.000	0	0	5.000	32.000	0	32.000

2. Terwijl de begroting 2026 als overgangsjaar wordt beschouwd, moet in de begroting 2027 de structurele bezuiniging van ruim €150 miljoen voor het grootste deel worden ingevuld. Om deze trendbreuk te sturen en te verantwoorden over de daadwerkelijke ingezette middelen en behaalde resultaten, is inzicht nodig in de (verwachte) financiële effecten van strategische keuzes.

Gerichte sturing is essentieel om de tijdige implementatie van de structurele bezuiniging te waarborgen en nagestreefde resultaten te realiseren met de geplande inzet van middelen.

Het Commissariaat adviseert daarom om in de begroting 2027 naast de verwachte exploitatiekosten ook de besparingen tot een relevant niveau te specificeren en inzichtelijk te presenteren. Daarnaast kan het presenteren en toelichten van vergelijkende gerealiseerde cijfers per kostensoort uit de jaarverantwoording helpen om de haalbaarheid van de financiële middelen die nodig zijn en de bezuinigingen te onderbouwen.

² Het Commissariaat merkt op dat budgetaanvraag op dit punt niet volledig is toegelicht. De beschikbare financiële middelen zijn in de Rijksbegroting namelijk nog niet, maar in de NPO-begroting wel reeds geïndexeerd. Voor het beschikken van de bekostiging door OCW is aanvullende toelichting van de NPO nodig op de budgetaanvraag.

³ Dit betreft de totale garantiebudgetten en organisatiekosten van de omroepen, in bijlage B van begroting 2026 gespecificeerd per omroep.

⁴ In bijlage A van begroting 2026.

B. Voorbereidingen op structurele bezuiniging rijksmediabijdrage en hervorming landelijk bestel

- De NPO staat aan de vooravond van een grootscheepse hervorming van de wijze waarop zij is georganiseerd. De wetgever is bezig de hervorming naar een nieuw bestel nader uit te werken. Deze hervorming in combinatie met de bezuinigingen die per 2027 ingaan, brengen voor de NPO onzekerheden en uitdagingen met zich mee.

De aangekondigde verlaging van de rijksmediabijdrage van €156,7 miljoen vanaf 2027 is zichtbaar in *tabel 4* uit de begroting waarbij het OCW-budget van €1.008 miljoen in 2026 verspringt naar €851 miljoen in 2027.⁵

Tabel 4: Begroting 2026 en raming budget 2027 t/m 2030⁵ (in € 1 miljoen)

x €1 miljoen	BG 2025	BG 2026	2027	2028	2029	2030
OCW-budget	980	1.008	851	851	851	851
Mutatie budget vorig jaar	4	3	16	16	0	0
Omroepbrede middelen (OBM)	87	88	88	88	88	88
Eigen bijdragen	35	41	41	41	41	41
Totale beschikbare middelen	1.105	1.140	996	996	980	980
Verwachte kosten	1.106	1.108	996	996	980	980
Resultaat	0	32	0	0	0	0

3. Exclusief financiering uit AMR en exclusief mutatie budget vorig jaar voor superervanementen

Terwijl de begroting 2026 als overgangsjaar geldt, moet in de begroting 2027 de structurele bezuiniging van ruim €150 miljoen voor het grootste deel worden ingevuld. Het Commissariaat merkt hierbij, ten overvloede, op dat het grootste deel van deze structurele besparing zal plaatsvinden voordat de omroepen uiterlijk in 2029 in omroephuizen worden geclusterd.

- In de begroting 2026 is een eerste besparing op het mediabudget van €27 miljoen toegelicht, waarbij de omroepen zelf keuzes hebben gemaakt in hun programmapakket. Daarnaast is een taakstellende bezuiniging van €5 miljoen bij de NPO meegenomen. Deze totale besparing van €32 miljoen zal voorlopig evenredig worden ingezet in 2027 en 2028 om een deel van de budgetverlaging op te vangen, zie *tabellen 2 en 4*.

In de begroting 2027 zal een nadere toelichting en uitwerking van de geplande besparingen worden gegeven, met een focus op organisatiekosten en efficiency. Deze uitwerking is gebaseerd op extern onderzoek dat in het voorjaar van 2025 werd uitgevoerd en dat de NPO samen met de omroepen verder uitwerkt.

In 2029 staat een laatste besparingsronde van €16 miljoen gepland, die volgens de toelichting gekoppeld is aan de hervorming van het bestel. Het Commissariaat houdt er rekening mee dat financiële kaders voor de hervorming van het bestel ontbreken.

- Door de structurele bezuiniging zal de publieke omroep te maken krijgen met frictiekosten. De minister heeft aangegeven dat hij, in lijn met eerdere bezuinigingen in 2011/2012, voornemens is een frictiekostenregeling op te stellen, die vanuit de Algemene Mediareserve wordt bekostigd. Het Commissariaat zal hierover op een later moment advies aan de minister uitbrengen.

C. Digitalisering

- Het Commissariaat is verheugd te zien dat de NPO in de begroting 2026 extra inzet op het versterken van haar digitale positie. Dat komt zowel tot uiting in organisatorische aanpassingen - zoals het samenvoegen van de directies Audio en Video en het niet langer splitsen van budget naar audio en video - als in verschuiving van budget van lineair naar NPO Start en online.

Concreet betekent dit een verdere versterking van NPO Start en NPO Luister als de centrale

⁵ Een wetswijziging is nodig om het minimumbudget te verlagen, en - indien gewenst - de reclame-inkomsten te verhogen.

digitale platformen van de NPO. Op het gebied van programmering werkt de NPO toe naar een integrale on demand-strategie, waarbij beide platformen optimaal samenwerken. De NPO onderzoekt in 2026 of hij op termijn wil toewerken naar één gezamenlijk platform.

De NPO herbevestigt haar ambitie om een top 3 content- en streamingdienst te worden, hoewel een analyse van zijn huidige positie en visie en concrete acties ten opzichte van andere content- en streamingdiensten ontbreken. Voor de ambitie “We willen dat onze on demand-platformen een volwaardig alternatief worden voor lineaire kanalen” is wel een aantal ijkpunten geformuleerd⁶:

- Minimaal 70% van het publiek is (zeer) tevreden met de dienst NPO Start;
- NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling van kijktijd en gebruik van NPO Start en Luister ten opzichte van het voorgaande jaar;
- NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling van het gebruik van ons podcastaanbod ten opzichte van het voorgaande jaar;
- Het budget dat specifiek is geborgd voor on demand-programmering is ten opzichte van het afgelopen jaar uitgebreid;
- De NPO maakt jaarlijks inzichtelijk welk aandeel de verschillende genres in de kijktijd op NPO Start hebben t.o.v. de verhouding aangeboden minuten;
- De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling, het bereik, de gebruikerservaring en de kosten en opbrengsten van NPO Plus en NPO Luister on demand.

De NPO rapporteert hierbij dat het gebruik van het podcastaanbod over 2024 met 9% is toegenomen. De kijktijd is in 2024 met 3% gedaald, terwijl het bereik met 1,6% is gedaald. Deze daling wordt niet toegelicht en specifiek hierop gerichte acties ontbreken. Het Commissariaat merkt daarnaast op dat slechts twee van deze ijkpunten een concrete norm hebben. Effectievere sturing op deze belangrijke ambitie kan worden bereikt door de te realiseren doelen ‘smart’ te formuleren.

7. Het budget voor content dat specifiek voor on demand wordt gemaakt, stijgt naar circa €110 miljoen⁷ (begroting 2025: circa €86 miljoen), zie tabel 8.

Tabel 8: Verdeling begroting Media 2026 naar platform (in € 1.000)

x € 1.000	Begroting 2026	Begroting 2025	Vershil
Lineair	640.177	595.867	44.310
Online	83.200	76.354	6.846
On demand	109.598	85.948	23.650
Extra kanalen	3.700	6.779	-3.079
Algemene reservering	0	28.776	-28.776
Totaal	836.675	793.724	42.951

De toename op lineair is te verklaren door afzonderlijk ontvangen budget ad €44 miljoen voor uit te zenden

sportevenementen (Olympische Winterspelen en WK voetbal heren).

Vanuit de strategie om NPO Start en NPO Luister qua uitstraling en content op een jonge doelgroep te richten, is besloten om specifieke jongerenprogrammering niet meer via lineaire kanalen aan te bieden. Waar mogelijk wordt synergie gezocht tussen de lineaire, online en on demand-platformen door content op verschillende manieren aan te bieden die aansluiten bij het mediagedrag van verschillende publieksgroepen.

Dit is zichtbaar in de lagere budgetten voor NPO 3, NPO Zapp(elin), NPO 2 extra, NPO Radio 1 en NPO Radio 2. De totale besparing bedraagt €17,2 miljoen, zie tabel 9.

⁶ Zie bijlage A (pagina 28) van begroting 2026

⁷ Waarvan €83 miljoen geborgd budget volgens het ijkpunt in bijlage A van begroting 2026.

Tabel 9: Verdeling begroting Media naar aanbodkanalen in 2026 (in € 1.000)

x € 1.000	Begroting 2026	Begroting 2025	Vershil
NPO 1	344.031	284.159	59.872
NPO 2	160.778	159.326	1.452
NPO 3	42.936	52.368	-9.432
NPO Zapp(elin)	65.376	69.220	-3.844
NPO Start	103.398	80.637	22.761
NPO Schooltv	1.267	1.300	-33
NPO Kennis	1.200	1.100	100
NOS Online	4.800	4.780	20
Omroepportals	6.500	5.875	625
NPO 1 extra	350	525	-175
NPO Politiek & Nieuws	1.000	975	25
NPO 2 extra	1.200	2.100	-900
NPO Radio 1	49.300	51.933	-2.633
NPO Radio 2	9.387	9.803	-416
NPO 3FM	8.016	7.715	301
NPO Klassiek	10.800	10.441	359
NPO Radio 5	6.150	6.084	66
NPO FunX	7.100	6.917	183
NPO BLEND	2.136	2.064	72
NPO Luister	9.800	6.311	3.489
NPO Soul & Jazz	0	284	-284
NPO Sterren NL	1.150	884	266
NPO Campus	0	147	-147
Algemene reservering	0	28.776	-28.776
Totaal	836.675	793.724	42.951

Waar in 2025 een algemene reservering is getroffen voor diverse ambities, zoals programmavernieuwing, talentontwikkeling en Nederlandse speelfilms, zijn deze reserveringen in 2026 direct bij de platformen en (genre)teams ondergebracht.⁸

Dit is zichtbaar in de totale stijging van het budget van NPO 1 met €60 miljoen, waarvan dus €44 miljoen verband houdt met sportevenementen. Aangezien de ijkpunten voor programmavernieuwing en talentontwikkeling over 2024 ruimschoots zijn behaald, vraagt het Commissariaat zich af waarom dit budget aan lineair is toegekend. Dit lijkt niet in lijn met de strategie om de ambities on demand en online te versnellen.

8. Voor een succesvolle digitale transitie vindt de NPO het belangrijk om focus aan te brengen in het aanbod en het portfolio van kanalen. Daarbij wordt prioriteit gegeven aan een portfolio met hoge publieke waarde, impact en bereik.

De NPO doet in bijlage F van de begroting 2026 een aanvraag om per 31 december 2026 te stoppen met de kanalen NPO 2 extra en BVN/online, wat een jaarlijkse besparing van respectievelijk €2,1 miljoen en €1,8 miljoen oplevert.

Daarnaast vraagt de NPO per 1 januari 2026 te stoppen met de kanalen NPO Soul & Jazz en NPO Campus Radio, met een besparing van respectievelijk €284.000 en €147.000 per jaar⁹.

Het Commissariaat zal hierover op een later moment advies aan de minister uitbrengen.

9. Het publiek stelt hogere eisen, het aanbod groeit en internationale spelers beschikken over grote marketingbudgetten. In dit landschap is het essentieel dat de publieke omroep niet versnipperd communiceert, maar als één geheel optreedt. De NPO en omroepen zetten daarom gezamenlijk in op het versterken van merk en bereik door meer gezamenlijke marketinginspanningen.

⁹ NPO BLEND wordt als (online) aanbodkanaal toegevoegd, met als doelgroep volwassen biculturele Nederlanders. Dit heeft geen wijzigingen voor begroting 2026 ten opzichte van 2025 tot gevolg.

De relevantie, vindbaarheid en herkenbaarheid van de publieke omroep staan bovendien onder druk door de internationale concurrentie van Big Tech, waarbij artificiële Intelligentie (AI) een steeds bepalender rol speelt. Tegelijkertijd kan AI de publieke omroep helpen om de gebruikerservaring van de digitale platformen te verbeteren en het aanbod relevant te houden voor alle Nederlanders. Een belangrijk instrument hierbij is het NPO-id, waarvan het gebruik binnen het volledige ‘publieke omroep-ecosysteem’ gestimuleerd moet worden. Door het ‘publieke algoritme’ verantwoord in te zetten, wil de NPO bezoekers gericht content aanbevelen, gebaseerd op eerder kijk- of luistergedrag.

De NPO stelt in 2026¹⁰ een budget van €1 miljoen beschikbaar voor omroepbrede AI-projecten. Het Commissariaat merkt op dat deze belangrijke ambitie tot nu toe slechts als reservering van een middel is geformuleerd. Voor effectieve sturing op deze ambitie, mede vanuit het publieke belang, dienen de doelstellingen ‘smart’ geformuleerd te worden.

D. Interne beheersings- en risicomanagementsystemen

10. Het Commissariaat zet zich in voor goed functionerende publieke media en bevordert integere en beheerste bedrijfsvoering door publieke media-instellingen. Hiervoor richt het Commissariaat zich, conform zijn meerjarenstrategie, in eerste instantie op risicomanagement als de kern van het interne beheersingssysteem.

Om de publieke taak te kunnen blijven uitvoeren, moet de publieke omroep hervormen en investeren in innovatie, kwaliteit en bereik. Maar om te kunnen investeren, zal de publieke omroep ook moeten besparen en bezuinigen. Het Commissariaat ziet dit als een belangrijk strategisch risico. Dit vraagt, zoals de NPO in begroting 2026 toelicht, om een zorgvuldige balans tussen vernieuwing en het behoud van wat waardevol is.

De begroting vormt hiervoor binnen de planning- en verantwoordingscyclus van de NPO en de omroepen een kerninstrument, omdat deze inzicht geeft in de geplande uitvoering van de publieke mediaopdracht.

Eerder hebben de NPO, OCW en het Commissariaat gezamenlijk vastgelegd hoe zij aankijken tegen de sturing door de NPO op nagestreefde doelen en voorgenomen inzet van middelen: *“Er is een cyclus van begroten en verantwoorden, waarbij in de begroting en de beleids-(jaar)plannen inzichtelijk wordt gemaakt welke meetbare (programmatische) doelen per genre en per aanbodkanaal worden nagestreefd met de voorgenomen inzet van de middelen, gewenst bereik onder doelgroepen en de publieke waarde. In de verantwoording wordt gerapporteerd over de daadwerkelijke inzet van de middelen en de bereikte resultaten”*.

Dit kan als uitgangspunt dienen voor een constructief gesprek.

¹⁰ Zie bijlage A (pagina 31) van begroting 2026.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

De voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA DEN HAAG

Media en Creatieve Industrie
Rijnstraat 50
Den Haag
Postbus 16375
2500 BJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl
Contactpersoon

Onze referentie
51410982

Datum 4 april 2025
Betreft De hervorming van de landelijke publieke omroep

**1. Een publieke omroep die voor de Nederlandse samenleving
onmisbaar blijft**

Niet alles is voor iedereen, maar voor iedereen is er van alles. De publieke omroep zoals wij die in Nederland kennen, vindt zijn kracht in de veelzijdigheid van zijn aanbod. Aanbod dat verschillende achtergronden, overtuigingen en opvattingen over het voetlicht brengt. Aanbod waarin mensen zich soms wel en soms niet herkennen. Aanbod dat verbindt, maar ook af en toe schuurt, een ander gezichtspunt laat zien of een nieuw geluid laat horen. Die breedte in aanbod maakt dat we onze publieke omroep met recht 'publiek' kunnen noemen; hij is er voor iedereen. Juist doordat de veelzijdigheid van onze samenleving in het aanbod weerspiegeld wordt. Dat is een verdienste van de creatieve sector, de vele makers en producenten en uiteraard de omroepen in het huidige bestel.

De publieke omroep vervult ook op andere manieren een onmisbare rol in onze democratie. Door garant te staan voor een betrouwbare, onafhankelijke nieuwsvoorziening, een sterke journalistieke functie en het bieden van een podium aan verschillende opinies, kunnen burgers zich informeren, zich een mening vormen en actief deelnemen aan onze democratie. Daarmee is de publieke omroep een onmisbare pijler onder elke democratische rechtsstaat. We moeten voorkomen dat het maatschappelijk debat enkel een verkondiging van standpunten wordt; ruimte voor verwondering en oprechte interesse in andermans standpunt zijn nodig en juist daarin speelt de publieke omroep een belangrijke rol. Een stevige en goed vindbare publieke ruimte is, zeker ook digitaal, nodig om het maatschappelijk debat te voeren, om onpartijdige en onafhankelijke informatie te verstrekken op basis waarvan mensen zelf een mening kunnen vormen en om verhalen te vertellen die anders niet gezien of gehoord worden.

Om ervoor te zorgen dat de publieke omroep deze functies ook in de toekomst volop kan vervullen, zijn hervormingen nodig. Uitdagingen in het internationale medialandschap en knelpunten in het huidige bestel maken dat deze functies onder druk komen te staan. Daarom wil ik behouden wat onze publieke omroep

zo krachtig maakt, en tegelijkertijd veranderen wat noodzakelijk is. Daarbij wil ik staan voor de verbindende en democratische functie van de publieke omroep. Ik wil ervoor zorgen dat de publieke omroep beter kan aansluiten bij de verschillende perspectieven en behoeften van de samenleving. En ik wil meer gezamenlijkheid in het bestel brengen, versnippering tegengaan en de governance verstevigen. Hiervoor zal ik in deze brief verschillende voorstellen doen, die ik in het kader hieronder op hoofdlijnen samenvat.

Onze referentie
51217470

Om zijn verbindende en democratische functie te blijven vervullen, behoudt de publieke omroep een brede taakopdracht; deze wijzigt dan ook niet. De publieke omroep is daarmee niet 'aanvullend' op commerciële media, maar heeft een eigenstandige taak als publieke voorziening voor de hele samenleving. De publieke omroep moet daarom de hele samenleving kunnen aanspreken met een breed aanbod, ook in de digitale omgeving. Ik hervorm de publieke omroep door het aantal bestuurlijke spelers terug te brengen van 14 naar 6 of 7. Er komen omroephuizen die een vaste plek in het bestel hebben. Daarmee stap ik af van de huidige systematiek van erkenning, toetreding en uittreding van omroepen. In plaats daarvan komt er een stevige en transparante beoordelings- en verantwoordingscyclus. Omroephuizen krijgen de opdracht mee te bewegen met veranderende geluiden in de samenleving; zo wordt de publieke omroep opener en responsiever. Het hebben van een vereniging en een bepaald aantal leden is niet langer verplicht: er komen meerdere manieren waarop een omroephuis maatschappelijke worteling kan vormgeven en aantonen. Ik hervorm ook de huidige NPO-organisatie: coördinatie blijft noodzakelijk, maar wordt in een nieuw bestel lichter en generieker waardoor de positie van de omroephuizen sterker wordt. Tot slot hebben alle spelers in het bestel hun governance op orde, wat ook bijdraagt aan de sociale veiligheid. Het extern toezicht sluit aan bij dit nieuwe bestel. Door de wettelijke kaders op deze manier in te richten, verwacht ik dat de publieke omroep beter ingericht is voor de toekomst en zo in staat is de kijker en luisteraar blijvend te binden en boeien met mooi, relevant en divers aanbod. Met andere woorden: een publieke omroep die voor de Nederlandse samenleving onmisbaar blijft. Bij een verlenging van de huidige erkenningperiode met twee jaar kan bovenstaande hervorming ingaan vanaf 2029.

2. Reikwijdte en opbouw brief

2.1 Reikwijdte brief

Deze brief gaat hoofdzakelijk over de maatregelen die ik voorstel om de landelijke publieke omroep te hervormen. Ik hecht er echter aan te benadrukken dat niet alleen de landelijke publieke omroep voor grote uitdagingen staat in het huidige medialandschap. Dat geldt ook voor lokale en regionale publieke omroepen en Nederlandse commerciële mediapartijen. Zij spelen allen eveneens een waardevolle rol in het Nederlandse media- en informatielandschap. Ook zij moeten zich te midden van kapitaalkrachtige, internationale media-aanbieders en *Big Tech* staande zien te houden in een gedigitaliseerd landschap. Het recent gepubliceerde WRR-rapport *Aandacht voor Media* gaat nader in op deze uitdagingen en bevat waardevolle aanbevelingen om het Nederlandse media-

ecosysteem in brede zin te versterken.¹ Ook heeft uw Kamer tijdens het Wetgevingsoverleg Media op 2 december 2024 verschillende moties aangenomen die raken aan het versterken van het Nederlandse medialandschap en de rol die publiek-private samenwerking hierin kan spelen.² Ik ga uw Kamer voor de zomer van 2025 de kabinetsreactie op het WRR-rapport sturen en in het najaar informeren over de samenwerkingsagenda journalistiek op regionaal en lokaal niveau. Ik zal in beide brieven op deze moties terugkomen. Specifiek voor publiek-private samenwerking zal ik daarbij ook het dienstbaarheidsverbod betrekken.³ Ook zal ik voor de zomer uw Kamer informeren over de toegezegde impactanalyse op basis waarvan ik een besluit zal nemen over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep.

Onze referentie
51217470

2.2 Opbouw brief

In de rest van mijn brief zal ik mij focussen op de hervorming van de landelijke publieke omroep. Deze brief zal ook nader ingaan op de openstaande moties en toezeggingen die zijn gedaan op dit punt. Met deze brief reageer ik tevens op het rapport *Eenheid in Veelzijdigheid* van het Adviescollege Publieke Omroep, ook wel de *Commissie Van Geel* genoemd (hierna: Adviescollege).⁴

De brief is als volgt opgebouwd. In paragraaf 3 ga ik in op de uitdagingen en knelpunten waarmee de publieke omroep te maken heeft. In paragraaf 4 geef ik in drie hoofdlijnen aan hoe ik het bestel wil hervormen, met per hoofdlijn een aantal concrete maatregelen. Naast de inrichting van het bestel ga ik in paragraaf 5 in op een viertal andere thema's die spelen bij de bredere hervorming van de landelijke publieke omroep. Achtereenvolgens gaat dat om de bezuinigingen en duurzame financiering van de publieke omroep, het extern toezicht, journalistiek en het versterken van de positie van de publieke omroep ten opzichte van digitale spelers. In paragraaf 6 sta ik stil bij de effecten die ik van de voorgestelde maatregelen verwacht. Tot slot licht ik in paragraaf 7 mijn vervolgstappen toe.

3. Probleemanalyse

Het is de taak van de wetgever om ervoor te zorgen dat de wettelijke kaders voor het uitvoeren van de publieke mediaopdracht op orde zijn. De publieke omroep is in een democratie een kostbaar bezit waarvoor de overheid een bijzondere verantwoordelijkheid draagt, zeker gezien het aantal uitdagingen waarvoor de landelijke publieke omroep staat. Deze uitdagingen komen voort uit de ontwikkelingen in het internationale medialandschap en de samenleving en vragen om een aanpassing van de inrichting van het bestel. Meerdere rapporten en adviseurs hebben de afgelopen jaren op dit punt problemen geconstateerd.⁵ Ik

¹ Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2024) *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*. WRR-rapport 111. Den Haag: WRR.

² *Kamerstukken II*, 2024-25, 36600-VIII-114; *Kamerstukken II*, 2024-25, 36600-VIII-116; *Kamerstukken II*, 2024-25, 36600-VIII-130.

³ Artikel 2.141 van de Mediawet 2008 stelt dat de NPO, de RPO en de publieke media-instellingen met hun activiteiten niet dienstbaar mogen zijn aan het maken van winst door derden. Dit wordt ook wel het 'dienstbaarheidsverbod' genoemd.

⁴ *Kamerstukken II*, 2023-24, 32827, F.

⁵ De meest recente publicaties hierover zijn:

wil eerst stilstaan bij twee algemene uitdagingen waar de publieke omroep mee te maken heeft. Deze algemene uitdagingen zijn een gegeven; het is vooral zaak het publieke bestel zo goed mogelijk toe te rusten om met deze uitdagingen om te gaan, door de geconstateerde knelpunten op te lossen. Ik ben mij bewust van het feit dat de publieke omroep deze uitdagingen moet aangaan in een uitdagende financiële context: vanaf 2027 wordt de omroep geconfronteerd met een bezuinigingsoopdracht. Later in deze brief zal ik daar nader bij stilstaan.

Onze referentie
51217470

De eerste algemene uitdaging is de ontwikkeling dat het publieke debat zich meer en meer heeft verplaatst naar grote internationale online platformen. Deze platformen hebben het maken van winst als oogmerk en zijn niet primair ingericht op het faciliteren van een publiek debat. Voor de samenleving is het van belang dat er online publieke platformen zijn die hier wel op ingericht zijn, zoals de digitale platformen van de publieke omroep.

De tweede algemene uitdaging die ik zie is dat, in een overvolle digitale omgeving die steeds meer gedomineerd wordt door internationale, kapitaalkrachtige tech- en mediagiganten, de online zichtbaarheid, vindbaarheid en herkenbaarheid van de publieke omroep onder druk staan. De data-gedreven algoritmes van de internationale spelers bepalen steeds meer welke kanalen en welk aanbod gebruikers te zien of te horen krijgen, waardoor het voor de publieke omroep steeds lastiger wordt de functie van het faciliteren van het publieke debat te vervullen. De publieke omroep wordt voor de Nederlandse kijker en luisteraar steeds minder zichtbaar en vindbaar.

De knelpunten in de huidige inrichting van het bestel laten zich als volgt samenvatten:

1. In de beoordeling van de landelijke publieke omroep hebben **publieke waarden als 'kwaliteit', 'verbinding', 'betrouwbaarheid', 'onafhankelijkheid' en 'impact'** op dit moment **te weinig aandacht** ten opzichte van de waarde van pluriformiteit. Er is niet langer sprake van schaarste van aanbod, maar van een grote hoeveelheid aanbod dat online beschikbaar is. Dit aanbod biedt vele perspectieven, maar is niet altijd van hoge kwaliteit en/of betrouwbaar. Bij de beoordeling van het bestel en de bijdrage van individuele omroepen moet gekeken worden naar andere publieke waarden naast de waarde van pluriformiteit.
2. Besturing en organisatie in het huidige bestel leiden onvoldoende tot een constructief geheel. Er is een **versnipperde verantwoordelijkheid** voor het uitvoeren van de publieke mediaopdracht. Daarbij bestaat er ook een

-
- 2014: Raad voor Cultuur – De Tijd Staat Open: advies voor een toekomst-bestendig publieke omroepbestel;
 - 2019: Visitatiecommissie landelijke publieke omroep 2013-2017 – Samen Voor Het Publiek belang;
 - 2021: AEF – Verkenning naar legitimatie-criteria voor publieke omroepen;
 - 2022: AEF – Koers Kiezen: vijf uitdagingen voor een duurzame Publieke Omroep;
 - 2022: Commissariaat voor de Media – Kijk Samen Verder: reflectie op een toekomstbestendig bestel;
 - 2022: Raad voor Cultuur – Reflectie op verkennend rapport AEF naar erkennings-criteria omroepen;
 - 2023: Adviescollege Publieke Omroep – Eenheid in Veelzijdigheid: pleidooi voor een weerbaar publiek omroepbestel;
 - 2024: OCW – Ambtelijke verkenning naar rapport Adviescollege Publieke Omroep;
 - 2024: WRR – Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies.

ingebouwde spanning tussen de opdracht voor omroepen om bij te dragen aan de doelen van het geheel en het gegeven dat zij tegelijkertijd voornamelijk beoordeeld worden op hun profilering en merkherkenning. Dit laatste komt deels voort uit de noodzaak om leden te binden om deel uit te mogen blijven maken van het bestel.

3. Het **stromingsbeginsel** lijkt als **erkenningcriterium niet langer bruikbaar** om elke vijf jaar te bepalen welke omroepvereniging wel of niet onderdeel mag zijn van het bestel.⁶ Dit komt doordat duurzame verbindingen uit het verleden minder hecht zijn geworden en loyaliteiten steeds sneller worden ingewisseld voor andere. Het is niet mogelijk om nieuwe en bestaande omroepen op dit criterium te beoordelen. Het huidige omroepbestel kan door de systematiek van het verlenen van erkenningen één keer per vijf jaar op basis van een profilerende missie onvoldoende flexibel inspelen op de steeds veranderende behoeften in de samenleving.
4. Er zijn **geen eenduidige, meetbare, vergelijkbare en bruikbare erkenningcriteria** vindbaar waarop nieuwe omroepen kunnen worden beoordeeld en worden toegelaten tot het bestel. Dit blijkt uit verschillende pogingen die door de jaren heen zijn gedaan om deze te vinden. Het ontbreekt daardoor tevens aan criteria voor uittreding die ervoor zouden moeten zorgen dat het aantal deelnemers aan het bestel beheersbaar blijft. De beoordeling van nieuwe en bestaande omroepen hangt in de praktijk vrijwel uitsluitend af van het leden criterium. Een groeiend gedeelte van de Nederlandse samenleving is echter geen lid van een omroepvereniging waardoor de maatschappelijke worteling afneemt. Naast het ontbreken van goede erkenningcriteria roept dit de vraag op of de optelsom van de huidige omroepverenigingen in voldoende mate de Nederlandse samenleving kan weerspiegelen.
5. Door het toegenomen aantal omroepen en bestuurders gaat steeds meer **tijd en energie op aan de interne beheersing van het bestel** en moet het beschikbare budget over steeds meer partijen worden verdeeld, waardoor de creatieve en innovatieve kracht te veel versnipperd en digitale ambities lastiger kunnen worden gerealiseerd.
6. **Omroepen zijn onvoldoende aangesloten** bij de totstandkoming van besluiten van de NPO als het gaat om de strategie en de programmering. Het hoge aantal omroepen en de wijze van coördinatie bemoeilijken deze aansluiting, zowel op bestuurlijk als op programmaniveau.

Hieronder geef ik aan langs welke hoofdlijnen ik het bestel wil hervormen om bovenstaande knelpunten op te lossen en ervoor te zorgen dat de publieke omroep de genoemde uitdagingen beter het hoofd kan bieden. Het betreft een fundamentele herziening waarbij ik er belang aan hecht dit zorgvuldig en qua uitwerking in een juiste fasering te doen. Daarbij zal ik onder andere kijken naar de impact en uitvoerbaarheid. De uitwerking zal uiteindelijk landen in een

⁶ Artikel 2.24, lid 1.c geeft aan dat een omroepvereniging een vereniging is die 'zich volgens de statuten ten doel stelt in het media-aanbod een bepaalde, in de statuten aangeduide maatschappelijke, culturele, godsdienstige of geestelijke stroming te vertegenwoordigen en zich in het media-aanbod te richten op de bevrediging van in de samenleving levende maatschappelijke, culturele of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften'.

wetsvoorstel. Ik hecht er aan de hoofdlijnen nu met uw Kamer te delen en hierover in gesprek te gaan.

Onze referentie
51217470

4. Drie hoofdlijnen hervorming bestel

Als het gaat over de inrichting van de landelijke publieke omroep stel ik langs drie lijnen een fundamentele hervorming voor. Samen moeten deze drie lijnen zorgen voor een bestel dat beter uitgerust is voor de uitdagingen die het huidige digitale medialandschap kenmerkt. Het vaststellen van de kaders waarbinnen de publieke omroep moet functioneren is mijn verantwoordelijkheid. Ik wijs uw Kamer erop dat deze maatregelen in samenhang moeten worden gezien. Alleen op deze manier leidt de optelsom van maatregelen tot het oplossen van de geconstateerde knelpunten en tot een goed functionerend geheel. Uiteraard zal op deelonderwerpen veel nog worden uitgewerkt. Ik wil echter eerst de hoofdlijnen van de hervorming uiteenzetten om de richting van de hervorming duidelijk te hebben. Hierbij heb ik dankbaar gebruik gemaakt van de verschillende rapporten en adviezen die de laatste jaren zijn uitgebracht over dit onderwerp, alsook de ideeën die verschillende partijen de afgelopen tijd hebben gedeeld over hoe het landelijke bestel beter kan worden ingericht. Ik heb hierbij onder andere gesproken met NPO, omroepen, een vertegenwoordiging van medewerkers van omroepen via de Centrale Ondernemingsraad, het Commissariaat voor de Media (hierna: Commissariaat), de Raad voor Cultuur en commerciële mediapartijen. Ik zal mijn inzet voor de hervorming kenbaar maken aan de hand van drie hoofdlijnen:

- *Naar een bestel met meer inhoudelijke flexibiliteit en organisatorische stabiliteit;*
- *Naar een bestel met minder spelers;*
- *Naar een bestel met meer gezamenlijkheid en een daarbij passende rol voor de NPO-organisatie.*

4.1. Naar een bestel met meer inhoudelijke flexibiliteit en organisatorische stabiliteit

4.1.1. Rust en stabiliteit in een extern pluriform bestel

Ik vind het belangrijk om in een hervormd bestel nog steeds uit te gaan van een extern pluriform bestel: een bestel bestaande uit meerdere omroeporganisaties (hierna: omroepen), die allemaal een specifieke waaier aan geluiden en behoeften uit de samenleving vertalen in hun aanbod. Doordat elke omroep maatschappelijk geworteld is bij verschillende doelgroepen, leidt deze organisatievorm tot een variatie aan perspectieven, geluiden en stijlen in het aanbod en daarmee tot een maatschappelijk relevante aanbodmix. Dit is de reden waarom ik aan externe pluriformiteit als leidend principe wil vasthouden.

Tegelijkertijd leidt de huidige inrichting van het bestel tot veel onrust door de noodzaak tot profilering van merken omdat omroepen elke vijf jaar potentieel uit het bestel kunnen vallen, wanneer zij te weinig leden aan de omroep weten te binden. Dit zit op bepaalde punten een constructieve bijdrage aan de doelen van het geheel van de publieke omroep in de weg (knelpunt 3). Daarnaast kent de systematiek van het verlenen van erkenningen op basis van erkenningscriteria

vele tekortkomingen (knelpunten 3 en 4). Het stromingsbeginsel sluit vandaag de dag onvoldoende aan bij de veelkleurigheid en veelzijdigheid van de samenleving. Het hanteren van een verouderd principe kan ertoe leiden dat sommige groepen de aansluiting met de publieke omroep missen. Daarmee kan de publieke omroep de opdracht om er te zijn voor alle Nederlanders onvoldoende waarmaken. Een bestel gestoeld op externe pluriformiteit werkt alleen wanneer dit bestel goed aangesloten kan blijven op ontwikkelingen in de samenleving. Bovendien vind ik het verlenen van erkenningen aan omroepen op basis van een inhoudelijke missie en identiteit door de overheid onwenselijk.

Om deze redenen kom ik tot de conclusie dat het periodiek laten toetreden van nieuwe organisaties tot het landelijke bestel niet de manier is om externe pluriformiteit vorm te geven. Ik wil in het nieuwe bestel dan ook uitgaan van vier of vijf omroephuizen (zie ook paragraaf 4.2.1) naast de NOS. Ik leg wettelijk vast dat deze omroephuizen een vaste plek hebben in het landelijke publieke omroepbestel. Dit moet leiden tot meer rust en stabiliteit in het bestel. Er ontstaat meer ruimte om vanuit het eigen profiel een bijdrage te leveren aan de gezamenlijke doelen en dit maakt overleg constructiever. Met het loslaten van de procedure van het verlenen van erkenningen door de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, speelt de politiek niet langer een rol in het bepalen welke stromingen of geluiden een plek in het bestel krijgen. Dit komt de onafhankelijkheid van de publieke omroep ten goede. In het nieuwe bestel zal er niet langer sprake zijn van erkenningscriteria op basis waarvan omroepen toe- en uittreden; het ledencriterium vervalt daarmee. Met dit laatste voer ik de motie van het lid Martens-America (VVD) uit, die verzoekt het ledencriterium als enige criterium los te laten.⁷

Ik wil dat een nieuw bestel meer openstaat voor de wisselende en ontbrekende geluiden en behoeften van de samenleving in het aanbod. Hieronder ga ik daar nader op in.

4.1.2 Omroepen vertalen gezamenlijk bestaande geluiden en behoeften van de samenleving in het aanbod

In het huidige bestel kan een ontbrekend geluid of perspectief alleen via een nieuwe omroepvereniging een plek krijgen in het bestel. Ervaring leert dat dit enorm veel tijd en moeite kost, ook omdat het lang duurt voordat een nieuwe omroepvereniging een significante hoeveelheid aanbod kan produceren. Hiermee verzekert het huidige bestel onvoldoende dat de in de samenleving levende geluiden tijdig en op een goede manier via de publieke omroep tot uiting kunnen komen.

In het nieuwe bestel krijgen de omroepen met een vaste plek in het bestel daarom gezamenlijk de wettelijk vastgelegde opdracht om de in de samenleving levende geluiden, behoeften en perspectieven in het aanbod te vertalen. Dat betekent dus ook dat alle geluiden die in het huidige bestel te horen zijn, ook een plek moeten krijgen in het nieuwe bestel. Hierbij is er zowel ruimte voor zeer profilerend aanbod gericht op een relatief beperkte doelgroep alsook voor bredere

⁷ Kamerstukken II, 2024-25, 36600-VIII-120.

programming. De wijze waarop omroepen dit willen gaan doen, leggen zij vijfjaarlijks vast. Uit dit plan moet blijken dat zij gezamenlijk de huidige en te verwachten pluriformiteit en behoeften van de samenleving kunnen omvatten. Dit vraagt van omroepen om aan de voorkant meer met elkaar in overleg te treden over ieders bijdrage aan dit doel.

4.1.3 Omroepen vertalen gezamenlijk de veranderende geluiden en behoeften van de samenleving in het aanbod

Omroepen moeten ook flexibel zijn en open staan voor veranderingen die plaatsvinden in de samenleving. Ik denk hierbij bijvoorbeeld aan veranderingen in demografische opbouw van de samenleving en de groei of daling in mensen die zich identificeren met verschillende levensbeschouwelijke stromingen. In een snel veranderende samenleving is het cruciaal dat omroepen gevoelig en flexibel blijven voor vernieuwing en dat zij maatschappelijk responsief zijn, zoals ook het Adviescollege opmerkte in zijn rapport *Eenheid in Veelzijdigheid*.⁸ Anders verliest ook een vernieuwd bestel te snel aan relevantie en legitimiteit.

Om deze reden wil ik de openheid voor nieuwe geluiden, behoeften en perspectieven op drie manieren wettelijk verankeren. Allereerst krijgen omroepen de opdracht proactief nieuwe geluiden, behoeften en perspectieven te signaleren en te incorporeren binnen het aanbod dat gemaakt wordt. Ten tweede moeten er manieren zijn voor mensen om zich te melden bij de landelijke publieke omroep als zij menen dat een bepaald perspectief, geluid of type aanbod onderbelicht blijft in de huidige programming. Ten derde zal de mate waarin omroepen meebewegen met de samenleving een beoordelingscriterium zijn voor zowel individuele omroepen als het geheel van de publieke omroep. Op deze manier wil ik verzekeren dat nieuwe of ontbrekende geluiden en perspectieven sneller omgezet kunnen worden in aanbod dan nu het geval is. Dat moet immers het einddoel zijn: een evenwichtig aanbod waarin verschillende groepen in de samenleving zich kunnen herkennen. De profielen van omroepen moeten meebewegen met de samenleving en omroepen moeten zich hierover ook verantwoorden. De huidige omroepverenigingen hebben hier al (enige) ervaring mee. Zij maken tenslotte niet hetzelfde aanbod als veertig of tien jaar geleden.

Ik wil hier wel benadrukken dat ik niet streef naar een systematiek waarmee onomstotelijk zou moeten komen vast te staan dat de landelijke publieke omroep elke denkbare doorsnede van de samenleving in voldoende mate met zijn aanbod bedient. Dit is onhaalbaar, juist omdat het niet mogelijk is de samenleving op te delen in duidelijk afgebakende stromingen (zie ook knelpunt 3). Daarnaast, en nog belangrijker, zou dit ook zijn doel voorbijschieten. Het gaat voorbij aan het feit dat kijkers en luisteraars ook andere motieven hebben om aanbod van de publieke omroep te bekijken en beluisteren, anders dan dat ze 'hun' gezichtspunt vertegenwoordigd willen zien. Soms willen mensen juist kennisnemen van afwijkende perspectieven, iets van de wereld om hen heen leren of ontspannen een Nederlandse dramaserie kijken. Bovendien kijken of luisteren mensen met verschillende achtergronden soms graag naar hetzelfde type aanbod. Pluriformiteit is een belangrijke publieke waarde, maar moet wel in verhouding

⁸ Kamerstukken II, 2023-24, 32827, F.

gezien worden tot andere, minstens net zo belangrijke waarden in het aanbod van de publieke omroep, zoals onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, verbinding, kwaliteit en impact.

Onze referentie
51217470

4.1.4 Van erkenningscriteria naar een transparante verantwoordings- en beoordelingssystematiek

In een nieuw bestel vervalt de methode van het beoordelen van erkenningsaanvragen van (aspirant)omroepverenigingen aan de hand van de wettelijk vastgelegde erkenningscriteria. Dat brengt met zich mee dat de omroepen met een vaste plek in het bestel zich adequaat moeten verantwoorden over de uitvoering van de publieke mediaopdracht. In de verantwoording wordt de publieke omroep geacht duidelijke doelstellingen voor het geheel en voor individuele omroepen op te stellen. Over het behalen van deze doelstellingen vindt transparant verantwoording plaats, die weer gebruikt kan worden om verbeteringen in gang te zetten. De publieke omroep verantwoordt de keuzes die zij maakt in de programmering en bij de inzet van middelen op genreniveau, onder andere waar het gaat over uitgaven aan sport, fictie en journalistiek ook vanuit het oogpunt van doelmatigheid. Ik zal deze systematiek nader uitwerken, inclusief het criterium dat omroepen gezamenlijk in voldoende mate de geluiden en behoeften van de samenleving moeten adresseren. Ik vind het belangrijk dit criterium in samenhang te bezien met het uitgangspunt dat het aanbod van de publieke omroep ook aan andere publieke waarden moet voldoen zoals ik hierboven al heb genoemd.

Ik wil bij het herijken van de evaluatie- en beoordelingssystematiek onder meer kijken naar de bestaande verantwoordingsdocumenten en de rol die de externe toezichthouder en de evaluatiecommissie op dit moment spelen. Een zogeheten evaluatiecommissie heeft nu al de wettelijke taak om regelmatig te evalueren op welke wijze uitvoering wordt gegeven aan de publieke mediaopdracht.⁹ Ik wil bijvoorbeeld kijken op welke wijze de wettelijk vastgelegde opdracht aan de evaluatiecommissie zou moeten worden aangepast in het licht van het nieuwe bestel. Zoals ook toegezegd in mijn recente brief over transparantie bij de uitgaven van de landelijke publieke omroep, zal ik verder uitwerken op welke wijze ik de verantwoordingscyclus wil verbeteren in het hervormde bestel op basis van bovengenoemde uitgangspunten.¹⁰ Daarbij blijft het voor mij van belang dat enerzijds verantwoording helder en transparant gebeurt, en dat anderzijds politieke bemoeienis met de inhoud van het media-aanbod altijd voorkomen moet worden.

4.2 Naar een bestel met minder spelers

4.2.1 Van 11 omroepverenigingen naar 4 of 5 omroephuizen

Het is noodzakelijk het aantal bestuurlijke spelers in het bestel terug te brengen. Alleen zo kunnen omroepen met een vaste plek in het bestel constructief samenwerken. Dit is voor de bestuurbaarheid, slagkracht en efficiëntie van het bestel van groot belang, zeker lettende op de uitdagingen die het gedigitaliseerde medialandschap met zich meebrengen. Ik wil in het nieuwe bestel dan ook

⁹ Artikel 2.184-2.188 van de Mediawet 2008.

¹⁰ *Kamerstukken II*, 2024-25, 32827, nr. 330.

uitgaan van minimaal vier en maximaal vijf omroephuizen die een vaste plek hebben in het bestel, naast de NOS.

Onze referentie
51217470

Het terugbrengen van het aantal omroeporganisaties heeft een aantal voordelen. Zo zorgt een vermindering van het aantal spelers voor een stevigere positie van de omroephuizen bij de programmatische en strategische besluitvorming. Hier ga ik in paragraaf 4.3 nader op in. Per omroephuis is ook een groter programmabudget beschikbaar waardoor er binnen één omroephuis meer aanbod gemaakt kan worden. Hierdoor kunnen er binnen een omroephuis meer medewerkers vast in dienst zijn. Dit moet leiden tot meer veiligheid en zekerheid voor mensen in dienst van de publieke omroep. Dit is in lijn met de aanbeveling uit het rapport van de Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen (hierna: OGCO-rapport), dat onderzoek deed naar grensoverschrijdend gedrag binnen de landelijke publieke omroep en oproept tot een vermindering van het aantal tijdelijke- en ZZP contracten.¹¹ Het terugbrengen van het aantal spelers acht ik voor het slagen van een hervormd bestel van groot belang.

Naast de vier of vijf omroephuizen behoudt de NOS de huidige wettelijke mediaopdracht en zal een eigenstandige taakorganisatie blijven. Voor de NTR geldt dat de meeste van haar wettelijke taken overgaan naar de nieuw te vormen omroephuizen, omdat dit nauw aansluit bij de wettelijke taak die omroephuizen krijgen om gezamenlijk aan te sluiten bij de behoeften en geluiden in de samenleving. Gezamenlijk krijgen zij de taak alle onderdelen van de publieke media-opdracht uit te voeren. Ik vind het daarbij belangrijk dat een van de specifiek wettelijk vastgelegde taken van de NTR 'om aanbod te maken van educatieve aard ten behoeve van de jeugd' goed gewaarborgd blijft binnen het bestel. Ik wil in de nadere uitwerking onderzoeken hoe deze borging het beste verzekerd blijft. Ik wil benadrukken dat ik hierbij oog heb voor het feit dat dit voor medewerkers binnen de NTR grote gevolgen kan hebben en ik wil deze uitwerking zorgvuldig vormgeven.

Dit betekent dat het landelijke bestel van veertien naar zes of zeven bestuurlijke spelers gaat; een halvering.¹² De omroephuizen zullen stichtingen zijn waarbij de huidige omroepverenigingen met (een vaste of voorlopige) erkenning de mogelijkheid krijgen zich te clusteren in de vier of vijf omroephuizen. Op deze manier blijft de continuïteit geborgd en gaat er geen talent of expertise onnodig verloren. Ik wil de komende periode in overleg treden met omroepen over de wijze waarop deze clustering kan plaatsvinden. Ik wil hierbij ruimte aan omroepen laten om te verkennen of uiteindelijk vier of vijf omroephuizen het meest passende aantal is, ook lettende op de profielen van de huidige omroepverenigingen. Hierbij wil ik de omroepverenigingen die deelnemen aan een samenwerkingsomroep die is ontstaan bij de ingang van de huidige erkenningperiode, de mogelijkheid bieden zich te clusteren in verschillende omroephuizen.¹³

¹¹ Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen: "*Niets gezien, niets gehoord en niets gedaan.*" Januari 2024.

¹² Van 11 omroepverenigingen, NOS, NTR en de NPO-organisatie naar 4 of 5 omroephuizen, NOS en daarnaast de NPO-organisatie met een andere rol dan nu het geval is (zie ook paragraaf 4.3).

¹³ Dit betreft de samenwerkingsomroepen AVROTROS-PowNed, MAX-WNL en VPRO-Human.

Om daadwerkelijk van het behoud van externe pluriformiteit te kunnen spreken, is het van belang dat het aantal omroephuizen niet te laag is: dan ontstaat immers het risico dat er te grote entiteiten ontstaan die zich op een te breed scala aan geluiden en perspectieven moeten richten en qua identiteit 'te grijs' worden. Ook wordt het dan lastiger om het contact en de worteling met onderdelen van de samenleving betekenisvol in te vullen. Ik zie een totaal van vier omroephuizen dan ook als ondergrens. Tegelijkertijd wil ik waken voor versnippering van middelen en expertise en een te groot aantal bestuurlijke spelers, wat de constructieve samenwerking en effectieve besluitvorming bemoeilijkt. Om deze redenen acht ik vier of vijf omroephuizen, de NOS en daarnaast NPO met een aangepaste rol, het meest wenselijk.

4.2.2 Omvang omroephuis, programmatisch verwantschap en werkgeverschap

Het is in de eerste plaats aan de huidige omroepen om zich te clusteren in minimaal vier of maximaal vijf omroephuizen. Ik geef daarbij een drietal aandachtspunten mee die ik van belang acht voor een omroephuis om goed te kunnen functioneren. Ten eerste is het belangrijk dat omroephuizen enigszins vergelijkbaar in grootte zijn als het gaat om termen van budget of producerend vermogen. Enig verschil hierin is prima, maar omroephuizen moeten geen orde van grootte van elkaar verschillen. Dit zorgt voor gelijkwaardige posities in het bestel, zodat de individuele spelers goed als geheel kunnen functioneren en er duidelijke doelstellingen afgesproken kunnen worden over ieders bijdrage aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht.

Ten tweede is het van belang dat een omroephuis als eenheid kan functioneren. Ik geef daarom mee dat een bepaalde mate van programmatische verwantschap binnen het omroephuis wat mij betreft voor de hand ligt. Omdat de omroephuizen in de optelsom in voldoende mate de in de samenleving bestaande opvattingen moeten vertegenwoordigen, is het van belang dat het duidelijk is welk omroephuis een bepaald spectrum aan geluiden, opvattingen en perspectieven vertegenwoordigt. Een helder spectrum binnen één omroephuis zorgt er ook voor dat omroephuizen ten opzichte van elkaar maximaal onderscheidend kunnen zijn, er zo min mogelijk sprake is van overlap en duidelijk is welk omroephuis een mogelijk lacune in het aanbod het meest vanzelfsprekend in kan vullen. Het einddoel is voor mij helder: minder organisaties, maar zodanig georganiseerd dat er een pluriformer aanbod tot stand komt dan nu het geval is. Daarnaast maakt programmatische verwantschap het makkelijker voor het bestuur van het huis om te sturen op het halen van de gemeenschappelijk afgesproken doelen.

Ten derde is het voor het functioneren van het omroephuis en het geheel van belang dat het omroephuis de entiteit is die zowel de programmatische activiteiten uitvoert, bestuurlijk verantwoordelijkheid draagt en daarmee ook normadressaat van de wet is. Dit zal ik wettelijk vastleggen. Het woord omroephuis wordt daarmee synoniem voor het woord omroep: het omroephuis is de omroep. Alleen op deze manier is er daadwerkelijk sprake van een vermindering van bestuurlijke spelers, wordt de positie van individuele omroephuizen sterker, kan een huis zich toeleggen op meer aanbod en krijgen medewerkers meer baanzekerheid. Als alle activiteiten blijven plaatsvinden binnen de huidige omroepverenigingen, lost het introduceren van een omroephuis

geen van de geconstateerde knelpunten op. Integendeel, dan wordt het bestel enkel complexer gemaakt door het toevoegen van een extra (bestuurs)laag die tussen omroepverenigingen en de coördinatie en bestuurlijke besluitvorming in zou staan. Dit is een additionele reden waarom ik niet een te laag aantal van drie omroephuizen wil overhouden en in plaats daarvan minimaal vier en maximaal vijf omroephuizen wil. Hoe groter het huis, hoe groter het risico dat een extra onderverdeling alsnog gevormd wordt. Om het bestel daadwerkelijk slagkrachtiger en efficiënter te maken, is het dus van belang dat uiteindelijk alle medewerkers in dienst zijn van het omroephuis. Ik begrijp dat de clustering niet alleen grote gevolgen heeft voor medewerkers van de NTR, maar ook op de medewerkers van de huidige omroepverenigingen. Werkgeverschap raakt immers aan de identiteit van de huidige omroepverenigingen en hun medewerkers. Om deze reden wil ik vanuit mijn rol deze overgang met de grootst mogelijke zorgvuldigheid vormgeven.

Onze referentie
51217470

Ik heb daarom ook aandacht voor de unieke geluiden die de huidige omroepverenigingen zullen meenemen naar het omroephuis en hoe deze geluiden in onderdelen van het aanbod van het omroephuis blijven doorklinken. Zeker nu het omroephuis de werkgever zal worden van medewerkers die voorheen bij verschillende omroepverenigingen zaten. Wat mij betreft zijn omroephuizen ook aanspreekbaar op de mate waarin het publiek deze specifieke geluiden herkent in aanbod van het huis. Het is hiervoor van belang dat het omroephuis geworteld is bij de groepen die het omroephuis aanspreekt met het aanbod. Hieronder ga ik daar nader op in.

4.2.3 Maatschappelijke worteling en de positie van verenigingen

Ik acht maatschappelijke worteling van groot belang voor de publieke omroep als geheel en de afzonderlijke spelers daarbinnen. In het nieuwe bestel is het aantonen van deze worteling dan ook een wettelijke vereiste. In het huidige bestel wordt deze maatschappelijke worteling met name vormgegeven door de verenigingsstructuur die de huidige omroepen kenmerkt. Ik wil omroephuizen meer mogelijkheden bieden om maatschappelijke worteling vorm te geven. Op deze manier kunnen omroepen de mogelijkheden benutten die het beste aansluiten bij de doelgroepen van het huis. Het onderhouden van banden met leden via verenigingen kan een van deze mogelijkheden zijn. Het is echter ook denkbaar dat een omroephuis andere mogelijkheden benut. Hierbij denk ik aan voorbeelden als het instellen van een programmaraad, het aangaan van samenwerkingen met culturele en maatschappelijke organisaties, publiekspanels en/of debatavonden. Ook online *communities* kunnen hier onderdeel van zijn, waarbij interactie betekenisvoller ingevuld moet worden dan enkel clicks en likes. Afhankelijk van de doelgroepen waar het omroephuis zich op richt, kunnen verschillende (combinaties van) mogelijkheden worden ingezet. Hiermee krijgen omroephuizen meer flexibiliteit om maatschappelijke worteling te borgen en aan te tonen. Een vorm van maatschappelijke worteling kan pas worden losgelaten als het omroephuis duidelijk maakt op welke alternatieve manieren het huis die worteling wil borgen en zo nodig te versterken. Dit leggen huizen vijfjaarlijks vast.

Ik wil hierbij nadrukkelijk de mogelijkheid openhouden voor verenigingen om gekoppeld te zijn aan omroephuizen als een manier voor het huis om in contact te

staan met (een deel van) hun doelgroepen. Het gaat hier om een koppeling met verenigingen die hoofdzakelijk of uitsluitend tot statutair doel hebben een bijdrage te leveren aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. Als een omroephuis voor deze koppeling met een vereniging of meerdere verenigingen kiest, is dit wat mij betreft niet vrijblijvend. In dit geval moet een omroephuis duidelijk maken hoe het geluid van de gekoppelde verenigingen door zal klinken in onderdelen van het aanbod dat het omroephuis maakt. Bij de verdere uitwerking van de governance van het omroephuis wil ik bezien hoe de koppeling tussen huis en vereniging verder ingericht kan worden. Als omroephuizen (mede) voor de optie van verenigingen kiezen om hun maatschappelijke worteling te borgen, kunnen de huidige verenigingen om die reden in stand blijven. De twee grootste verschillen met de huidige situatie zijn ten eerste dat medewerkers in dienst komen van het omroephuis omdat het huis het aanbod verzorgt. De omroephuizen nemen hiermee in wezen de rol van de huidige omroepverenigingen over. Het tweede verschil is dat de omroephuizen gezamenlijk de taak krijgen alle perspectieven, behoeften en geluiden in de samenleving zo goed mogelijk te adresseren en dat hiervoor geen nieuwe omroepen toetreden.

4.2.4 Governance van het omroephuis

Een goede governance van de omroephuizen is van groot belang voor het functioneren van ons landelijke omroepbestel. Juist omdat ik wil vasthouden aan een extern pluriform model waarbij de verschillende omroephuizen ieder vanuit een eigen profiel een bijdrage leveren aan de uitvoering van de publieke mediaopdracht, vind ik het belangrijk dat elk omroephuis beschikt over een eigen Raad van Toezicht waarbij de leden worden benoemd op basis van vooraf vastgestelde openbare profielen. Daarbij zal de maximale zittingstermijn van leden van de Raad van Toezicht wettelijk begrensd worden. De manier waarop leden worden voorgedragen, benoemd, geschorst en ontslagen werk ik verder uit. Net zoals dat de zittingstermijn van de leden van de Raden van Toezicht van de omroephuizen begrensd is, zal ik wettelijk vastleggen dat eenzelfde begrenzing ook geldt voor bestuurders of directeuren van de omroephuizen. Deze begrenzing geldt ook voor NPO en NOS in het nieuwe bestel.

Daarnaast zal een aantal andere wettelijke verplichtingen voor alle omroephuizen gaan gelden. Omroephuizen moeten stichtingen zijn waarbij de inrichting van het omroephuis doelmatig moet worden vormgegeven. De omroephuizen zullen uiteraard ook onder de Wet normering topinkomens (WNT) vallen. Ten aanzien van de inrichting van het huis moet er een helder onderscheid zijn tussen het dagelijkse bestuur en het toezichthoudende orgaan zijn en deugdelijk intern toezicht blijft een wettelijke vereiste. Op presentatoren die programma's maken voor de publieke omroep – en dus ook binnen de omroephuizen – blijft het Beloningskader Presentatoren Publieke Omroep (BPPO) van toepassing. Mocht het in het kader van de hervorming van de landelijke publieke omroep noodzakelijk zijn het BPPO daarvoor opnieuw aan te passen dan zal ik de NPO vragen daarvoorstellen voor te doen.

4.2.5 Sociale veiligheid

De bovenstaande maatregelen ter versteviging van de bestuursstructuur zijn ook noodzakelijk in het licht van een sociaal veilige werkomgeving. Het is belangrijk

dat de publieke omroep een veilige werkplek is voor alle medewerkers. Situaties die zich in het verleden hebben voorgedaan, waarbij onvoldoende is ingegrepen om onveiligheid tegen te gaan, moeten worden voorkomen. Een veilige werkomgeving is gebaat bij een gedegen bestuursstructuur met een heldere onderverdeling van taken, mandaten, verantwoordelijkheden en een deugdelijke Raad van Toezicht. Een Raad van Toezicht moet in staat zijn om adequaat toe te zien op sociale veiligheid en meldingen tijdig op te volgen. Ook het niet langer laten toe- en uittreden van omroepen moet leiden tot meer sociale veiligheid voor omroepmedewerkers en minder onzekerheid. De baanzekerheid wordt vergroot doordat er een beperkt aantal omroephuizen is die elk over een groter programmabudget zal beschikken. Ook zijn omroephuizen verplicht de gedragscode ter bevordering van goed bestuur en integriteit na te leven. Op basis van afspraken die ik heb gemaakt met de NPO en het Commissariaat, wordt er momenteel gekeken naar de uitbreiding en aanscherping van de gedragscode integriteit publieke omroep en het toezicht daarop. De uitkomsten hiervan betrek ik bij de verdere uitwerking van de bestuursstructuur.

Onze referentie
51217470

Hiermee geef ik uitvoering aan het voornemen uit mijn eerdere brief aan uw Kamer.¹⁴ In deze brief verwees ik naar het rapport van het Adviescollege en het OGCO-rapport, die hier aanbevelingen over hebben gedaan. De bovenstaande maatregelen ter versteviging van de bestuursstructuur zijn noodzakelijk in het licht van een sociaal veilige werkomgeving. Zo wordt wettelijk verzekerd dat omroephuizen een gezonde governance kennen, dat hierop wordt toegezien en dat de sociale veiligheid verbetert. Ik geef hiermee uitvoering aan de motie van de leden Martens-America (VVD), Van Zanten (BBB) en Mohandis (GroenLinks-PvdA).¹⁵ Tot slot houd ik bij de uitwerking rekening met de acties die reeds in gang zijn gezet om de sociale veiligheid binnen de publieke omroep te verbeteren.

4.3 Naar een bestel met meer gezamenlijkheid en een daarbij passende rol voor de NPO-organisatie

4.3.1 Hervorming NPO, passendere rol en generiekere coördinatie

Door omroephuizen een vaste plek in het bestel te geven en het aantal bestuurlijke spelers terug te brengen, wordt een grote stap gezet in het creëren van meer rust in het bestel. Daarbij ontstaat meer ruimte voor omroepen om, ieder vanuit het eigen profiel, een bijdrage te leveren aan de gezamenlijke doelstellingen. Ook worden besluitvormingsprocessen overzichtelijker, simpelweg omdat er minder spelers in het bestel zijn en het beschikbare budget over minder spelers wordt verdeeld. Ik wil nader stilstaan bij de wijze waarop budget wordt verdeeld en de rol die coördinatie speelt bij de totstandkoming van het aanbod van de landelijke publieke omroep.

Allereerst wil ik opmerken dat de noodzaak voor een coördinerend orgaan binnen het landelijke bestel in het algemeen niet ter discussie staat. Met meerdere spelers en schaarste in budget en aandacht van het publiek is het noodzakelijk dat uiteindelijk één partij het programmatische overzicht bewaart en een knoep doorhakt over welk type aanbod wordt gemaakt, voor welke platformen en

¹⁴ Kamerstukken II, 2024-25, 32827, nr. 325.

¹⁵ Kamerstukken II, 2024-25, 36600-VIII-137.

kanalen, en welk geld daarvoor beschikbaar is. Dit blijft relevant, ook nu de lineaire kanalen waarop de beschikbare ruimte per definitie begrensd is meer en meer plaatsmaken voor online en *on demand* distributie. Ook vanuit het oogpunt van doelmatigheid, het voorkomen van dubbelingen en het realiseren van de gezamenlijke doelen, moet de verdeling van budgetten gecoördineerd en in samenhang gebeuren. Ik wil daarom vasthouden aan de verantwoordelijkheid van de NPO als coördinerend orgaan dat over de verdeling van budgetten voor aanbod gaat. Ook wil ik vasthouden aan de faciliterende rol van de NPO. Ik vind het belangrijk dat activiteiten die in de gezamenlijkheid uitgevoerd kunnen worden, in de gezamenlijkheid blijven gebeuren, zoals bijvoorbeeld nu de NPO de ondertiteling bij aanbod verzorgt. Daarnaast blijft NPO verantwoordelijk voor de distributie van aanbod en kanalen en regelt het de technische ondersteuning voor digitale platformen als NPO Start.

Bovenstaande taken moeten worden ingevuld door een NPO die op het gebied van coördinatie anders handelt en zich anders opstelt. Het is niet altijd nodig om te coördineren op het niveau van individuele programma's zoals dat in de huidige situatie gebeurt. Met de nieuwe inrichting van het bestel zorg ik ervoor dat de coördinerende functie lichter kan worden ingevuld. Doordat omroepen veel meer in overleg treden over ieders bijdrage aan de totale aanbodmix, wat al een stap naar meer gezamenlijkheid is, kan er meer ruimte ontstaan voor specialisatie in thema's en (sub)genres en vermindert de onderlinge concurrentie. Doelen en ambities op genre- en kanaalniveau kunnen in gezamenlijkheid worden opgesteld inclusief ieders bijdrage aan deze doelen. De NPO blijft hierbij verantwoordelijk voor de toekenning van de bijbehorende budgetten. Ik verwacht wel dat de wijze van toekenning in een nieuwe bestel anders gaat plaatsvinden. Ik verwacht dat in veel gevallen budget niet langer toegekend wordt op het niveau van individuele programma's, maar (langjarig) op thema of (sub)genre. Binnen de gezamenlijk afgesproken kaders krijgen omroephuizen meer vertrouwen om de creatieve invulling van het aanbod vorm te geven. De coördinerende rol van de huidige NPO-organisatie zal hiermee afnemen.

Ik wil de komende periode met NPO en omroepen in gesprek over hoe generiekere coördinatie verder kan worden uitgewerkt. Door de gezamenlijkheid te benadrukken, wil ik de prikkel van het opzoeken van tegenstellingen wegnemen. De omroephuizen en de NPO-organisatie zijn immers gezamenlijk verantwoordelijk voor het uitvoeren van de publieke media-opdracht.

4.3.2 Versterken positie omroephuizen in totstandkoming programmering en strategie

Naast het generieker invullen van de coördinerende functie van de NPO, wil ik op een andere manier de positie van omroephuizen in het bestel verder versterken. Door het terugbrengen van het aantal spelers zijn er hogere garantiebudgetten per omroephuis beschikbaar. Daarnaast wil ik de huidige mogelijkheid voor buitenproducenten om programmavoorstellen te pitchen bij de NPO-organisatie uit de wet halen. Uit het oogpunt van zuiverheid van rollen en verantwoordelijkheden vind ik het wenselijk als omroephuizen de aangewezen organisaties zijn waar buitenproducenten voorstellen kunnen indienen. Nu omroephuizen breder en flexibeler zijn in hun profiel en de opdracht hebben gezamenlijk doelen voor het geheel en de individuele spelers op te stellen, vervalt

de reden voor de NPO om eventueel een omroeporganisatie aan te wijzen om bepaald aanbod te verzorgen.

Onze referentie
51217470

In het huidige bestel gaat het opstellen van het concessiebeleidsplan vooraf aan het indienen van de erkenningsaanvragen van omroepen. In het concessiebeleidsplan beschrijft de publieke omroep hoe hij de komende vijf jaar uitvoering wil geven aan de publieke mediaopdracht. Er wordt in het nieuwe bestel aan omroepen gevraagd vijfjaarlijks gezamenlijk een 'aanbodplan' in te dienen. Zoals beschreven bij onderdeel 4.1 moet uit dit plan blijken dat zij gezamenlijk de huidige en de te verwachten pluriformiteit en behoeften van de samenleving kunnen vertalen naar aanbod. Het concessiebeleidsplan wordt vervolgens opgesteld, mede op basis van en in lijn met het aanbodplan van de omroephuizen. Hiermee wordt verzekerd dat de strategische doestellingen van het geheel goed aansluiten bij de ambities en doelstellingen van de omroephuizen.

Daarnaast wil ik in samenspraak met omroepen en de NPO-organisatie verder verkennen op welke manier omroephuizen in een nieuw bestel beter aangesloten kunnen zijn op de strategische besluitvorming. Daarbij wil ik bijvoorbeeld kijken naar manieren om het opstellen van strategische documenten meer een gezamenlijke taak te laten zijn dan nu het geval is.¹⁶ Hierbij staat voorop dat rollen en bevoegdheden helder zijn: uiteindelijk moet voor alle partijen duidelijk zijn wie uiteindelijk besluiten neemt. Voorkomen moet worden dat besluiten niet genomen worden of dat de optelsom van deelbelangen prevaleert boven die van de gezamenlijkheid.

5. Overige thema's van belang bij deze hervorming

Hierboven heb ik mijn maatregelen toegelicht als het gaat om de hervorming van de inrichting van het bestel. Er zijn een viertal andere thema's die niet direct raken aan de inrichting van het bestel, maar waar ik ook maatregelen voorstel die samenhangen met de inrichting van het bestel.

5.1. Bezuinigingen en duurzame financiering publieke omroep

In het hoofdlijnenakkoord is een structurele bezuiniging op de landelijke publieke omroep van € 100 miljoen per jaar aangekondigd, die ingaat vanaf 2027. In het debat met uw Kamer over de onderwijsbegroting is het amendement van de leden Bontenbal (CDA), Bikker (CU), Stoffer (SGP) en Eerdmans (JA21) aangenomen, waarin de rijksmediabijdrage voor de landelijke publieke omroep per 2027 met € 50 miljoen extra wordt verlaagd.¹⁷ Daarbij wordt de regering gevraagd de mogelijkheden om inkomsten uit (online) reclame bij de landelijk publieke omroep te genereren, te vergroten, en zo die additionele structurele verlaging op te vangen. Tot slot is als onderdeel van de invulling van de subsidietaakstelling besloten om de bekostiging van de landelijke publieke omroep per 2027 met circa € 7 miljoen te korten. Eventuele frictiekosten die ontstaan als gevolg van de

¹⁶ Het gaat hier bijvoorbeeld over strategische documenten als het concessiebeleidsplan, de begroting, de terugblik en het interne mediajaarplan.

¹⁷ *Kamerstukken II, 2024-25, 36600-VIII, nr. 141.*

hierboven geschetste bezuiniging en hervorming worden binnen de bestaande middelen gedekt. Indien nodig kan de Algemene Mediareserve hiervoor worden ingezet.

Onze referentie
51217470

De landelijke publieke omroep ontvangt daarmee vanaf 2027 structureel circa € 157 miljoen per jaar minder financiering uit de rijksmediabijdrage op een totaal van € 805 miljoen rijksmediabijdrage dat de publieke omroep in 2025 vanuit OCW ontvangt. De precieze hoogte van de rijksmediabijdrage voor de publieke omroep in 2027 hangt af van de hoogte van de indexatie van de komende jaren. De genoemde bedragen houden hier nog geen rekening mee. Omdat de minimale hoogte van de rijksmediabijdrage is vastgelegd in de Mediawet 2008, betekent dit dat hiervoor een wetswijziging nodig is. Ik ben voornemens deze wetswijziging rond het einde van dit jaar of begin 2026 bij uw Kamer in te dienen.

Naast de rijksmediabijdrage ontvangt de NPO vanuit OCW in 2025 ook € 153 miljoen uit Ster-inkomsten. Als reactie op de vraag uit het amendement van Bontenbal c.s. om de (online) reclameruimte te vergroten, heb ik de toezegging uit mijn Mediabegrotingsbrief 2025 herhaald dat ik eerst een impactanalyse ga uitvoeren.¹⁸ Met deze analyse wil ik inzicht krijgen in de gevolgen van het vergroten van de reclameruimte bij de landelijke publieke omroep voor private mediapartijen als RTL en Talpa. Mede op basis van de uitkomsten van deze impactanalyse ga ik een besluit nemen over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep en zal ik reflecteren op de verschillende financieringsmodellen. Ik wil uw Kamer hierover voor de zomer van 2025 informeren.

Ik wil benadrukken dat de aanleiding voor de impactanalyse niet alleen de vraag uit het amendement is om de wettelijke mogelijkheden voor reclame te verruimen om het mogelijk te maken de additionele korting van € 50 miljoen per jaar vanaf 2027 (deels) op te vangen. Ook zonder dit amendement bestond al de noodzaak een besluit te nemen over de duurzaamheid van de financiering van de landelijke publieke omroep en de rol van reclame hierbij. Dit komt omdat er steeds minder lineaire televisie wordt gekeken. Als gevolg daarvan zullen de opbrengsten van de reclame op de lineaire kanalen structureel dalen. De opbrengsten uit Ster-reclame zullen bij ongewijzigd beleid dus afnemen waardoor er minder opbrengsten uit reclamegelden beschikbaar zullen zijn voor het financieren van de landelijke publieke omroep.

Ik zal deze constatering betrekken bij het besluit dat ik neem over de toekomstige rol van reclame bij het financieren van de landelijke publieke omroep. Een stabiele langjarige financieringspositie is van groot belang voor de landelijke publieke omroep om zijn publieke mediaopdracht naar behoren te kunnen uitvoeren. Zonder aanpassing van de wettelijke kaders voor reclame is de besparing vanaf 2027 € 157 miljoen. Afhankelijk van het eindelijke besluit over de toekomst van reclame op de landelijke publieke omroep, kan dit teruglopen naar €107 miljoen.

¹⁸ Kamerstukken II, 2024-25, 36600-53.

De NPO en de omroepen zijn onder eindverantwoordelijkheid van de NPO gezamenlijk aan de slag gegaan met het uitwerken van de voorstellen voor de invulling van de besparingen. Ik wil hierbij wel aangeven dat de voorgestelde hervorming in deze brief niet gaat leiden tot het geheel kunnen oplossen van de hierboven genoemde besparingsopdracht. Hoewel ik verwacht van NPO en omroepen dat zij proberen de programmering zoveel mogelijk te ontzien, kan dit bedrag niet volledig worden gevonden in organisatorische maatregelen. De bezuinigingen gaan ook twee jaar eerder in dan het nieuwe bestel dat op zijn vroegst in 2029 kan ingaan. Het is daarmee onvermijdelijk dat het aanbod geraakt zal worden door deze bezuinigingen. Ik begrijp dat de besparingsopdracht leidt tot onzekerheid bij omroepen en medewerkers. Ik word over de voortgang van het invullen van de bezuinigingen regelmatig geïnformeerd. Ik zal de Tweede Kamer in de aankomende mediabegrotingsbrief over deze voortgang informeren.

Onze referentie
51217470

5.2 Extern toezicht

In ons publieke mediabestel is extern toezicht van belang. Het vormt het sluitstuk in een breder systeem van *checks and balances* dat waarborgt dat de publieke mediaopdracht uitgevoerd wordt. Goede verantwoording, zelfregulering en intern toezicht zijn in dat systeem andere belangrijke waarborgen. Als minister ligt bij mij de stelselverantwoordelijkheid voor het geheel van het publieke bestel waarbij extern, onafhankelijk toezicht van groot belang is. Uw Kamer kan mij immers ter verantwoording roepen over de uitvoering van publieke taken; in dit geval de publieke mediaopdracht. Dat het extern toezicht daar uiteindelijk op toeziet, is dus een belangrijk instrument. Daarbij moet gezegd dat ik wel een bepaalde volgorde zie in het uitwerken van deze hervorming: de keuzes voor het toezicht moeten logischerwijs volgen uit de keuzes voor het bestel. Daarom deel ik nu een aantal uitgangspunten met uw Kamer. Ik zal de verdere vormgeving van het toezicht parallel uitwerken aan de inrichting van het bestel.

Allereerst moet de toezichthouder onafhankelijk kunnen opereren. Onafhankelijk betekent vrij van ongepaste beïnvloeding door zowel parlement en De Minister, als door de sector waar toezicht op gehouden wordt. Ten tweede is voor toezicht op de audiovisuele mediasector artikel 7, tweede lid, tweede volzin van de Grondwet van groot belang: het censuurverbod. Dat verbod heeft alles te maken met de persvrijheid die wij met elkaar hebben te beschermen. Media-aanbod vooraf aan toezicht onderwerpen is nadrukkelijk verboden. Hieraan wordt niet getornd.

Momenteel ligt het externe toezicht op de omroepen bij het Commissariaat.¹⁹ Een belangrijke gedachte van de hervorming die ik beoog is het publieke bestel meer op afstand van parlement en De Minister te plaatsen. Daarvoor is de onafhankelijkheid van de toezichthouder belangrijk. Daarnaast wil ik toezichttaken duidelijk beleggen bij de onafhankelijke, externe toezichthouder: ik wil taken op het vlak van toezicht en handhaving meer in één hand brengen dan nu het geval is. Ik ben niet voor het opsplitsen van die taken. Ten derde moet het toezicht uiteraard aansluiten bij de nieuwe inrichting van het bestel en de nieuwe

¹⁹ Het Commissariaat voor de Media is een publiekrechtelijk zelfstandig bestuursorgaan met eigen rechtspersoonlijkheid waarop de Kaderwet ZBO's van toepassing is.

wettelijke eisen die ik wil stellen aan de partijen binnen dat bestel. Tot slot moet een toezichthouder voldoende toegerust zijn om zijn taken te kunnen uitvoeren. Het instrumentarium dat een toezichthouder tot zijn beschikking heeft moet hem in staat stellen zijn taken te vervullen. Een toezichthouder zonder tanden is immers in niemands belang.

Onze referentie
51217470

In het kader van de hervorming van het landelijke bestel overweeg ik de institutionele onafhankelijkheid van de toezichthouder te versterken ten opzichte van de huidige regeling. Op dit moment heb ik als minister op grond van de Mediawet 2008 en op grond van de Kaderwet zelfstandige bestuursorganen, als onderdeel van het sturingsinstrumentarium in die wet, een bevoegdheid tot het schorsen en het vernietigen van besluiten van het Commissariaat. Deze bevoegdheid verhoudt zich wat mij betreft niet goed met de onafhankelijkheid van de toezichthouder. Ik wil verzekeren dat er voor een bewindspersoon geen route bestaat om via de toezichthouder oneigenlijk in te grijpen in de onafhankelijke media.

Het rapport van het Adviescollege gaat ook in op het extern toezicht. In dat rapport stelt het Adviescollege voor een Autoriteit Publieke Media (hierna: APM) op te richten, die als onafhankelijke autoriteit boven de partijen staat, en zich zou moeten buigen over toetreding, verantwoording en uittreding.²⁰ Deze autoriteit zou de plaats van het Commissariaat in het bestel overnemen; overige taken van het Commissariaat zouden volgens het Adviescollege overgeheveld kunnen worden naar andere markttoezichthouders.

Ik onderschrijf volledig het belang dat het Adviescollege hecht aan onafhankelijk toezicht, en een onafhankelijke manier van beoordeling van de publieke omroep. Ik ben echter niet overtuigd van de noodzaak een nieuwe autoriteit op te richten. Het Adviescollege beoogt vooral de toetreding buiten de invloed van de politiek te brengen. Dat uitgangspunt onderschrijf ik, maar van toetreding is in het bestel zoals ik dat voor ogen heb geen sprake meer. Bovendien miskent dit voorstel de andere taken van de huidige toezichthouder binnen het mediabestel in den brede. Met het Commissariaat hebben we een onafhankelijke toezichthouder die, net als de APM uit het advies, een zelfstandig bestuursorgaan is en die op onafhankelijke en professionele wijze toezicht kan houden op de mediasector als geheel. Daarnaast vind ik het splitsen van het toezicht voor het publieke bestel enerzijds en voor commerciële aanbieders anderzijds niet bijdragen aan effectief, integraal en efficiënt toezicht. Een voorbeeld is dat het Commissariaat momenteel ontwikkelingen in kaart brengt voor het gehele medialandschap, zoals recentelijk de nieuwsconsumptie van jongeren. Zulke inzichten dragen bij aan de beleidsontwikkeling op mijn ministerie, brengen relevante inzichten aan de sector en stimuleren effectief toezicht. Dit neemt niet weg dat in de aanloop naar het hervormde bestel een majeure inspanning van het Commissariaat wordt gevraagd om zijn rol daarbinnen met verve te kunnen vervullen. Daarnaast zal, zoals in de recente evaluatie van de toezichthouder al naar voren kwam, het samenspel tussen departement en Commissariaat cruciaal zijn voor de effectiviteit van het toezicht in de nieuwe situatie.²¹

²⁰ *Kamerstukken II*, 2023-24, 32827, F.

²¹ *Kamerstukken II*, 2024-25, 25268, nr. 228.

Met de keuze voor een sterkere inrichting van het Commissariaat als enig toezichthouder op de landelijke publieke omroep, hangt voor mij een aantal essentiële veranderingen samen. Het duidelijk beleggen van verantwoordelijkheden en taken, ook op het vlak van toezicht, handhaving en sanctionering, is noodzakelijk. In het huidige bestel heeft de NPO ook bevoegdheden die op het grensvlak van sturing enerzijds en toezicht en handhaving anderzijds liggen.²² Bevoegdheden om sancties op te leggen wegens niet-naleving van wettelijke eisen horen bij een toezichthouder, niet bij de NPO. Daarmee voorkom ik dat NPO en het Commissariaat door deels overlappende bevoegdheden in elkaars vaarwater terechtkomen. Hiermee wil ik ook uitvoering geven aan de motie van het lid Mohandis (GroenLinks/PvdA).²³

Mijn derde punt ziet op de aansluiting van het toezicht op het nieuwe bestel. Terecht stipte het Adviescollege aan dat onafhankelijk toezicht op verantwoording enerzijds en toetreding en uittreding anderzijds noodzakelijk is. Op het punt van verantwoording heb ik eerder in deze brief aangegeven dat ik voorstander ben van een transparante verantwoordings- en beoordelingssystematiek waarin een evaluatiecommissie een rol heeft. Een evaluatie hoort ook consequenties te hebben. Daar hoort wat mij betreft ook een rol voor de toezichthouder bij die ik gedetailleerder zal uitwerken parallel aan het vormgeven van de verantwoordings- en beoordelingssystematiek zelf.

In het bestel zoals ik dat voor ogen heb, is van toetreding en uittreding geen sprake meer. Dat brengt wel de vraag met zich mee welke waarborgen op dat punt nodig zijn om in een uiterste geval toch in te kunnen grijpen. In het huidige bestel is voor dit soort situaties geregeld dat, op basis van een beperkt aantal wettelijke gronden, de minister kan besluiten een erkenning in te trekken. Daar zal in het nieuwe bestel geen sprake meer van zijn omdat omroephuizen een vaste plek in het bestel hebben waarmee deze mogelijkheid vervalt. Het Commissariaat heeft op grond van de Mediawet 2008 een aanwijzingsbevoegdheid wanneer er sprake is van wanbeheer. Ik ga onderzoeken of deze aanwijzingsbevoegdheid ook in het bestel zoals ik dat voor ogen heb, voldoende mogelijkheden biedt én met voldoende waarborgen omkleed is, om in een uiterste geval te kunnen ingrijpen bij omroepen. Ik wil daarbij ook de vraag betrekken wat de reikwijdte van het toezicht en de sanctiemogelijkheden moeten zijn als het gaat om de naleving van de publieke mediaopdracht.

Daarnaast zal de toezichthouder moeten kunnen toezien op een aantal nieuwe taken van de spelers in het bestel. Dat gaat onder andere over de onderlinge samenwerking bij de uitvoering van de bij hen gezamenlijk berustende publieke media-opdracht en de verantwoordelijkheid om nieuwe geluiden een plek te geven in het bestel. Daarnaast heb ik eerder in deze brief aangegeven wat ik op het gebied van governance en goed bestuur van de omroephuizen, en de koppeling van verenigingen daaraan, wil regelen. Daar hoort ook goed toezicht op gehouden te worden. Ik ga daarom regelen dat het Commissariaat kan ingrijpen wanneer het aan de juiste inrichting van de governance van de omroephuizen

²² Bijvoorbeeld artikel 2.154 van de Mediawet 2008.

²³ *Kamerstukken II, 2022-23, 32827, nr. 276.*

ontbreekt. Het toezicht volgt daarbij op de uitwerking van het nieuwe wettelijke kader.

Onze referentie
51217470

Deze keuzes moeten wat mij betreft leiden tot een Commissariaat 'met tanden'. Uiteraard ben en blijf ik met het Commissariaat in gesprek over al deze maatregelen opdat we, binnen de kaders van de mediavrijheid, het toezicht op een nieuw bestel zo onafhankelijk en effectief mogelijk inrichten.

5.3 Journalistiek

Zoals ik al in de inleiding van deze brief heb aangegeven, is het journalistieke aanbod van de publieke omroep een belangrijk onderdeel van de publieke taak. Betrouwbare informatie is in een democratische rechtsstaat van wezenlijk belang. Er is de laatste jaren veel discussie over journalistiek, hoe deze tot stand komt, wie het nieuws brengt en of het te eenzijdig is. Deze discussie raakt aan de taak van (de journalistiek van) de publieke omroepen. Daarom vind ik het nodig deze functie in het bestel te verstevigen. Ik ben hierover in gesprek gegaan met de NPO, de Ombudsman Publieke Omroepen, de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ), de Raad voor de Journalistiek en het Commissariaat.

Ik constateer dat het systeem van zelfregulering ten aanzien van journalistieke kwaliteit in algemene zin goed functioneert. Tegelijkertijd constateer ik dat er maatregelen getroffen kunnen worden om de weerbaarheid, onafhankelijkheid en betrouwbaarheid van dit systeem als geheel te verstevigen. Ik doe hiervoor twee voorstellen: ik wil de Ombudsman beter positioneren en ik wil aanvullende eisen aan het redactiestatuut te stellen. Deze twee maatregelen licht ik hieronder toe.

De Ombudsman onderzoekt op basis van klachten of uit eigen beweging of de journalistieke redacties van de publieke omroepen zich houden aan de Journalistieke Code (hierna: Code).²⁴ De Ombudsman kan zijn werk goed doen maar het feit dat de Ombudsman benoemd wordt door de Raad van Bestuur van de NPO en het budget via de NPO loopt, draagt niet bij aan heldere *checks and balances*. Een geheel onafhankelijke positie van de Ombudsman moet dit verhelpen. Ik wil daarom ervoor zorgen dat er een onafhankelijke stichting Ombudsman wordt opgericht. Deze stichting wordt in de wet opgenomen, waarbij de taken en bevoegdheden van de Ombudsman concreter dan nu worden beschreven. De benoemingsprocedure zal ik daarbij verder uitwerken. Belangrijkste element is dat geborgd wordt dat er draagvlak is bij alle omroepen voor de inhoud van de Code en voor de Ombudsman als gezaghebbend (zelfregulerend) orgaan. De Ombudsman behoudt de huidige taken om klachten in behandeling te nemen, daarover uitspraak te doen, de betreffende redacties hierop aan te spreken en ongevraagd te kunnen adviseren. Als nieuwe taak wil ik introduceren dat de Ombudsman verplicht wordt jaarlijks een verslag over de naleving van de Code te publiceren. De omroepen zullen worden verplicht jaarlijks in hun jaarverslag te rapporteren over hoe zij de code hebben nageleefd en waarom ze er eventueel van zijn afgeweken volgens het principe 'pas toe of leg uit.' Met deze maatregelen wordt de Ombudsman versterkt en kan zo zijn positie

²⁴ Dit betreft een code opgesteld door de landelijke publieke omroepen die geldt voor het journalistiek handelen van de landelijke publieke omroepen voor aanbod op het gebied van nieuws, informatie en educatie.

als gezaghebbend orgaan van zelfregulering beter uitoefenen. Deze maatregelen vinden plaats binnen de beschikbare middelen.

Onze referentie
51217470

Mijn tweede maatregel betreft het redactiestatuut. Het Commissariaat heeft onderzoek gedaan naar redactiestatuten van omroepen.²⁵ Op basis van dit onderzoek constateerde het Commissariaat dat de bepaling in de Mediawet 2008 over het redactiestatuut ruimte laat voor interpretatie. Daarom zal ik als maatregel concreter uitwerken aan welke eisen het statuut minimaal moet voldoen, om zo een onafhankelijke redactie te kunnen borgen die de kwaliteitsstandaarden naleeft die in de Code zijn opgenomen. Op deze manier krijgt het Commissariaat een concreet toezichtkader en kan het toetsen of de redactiestatuten daaraan voldoen en of hier in de praktijk ook daadwerkelijk invulling aan wordt gegeven.

De maatregelen ter versterking van de positie van de Ombudsman en ter uitbreiding en concretisering van de eisen voor het redactiestatuut zal ik de komende tijd verder uitwerken in overleg met alle betrokkenen.

Met betrekking tot journalistiek heeft mijn ambtsvoorganger twee additionele voorstellen gedaan.²⁶ Het ging hier om het voorstel het naleven van de Code als toetredingseis voor omroepen te introduceren én het naleven van Code als een zelfstandig vereiste in de Mediawet 2008 te verankeren. Dat zou handvatten bieden om effectief handhavend op te treden en in het uiterste geval een omroep uit het bestel te zetten. Aangezien ik in een hervormd bestel niet langer uit wil gaan van het toe- en uittreden van organisaties, is het onderschrijven van de Code voor toetreding tot het bestel niet langer aan de orde. Met betrekking tot de tweede toezegging, het naleven door omroepen als zelfstandig vereiste opnemen in de Mediawet 2008, wil ik het volgende opmerken.

Ik vind het goed dat de sector zelf zeggenschap heeft over wat kwalitatief goede journalistiek is. Zoals de Mediawet 2008 ook aangeeft in het artikel over de publieke mediaopdracht: 'publiek media-aanbod moet voldoen aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen die *binnen de sector gehanteerd* worden'. Dat zijn de omroepen zelf, en nu ook het College van Hoofdredacteuren, de Ombudsman en de Raad voor Journalistiek.²⁷ In gesprekken met de sector hebben zij ook gewezen op de waarde van zelfregulering. Die waarde zie ik ook. Op dit moment ziet het Commissariaat toe op de naleving van de publieke mediaopdracht waar ook de journalistieke en professionele kwaliteitseisen onder vallen.²⁸ Tegelijkertijd wil ik bezien wat de voorgestelde inrichting van het bestel vraagt aan *checks and balances* ten aanzien van de borging van kwalitatieve journalistiek en de rol die de Code hierbij moet hebben. Met betrekking tot extern toezicht heb ik in de paragraaf hierboven al aangegeven dat ik wil onderzoeken welke waarborgen nodig zijn om in een uiterste geval toch in te kunnen grijpen bij omroephuizen nu zij een vaste plek zullen hebben in het bestel. Ik wil hier in het kader van journalistiek ook de vraag betrekken wat de reikwijdte van het toezicht

²⁵ Commissariaat voor de Media, 2021: "Het redactiestatuut bij aanbieders van audiovisuele mediadiensten."

²⁶ *Kamerstukken II*, 2023-24, 2992, nr.28.

²⁷ In januari 2025 hebben de omroepen op eigen initiatief dit College opgericht. Dit College ziet het vooral als zijn rol om te wijzen op het belang van onafhankelijke journalistiek en pluriformiteit in de media.

²⁸ Artikel 2.1, tweede lid, aanhef en onder e Mediawet 2008.

moet zijn als het gaat om de borging van kwalitatief hoogstaande journalistiek bij de publieke omroep zoals dat is omschreven in de publieke mediaopdracht.

Onze referentie
51217470

5.4 Versterken positie publieke omroep ten opzichte van digitale spelers (vindbaarheid, zichtbaarheid en herkenbaarheid)

5.4.1 Wettelijk borgen gegarandeerde zichtbaarheid (prominentie)

De voorgestelde wijzigingen moeten de publieke omroep beter wortelen in de maatschappij en moeten de huidige bestuurlijke moeilijkheden wegnemen. Het is echter ook van belang te kijken naar de zichtbaarheid, vindbaarheid en herkenbaarheid van de publieke omroep in de digitale omgeving. In het huidige digitale tijdperk, met een steeds ruimer media-aanbod en een meer versnipperd internationaal medialandschap, is het steeds lastiger voor de publieke omroep om zijn aanbod en diensten bij het publiek te krijgen. Om deze reden zal ik de komende tijd de mogelijkheden tot het introduceren van zogeheten prominentiemaatregelen binnen het huidige wettelijke kader verder onderzoeken. Dit is ook benoemd in het regeerprogramma. Ook de WRR pleit in zijn recente rapport voor prominentiemaatregelen voor aanbod van publiek belang.²⁹ Vanuit het onderzoek wil ik bekijken wat de reikwijdte van wettelijk geborgde prominentie zou moeten zijn en welke diensten en welk aanbod daarvoor in aanmerking zouden moeten komen. Bij de gesprekken hiervoor zal ik zowel publieke als private mediaorganisaties betrekken, en ook het Commissariaat. De ervaringen die reeds zijn opgedaan door een klein aantal andere EU-lidstaten die recentelijk (in concept) prominentiemaatregelen hebben geïntroduceerd, vormen voor dit onderzoek een goed startpunt. In de kabinetsreactie op het WRR-rapport zal ik nader ingaan op dit onderwerp.

5.4.2 Rol van gatekeepers

Daarnaast wil ik kijken naar de rol van (internationale) gatekeepers en televisiefabrikanten die een belangrijke rol spelen in de distributie van Nederlands aanbod en diensten. Ik denk hierbij aan partijen als Google en Meta maar ook aan televisiefabrikanten als Samsung en LG. Ik zal naar aanleiding van ontvangen signalen daarbij kijken of de onderhandelingspositie van Nederlandse mediaorganisaties onder druk staat wat betreft contractuele voorwaarden die deze partijen stellen en hoe zij de positionering van Nederlands aanbod en diensten beïnvloeden. Ook hierover zal ik het gesprek voeren met zowel publieke als private partijen om te onderzoeken of wettelijke interventies op dit terrein opportuun zijn.

6. Effecten van maatregelen: samenvatting en conclusies

Uiteindelijk draait de kern van de hervorming om het volgende: kijkers en luisteraars moeten, ook in een digitale omgeving, kunnen rekenen op een Nederlandse publieke omroep die kwalitatief, betrouwbaar en pluriform aanbod brengt op een manier die aansluit bij hun mediagedrag. Deze taak is in eerste instantie aan de publieke omroep zelf. Omroepen, makers, producenten en NPO dienen gezamenlijk deze taak te vervullen en zich daarbij voortdurend af te

²⁹ Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2024) *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*. WRR-rapport 111. Den Haag: WRR.

vragen welke aanpassingen in het aanbod, kanalen en distributiestrategie nodig zijn om deze belangrijke taak te vervullen. Zij hebben de benodigde kennis, ervaring en expertise om deze strategieën vorm te geven en te implementeren. Het is bovendien voor de onafhankelijkheid van de publieke omroep van groot belang dat de politiek niet in het programmeerproces en de strategievorming treedt.

Onze referentie
51217470

Met de maatregelen die ik hierboven uiteengezet heb, draagt de wetgever bij aan het goed kunnen uitvoeren van deze taak door het op orde brengen van de randvoorwaarden daarvoor. De voorgestelde maatregelen lossen de huidige knelpunten zoals uiteengezet in paragraaf 3 op. In het bestel en de bijbehorende beoordelingssystematiek komt, naast pluriformiteit, meer aandacht voor andere publieke waarden (knelpunt 1). Ik zorg voor meer rust en stabiliteit in het bestel door het aantal bestuurlijke spelers te verminderen en omroephuizen een vaste plek te geven in het bestel. Omroepen krijgen daarbij nadrukkelijker de opdracht een bijdrage te leveren aan de doelen van het geheel (knelpunt 2). Het systeem van erkenningscriteria wordt losgelaten, omroepen krijgen in plaats daarvan de opdracht maatschappelijk geworteld te zijn en gezamenlijk de in de samenleving levende behoeften en perspectieven in aanbod te vertalen (knelpunt 3 en 4). Ik bevorder de slagkracht van omroepen door het aantal omroeporganisaties terug te brengen (knelpunt 5). Ten slotte maak ik de rol van de NPO kleiner en versterk ik de invloed van omroepen op de programmatische en strategische besluitvorming (knelpunt 6). Deze maatregelen leiden gezamenlijk tot een efficiënter bestel dat beter is uitgerust om de uitdagingen in het digitale landschap het hoofd te bieden. Samen met het versterken van de journalistieke functie (paragraaf 5.3) en het onderzoeken van prominentiemaatregelen en de rol van gatekeepers (paragraaf 5.4) wordt de publieke omroep beter zichtbaar, vindbaar en herkenbaar (uitdaging 2) en kan hij beter zijn functie van een publieke ruimte vervullen (uitdaging 1).

Op deze manier geeft deze hervorming ook uitvoering aan de motie van het lid Ceder (CU) die verzoekt in samenspraak met de NPO, omroepen en het Commissariaat een strategie uit te werken hoe de NPO het beste kan inspelen op de genoemde technologische ontwikkelingen als kunstmatige intelligentie om de publieke mediaopdracht zo goed mogelijk uit te voeren.³⁰

7. Vervolgstappen

Ik ga graag met uw Kamer in gesprek over de in deze brief gedane voorstellen. Zoals ik aan het begin van de brief schreef, vergt een aantal thema's nog nadere uitwerking in de volgende fase. Het gaat bijvoorbeeld over het proces om te komen tot omroephuizen, de governance binnen omroephuizen, het verbeteren van de verantwoordings- en beoordelingssystematiek en de rolverdeling tussen NPO en omroepen. Ik ga over deze onderwerpen graag met NPO, omroepen, het

³⁰ Kamerstukken II, 2024-25, 36600-VIII-126.

Commissariaat en de Raad voor Cultuur nader in gesprek. Ik blijf daarnaast in gesprek met commerciële partijen over samenwerking tussen publieke en private partijen en de overige thema's binnen deze hervorming die hen raken. Hiermee geef ik ook uitvoering aan de motie van het lid Van der Velde (PVV).³¹

Onze referentie
51217470

Uiteindelijk zullen deze voorstellen hun beslag krijgen in een wetsvoorstel om de Mediawet 2008 aan te passen. Daaropvolgend zullen ook processen binnen de landelijke publieke omroep moeten worden aangepast. Het gaat hierbij namelijk om een verregaande aanpassing van de Mediawet 2008. Ik verwacht dat het voorstel mogelijk met de Europese Commissie moet worden besproken omdat de nieuwe inrichting van het bestel wellicht raakt aan de Europese staatssteunregels. Tegelijkertijd is de planning voor het indienen van het wetsvoorstel krap. De huidige wettelijke systematiek vraagt dat ongeveer twee jaar voor de start van een nieuwe erkenningperiode de nieuwe kaders voor NPO en omroepen duidelijk zijn, zodat zij zich hierop kunnen voorbereiden. Bij de verdere uitwerking van het wetsvoorstel wil ik kijken wat hiervoor het tijdspad precies is en hoe zich dit verhoudt tot het gegeven dat de ingang van een nieuw bestel gekoppeld is aan de start van een nieuwe erkenningperiode. Hoe dan ook vraagt dit van mij dat ik voor deze hervorming in het vroege voorjaar van 2026 een wetsvoorstel in internetconsultatie kan brengen.

Wellicht ten overvloede vermeld ik dat bovenstaand proces afhankelijk is van het aannemen van het wetsvoorstel om de huidige erkenningperiode met twee jaar te verlengen.³² Als dit voorstel niet of niet tijdig wordt aangenomen, betekent dit dat een hervorming van het bestel pas in kan gaan na een volledig nieuwe erkenningsperiode van vijf jaar, dus in 2032. Dit zou ook betekenen dat er een nieuwe ronde plaatsvindt van het verlenen van erkenningen conform de huidige systematiek. Hierbij speelt ook de problematiek rondom de samenwerkingsomroepen zoals eerder aan de Kamer gemeld.³³ Volgens de huidige regels moeten omroepen uiterlijk 1 februari 2026 hun erkenningaanvragen indienen bij het Commissariaat. Daarnaast moet vast komen te staan dat omroepen die een aanvraag indienen het benodigde ledenaantal halen. Aangezien de huidige Mediawet 2008 nog steeds van kracht is, had ik geen andere mogelijkheid dan de peildatum voor het tellen van de leden nu al vast te stellen op 28 februari 2026. Als het wetsvoorstel om de huidige erkenningperiode te verlengen niet (tijdig) wordt aangenomen, betekent dit namelijk dat omroepen zich moeten voorbereiden op deze ledentelling en dat een aantal omroepen campagnes zullen opstarten. Dit is, gelet op de voorstellen in deze brief, verspilling van tijd en middelen.

8. Tot slot

In deze brief heb ik verschillende maatregelen voorgesteld die de landelijke publieke omroep beter laat aansluiten bij het veranderde medialandschap en de veranderde samenleving. Een aantal van deze maatregelen grijpt fundamenteel in op de wijze waarop de landelijke publieke omroep is georganiseerd en heeft

³¹ *Kamerstukken II*, 2024-25, 36600-VIII-116.

³² *Kamerstukken II*, 2024-25, 36674, nr. 2.

³³ *Kamerstukken II* 2021-22, 32827, nr.240; *Kamerstukken II*, 2023-24, 32827, nr. 299.

verstreckende gevolgen voor de mensen en organisaties die daar nu deel van uitmaken. Daar ben ik mij terdege van bewust. Maar als we willen dat de publieke omroep een onmisbare rol blijft spelen in de Nederlandse samenleving moeten we behouden wat waardevol is en durven veranderen wat noodzakelijk is. Met deze brief heb ik een koers uitgezet om dit te bewerkstelligen. Ik ga de komende tijd graag verder in gesprek met uw Kamer, de NPO, omroepen, het Commissariaat, de Raad voor Cultuur en commerciële partijen om deze hervorming nader uit te werken.

Onze referentie
51217470

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

Eppo Bruins



TER ONDERTEKENING

Aan: MOCW

Media en Creatieve Industrie

Van

Datum

29 oktober 2025

Referentie

54902963

Bijlagen

Mediabegrotingsbrief (incl. 15
bijlagen)

Intern OCW afgesteld

MenC, FEZ, FIN, DGFO

nota

Mediabegrotingsbrief 2026

Aanleiding

Voor u ligt de mediabegrotingsbrief 2026 die we jaarlijks voorafgaand aan het wetgevingsoverleg over de mediabegroting aan de Tweede Kamer sturen. Het wetgevingsoverleg staat gepland voor maandag 8 december 2025.

We streven ernaar de brief uiterlijk 14 november 2025 naar de Eerste en Tweede kamer te verzenden.

Gevraagd besluit

De brief te ondertekenen zodat de brief, incl. de bijlagen, aan zowel de Eerste Kamer als Tweede Kamer gezonden kan worden.

Toelichting

- De hoofdlijn van de brief is dat u de financiële aspecten van de mediabegrotingsbrief toelicht en daarna op verschillende onderdelen een korte stand van zaken schetst.
- De brief is als volgt opgebouwd: het eerste hoofdstuk gaat in op de mediabegroting, het tweede hoofdstuk op de lokale publieke omroep, het derde hoofdstuk op de regionale publieke omroep, het vierde hoofdstuk op de landelijke publieke omroep, hoofdstuk vijf op journalistiek en hoofdstuk zes op overige onderwerpen.
- De mediabegrotingsbrief gaat over 2026, maar in hoofdstuk 1.8 wordt vooruitgeblikt op 2027 en verder. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de bezuinigingen op de landelijke publieke omroep.
- De tekst over publiek-private samenwerking en het dienstbaarheidsverbod in hoofdstuk 6 wordt parallel ook afgesteld met betrokken partijen.
- In tegenstelling tot voorgaande jaren wordt de brief naar zowel de Tweede kamer als Eerste Kamer verstuurd. Dit in verband met een aantal toezeggingen aan de Eerste Kamer die middels de brief worden afgedaan. De versie voor de Eerste Kamer volgt bij daadwerkelijke ondertekening.
- Toezegging aan de Tweede Kamer over de rol van media bij de onrust in Beverwijk/Heemskerk is afgesteld met SOCW.
- De brief is afgesteld met FEZ en MinFin.