



Begroting 2020



Inleiding

Niet alleen voor het regionale nieuws, maar ook voor de Ridders van Gelre, de natuur van Eddy Zoëy, de fanfare in Limburg en het zomercarnaval in Rotterdam moet je bij de regionale omroep zijn. Het is een greep uit het brede, informatieve, culturele en educatieve aanbod van de regionale omroepen, dat aansluit bij de directe belevingswereld en leefomgeving in de regio. Dat gebeurt vanuit de overtuiging dat een goede nieuws- en informatievoorziening dicht bij het publiek hoort te staan en dat deze bijdraagt aan de leefbaarheid, de democratie en verbondenheid in de prachtige regio's die ons land rijk is. De regionale omroep onderscheidt zich daarbij duidelijk van de landelijke en internationale media; geen ander medium staat met beeld, geluid en woord zo dicht bij de burger als de regionale omroep doet.

De regionale omroep in Nederland ziet het als zijn hoofdtaak zich sterk te maken voor een goede, pluriforme, nieuws- en informatievoorziening in de regio. Het is van essentieel belang voor het goed functioneren van onze regionale en lokale samenleving; voor de controle op het reilen en zeilen van overheid en bedrijfsleven en het draagt eraan bij dat Nederlanders geïnformeerd zijn en meningen kunnen vormen. De regionale omroep maakt en verspreidt content die uniek, aansprekend

en/of urgent is en die een grote diversiteit aan onderwerpen, mensen en geografische spreiding kent.

Naast nieuws en informatie zijn ook de identiteit en cultuur van Nederland belangrijk. De regionale omroep is sterk geworteld in de regionale samenleving en versterkt de regionale identiteit. Belangrijke evenementen zijn te zien en te volgen op de regionale kanalen. Jong en oud kunnen zo hun evenementen live meebeleven of later terugzien bij de regionale omroepen. Verhalen uit en over de regio, geschiedenis, natuur en mensen komen allemaal aan bod in een breed scala programmaseries en documentaires.

Het kabinet onderstreept in zijn [visiebrief](#) de noodzaak van onafhankelijke journalistiek en kwalitatief goed media-aanbod op regionaal niveau. Het kabinet wil dit daarom versterken door het derde net om te vormen tot NPO Regio en stelt daarvoor, en ook voor versterking van de regionale en lokale journalistiek, extra middelen beschikbaar. Ondanks dat er nog veel uitwerking moet plaatsvinden zijn wij over de plannen van het kabinet voor de regionale omroep positief gestemd. De regionale omroep wil graag snel een begin maken met de uitwerking van dit deel uit de visiebrief van het kabinet. Dit kan door allereerst een regionaal uitgesplitst nieuwsvenster rond een NOS-journaal aan te bieden, zoals in het regeerakkoord is opgenomen. Wat de regionale omroep betreft wordt hier vroeg in 2020 mee gestart waarna het aantal pakketaanbieders en omroepen die deelnemen snel wordt uitgebreid.

Regionale en lokale journalistiek staan mede door de [visiebrief](#) van het kabinet op de agenda in Nederland. Het belang wordt breed onderkend, maar er is ook zorg over de kwetsbaarheid. De RPO wil samen met andere partijen werken aan een gezonde journalistieke infrastructuur in Nederland en daarin het voortouw nemen.

Relevant bereik is essentieel voor het waarmaken van de publieke taak. Voor het vergroten van het bereik zetten de omroepen vooral in op online en mobiele kanalen. Uit onderzoek blijkt dat het publiek deze kanalen steeds meer gebruikt. Daarom is er een distributiestrategie ontwikkeld waarin beschreven is op welke manier de regionale omroepen hun tv, radio, online en sociale mediakanalen zullen inzetten om het publiek zo goed mogelijk te bedienen. Ook de realisatie van regionale vensters op een landelijke kanaal en de aangekondigde intensivering van de samenwerking met de NOS passen in deze distributiestrategie om het bereik en de impact van regionaal nieuws te vergroten.

De concessieperiode is in 2019 ingegaan. Per 2020 gaat de prestatieovereenkomst met de minister van OCW in. De belangrijkste thema's ervan hebben al een plek gekregen in deze RPO-begroting en zijn:

- Toename totaalbereik van de regionale omroep via eigen kanalen (online, televisie en radio), (sociale) media en aanbodkanalen van andere (media)partijen;
- Nieuw referentiejaar van de meetwijze om het totaalbereik adequaat vast te stellen;
- Doorontwikkeling van web en mobiele platforms en vergroten interactie met het publiek;
- Coördinatie realisatie regionale nieuwsvensters rond NOS Journaal op een landelijke televisiezender in samenwerking met de NPO;
- Uitdragen regionale identiteit, aandacht voor evenementen en het vertellen van verhalen uit de regio via verslaggeving van tenminste 200 evenementen en 70 regionale documentaires;
- Innovatie en samenwerking versterken door gebruik te maken van de Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke media-instellingen;
- Samenwerking met lokale publieke omroepen intensiveren;
- Onderzoeksjournalistiek naar een hoger plan tillen;
- Versterken verantwoording van het media-aanbodbeleid door de regionale mediaraden;
- Ontwikkelen jong talent door het aanbieden van tenminste 100 stage-/ werkervaringsplaatsen.

Op basis van de RPO-begroting stelt de minister het totaalbudget voor de bekostiging van de regionale publieke mediasector vast¹. Op advies van het Commissariaat voor de Media zijn de activiteiten van de RPO in een overzicht als bijlage opgenomen. Het overzicht maakt duidelijk hoe de RPO invulling geeft aan zijn wettelijke taak. De bekostigingsaanvragen van de regionale omroepen, waarin door de omroepen zelf in detail wordt beschreven hoe de regionale media-opdracht in de dertien verschillende regio's wordt uitgevoerd, zijn financieel en inhoudelijk op de begroting van de RPO afgestemd en worden door de regionale omroep zelf aan het Commissariaat ter beoordeling aangeboden.

¹ Mediawet artikel 2.170 lid 1: Onze Minister stelt jaarlijks vóór 1 december het totaalbudget vast dat voor het volgend jaar beschikbaar is voor de bekostiging van de regionale publieke mediadiensten. Onze Minister stelt het totaalbudget ter beschikking aan het Commissariaat.

Bereik

Het vergroten van het totaalbereik is een belangrijke ambitie van de gezamenlijke regionale omroepen in het [concessiebeleidsplan Liefde voor de regio](#) (hierna: CBP). De impact van het media-aanbod wordt immers groter naarmate het een groter en breder publiek bereikt. Groei via de eigen kanalen wordt met name via online en mobiele kanalen bereikt. Uit de cijfers van de afgelopen jaren blijkt dat het publiek steeds intensiever gebruik maakt van deze kanalen. Zo is de groep kijkers die ook naar de radio luistert en de online kanalen bezoekt, inmiddels de grootste groep geworden en vormt deze 28% van het publiek van de regionale publieke omroep. Groei wordt ook gerealiseerd via aanbodkanalen van anderen, zoals de NOS.

De regionale omroep bereikt in 2018 in totaal 80% van de Nederlanders². De doelstelling is om minimaal het bereik van 2018 te realiseren. Daar hoort wel de kanttekening bij dat het bereiksonderzoek in 2019 wordt bijgesteld, zoals ook in de paragraaf onafhankelijk onderzoek is toegelicht. De regionale omroepen hebben hun beleidsdoelstelling gespecificeerd in hun bekostigingsaanvragen.



In 2018 was het totaal aantal bezoeken aan web- en app-platforms van de regionale omroepen ruim 1,17 miljard. In 2019 zien we al een verdere groei van dit aantal bezoeken en voor 2020 streven de regionale omroepen ernaar rond de 1,3 miljard bezoeken te krijgen via de eigen websites en apps.

Daarnaast zijn er ook berichten van regionale omroepen te zien op de online kanalen van de NOS. Deze waren in 2018 goed voor in totaal ruim 221 miljoen bezoeken.

Bereiksdienststelling regionale kanalen algemeen



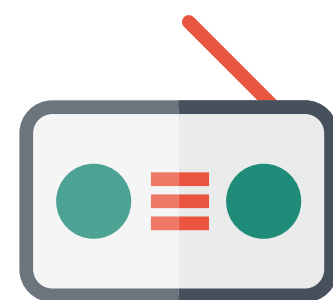
Online kanalen

54%



TV-zenders

70%



Radiozenders

42%



Totaal bereik

80%

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

Onafhankelijk onderzoek

Om het totaalbereik van de regionale omroep in kaart te brengen wordt sinds 2013 door Motivaction twee keer per jaar onafhankelijk onderzoek gedaan. Vanaf 2019 wordt in het kader van het CBP het onderzoek naar het totaalbereik van de regionale omroepen (iets) bijgesteld. Voor het totaalbereik is het belangrijk dat het bereik van de eigen kanalen onderling vergeleken kan worden, dat er verfijning mogelijk is binnen de kanalen zoals voor online en sociale media, en dat er resultaten zijn over het bereik van het regionale aanbod via andere kanalen.

In het vernieuwde Motivaction onderzoek worden tevens de waardering van de omroepen en de interactie met het publiek als belangrijke indicator voor betrokkenheid en relevantie meegenomen. De verbeterde meetmethode is zo opgezet dat er continuïteit is in het onderzoek. Aangepast onderzoek kan wel leiden tot een bijstelling van de uitkomsten die tot en met 2018 zijn gerealiseerd en daarom geldt 2019 (en mogelijk 2020) als overgangsjaar. Het onderzoek van 2019 dient als nieuwe nulmeting voor het bereik en waardering van de regionale omroep. De RPO en de regionale omroepen zullen op basis van deze cijfers de bereiksdienststellingen voor de komende jaren bijstellen.

Onderzocht wordt of het mogelijk en zinvol is dat de regionale omroep participeert in een online bereiksonderzoek. Er zijn momenteel twee marktbrede onderzoeken die online (web en app) bereik rapporteren: NOBO en GfK DAM. Daarnaast werken exploitanten, adverteerders (bVA), mediabureaus (PMA) en NPO aan een gezamenlijk bereiksonderzoek voor het totale media-bereik (on- en offline lezen, kijken en luisteren). Eind 2019, begin 2020, zullen hierover besluiten worden genomen, waarna de vorm en methode van online bereiksonderzoek verder ingevuld kan worden.

CBP-doelstellingen

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

Media-aanbod en aanbodkanalen

De regionale omroep wordt gemiddeld gewaardeerd met een 7,3 voor de tv-zender, een 7,4 voor de radiozender en met een 7,4 voor de online kanalen. Voor de komende jaren streven de omroepen naar behoud van deze hoge publiekswaardering.

Nieuws

Minister Slob heeft gelijk als hij schrijft: “De publieke omroep heeft toegevoegde waarde als platform voor kwaliteitsjournalistiek en betrouwbare onafhankelijke nieuwsvoorziening. Niet alleen voor de kijker, maar ook ter versterking van de journalistieke infrastructuur.” ([Visiebrief](#) juni 2019, p.9)

Het verzorgen van een basis nieuwsvoorziening in de regio, met hoogwaardig en voor iedereen toegankelijk nieuws, is een belangrijke ambitie van regionale omroepen die in het CBP is opgenomen. Daarmee moet elke regionale omroep in staat zijn om op een verantwoorde manier invulling te geven aan de wettelijke mediaopdracht. Kleine omroepen in de dunbevolkte gebieden kunnen dat nog onvoldoende als gevolg van hun beperkte budgetten. Dit omdat de bekostiging van oudsher mede gebaseerd is op het inwonertal. De jaarlijkse indexering compenseert de stijgende, vaak autonome kosten niet waar-

UITGELICHT

Drenthe heeft verschillende regio's. RTV Drenthe hanteert het zogenoemde HEMA-model met de regio's Hoogeveen, Emmen, Meppel en Assen. In deze regio's zijn één of meerdere verslaggevers werkzaam die alle onderwerpen verslaan voor online en/of radio en/of tv. Daarnaast is een aantal verslaggevers belast met specifieke aandachtsgebieden (o.a. provincie, economie, criminaliteit, sport, zorg). Zo is de nieuwsvoorziening gegarandeerd in de twaalf Drentse gemeenten. Vanzelfsprekend houdt de beleavingswereld van de Drent niet op bij de provinciegrens. Mensen werken soms in andere provincies, kinderen gaan naar school in een andere provincie en ook sport en ontspanning kunnen buiten Drenthe plaatsvinden. Daarom heeft RTV Drenthe ook aandacht voor het nieuws uit (Stad) Groningen, Twente/Salland, Zwolle en de Stellingwerven in Friesland. Dat gebeurt uiteraard in samenwerking met de collega regionale omroepen RTV Noord, RTV Oost en Omrop Fryslân.

Omroep West gaat in 2020 voort op de vernieuwingen die in 2019 zijn doorgevoerd om de journalistiek in Zuid-Holland Noord te versterken. Een aantal verslaggevers is ingedeeld in teams die zich op specifieke thema's concentreren, zoals politiek, veiligheid en justitie, sport, zorg & gezondheidszorg en cultuur & vrije tijd. De teams werken aan verhalen die beroeren; duiding en diepgang hebben.

RTV Rijnmond heeft regioverslaggevers aangesteld om nieuws van dichtbij te brengen voor de luisteraars, de kijkers en de volgers van de omroep. De verslaggevers luisteren naar de verhalen, beantwoorden vragen en geven inhoud aan vraaggestuurde journalistiek met relevante berichten.

door de budgettaire ruimte verder afneemt, en de samenwerkingsverbanden tussen regionale omroepen leiden nog niet tot grote kostenbesparingen en toename van budgettaire ruimte. De financiële impuls die het kabinet geeft aan de regionale en lokale journalistiek zou daarom met prioriteit in deze gebieden ingezet moeten worden om daar de regionale journalistiek te versterken.

Regionale omroepen doen verslag van belangrijke gebeurtenissen in hun regio, brengen eigen nieuws en controleren de macht met kennis van de regio. Hun nieuws is uniek, urgent en relevant. Uniek en urgent nieuws wordt versterkt met onderzoeksjournalistiek. Het nieuws wordt relevanter voor mensen door de berichten beter aan te laten sluiten bij hun leefomgeving en interesses.

Het is essentieel dat de onafhankelijke nieuwsvoorziening van de regionale omroep vrij toegankelijk is en verspreid kan worden via eigen kanalen en andere distributiekkanalen die voor het publiek van belang zijn.

Onderzoeksjournalistiek

In zijn [visiebrief](#) benadrukt de minister naast de publieke taak voor nieuws ook de publieke verantwoordelijkheid voor onderzoeksjournalistiek: “Diepgravende journalistiek is als tegenmacht in onze democratische rechtsstaat onmisbaar, maar tegelijkertijd kwetsbaar in een tijd van fragiele journalistieke verdienmodellen. Daar ligt bij uitstek een publieke taak.” ([Visiebrief](#), p.10) Juist op regionaal niveau staat de journalistiek onder druk door een afname van bijvoorbeeld kranten in bepaalde gebieden, zo benadrukt de minister.

De extra incidentele financiering van minister Slob (5 miljoen euro) om onderzoeksjournalistiek (met name in de regio) te versterken, betekent een belangrijke impuls voor de onderzoeksjournalistiek bij regionale omroepen. Het maakt het makkelijker om te investeren in nieuw journalistiek onderzoek en om in de komende jaren de regionale journalistiek structureel te versterken. Er zijn vruchtbare samenwerkingen met andere partners. Voorbeelden hiervan zijn de projecten waarin het publiek participeert (regionale omroepen met Follow the Money en Local Focus) en waar het toezicht op het gemeentebeleid wordt versterkt (Omroep Gelderland samen met lokale omroepen). De samenwerking met Follow the Money willen we voortzetten en subsidiemiddelen die daarvoor worden verkregen, zullen door de regionale omroepen worden gematched.



UITGELICHT

Op initiatief van RTV Noord is op het gebied van onderzoeksjournalistiek een samenwerking ontstaan tussen RTV Oost, RTV Drenthe, Omrop Fryslân en RTV Noord. Gezamenlijk wordt een coördinator betaald die diverse onderzoeksprojecten initieert en aanstuurt. De projecten kunnen in één of meerdere provincies spelen. Al naar gelang leveren de omroepen menskracht om de onderzoeken uit te voeren. Het voornemen is om deze (nu al vruchtbare) samenwerking in 2020 te versterken.

Omroep Gelderland heeft 4 fte vrij gemaakt om verdiepende verhalen te maken. Deze researchers hebben de opdracht om maandelijks onderscheidende verhalen te maken die impact genereren en zorgen voor maatschappelijk debat. De komende 4 jaar investeert Omroep Gelderland tevens extra in De Belofte. Dit is een breed nieuwsnetwerk waarin lokale omroepen samenwerken met regioverslaggevers en onderzoeksjournalisten. Het doel is om nauwgezet te volgen of gemeentes en raadsleden ook daadwerkelijk de beloftes nakomen die zij hebben gedaan tijdens de verkiezingen en of hun uitspraken ook daadwerkelijk kloppen. De omroep controleert bijvoorbeeld of leden van B&W zich houden aan de integriteitsregels. Ook wordt uitgezocht of de bewering van een bestuurder klopt. Zoals de bewering van de Arnhemse burgemeester dat het de ‘Arnhemse aanpak’ was die er voor zorgde dat de politie kon ingrijpen in een Jihadistisch netwerk. Uit eigen onderzoek blijkt dat die ‘Arnhemse aanpak’ nooit van de grond is gekomen.

Cultuurdragerschap

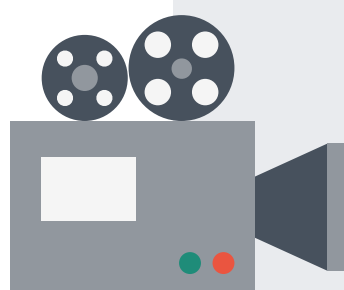
De regionale omroepen richten zich met een breed en pluriform aanbod op iedereen met interesse in de eigen leefomgeving en provincie. De interesse in en de betrokkenheid bij de eigen omgeving wordt door de omroepen versterkt met een informatief, educatief en cultureel aanbod. Zo besteden ze aandacht aan thema's die er regionaal toe doen en die mensen verbinden, zoals natuur, cultuur, geschiedenis, evenementen, sport, stadsbuurten en plattelandscultuur.

Het media-aanbod van regionale omroepen toont en versterkt de regionale identiteit. Daar hoort ook aandacht bij voor de eigen tongval, streektaal, dialecten en het Fries als officiële taal in Friesland.

De regionale omroepen verslaan in 2020 in totaal tenminste 200 evenementen op radio, televisie, online, mobiele kanalen en/of streamingsdiensten. De regionale omroepen produceren in 2020 in totaal tenminste 70 documentaires.



Meer dan
200
evenementen



Meer dan
70
documentaires



UITGELICHT

Muziek is een van de onderscheidende elementen van de Limburgse cultuur. Met name op het gebied van harmonie, fanfare en koren wil en kan L1 een grote rol spelen. Via het media-aanbod laat de regionale omroep - als enige - aan heel Limburg horen en zien wat deze muziekwereld muzikaal waard is. L1 zal in de komende jaren systematisch muzikaal media-aanbod creëren op radio en tv, inclusief digitale distributie met HaFa (harmonie en fanfare) als onderwerp. Dit gebeurt door middel van een speciale podcast. Het aanbod wordt uitgebouwd in verschillende verschijningsvormen onder de merknaam Blaaskracht. Samenwerking met de muziekbonden staat hoog op de agenda van L1.

L1 zendt op tv dagelijks minimaal één programma uit waarin de voertaal Limburgs dialect is. In 2020 zijn dat cultuurkwiz Kwizzele (vier dagen per week) en Öngerwaeg (zeven dagen per week).

RTV Drenthe hecht aan het Drents als verbindende factor in een provincie die affiniteit heeft met andere Nedersaksische regio's, als Friesland, Groningen, Overijssel en ook Niedersachsen. Er wordt Drents gesproken waar het kan, Nederlands waar het mag. Dat betekent in de praktijk dat een aantal programma's op radio en tv in het Drents worden gepresenteerd. Eén dag in het jaar (in de dialectmaand 'meert') worden alle programma's in het Drents gepresenteerd.

RTV Drenthe, Omroep Gelderland, RTV Oost en RTV Noord zenden dagelijks het Nedersaksisch muziekprogramma 'Alles Plat' uit van 19 tot 20 uur, een samenwerkingsprogramma van de vier omroepen.

UITGELICHT

Het jaar 2020 staat bij de regionale omroepen in het teken van 75 jaar Vrijheid. De bevrijding wordt in de maanden april en mei door de omroepen herdacht op tv, radio en online. Het door Omroep Gelderland gebouwde platform 75jaarvrijheid.nl komt beschikbaar voor alle omroepen; er komen uitzendingen rondom bevrijdingsfestivals, de Vrijheid Express, het NIOD fotoproject “De Tweede Wereldoorlog in 100 foto's” en meer. De omroepen werken hierbij samen met allerlei organisaties binnen hun regio. Het Nationaal Fonds voor Vrede, Vrijheid en Veteranenzorg (vfonds) heeft een subsidie aan de regionale omroepen toegekend voor de uitvoering van dit plan.

Omrop Fryslân is een echte (live) evenementenzender. Jaarlijks, met name in de zomer, zijn er uitzendingen waarin sporten als Skûtsjesilen, Fierljeppen en Keatsen centraal staan. Maar ook van heel andere zaken wordt verslag gedaan, zoals het Oranjewoud Festival (klassieke muziek), De Fiets Elfstedentocht en de ‘Hynstekeuring’, een evenement met Friese paarden dat vanwege de internationale allure in vier talen wordt uitgezonden/gestreamd.

Omroep Flevoland start in 2020 met de uitzending van het nieuwjaarsconcert Almeers Jeugd Symfonie Orkest. Daarna volgen vele evenementen, zoals het theaterprogramma Echte Mannen, theater en dichtkunst van Almeerder Mario Withoud; een muzikale ode van de Almeerse zangeres en muzikant Caroline in 't Veld aan de verslavingszorg; Gezwam rond de Dam, een carnavalsspektakel in Kraggenburg; de Avond van de Almeerse film; het Floriade Journaal (in aanloop naar de Floriade in Almere in 2022) en Mud Masters, survivalsport-spektakel in Biddinghuizen; Zang op Hemelvaart op Urk; WK Triatlon in Almere en Haven in de buurt concert in Almere.

Omroep Zeeland zal ook in 2020 weer nadrukkelijk aanwezig zijn bij tal van Zeeuwse evenementen. Regiobreed en sterk uiteenlopend in omvang, karakter en inhoud, maar altijd relevant en met de Zeeuwse identiteit, beleving en interesse van Zeeuwen als uitgangspunt. Omroep Zeeland bezoekt wekelijks een Zeeuws evenement, maar de wijze waarop de omroep binnen haar programmering en kanalen verslaglegging hiervan verzorgt loopt uiteen. Van een impressie in het wekelijkse televisieprogramma ‘Evenement van de week’ tot een live blog van het ‘Bevrijdingsfestival’ tot een live radioverslag van de Kustmarathon Zeeland. Vanwege de grote diversiteit vraagt elk evenement om een eigen aanpak, maar

Uiteraard zijn de toonaangevende evenementen, zoals Zomercarnaval, Marathon, Wereldhavendagen, ABN AMRO World Tennis Tournament, CHIO, WielerZesdaagse te zien bij RTV Rijnmond. Zomers toert de omroep door Rijnmond met onder meer live radio vanuit verschillende plaatsen.



Aanbodkanalen

Iedere regionale omroep heeft een 24/7 actuele site en app met het laatste nieuws en achtergronden. De online, mobiele kanalen en sociale media worden onder meer gebruikt om contact te houden met het publiek, het regionale wij-gevoel te stimuleren en een (gezamenlijke) culturele waarde te creëren. In iedere regio is er 24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk live radio met nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek. Iedere regionale omroep brengt minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie. De inzet van de kanalen is onderdeel van de distributiestrategie van de regionale omroep die later wordt toegelicht.

In de **bijlage** is het overzicht opgenomen van de door de minister vastgestelde aanbodkanalen, die ook in 2020 worden aangeboden.

De RPO vraagt in deze begroting een nieuw, nader te onderbouwen, aanbodkanaal aan voor L1. L1Alaaf is een internetplatform met carnavalsmuziek uit Limburg (<https://L1.nl/L1Alaaf>), een lineaire stream.

UITGELICHT

RTV Utrecht (co-)produceert voor 2020 onder meer een vierdelige serie over Utrechtse architectuur, een documentaire over Italiaanse ijsmakers in Utrecht en een documentaire over de overleden Utrechtse zanger en cabaretier Herman Berkien.

Omroep Zeeland maakt jaarlijks budget vrij voor de productie van regionale documentaires, en draagt zo bij aan de ontwikkeling van Zeeuwse culturele producties en regisseurs. De omroep biedt in de televisieprogrammering ruimte voor deze documentaires waardoor deze producties voor een breed publiek ontsloten kunnen worden. Een duidelijk voorbeeld hiervan is ‘De Zeeuwse Documentaireweek’ waarin tussen Kerst en Oud & Nieuw dagelijks een documentaire wordt uitgezonden die dat jaar is gerealiseerd.

UITGELICHT

De Mediaraad van Omroep Flevoland wil haar beleid herkennen in de invulling van de programma's via alle middelen die Omroep Flevoland ter beschikking heeft: televisie, radio en internet. De content moet aansluiten bij de ontwikkelingen die zich voordoen in de Flevolandse samenleving, waarbij de focus dient te liggen op transparantie en verbinding.

In overleg met de hoofdredactie van Omroep Brabant is de mediaraad gestart met een toetsingsmethodiek waarbij de content van de omroep niet alleen wordt beoordeeld op basis van de bestaande regelgeving, maar ook aan de hand van de kernwaarden van de omroep die worden gezien als een belofte aan het publiek.



Verantwoording

De regionale omroepen leggen verantwoording af over de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau. Afgesproken is dat de RPO uiterlijk 1 juli 2020 een toetsingskader opstelt, zodat de regionale omroepen aan de hand daarvan kunnen waarborgen dat zij de publieke media-opdracht (Mediawet artikel 2.1. lid 1 onderdelen a en a1) in hun regio naar behoren verzorgen. In deze wetsartikelen is verwoord dat publieke omroepen een informatief, educatief en een cultureel aanbod verzorgen en dat publieke omroepen alleen amusement aanbieden met een informatief, cultureel of educatief doel.

De regionale mediaraden hebben een belangrijke rol in de verantwoording van het beleid voor het media-aanbod van de omroepen. De mediaraden representeren maatschappelijke, culturele en geestelijke stromingen, het maatschappelijk achterveld, de geografische spreiding en doelgroepen van het media-aanbod. De raden stellen het media-aanbodbeleid van de omroep vast en evalueren het. Bij hun evaluatie kunnen ze gebruik maken van het onderzoek naar bereik en waardering van de regionale omroepen. Daarin zijn publieke waarden meegenomen, zoals de actualiteit, betrokkenheid, betrouwbaarheid, het regionale karakter en herkenbaarheid van de omroep.

Het zijn belangrijke waarden voor nieuwsmedia in een tijd waarin er zorg is over filterbubbels voor nieuws en het wantrouwen in nieuws groeit. De waarden geven ook aan of de regionale omroep de regionale identiteit voor het publiek herkenbaar uitdraagt. Ook de waardering van het media-aanbod uitgedrukt in een rapportcijfer kan de mediaraad betrekken bij haar verantwoording.

De mediaraden leggen hun bevindingen vast in een verslag, dat dient als verantwoording van dit beleid aan het publiek. Iedere omroep publiceert het verslag.

CBP-doelstellingen

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



Distributiestrategie

Voor het realiseren van de bereiksdooelstellingen is niet alleen een aantrekkelijk media-aanbod essentieel. Even zo belangrijk is het om een doordachte distributiestrategie te hebben die inspeelt op de veranderende mediaconsumptie. Om de veranderde mediaconsumptie in kaart te brengen is een analyse gemaakt van de marktontwikkelingen. Daarna volgt de beschrijving van de distributiestrategie van de regionale omroepen.

Marktontwikkelingen

Uit de cijfers van Media:Tijd 2018, het marktbrede onderzoek naar de (media)tijdsbestedingen, blijkt dat Nederlanders gemiddeld bijna 8,5 uur per dag media gebruiken. De totale kijktijd is afgelopen jaren nagenoeg gelijk gebleven. Wel wordt er steeds minder live en steeds meer uitgesteld en naar on demand video gekeken.

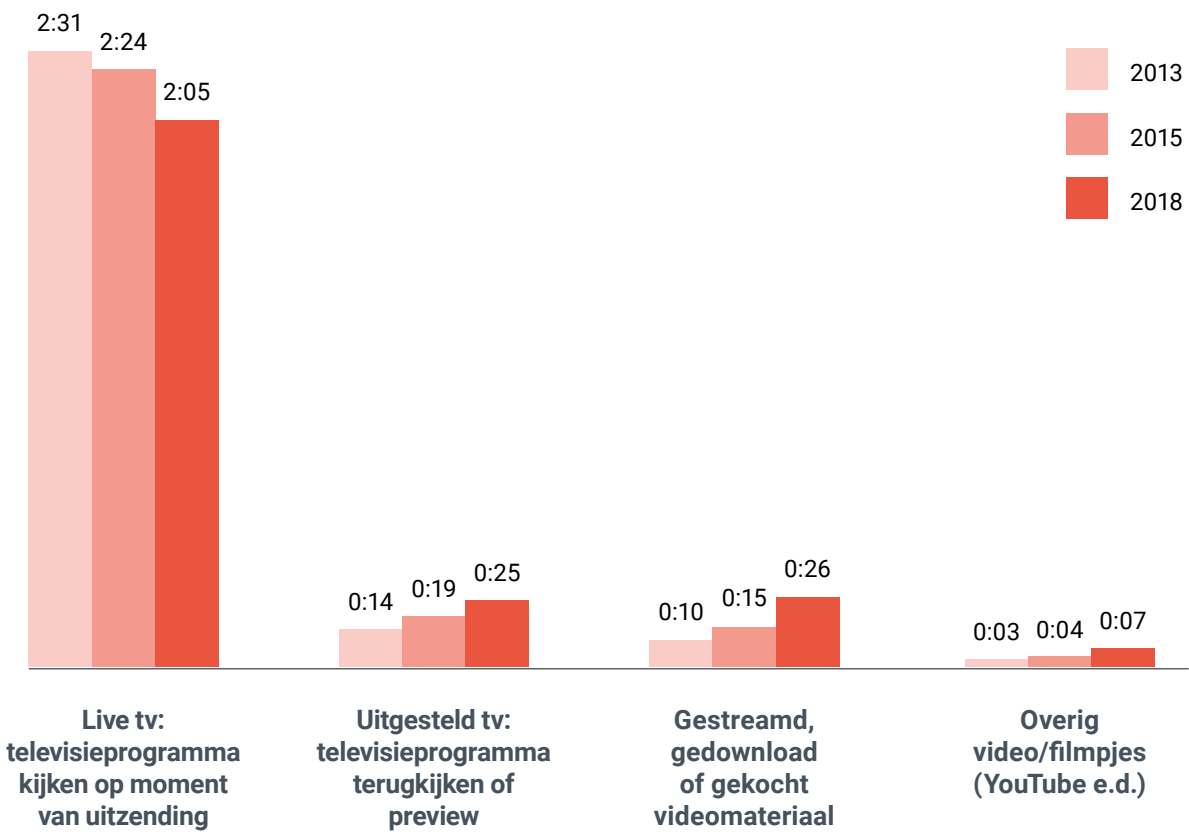
Binnen de luistertijd neemt live radio luisteren af, maar houdt het wel het grootste aandeel.

Analyse regionale nieuwsvoorziening in Nederland

Een aantal rapporten uit 2019 geeft inzicht in de nieuwsvoorziening in Nederland en het belang van de verschillende kanalen, waaronder die van de regionale omroepen.

Uit onderzoek van DVJ Insights (NPO-Regiovenster) blijkt dat 88% van alle Nederlanders van 13 jaar en ouder geïnteresseerd is in regionaal nieuws. Televisie, web en/of app zijn de belangrijkste kanalen om regionaal nieuws te volgen. Ruim 50% van hen geeft aan interesse te hebben in een nieuwsuitzending op één van de zenders van de NPO, waarbij bijna iedereen aangeeft minimaal maandelijks te gaan kijken en zelfs de helft verwacht (bijna) dagelijks te kijken.

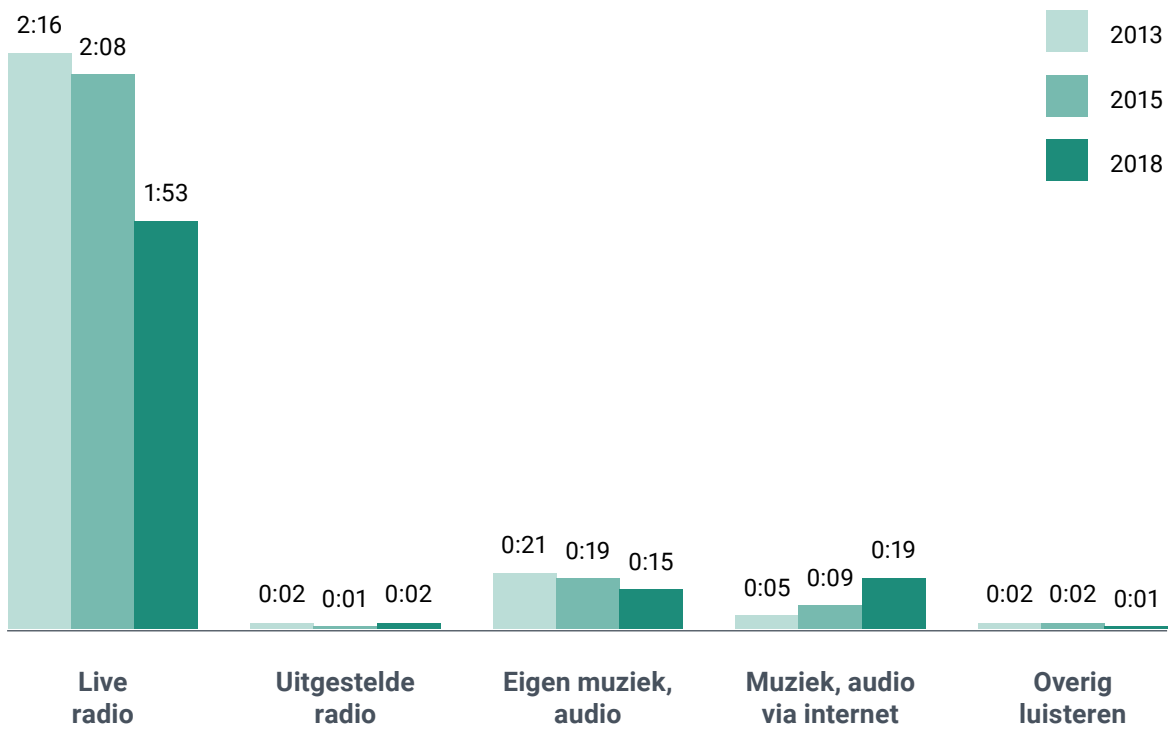
Kijktijd per type kijkactiviteit in uren:minuten per dag (2013, 2015 en 2018)



Bron: Brochure Media:Tijd 2018 (pagina 16)

‘Pas op breekbaar’ is de veel betekende naam van het onderzoek dat het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek deed naar de nieuwsecosystemen in de vier grote steden. Daaruit blijkt dat de regionale/lokale omroepen het vaakst worden genoemd als informatiebron voor nieuws uit de eigen stad. In Amsterdam springt AT5 eruit. Deze zender is voor 60% van de Amsterdammers de belangrijkste bron voor Amsterdams nieuws. In Rotterdam noemt bijna de helft (49%) van de respondenten RTV Rijnmond als belangrijkste bron. Haagse respondenten noemen Omroep West het vaakst als bron voor nieuws uit de stad (47%) en RTV Utrecht wordt door 40% van Utrechtters aangewezen. (Pas op breekbaar, p. 42-45)

Luistertijd in uren:minuten per dag (2013, 2015 en 2018)



Bron: Brochure Media:Tijd 2018 (pagina 12)

Het fonds concludeert dat er in de grote steden sprake is van een uitgebreid nieuwsaanbod, dat noodzakelijk is voor een goed functionerend nieuwsecosysteem. Wel is het fonds bezorgd over de nieuwsvoorziening in middelgrote en kleine gemeenten. Het rapport bevat een advies voor omroepen om zich meer te richten op sociale media.

Regionale omroepen gebruiken de mogelijkheden van sociale media al succesvol, zo blijkt uit een rapport van het Commissariaat, Filterbubbels in Nederland (2019, pagina 12). Twee regionale omroepen staan in de landelijke Top 20 van meest gebruikte nieuwsbronnen op Facebook. RTV Oost neemt de 15e en RTV Noord de 20ste plaats in. Uit het rapport blijkt het belang van een divers nieuwsaanbod om filterbubbels te voorkomen. In Nederland draagt de publieke omroep hieraan bij met een basis nieuws- en informatievoorziening. Er zijn in ons land geen indicaties voor filterbubbels, zo blijkt uit het onderzoek. Wel is continue alertheid geboden.

Half juni 2019 bracht het Commissariaat de Mediamonitor 2019 uit. Uit dat onderzoek blijkt dat televisie het belangrijkste nieuwsmediatype is, met name onder ouderen (vanaf 45 jaar). Online is het belangrijkste mediatype voor de groep 18 - 44 jaar. Radio en sociale media worden door een vrijwel gelijk percentage (9 en 10%) respondenten genoemd. Hoe jonger de groep, hoe belangrijker de sociale media zijn. Van de jongste groep, 18 - 24 jarigen, noemt bijna een kwart deze als voornaamste nieuwsmedia.

Voornaamste nieuwsmediatype per leeftijdsgroep (in procenten)

	Totaal	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Televisie	39	20	23	36	44	48
Print	11	6	7	5	7	17
Radio	9	10	12	6	7	10
Online (zonder sociale media/blogs)	31	41	41	43	32	21
Sociale media & blogs	10	24	17	11	10	4

Bron: Reuters Intitute Digital News Survey 2019 / Commissariaat voor de Media (pagina 37)

Belang regionale kanalen

Van de regionale kanalen is televisie het belangrijkste kanaal en wel voor 47% van de respondenten. Op de tweede plaats komen de online kanalen (21%). Radio wordt door 15% van de respondenten genoemd. Sociale media is voor 8% van het publiek het belangrijkste kanaal. Op basis van het onderzoek van het Commissariaat is de verwachting dat het belang van de sociale media, met name onder jongeren zal toenemen.

Belangrijkste kanaal regionale omroepen (gemiddeld)

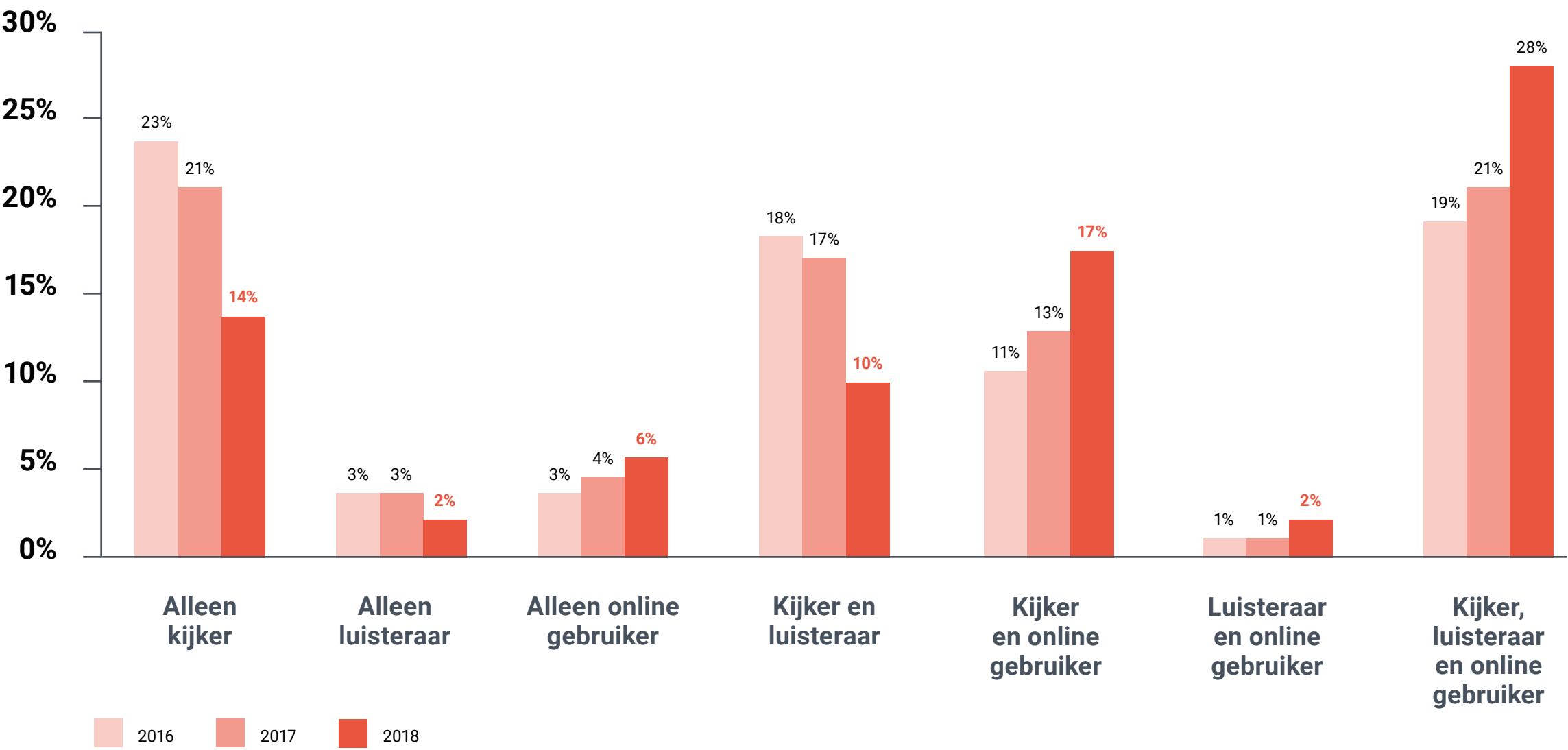
	2018
 Televisie	47%
 Radio	15%
 Website en app voor mobiel/tablet	21%
 Sociale media	8%
 Geen voorkeur	10%

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

Crossmediaal gebruik regionale kanalen

Voor de distributiestrategie is ook gekeken naar het crossmediaal gebruik van de regionale kanalen in de afgelopen drie jaar. Daaruit blijkt dat het publiek steeds intensiever gebruik maakt van deze kanalen. Zo is de groep die naar de regionale tv-zenders kijkt én de radiozenders beluistert én de online kanalen bezoekt, inmiddels de grootste groep. Het betreft ruim een kwart (28%) van de Nederlanders.

Crossmediaal gebruik algemeen



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

Distributiestrategie

De regionale omroep richt zich op de burgers die geïnteresseerd zijn in hun regio. Geïnteresseerd in de plek waar zij wonen, leven, werken of wellicht vandaan komen. De regionale omroep doet verslag van wat er in de regio gebeurt, brengt nieuws, heeft een controlerende taak en zorgt voor een sterke verbondenheid met de eigen regio. De regionale omroep kent een geïntegreerde nieuwsredactie: het media-aanbod dat door deze nieuwsredactie wordt gemaakt, inclusief media-aanbod van eventuele andere redacties, wordt - onder verantwoordelijkheid van de hoofdredacteur en in overeenstemming met het media-aanbodbeleid - over de verschillende tv-, radio- en onlinekanalen van de omroep verspreid.

De regionale omroep wil zijn content altijd vrij toegankelijk, liefst gratis, verspreiden via de eigen aanbodkanalen, maar ook via andere aanbodkanalen die voor het publiek van belang zijn. Met andere woorden: daar waar het publiek het verwacht en aanwezig is, vindt het media-aanbod van de regionale omroep. De eigen aanbodkanalen zijn online (waaronder ook sociale media), televisie en radio. Via samenwerkingen vindt het media-aanbod van de regionale omroep ook via aanbodkanalen van anderen zijn weg naar het publiek. De aanwezigheid van het media-aanbod op kanalen en platformen van derden draagt zo ook bij aan de doelstelling om een zo groot mogelijk publieksbereik te hebben.

We doen dat op basis van de distributiematrix zoals hierna opgenomen.



Matrix samenhangende distributiestrategie: het media-aanbod van de regionale omroepen bereikt via de eigen televisie-, online-, en radio-aanbodkanalen en via een mix van distributietechnieken het publiek. Door samenwerkingsvormen wordt (extra) bereik buiten de eigen aanbodkanalen om gerealiseerd.

Online

De regionale omroepen zetten de website en app in voor een snelle en eigentijdse nieuwsvoorziening. Deze kanalen zijn belangrijk voor het vergroten van het bereik, een intensiever gebruik van de regionale kanalen en meer interactie met het publiek. De innovatie van deze distributievormen wordt tevens gezamenlijk opgepakt in het innovatiecentrum GROE&I, zoals verder toegelicht wordt in het hoofdstuk Innovatie.

Meer personalisatie van de website en app en interactie met het publiek dragen bij aan een beter bereik. Aan gebruikers worden opties geboden om hun eigen nieuwsoverzichten samen te stellen op basis van hun voorkeuren. Zij ontvangen hier desgewenst notificaties van. Op deze manier kunnen gebruikers hun nieuws meer op hun eigen behoefte afstemmen en kiezen voor nieuws dat voor hen relevant is. Verder komen er meer mogelijkheden voor gebruikers voor contact met de omroep. Ze kunnen zo aangeven wat zij belangrijk nieuws vinden, nieuwstips geven, reageren op nieuws en het delen met anderen.

De genoemde ontwikkeling voor de personalisatie van de websites wordt voor de nu negen omroepen die het gezamenlijke content managementsysteem RegioGrid gebruiken gecoördineerd doorgevoerd. Dat geldt ook voor de tien omroepen die gebruik maken van het gezamenlijke format van de app.

Sociale media worden ook breed ingezet om het bereik, de interactie met het publiek en de impact van het publieke media-aanbod te vergroten. Sociale media zijn bij uitstek geschikt om jongeren te bereiken en om de verbondenheid met het publiek bij de omroep en hun regio te vergroten. Regionale omroepen streven voor 2020 naar een groter bereik via sociale media en een toename van het belang van sociale media als informatiebron.

UITGELICHT

Omrop Fryslân heeft een onlineserie voor sociale media ontwikkeld om meer jongeren te bereiken. 'Jennifer to the Max' richt zich op leerlingen in de brugklas en speelt zich volledig af op Instagram, YouTube en WhatsApp. Deze serie krijgt in 2020 een vervolg. Daarnaast wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van de Tsjil-app, een app met Friestalige programma's voor kinderen in de leeftijd van 2 t/m 12 jaar. Een app is voor kinderen (en hun ouders) een veilige omgeving om filmpjes in de Friese taal te bekijken. Hieraan wordt ook een gelijknamig YouTube-kanaal gekoppeld, omdat de oudere kinderen zich hier veelal bevinden.

Omroep Gelderland investeert in de interactie met het publiek. De omroep streeft ernaar dat het publiek niet langer de anonieme televisiekijker of radioluisteraar is, maar een proactieve ambassadeur die online en offline meedenkt om urgente en unieke content te maken. Zo wordt het publiek gevraagd actief mee te denken over een verhaal, om zaken te verifiëren of, waar dat kan, voorbeelden aan te dragen. En uiteraard kan het publiek altijd reageren, informatie geven en aanbevelingen doen op content die op onze platforms te zien en te horen is. Dat kan via bijvoorbeeld sociale media en de app. De omroep zet enquêtes uit over prangende kwesties: Is de boer verantwoordelijk voor het verdwijnen van natuur? Wilt u wel of geen vliegveld bij Lelystad? Of kunt u als raads-lid nog 'vrij' uw werk doen? Dat levert unieke content op die een bijdrage kan leveren aan het maatschappelijk debat. In het geval van vliegveld Lelystad werd bijvoorbeeld duidelijk dat het merendeel van de Gelderlanders een vliegveld wél ziet zitten, terwijl in de landelijke media vooral tegenstanders aan het woord kwamen.



RTV Noord faciliteert de menings- en gemeenschapsvorming in Groningen met een aantal groepen op Facebook. De gaswinning is het centrale onderwerp van de Facebookgroep: Groningen Sterk! In de groep Vrienden in Groningen vinden mensen elkaar door hun verbondenheid met de Groningse cultuur in brede zin.

Omroep West versterkt de binding met het publiek door een constructieve en vraaggestuurde journalistieke aanpak. De journalisten van Omroep West kijken niet alleen naar problemen, maar betrekken ook (mogelijke) oplossingen in hun journalistieke verhalen. Ze leggen het waarom uit; onderzoeken zowel de oorzaak als het gevolg van ontwikkelingen. De betrokkenheid van het publiek is vastgelegd in het journalistiek proces. In de rubriek 'Rake Vragen', gaan de journalisten samen met het publiek op zoek naar antwoorden op vragen die door dat publiek zijn gesteld. Een andere methode voor publieksgericht werken is de wekelijkse Live Facebook vergadering, waarbij kijkers meepraten over de onderwerpskeuze en de aanpak van onderwerpen.

Televisie

Regionale omroepen verzorgen tenminste een half uur 'verse' televisie per dag. Binnen die beperkte capaciteit richt de regionale omroep zich geheel op de burger in zijn regio. De waarde van bewegend beeld blijft voor de regionale omroep vooralsnog onveranderd groot. De televisiezenders behouden hun waarden voor (live) evenementen en programma's over regionale thema's. Ondanks dat over het algemeen lineaire televisie onder druk staat, blijft televisie voor de regionale omroep een belangrijk nieuwsmedium en blijven bereik en waardering stabiel en onveranderd hoog.

Daarnaast zijn regionale nieuwsvensters rond NOS Journaals belangrijk om een groter en meer divers bereik te behalen. Realisatie van regionale nieuwsvensters is ook één van de doelstellingen in het regeerakkoord van het kabinet Rutte III. In het voorjaar van 2019 is een pilot gestart met vensters in de provincies Friesland, Gelderland en Rijnmond. Kijkers in die gebieden zien bij Ziggo na het NOS Journaal van 18.00 uur op NPO 2 een nieuwsblok uit hun eigen provincie. De kijkers in de rest van Nederland zien gedurende de pilot Kijk op de Regio, met nieuws uit alle regio's. In de eerste twee maanden van de pilot had 'Kijk op de Regio' in totaal dagelijks gemiddeld 150.000 kijkers. 'Kijk op de Regio' had daarmee meer kijkers dan de programma's voor en na de uitzending.

In 2020 moeten voor alle regionale omroepen, als vervolg op de pilot in 2019, regionale vensters gerealiseerd worden. Realisatie is echter afhankelijk van meerdere partijen: de overheid die voor wet- en regelgeving en financiering moet zorgdragen, de NPO die plaatsen in de schema's moet inruimen en techniek moet aanpassen en pakketaanbieders die distributie in de verschillende verzorgingsgebieden moeten verzorgen. Een complex geheel van spelers en belangen die gezamenlijk het doel moeten hebben om de regionale nieuws- en informatievoorziening dichterbij het publiek te brengen en de impact ervan te vergroten. Niet alleen uit eerder aangehaald onderzoek blijkt de

behoefte daartoe; in Engeland en Scandinavië, waar regiovensters al vele jaren gemeengoed zijn, blijkt het succes; vaak wordt ook daar het regionale programma net zo goed, of zelfs beter bekeken dan het landelijk nieuws.

In de eerdergenoemde [visiebrief](#) onderstreept de minister opnieuw het belang van regionale nieuwsvensters. Hij geeft daarnaast aan dat een nieuwe inrichting van NPO kanalen extra ruimte kan opleveren voor regionaal nieuws en regionale programmering. In de visiebrief staat dat op termijn het landelijke derde net omgevormd wordt tot een kanaal waarvan het zenderprofiel overwegend gericht is op aanbod met een regionaal karakter. In ieder geval zal door de programma's van de regionale omroepen via voorkeuzepositie 3 uit te zenden het bereik en de impact van de regionale nieuwsvoorziening sterk toenemen. In het najaar van 2019 zal duidelijk moeten worden over hoe aan deze beleidsvisie meer concreet invulling gegeven kan worden om, naar verwachting, daar in 2020 uitwerking aan te kunnen gaan geven.

De apps van regionale omroepen voor Smart TV's en settopboxen dragen ook bij aan een brede verspreiding van het media-aanbod. Bijna de helft van de huishoudens ([47%](#)) beschikt inmiddels over een televisie met internettoegang. Voor de meest gangbare smart TV's en voor de settopboxen van de grootste pakketaanbieders zijn gratis beschikbare apps van de regionale omroep ontwikkeld. Waar via pakketaanbieders meestal alleen de live uitzendingen te bekijken en te beluisteren zijn, wordt via deze apps ook het nieuws beschikbaar gesteld. Ook is het mogelijk uitzendingen terug te kijken en extra televisiekanalen en radiokanalen te zien en horen.

Vanaf eind 2019 biedt gaat de regionale omroep zijn tv-programma's via het gezamenlijke platform NLZiet aan. Allereerst worden de lineaire tv-kanalen toegevoegd aan het platform, daarna kunnen on-demand ook de individuele programma's van de omroepen opgenomen worden in de catalogus van NLZiet. De [Subsidieregeling innovatie & samenwerking](#) wordt ingezet om dit te realiseren.

UITGELICHT

De basisprogrammering van de regionale tv-zender RTV Utrecht bestaat uit nieuwsprogramma's, verhalen van storytellers, documentaires, informatieve series en evenementen. De storytellers krijgen een centrale plaats in het aanbod. Ze hebben ieder hun eigen specialisme: Henk Westbroek onderzoekt bijzondere zaken in de provincie Utrecht, Maarten van Rossem duikt met Van Rossem Vertelt in de Utrechtse geschiedenis en Eddy Zoëy gaat buiten op onderzoek in Natuurlijk Zoëy. Daarnaast bespreekt René van den Berg de Utrechtse sportwereld met veel aandacht voor FC Utrecht in Een Berg Sport, Sacharko Broere probeert misdrijven op te lossen met de hulp van Politie en Justitie van Midden-Nederland in het programma Bureau Hengeveld en Emina Zorlak loopt stad en land af op zoek naar streekproducten in de Keuken van Utrecht.

Het media-aanbod van Omroep West kent 5 hoofdthema's: Veiligheid & justitie, Politiek, Sport, Cultuur & vrije tijd en Gezondheid & Zorg. De 5 thema's komen ook terug in het tv-aanbod, zoals:

- Team West; het opsporingsprogramma van de regio. Het programma leidt dankzij de hulp van kijkers tot heel veel resultaten.
- Op de Kaart; een programma over de regionale samenleving. Doel van het programma is om samen met de inwoners deze mooie regio (weer) op de kaart te zetten.
- Knooppunt Holland; presentator Johan Overdevest fietst wekelijks een knooppuntenroute door natuur- & recreatiegebieden in Zuid-Holland samen met een bekende of inspirerende Nederlander.
- TV West Sport; met wekelijks een vooruitblik op de wedstrijd van ADO Den Haag en het topamateervoetbal.
- Gewoon zo dus; een serie waarin mensen met een beperking worden gevolgd die met hun eigen talenten en steun van anderen een zo goed mogelijk bestaan proberen op te bouwen.





UITGELICHT

Vele hulpacties brengen mensen op de been die elkaar met (vaak niet materiële) zaken bijstaan. In december organiseert NH Radio het Dankjewel Diner, waar 150 mensen die zich belangeloos voor anderen in Noord-Holland hebben ingezet worden getrakteerd op een 3 gangen diner en een avond vol optredens en entertainment. De verhalen van deze mensen staan centraal. NH Radio biedt luisteraars een podium voor muziek en verhalen in de Vinyl Vrijplaats. Dit is een uitzending op locatie waarbij luisteraars hun zelf meegenomen platen (vinyl, singles en LP's) komen brengen en vertellen waarom juist dit nummer hen zo raakt. Het station zet vanaf 2020 steeds vaker podcasts in voor uitgebreide(re) bijzondere verhalen.

Ook andere regionale omroepen vergroten hun aanbod van podcasts in de komende jaren. RTV Drenthe zet in 2020 de ontwikkeling voort, die is ingezet met onder meer de podcastseries DrentheDoc en Binnen de Muren. Omroep Gelderland, die in 2019 de journalistiekprijs Regio Tegel won voor de podcastserie Anoniem Intiem, wil in 2020 vier podcastseries realiseren voor een specifiek publiek, waarbij ingegaan wordt op onderwerpen die leven in de Gelderse samenleving.

Radio

Radio heeft een uiterst belangrijke functie: ontspannend in tijden van rust, bovenop het nieuws als daar aanleiding toe is. Ook heeft radio een grote verbondenheid met specifieke luisterplaatsen, zoals de auto. De regionale radiozenders hebben tevens de status van calamiteitenzenders. Uit het Motivaction onderzoek blijkt dat het publiek meer regionale kanalen naast elkaar gaat gebruiken, dus zowel televisie, als radio en online kanalen. De radiozenders blijven dan ook in de komende jaren een belangrijk bestanddeel van de mediaconsumptie van het regionale omroeppubliek.

De radiokanalen zijn en blijven voor iedereen toegankelijk en beschikbaar op FM-frequenties. Om de toegankelijkheid en het bereik in de toekomst te garanderen willen de omroepen ook via DAB+ blijven uitzenden. Dit is nog wel een financieel vraagstuk omdat het simultaan uitzenden via zowel FM als DAB+ tot extra kosten leidt. Via de RPO vergoedt de overheid in ieder geval tot en met 2019 de kosten voor de digitale DAB+-uitzendingen, zoals is vermeld in de [kamerbrief](#) van minister Slob en staatssecretaris Keijzer van 1 mei 2018.. Om de uitzendingen tot en met augustus 2022, het einde van de duur van de huidige frequentievergunningen, te continueren zal in het kader van de [Subsidieregeling innovatie & samenwerking regionale publieke media-instellingen](#) een aanvraag worden gedaan. Als duidelijk is dat DAB+ zich echt tot opvolger van de FM ontwikkelt en er een datum bekend is dat de analoge zenders worden uitgeschakeld, zullen de regionale omroepen vanaf september 2022 de uitzendingen via DAB+ zelf bekostigen.

Distributie in samenwerking met andere partijen

De samenwerking met de NOS leidt tot een nieuwe distributie van regionaal nieuws. Ruim 3.000 verhalen wisselen de NOS en de regionale omroepen jaarlijks met elkaar uit en dat is zichtbaar en hoorbaar in nieuws van de NOS op radio en tv. In de NOS Journaals op NPO 1 van 12.00 en 15.00 uur zijn er langere rubrieken met regionaal nieuws. Via het Jeugdjournaal vindt regionaal nieuws zelfs zijn weg naar jonge kijkers. Een selectie van regionale nieuwsitems wordt dagelijks ook op de NOS-site en -app geplaatst en dat draagt sinds oktober 2015 jaarlijks bij aan een hoger bereik en hoger bezoekersaantal bij zowel de NOS als de regionale omroepen. Voor 2020 is het de doelstelling het aantal web- en appbezoeken ten opzichte van 2019 verder te vergroten. De samenwerking met de NOS wordt verder geïntensiveerd door onder andere nog meer nieuws van de NOS en regionale omroepen in elkaars aanbodkanalen op te nemen.

Ook via samenwerking met lokale omroepen wordt het bereik vergroot. Dit zijn vaak samenwerkingen op maat. In het hoofdstuk Samenwerking wordt dit verder beschreven.

Distributie en toegankelijkheid

De regionale omroep wil het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen. Daarom zijn apps en website gratis te raadplegen zonder blokkades als een cookie-muur of een persoonlijke inlog. Het publiek heeft altijd de keuze om geen trackingcookies te accepteren en kan deze keuze achteraf wijzigen.

Elke omroep beschikt over een frequentievergunning voor FM en voor DAB+. Daarmee is het radioaanbod rechtstreeks in het verzorgingsgebied van elke omroep te ontvangen. FM-uitzendingen zijn een belangrijke bron van informatie voor het publiek en worden primair ingezet bij invullingen van de calamiteitenfunctie. Voor DAB+ geldt dat ondanks een goede dekking het bereik nog beperkt is, de meerkosten wegen niet op tegen de opbrengst. Daarom is belangrijk dat de overheid zorgt voor aanvullende financiering als onderdeel van het digitaliseringsbeleid.

Het televisieaanbod wordt zowel rechtstreeks als via pakketaanbieders en in de apps voor smartphones, tablets, smart TV's en web verspreid. Via de frequentievergunning van de NPO is rechtstreekse en gratis de ontvangst via DVB-t geborgd. Bij pakketaanbieders wordt doorgifte zowel via onderhandeling als via de mediawettelijke doorgifteplicht gerealiseerd. Daarbij wordt ingezet op uitbreiding van de mogelijkheden als VOD en replay. Vanaf 2020 bieden de omroepen de televisiesignalen alleen nog maar aan in HD-kwaliteit.

CBP-doelstellingen

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



Innovatie en ontwikkeling

Regionale omroepen experimenteren met nieuwe productie- en distributiewijzen. De omroepen innoveren hun distributie om de juiste informatie op het juiste moment bij de juiste doelgroep te brengen. Om innovatie te stimuleren bundelen de regionale omroepen steeds meer hun krachten op dit terrein.

GROE&I

In 2019 is een belangrijk besluit genomen; alle dertien regionale omroepen realiseren een zogenaamde RPO-exchange die in een Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise & Innovatiecentrum (GROE&I) wordt ondergebracht. De RPO-exchange is een uitwisselingsplatform waarmee automatisch onderling en met samenwerkingspartners content op uniforme wijze wordt uitgewisseld. Zo wordt de uitwisseling van metadata en content met de NOS en andere samenwerkingspartners door de RPO-exchange geregeld en verder ontwikkeld, en wordt de basis gelegd voor technische samenwerking met andere partners. Daarnaast kunnen met de RPO-exchange de web en apps van regionale publieke omroepen op een uniforme manier voorzien worden van content en wordt gezamenlijke doorontwikkeling van web- en app-applicaties eenvoudiger en efficiënter.

In GROE&I bundelen vanaf eind 2019 ook negen regionale omroepen hun innovaties. Het is nodig om online snelheid te kunnen maken om de snel wijzigende markt te kunnen volgen en om kostenefficiënt te werken. GROE&I zal voor de gezamenlijkheid app- en webplatformen ontwikkelen en beheren, maar vooral ook kijken naar nieuwe innovatieve distributietoepassingen en deze implementeren. GROE&I moet ook bijdragen aan het vergroten van het bereik online, aan het beter bereiken van het publiek en aan het benutten van schaalvoordelen. De [Subsidieregeling innovatie & samenwerking regionale publieke media-instellingen](#) zal worden aangewend om het centrum op te starten; uiteindelijk dragen de regionale omroepen zelf de kosten van het centrum. Omroepen die vanaf het eerste begin nog niet meedoen kunnen later aansluiten. Het succes van GROE&I zal daarvoor onder meer bepalend zijn.

Het initiatief RegioLab, dat Omroep Gelderland in 2018 startte en waar 8 regionale omroepen aan meedoen, wordt onderdeel van GROE&I. RegioLab heeft zijn meerwaarde bewezen door de uitgevoerde pilots. Doelstelling was om te komen tot het vergroten van de relevantie van het nieuws, de spreiding van het aanbod en om nieuws aan de juiste doelgroep aan te bieden. De spreiding van het nieuws wordt zichtbaar gemaakt op dashboards in de vorm van nieuwskaarten. Daarop kan de redactie zien of elke hoek van de provincie, grote en kleine gemeenten, goed bediend worden. Een redactie kan ook op de nieuwskaarten van andere redacties kijken en zo grensoverschrijdend nieuws aanbieden in de eigen regio. Door de personalisatie van het nieuws en door rekening te houden met persoonlijke voorkeuren wordt het nieuws relevanter gemaakt voor de online gebruikers. De projecten van RegioLab maken het mogelijk om lokaal nieuws een breder en gericht bereik te geven en om provinciegrens overschrijdende gebieden met nieuws te bedienen.

Talentontwikkeling

De regionale omroepen zetten zich in voor de duurzame inzetbaarheid van personeel. De nieuwe gesprekscyclus die opgezet wordt door het overleg van Hoofden P&O focust zich op de ontwikkeling van medewerkers en organisatie.

Voor de opleiding van medewerkers maken omroepen gebruik van Studytube, een online platform. Hierop is een groot cursusaanbod beschikbaar. De regionale omroep heeft hiervoor ook eigen sectorspecifiek materiaal ontwikkeld. Er zijn inmiddels ook landelijke omroepen die de inzet van dit platform overwegen. In 2020 willen de omroepen het gebruik van Studytube voortzetten indien er samenwerking mogelijk is met meer partijen binnen de omroep, zoals het Werkstation. Dat is het opleidingsplatform van het AWO Fonds. De beslissing hierover wordt najaar 2019 genomen.

Jong talent

Regionale omroepen hebben in de afgelopen jaren jong talent aan zich gebonden en de kans gegeven zich te ontwikkelen. Talent stroomt ook door naar landelijke media, zoals RTL, AVRO/TROS en de NOS. De regionale omroepen bieden in 2020 gezamenlijk 100 werkervarings-/stageplekken aan.



Meer dan

100

werkervarings-/stageplaatsen

UITGELICHT

Omrop Fryslân werkt sinds enige jaren met steeds weer wisselende trainees; young professionals die twee jaar ervaring op kunnen doen. Daarnaast heeft Omrop Fryslân een langjarige band met de NHL, de hogeschool in Leeuwarden. Studenten van de richting CMD (Communication & Multimedia Design) doen voor hun studie onderzoek naar vraagstukken die passen binnen de omroep en binnen hun studie. Per halfjaar verbindt een groep van 5 à 6 studenten zich aan de Omrop.

Talent dat zich heeft kunnen ontwikkelen bij de regionale omroep vindt regelmatig zijn weg naar landelijke omroepen. Zo zag RTV Utrecht in 2019 Marco Geijtenbeek vertrekken naar de NOS op 3. Bij de regionale omroep heeft hij het vak in de volle breedte geleerd van bureau-redactie tot filmen en van nieuwslezen op de radio tot presentatie op televisie. Bij RTV Utrecht wordt met kleine en betrokken teams gewerkt. Hierdoor kunnen ideeën snel worden opgepakt en krijgt talent de ruimte om goede ideeën op te pakken, uit te werken en uit te voeren.

CBP-doelstellingen

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





Samenwerking

De regionale omroepen zoeken samenwerkingen waar dat de regionale journalistiek versterkt en het bereik of doelmatigheid vergroot. De samenwerking tussen regionale omroepen onderling wordt voor de komende jaren gestimuleerd met de [Subsidieregeling innovatie & samenwerking regionale publieke media-instellingen](#). Een fors deel van de middelen uit de regeling wordt ook ingezet voor de samenwerking met lokale omroepen. Bestaande samenwerkingsverbanden worden voortgezet en nieuwe kunnen gestart worden.

Samenwerking onderling

Innovatie en spreiding van uniek, urgent en relevant nieuws en media-aanbod zijn belangrijke doelstellingen van regionale omroepen. Het zijn ook de speerpunten van samenwerkingsprojecten van de omroepen onderling, zoals het innovatiecentrum GROE&I, het experimentele RegioLab en de gezamenlijke onderzoeksredactie van de vier noordelijke omroepen (Omrop Fryslân, RTV Noord, RTV Drenthe en RTV Oost). Programmatisch werken de regionale omroepen samen in het kader van de viering van 75 jaar vrijheid in 2020. De omroepen hebben hun krachten gebundeld en gezamenlijk een plan omarmd waarmee zij, elk vanuit hun eigen verzorgingsgebied, volop aandacht gaan besteden aan dit onderwerp.

De RPO bevordert de samenwerking tussen regionale omroepen. Het gaat daarbij onder meer over gezamenlijke inkoop-procedures, bijvoorbeeld voor techniek en het afsluiten van gezamenlijke overeenkomsten, zoals met BumaStemra. De activiteiten zijn benoemd onder punt 2 (Coördinatie) en punt 3 (Bevordering samenwerking) van het [Bijlage II: Overzicht activiteiten RPO 2020](#).

Samenwerking met landelijke omroepen

De samenwerking met de NOS is een belangrijke pijler in de regionaal-landelijke samenwerking.

Dagelijks worden er nieuwsonderwerpen uitgewisseld tussen de regionale omroepen en de NOS. Bureau Regio, de gezamenlijke redactie van de regionale omroepen die gevestigd is op de NOS-nieuwsvloer, is verantwoordelijk voor deze uitwisseling. Ook schrijft de redactie dagelijks artikelen op basis van het regionale nieuwsaanbod voor de NOS site en app. Daarnaast produceert Bureau Regio op werkdagen regioblokken voor de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur. Bureau Regio en de NOS initiëren gezamenlijk journalistieke researchprojecten voor het NOS Journaal en het nieuws van de regionale omroepen.

Met de NOS is het [Convenant Versterking Publieke Journalistiek](#) gesloten met de bedoeling dat NOS-berichten ook op de websites en apps van de regionale omroepen worden geplaatst. Omgekeerd krijgt de content van regionale omroepen een vaste plek krijgt op NOS.nl en de NOS app. Het Convenant wordt in 2019 uitgewerkt en moet begin 2020 leiden tot een ruime verspreiding van landelijk en regionaal nieuws.

Voor de ontwikkeling van regionale documentaires willen de regionale omroepen ook meer samenwerken met landelijke omroepen. De regionale omroepen hebben na het wegvallen van het Mediafonds met succes regionale documentaires geproduceerd, alleen of als coproducties met landelijke omroepen maar het zijn veel minder documentaires dan voorheen via het Mediafonds. Succesvolle voorbeelden van co-producties zijn de met prijzen bekroonde documentaire Van Verlies Kun Je Niet Betalen die Omroep Zeeland maakte met KRO-NCRV en de door Omroep Brabant in samenwerking met KRO-NCRV gemaakte film Schapenheld die voor vertoning op het IDFA-festival werd geselecteerd. Een samenwerking met de landelijke omroep kan een sterkere basis geven voor de Nederlandse documentaire met verhalen over mensen en onderwerpen uit heel Nederland.

Zoals eerder aangegeven streeft de RPO eveneens naar meer samenwerking met de landelijke omroepen bij het ontwikkelen van een online cursusaanbod. Daarvoor is onder meer contact gezocht met Werkstation, het platform voor opleiding en duurzame inzetbaarheid van medewerkers van het AWO fonds.

UITGELICHT

Omrop Fryslân werkt samen met Omroep MAX op het gebied van Skûtsjesilen.

Omroep Zeeland versterkt de samenwerking met de NOS. De samenwerking op het gebied van het redactiesysteem, aanbesteding en inkoop loopt goed en wordt gecontinueerd.

NH Media werkt eveneens samen met landelijke partners, onder meer met EenVandaag wisselen zij nieuwscontent uit en doen ze gezamenlijke onderzoeksprojecten.

Omroep Brabant werkt samen met landelijke omroepen op het gebied van evenementen zoals het Bloemencorso Zundert, de opera op de Parade en Carnaval.

Regionale omroepen werken ook samen met landelijke omroepen bij de co-producties van regionale documentaires.

Op de radio maken zeven regionale omroepen samen met KRO-NCRV iedere zondag het programma Adres Onbekend dat hierdoor niet alleen op NPO Radio 5 via DAB+ te ontvangen is, maar ook via een groot aantal FM-frequenties.

Samenwerking met lokale omroepen

Samenwerking tussen regionale en lokale omroepen wordt door het kabinet gezien als een belangrijke mogelijkheid om de regionale en lokale journalistiek te versterken. Ook de Raad voor Cultuur en de Raad voor het Openbaar Bestuur onderschrijven in hun [advies](#) over de lokale omroepen het belang om de samenwerking tussen publieke lokale omroepen onderling en tussen lokale en regionale omroepen te stimuleren. € 9 miljoen, van de € 15 miljoen die het kabinet beschikbaar heeft voor de vergroting van de kwaliteit en professionaliteit van lokale journalistiek, wordt bestemd voor de samenwerking tussen regionale en lokale publieke omroepen.

De afgelopen jaren zijn er al veel succesvolle samenwerkingsverbanden tussen lokale en regionale omroepen gerealiseerd. Verdere versterking van de lokale en regionale journalistiek kan met een innovatieve aanpak waarbij de regionale en lokale journalistieke functie op basis van maatwerk en de mediabehoefte van de burger wordt vormgegeven. Versterking en uitbreiding van bestaande en nieuwe samenwerkingsverbanden tussen regionale en lokale omroepen (inclusief streekomroepen) is daar de basis van. Dat kan door naar voorbeeld van het BBC-project [Local News Partnerships](#)², extra journalisten in te zetten in gemeenten waar de lokale journalistieke functie niet op orde is. Dat sluit aan bij onderzoek van het Stimuleringsfonds waaruit blijkt dat de nieuwsvoorziening in middelgrote en kleine gemeenten te wensen overlaat terwijl deze in de grote steden goed geregeld is.

Over hoe zo'n plan in Nederland vormgegeven kan worden, is met de NOS, NLPO en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek gesproken. Graag willen we met elkaar verkennen hoe zo'n model naar Nederland vertaald kan worden met behulp van de beschikbare € 9 miljoen. De kracht van het zogenaamde 'BBC-model' is namelijk dat er direct geïnvesteerd wordt in de regionale en lokale journalistiek. Er zou ook in Nederland vol ingezet moeten worden op extra journalisten die de lokale politiek en samenleving volgen. Verwacht wordt dat er geen blauwdruk is die over heel Nederland uitgerold kan worden. Dat zegt de Raad voor Cultuur ook met zoveel woorden. Het is heel kansrijk en effectief om op basis van een 'blinde vlekken plan' en maatwerkaanpak versterking van de lokale journalistieke functie van onderop vorm te geven. Naast de inzet van regulier budget dat de regionale omroep nu al voor samenwerking met lokale omroepen inzet, wil de regionale omroep bij zo'n plan ook de [Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke media-instellingen](#) gebruiken waardoor meerdere miljoenen extra beschikbaar kunnen zijn.

² Het model van de BBC

Sinds 2018 worden in Groot-Brittannië gaten in regionale redacties via een speciale regeling gevuld. Het project omvat circa 150 lokale journalisten, die lokale en regionale redacties versterken. Onderwerpen die anders blijven liggen, worden dankzij de regeling opgepakt. Dankzij het BBC Local News Project kunnen mensen in de regio zich goed informeren en weloverwogen keuzes maken rond bijvoorbeeld lokale politiek.

UITGELICHT

NH Media heeft een netwerk opgezet met lokale omroepen. Het netwerk telt inmiddels 45 lokale organisaties. De regionale en lokale omroepen delen kennis en content, maken nieuws samen, werken aan gezamenlijke projecten en doen aan talentontwikkeling. Dit draagt bij aan meer en betere lokale journalistiek. De samenwerking is op basis van gelijkwaardigheid en wederkerigheid. In het Gooi en West-Friesland is de samenwerking uitgegroeid tot gezamenlijke nieuwsredacties. NH Media wil de samenwerkingen in de komende jaren uitbreiden. Zo is NH Media in gesprek met onder andere de lokale omroep Amstelveen om te komen tot een formele vorm van samenwerking.

Omroep Brabant heeft 8 verslaggevers een eigen gebied gegeven in de provincie. Iedere verslaggever legt daar contact met de lokale collega's. De bedoeling is dat over en weer kennis en content wordt gedeeld om zo de journalistiek in Brabant te versterken. In Tilburg wordt samen met de lokale omroep een experiment gestart met jonge journalisten en nieuwe vormen van journalistiek. In Meierijstad is een senior-redacteur van Omroep Brabant actief als eindredacteur om de lokale omroep, samen met het eigen bestuur en de vrijwilligers, verder te professionaliseren. De verwachting is dat in 2020 de samenwerking verder wordt uitgebreid met andere lokale omroepen.

Omroep Gelderland werkt samen met 20 lokale omroepen in het uitwisselen van onlineberichten en het delen van de agenda. Met 7 van de 20 samenwerkingspartners (Omroep Ede, RTV Apeldoorn, RTV Arnhem, RTV Nunspeet, RegioTV Tiel, Regio8 en B-FM) staat de samenwerking op een hoger plan. Bij 5 van hen heeft Omroep Gelderland een verslag-

gever gedetacheerd die reportages maakt die voor beide omroepen interessant zijn. Daarnaast wordt gezamenlijk ingezet op het verslaan van evenementen en het uitwisselen van beeldmateriaal voor website/app en televisie. Omroep Gelderland heeft een lokale website en app ontwikkeld waar de lokale omroepen gebruik van kunnen maken, zoals <https://www.regiotvtiel.nl/>. De website/app is gekoppeld aan het content-management-systeem van Omroep Gelderland. Hierdoor kunnen lokale omroepen direct gebruik maken van de content van Omroep Gelderland en vice versa.

Omroep West zet in 2020 de samenwerking voort met de lokale omroepen WOS (Westland), Unity (Leiden), Studio Alphen, Stadsomroep Den Haag en Bo (Bollenstreek). Deze vijf lokale omroepen maken deel uit van het Regionaal Nieuws Netwerk (RNN) van Omroep West. Dit netwerk is in 2017 gestart met steun van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Met partijen worden dagelijks onderwerpen en items uitgewisseld en Omroep West-medewerkers hebben bij deze lokale omroepen een werkplek. In 2020 streeft Omroep West naar een uitbreiding van RNN met de gemeentelijke kernen Delft, Zoetermeer, Krimpenerwaard en Gouda.

RTV Oost beoogt in 2020 samen met de lokale omroep in Zwolle het Mediahuis op te richten. Het doel is dat het Mediahuis de nieuwsstroom uit de regio Zwolle forst vergroot. Dit gebeurt in samenwerking met de onderwijsinstellingen Landstede (MBO) en Windesheim (HBO) om zo een broedplaats te creëren voor journalistiek talent. RTV Oost ziet het Mediahuis als een pilotproject. Bij gebleken succes is het concept ook te gebruiken in andere delen van de provincie.

Samenwerking met anderen

De RPO zet zich in voor samenwerking met andere partijen in de mediasector. Het afgelopen jaar heeft de stichting een bijdrage geleverd aan de Regio Tegel en het middagprogramma van de Tegel voor aankomende journalisten. De RPO is ook partner voor het congres De Regio Vecht Terug en levert er diverse bijdragen voor. Voor de komende jaren beoogt de RPO deze samenwerkingen voort te zetten. In 2019 heeft de RPO met het Instituut voor Fysieke Veiligheid (IFV) gesproken over nut en noodzaak van een calamiteitenzender en de wens om de samenwerking tussen de veiligheidsregio's en de regionale omroepen opnieuw te bekrachtigen. De RPO en IFV werken aan een samenwerkingsconvenant, dat eind 2019, begin 2020 zijn beslag kan krijgen.



UITGELICHT

RTV Drenthe werkt samen met verschillende landelijke en regionale partners. Voor het ROEG platform (natuur) werkt de omroep samen met Staatsbosbeheer en natuurorganisaties zoals Het Drents Landschap, Natuurmonumenten, Landschapsbeheer Drenthe, Natuur- en Milieufederatie Drenthe en IVN natuureducatie.

Voor ‘Anno Drenthe’ over het beeldend verleden van de provincie is de omroep samenwerking aangegaan met het Drents Archief en het programma ‘Museumverhalen’ biedt een blik op pronkstukken van Drentse musea. De samenwerking met de Bibliotheek Assen resulteert in het succesvolle boekenprogramma ‘Kolkende Taal’. RTV Drenthe hecht aan de regionale geschiedenis. De relatie met het Drents Museum is hecht; dat geldt ook voor de relatie met Herinneringscentrum Kamp Westerbork en het Hunebedmuseum Borger.

RTV Drenthe koestert de streektaal. Daartoe is er een intensieve samenwerking met het Huus van de Taol, dat de belangen van de Drentse streektaal behartigt. Het programma ‘Ohne Grenzen’ is een samenwerkingsverband tussen het Duitse regionale televisie station EV1.TV en RTV Drenthe en wordt maandelijks op beide tv-stations uitgezonden. Ohne Grenzen/ Zonder Grenzen wordt mede gefinancierd door de Duitse provincie Emsland en de provincie Drenthe.

RTV Oost zoekt binnen de provincie Overijssel de samenwerking met maatschappelijke organisaties. Onder meer met de natuur- en landschapsorganisa-



ties zijn inmiddels verkennende gesprekken gevoerd, die in 2020 kunnen leiden tot gedeelde content op de themaplatforms. Ook in het kader van 75 Jaar Vrijheid werkt de omroep nauw samen met organisaties die in Overijssel betrokken zijn bij de lustrumviering van de bevrijding. Onder regie van de provincie Overijssel is een projectteam geformeerd, dat het lustrumprogramma voorbereidt. In dit programma is de Bevrijdingstour van RTV Oost als rode draad opgenomen. Samen met het Historisch Centrum Overijssel en de Overijsselse bibliotheken is een tour georganiseerd, waarbij inwoners van de provincie zich konden melden met hun tastbare herinneringen aan de Tweede Wereldoorlog. Een actie die in heel Overijssel grote weerklank heeft gevonden.

Omroep Gelderland heeft een aantal voor Gelderland belangrijke thema's benoemd, waarbij wordt samengewerkt met uiteenlopende maatschappelijke partners, zoals musea, erfgoedinstellingen, bibliotheken

en organisaties op het gebied van historie, bevrijden en herdenken, cultuur, sport en zorg. Ook in 2020 staan de volgende thema's centraal: naoberschap, natuur, historie, (streek)cultuur, oorlog en vrijheid.

Omroep Zeeland is uitgenodigd deel te nemen aan een pilot van Beeld en Geluid, waarbij wordt onderzocht onder welke voorwaarden alle content van Omroep Zeeland wordt ondergebracht bij dit instituut. Deze pilot zou moeten leiden tot een kostenbesparing voor de omroep, omdat onderbrenging van content bij Beeld en Geluid minder opslagcapaciteit bij de omroepen betekent en alle content professioneel wordt gearchiveerd. Mocht deze pilot succesvol zijn in de uitkomst, is het denkbaar dat alle regionale omroepen hun content onderbrengen bij Beeld en Geluid.

CBP-doelstellingen

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

RPO organisatie

De RPO is op basis van artikel 2.60a lid 1³ van de Mediawet het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. De RPO coördineert de beleids- en verantwoordingscyclus voor de regionale publieke omroep en bevordert samenwerking tussen regionale omroepen. De uitvoering van het concessiebeleidsplan [Liefde voor de regio](#), de (nog af te sluiten) prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend. De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de regionale omroepen. Het [RPO activiteitenplan 2020](#) is daarbij richtinggevend. Dit plan is op verzoek van het ministerie als bijlage opgenomen.

³ Mediawet artikel 2.60a lid 1 Onze Minister wijst een stichting aan als het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau, bedoeld in artikel 2.1.

artikel 2.1 Mediawet Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit:

- a. het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke mediadiensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen;
- a1. het kunnen inzetten van amusement als middel om een informatief, cultureel of educatief doel te bereiken of een breed en divers publiek te trekken en te binden zodat deze doelen onder de aandacht worden gebracht;
- b. het verzorgen van publieke mediadiensten waarvan het media-aanbod bestemd is voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven; en
- c. het stimuleren van innovatie ten aanzien van media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van de mogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken.



Coördinatie

In 2020 zullen de coördinerende werkzaamheden van de RPO met name betrekking hebben op de volgende onderwerpen:

- Het uitwerken van de diverse ambities en doelstellingen uit het concessiebeleidsplan;
- Het invullen en monitoren van de (nog af te sluiten) prestatieafspraken;
- Innovatietrajecten en – initiatieven als de opzet van GROE&I, het gemeenschappelijk regionaal online expertise- en innovatiecentrum;
- De vensterprogrammering en dagjournaals op de NPO-kanalen;
- Het opzetten van nieuw bereik- en waarderingsonderzoek en rapportage daarover;
- Het bevorderen van onderzoeksjournalistiek;
- Het bevorderen van samenwerking met de landelijke publieke omroepen en de lokale publieke omroepen;
- Het stimuleren van de inzet van de Subsidieregeling innovatie & samenwerking;
- Het doorontwikkelen van de samenhangende distributiestrategie;
- Het coördineren van bestaande en nieuwe beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders;
- De CAO voor het Omroeppersoneel;
- Het vertegenwoordigen van de regionale publieke omroep bij ministeries, toezichthouders en andere partijen.

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

Bevorderen samenwerking

De RPO speelt een – uitvoerende – rol bij tal van samenwerkingsactiviteiten tussen meerdere of alle regionale omroepen. De activiteiten zijn te relateren aan de taken van de RPO als samenwerkings- en coördinatieorgaan, maar betreffen zaken die onder de eigen verantwoordelijkheid van de regionale omroepen vallen. Door samenwerking wordt een doelmatige en doeltreffende inzet van middelen bevorderd.

In 2020 ligt de prioriteit van de RPO bij:

- Het uitwisselen van kennis tussen de regionale omroepen op het gebied van financiën, personeel & organisatie; techniek en innovatie faciliteren;
- Het voeren van gezamenlijke inkoopprocedures o.a. op het gebied van mediatechniek, adviesdiensten;
- Het afsluiten van gezamenlijke overeenkomsten;
- Het behartigen van de gezamenlijke belangen bij derde partijen als nieuwsorganisaties, collectieve beheersorganisaties, distributiepartijen;
- Het beheren van collectieve contracten, o.a. DAB+;
- Het organiseren van het NL Media Event, de NL Awards.

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

Op deze manier geeft de RPO ook in 2020 concreet invulling aan zijn rol als samenwerkings- en coördinatieorgaan. De RPO doet dit vanuit de kernwaarden alert, betrokken en verbindend.

CBP-doelstellingen

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





Financiën

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

Toelichting

De totale begroting van de regionale omroep neemt in 2020 met € 2,6 miljoen toe ten opzichte van 2019. De toegekende verhoging voor de prijsindexatievergoeding bedraagt € 2,2 miljoen (1,5%). Als gevolg van dalende inkomsten uit reclame worden voor 2020 de reclame-inkomsten begroot op € 17,7 miljoen. Dat is € 0,4 miljoen minder ten opzichte van 2019. De overige inkomsten worden hoger begroot. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers verschilt de post overige inkomsten in de begroting. Dat komt door (onder meer door provincies) toegekende subsidies waarover bij het vaststellen van de RPO-begroting omroepen nog geen zekerheid hebben over aangevraagde bedragen.

Dergelijke subsidies worden overigens ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van een tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale media en projecten met een specifiek regionaal thema. In de begroting van de regionale omroepen zijn toe te kennen middelen uit de [Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke media-instellingen](#) om deze reden ook nog niet opgenomen.

De verwachting is dat de reclame-inkomsten in de toekomst onder druk blijven staan. Daarnaast is er zorg over de loonkostenontwikkeling, nu de loonvraag van vakorganisaties ruim hoger is dan de inflatiecompensatie die de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend.

Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage

De Rijksmediabijdrage dient ter bestrijding van onder meer de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). De bekostiging van de regionale omroep uit de Rijksmediabijdrage wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding verhoogd. De uiteindelijke prijsindexatie voor 2019 is vastgesteld op 2,3% (begroot: 2,4%). Bij het vaststellen van de begroting 2020 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 1,5%. Dit percentage is doorgenomen met het ministerie van OCW en de NPO en volgt uit de gehanteerde indexering van de voorjaarsnota (CEP 2019).

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

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

Verwacht wordt dat de dalende trend van reclame-inkomsten de komende jaren zal doorzetten. Naar aanleiding van het onderzoek en de dalende lange termijn ramingen van Ster-inkomsten (zie [visiebrief van Minister](#)) voeren regionale omroepen jaarlijks een vergelijkbaar onderzoek uit om een eigen meerjarige analyse van reclame-inkomsten op te stellen. Bij deze analyse wordt zo goed mogelijk aangesloten bij de gehanteerde landelijke systematiek. Op deze wijze is per omroep de landelijke omzetprognose op uniforme wijze en kwalitatief gelijkwaardig afgestemd en is gekomen tot een eenduidige begrotingssystematiek. Hierbij wordt uitgegaan van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Voor online wordt uitgegaan van een voorzichtig groeiscenario. Deze trends passen bij de ambities van het concessiebeleidsplan. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep. Het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt. Maar vanwege de lagere opbrengsten op online ten opzichte van radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd. Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze ramingen opgesteld.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmagebonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2020 ramen de regionale omroepen een licht lager niveau ten opzichte van het vorige jaar. Provinciale subsidies zijn niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegekend.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2020 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten. De reclame-inkomsten 2020 worden geraamd op € 17,7 miljoen.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2020-2024)

x € miljoen	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Publieke inkomsten	147,1	149,3	150,8	152,3	153,8	155,3
Reclame-inkomsten	18,1	17,7	17,1	16,3	15,7	15,3
Overige inkomsten	9,9	10,5	9,7	10,1	10,2	10,4
Totaal	175,0	177,6	177,6	178,7	179,7	181,0

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2019 zijn ten opzichte van de begroting 2019 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2019).

Begroting organisatie RPO

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegrotingen is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Voor de uitvoering van de wettelijke taken en werkzaamheden wordt voor 2020 een bedrag begroot van € 838.516,-.

De regionale omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Dat zijn de activiteiten die in het activiteitenplan zijn beschreven onder bevordering samenwerking tussen de regionale omroepen. Hiervoor is in 2020 een bedrag begroot van € 284.919,-.

Het budget van de RPO-organisatie is evenals de budgetten van de regionale omroepen berekend op basis van de gecorrigeerde index in 2019 van 2,3% en een index van 1,5% voor 2020. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO als volgt begroot.

Begroting RPO 2020	2019 Bedrag (€)	2020 Bedrag (€)
Baten		
Media aanbod - OCW	826.124	838.516
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	280.708	284.919
Totaal baten	1.106.832	1.123.435
Lasten		
Lonen en salarissen	417.784	423.958
Sociale lasten	103.977	111.140
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	29.000	29.000
Overige bedrijfslasten	556.071	559.337
Totaal lasten	1.106.832	1.123.435

Begroting op basis van MW artikel 2.169 lid 3b

Meerjarenraming RPO-organisatie 2021-2024

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 op het niveau als in 2019 en 2020.

Meerjarenraming RPO	2021 Bedrag (€)	2022 Bedrag (€)	2023 Bedrag (€)	2024 Bedrag (€)
Baten				
Media aanbod - OCW	847.000	855.000	864.000	873.000
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	288.000	291.000	294.000	296.000
Totaal baten	1.135.000	1.146.000	1.157.000	1.169.000
Lasten				
Totaal lasten	1.135.000	1.146.000	1.157.000	1.169.000
Resultaat				
	0	0	0	0

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

Budgetaanvraag 2020

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2019 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2020 opgenomen. Het budget 2019 is voor de bijgestelde indexatie ten opzichte van de begroting 2019 geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2020 bedraagt € 150.122.290,- en is gebaseerd op een indexering van 1,5% (CEP, voorjaar 2019).

De indexering is een voorlopig getal, dat zoals eerder aangegeven kan worden bijgesteld als gevolg van de Macro Economische Verkenningen (MEV) (najaar 2019) en/of het CEP (voorjaar 2020) van het CBS. De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen blijft in 2020 ongewijzigd en conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.

Bekostiging	2019 Bedrag (€)	%	2020 Bedrag (€)
RTV Noord	9.339.428	6,350%	9.479.519
Omrop Fryslân	10.295.433	7,000%	10.449.864
RTV Drenthe	9.358.548	6,363%	9.498.926
RTV Oost	10.824.912	7,360%	10.987.286
Omroep Gelderland	16.530.053	11,239%	16.778.004
Omroep Flevoland	8.103.976	5,510%	8.225.536
RTV Utrecht	9.677.707	6,580%	9.822.873
NH	14.323.888	9,739%	14.538.746
Omroep West	10.354.264	7,040%	10.509.578
RTV Rijnmond	10.574.880	7,190%	10.733.503
Omroep Zeeland	8.824.657	6,000%	8.957.027
Omroep Brabant	17.265.441	11,739%	17.524.423
L1	11.604.423	7,890%	11.778.489
	147.077.610	100,0%	149.283.774
RPO*	826.124		838.516
Totaal	147.903.734		150.122.290

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

De bekostigingsaanvragen van de regionale omroepen zijn sluitende begrotingen.

Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid. Zo wordt een aantal aanbestedingen voorbereid of inmiddels afgerond voor gezamenlijke inkoop van onder meer onderzoek, media-techniek, adviesdiensten en opleidingen.

Personeel

In 2018 is het aantal medewerkers (in fte) bij de regionale omroepen met 4,6 fte toegenomen tot 1.181,9 fte. Dat bleef iets achter op de verwachting van 1.204,5 fte. Voor 2020 wordt een stijging voorzien naar 1.245,5 fte wat voornamelijk komt doordat flexibele contracten in vaste contracten worden omgezet. De ruimte hiervoor is vanzelfsprekend nog afhankelijk van de kostenstijgingen van onder meer personeel, cao-kosten en de beschikbare indexatie van de (publieke) inkomsten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

	Verwacht ultimo 2018	2018 gerealiseerd	Verwacht ultimo 2019	Verwacht ultimo2020
Personele bezetting fte	1.204,5	1.181,9	1.221,4	1.245,5
Delta met vorig jaar		4,6	39,5	24,10 -

CBP-doelstellingen

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

Bijlage 1: Overzicht aanbodkanalen

Aanvraag nieuw aanbodkanaal:

De RPO vraagt in deze begroting een nieuw, nader te onderbouwen, aanbodkanaal aan voor L1.



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 (www.l1.nl)	L11Alaaf (https://l1.nl/L11Alaaf) Internetplatform met carnavalsmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (lineaire stream)

Bestaande aanbodkanalen:

In onderstaand overzicht van aanbodkanalen staan de aanbodkanalen die de minister heeft goedgekeurd met de vaststelling van het Concessiebeleidsplan ‘Liefde voor de regio’.



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)



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



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



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



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



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



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



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



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



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



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West (www.omroepwest.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep West, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie enerschikking 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.	
TV West App	Livestreams van Omroep West (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord, van Omroep West samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep West is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter en Youtube.		



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



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland (www.omroepzeeland.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	Aanbodkanaal (overig)
	Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	
	Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	
	Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	
	De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Zeeland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Zeeuwse Top 40 Live radio (http://www.omroepzeeland.nl/dezeeuwsetop40/live#.WP4ADcnfMnV): audiostream met Zeeuwse popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
Omroep Zeeland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland, van Omroep Zeeland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Zeeland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Tumblr, Twitter, Youtube en WhatsApp.		



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



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



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
1limburg.nl (www.1limburg.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire nieuwsaanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.	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.	
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)
1limburg App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuws-aanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als 1limburg).		

Bijlage 2: Overzicht activiteiten RPO 2020

In onderstaande tabel zijn - niet uitputtend – de activiteiten van de RPO in 2020 per taak/categorie uitgewerkt.

I. Basisactiviteiten RPO als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO)	
Toezichthoudende activiteiten	- Bijeenkomsten van de raad van toezicht - Bestuurlijk overleg OCW - Bestuurlijk overleg CvdM, RvC en anderen - Commissies financiën, remuneratie, juridisch, innovatie en medezeggenschap
Bestuurlijke activiteiten	- Besturen van de stichting en voeren dagelijkse leiding - Strategie, financieel beleid en personeelszaken - Ondersteuning raad van toezicht - Relatie en overleg met het ORO, OCW, CvdM, Tweede Kamer, adviesorganen en anderen
Voldoen aan wet- en regelgeving	Van toepassing zijn wet- en regelgeving, waaronder Beleidsregels Governance & interne beheersing
Controlling	- Opstellen bestuursverslag, jaarrekening & controleverslag accountant - Financieel en fiscaal beheer en administratie - Risicomanagement
Juridische advisering	- RPO-organisatie - Wet- en regelgeving - Ondersteuning functioneren bestuur, raad van toezicht en ORO
PR en communicatie	- Jaarverslag - Informerende van stakeholders

II. Coördinatie & andere wettelijke taken	
Concessiebeleidsplan:	- Vertalen naar jaarplannen - Uitvoeren en monitoren
Prestatieovereenkomst	- Monitoren en rapporteren - Overleg met ORO, OCW en CvdM
Begroting	Opstellen RPO-begroting 2021-2025
Evaluatie concessiebeleidsplan	- Opzet en planning evaluatie eerste planperiode - Voorbereiden nieuwe planperiode
CAO voor het Omroeppersoneel	- Overleg, onderhandelen en afsluiten CAO voor Omroeppersoneel met NPO en vakorganisaties - Opvolging afspraken cao via paritaire werkgroepen en commissies, waaronder de modernisering van de cao
Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen	
Bevorderen Good Governance	
Subsidieregeling innovatie & samenwerking regionale publieke media-instellingen (rpmi's)	- Stimuleren inzet en planvorming - Adviseren over subsidieaanvragen aan minister van OCW
Invulling geven aan bestaande en eventuele nieuwe beleidsregels CvdM t.a.v. rpmi's	
Coördineren nieuwe beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders	Consultaties, beleidsregels, mediabeleid en onderzoeken

Toepassen en actualiseren samenhangende distributiestrategie	- Opstellen samenhangende distributiestrategie - Rapporteren over de samenhangende distributiestrategie
Ontwikkelen toetsingskader regionale publieke mediaopdracht	
Bewaken procedure aanbodkanalen rpmi's	
Toepassen/Bewaken handleiding voor regionale mediaraden	
Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering	- Regiovensters - Dagjournaals - Overname regionale content door andere omroepen - Bevorderen regionale documentaires - Monitoren samenwerking
Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering	- In samenspraak met NLPO bevorderen samenwerking tussen regionale en lokale omroepen - Monitoren samenwerking
Bereik- en waarderingsonderzoek	- Laten verrichten van sectoronderzoek - Marketing en onderzoek
Media-onderzoek	- Volgen en analyseren sectoronderzoeken - Verzamelen, ordenen en analyseren prestatie- en gebruikscijfers van de verschillende aanbodkanalen en platformen. Volgen trends en deze in kaart brengen ten opzichte van algemene, regionale, landelijke of mondiale trends.
Overleg ORO	- Voeren secretariaat, voorbereiden en bijwonen overleg en opvolgen acties - Onderhouden contacten met leden, met name voorzitter en vice-voorzitter, t.b.v. uitvoering jaarplannen
(Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging	- Deelname aan overleggen met ministeries, parlementen, toezichthouders, NPO, NLPO, RvC, VNG, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, Raad voor Cultuur, Nicam, Stichting Bedrijf en Beroep, PMSE. - Deelname aan overleggen over maatregelen visiebrief Slob 'Waarde voor het publiek'

Distributiebeleid	- Volgen, bestuderen en adviseren over beleidsveld distributie en frequenties (waaronder digitale radio en tv, FM, kabel en online) inclusief reacties op internetconsultaties - Vertegenwoordiging in overleggen met beleidsorganen (NFO, overleggen, AO's ten behoeve van het distributiebeleid) - DAB+-beleid (coördineren van afspraken m.b.t. bekostiging, dekking en naleving IGV) - Afspraken pakketaanbieders, inclusief naleving must-carry verplichtingen en beoordeling ontheffingsverzoeken
Organiseren van gezamenlijke inkoopprocedures	
III. Bevorderen samenwerking tussen rpmi's	
(Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging van de sector bij en in besturen van onder andere (niet uitputtend):	- Raad voor de Journalistiek - Reclame Code Commissie - NLO en SKO (via ORN) - Werkgeversvereniging voor de Media en de organen van PNO Media
Faciliteren van uitwisseling van kennis en ervaringen tussen rpmi's op gebied van HR, financiën, techniek en innovatie door frequent overleg tussen en met de rpmi's	- Monitoren en rapporteren - Overleg met ORO, OCW en CvdM
Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures zoals (niet uitputtend)	- Distributie FM-diensten - Mediatechniek 2020 en verder - Raamovereenkomst Adviesdiensten 2017-2020 (evaluatie) - Connected TV - On Demand kijken - App-ontwikkeling
Behartigen van gemeenschappelijke belangen bij derde partijen zoals (niet uitputtend)	- ANP - Collectieve beheersorganisaties als BumaStemra en Sena - Distributiepartijen
Beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+	
Organiseren NL Media Event en NL Awards	

Bijlage 3: Toelichting op begroting RPO-organisatie

Baten

De wettelijke taken van de RPO worden bekostigd uit de Rijksmediabijdrage. De niet-wettelijke taken ten behoeve van omroepen worden gefinancierd door de regionale publieke omroepen.

Het budget voor de wettelijke taken (Rijksmediabijdrage) is begroot op € 838.516. Het budget voor samenwerkingstaken en additionele activiteiten is begroot op € 284.919. Daarnaast zijn er activiteiten die de RPO op projectbasis organiseert en die ook als zodanig worden bekostigd door de deelnemende omroepen. Deze maken geen onderdeel uit van de structurele begroting.

Lasten

Lonen en salarissen

De personele bezetting van de RPO bedraagt 4,8 fte. Het personeel van de RPO valt onder de cao voor het Omroeppersoneel. Deze cao liep tot eind 2018 en wordt voor 2019 en volgende jaren verlengd.

Sociale lasten

De kosten voor de sociale lasten zijn in lijn met de loonkosten en begroot op basis van de cao, sociale wetgeving en de pensioenregeling van PNO Media.

Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa

In deze post zijn de afschrijvingskosten opgenomen voor de huisvesting, inventaris, facilitaire apparatuur, automatisering en een voertuig.

Overige bedrijfslasten

Tot de overige bedrijfslasten behoren de kosten voor de raad van toezicht en de inhuur van externen. De RPO huurt extern specifieke deskundigheid in op juridisch-, financieel- en automatiseringsgebied. Verder behoren tot de overige bedrijfslasten de overige kantoorkosten.

Niet begroot zijn de activiteiten die op projectbasis gefinancierd worden.

Bijlage 4: Afkortingen

AWO-fonds	Arbeidsmarkt, Werkgelegenheids- en Opleidings-fonds voor de omroep	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
bVA	Bond van adverteerders	OCW	Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
CBP	Concessiebeleidsplan RPO als bedoeld in artikel 1.1. van de Mediawet 2008	ORN	Omroep Reclame Nederland
CvdM/Commissariaat	Commissariaat voor de Media	ORO	Overleg Regionale Omroepen
DAB	Digital Audio Broadcasting	PMA	Platform Media Adviesbureaus
EZK	Ministerie van Economische Zaken en Klimaat	rpmi	Regionale publieke media-instelling als bedoeld in artikel 1.1. van de Mediawet 2008
GfK DAM	GfK Digital Audience Measurement	RPO	Stichting Regionale Publieke Omroep
Handboek	Het Handboek Financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en RPO	RvC	Raad voor Cultuur
HD	High definition	RvT	Raad van toezicht
IPO	Interprovinciaal Overleg	SKO	Stichting Kijk Onderzoek
NLO	Nationaal Luister Onderzoek	VNG	Vereniging Nederlandse Gemeenten
NLPO	Nederlandse Lokale Publieke Omroep		
NOBO	Nederlands Online Bereik Onderzoek		

Addendum

1. Aanvraag

Stichting Omroep Limburg (L1), Ambyerstraat Zuid 77B te 6226 AW Maastricht, is de regionale publieke media-instelling voor de provincie Limburg. Zij is daartoe aangewezen door het Commissariaat voor de Media voor de periode 2017–2022.

De Stichting heeft de uitvoering van de publieke media-opdracht sinds 1999 uitbesteed aan Televisiebedrijf Limburg bv en Omroepbedrijf Limburg bv, die werken onder de merknaam L1. In deze aanvraag wordt verder over L1 gesproken.

L1 doet een aanvraag om vanaf 1 januari 2020, of zoveel eerder dan het ministerie van OCW dit toestaat, een nieuw aanbod kanaal op te gaan zetten in de vorm van een lineaire stream onder de naam L1Alaaf. Deze lineaire stream zal op de website van L1.nl gehost worden.

2. Korte omschrijving van de dienst

De dienst betreft de distributie van Limburgstalige carnavalsmuziek via een lineaire stream die gehost zal worden op L1.nl. Als cultuurdrager van de Limburgse Cultuur vinden wij het belangrijk dat de, voor onze provincie, meest relevante stromingen aanbod komen. Eén van de belangrijkste (sub)culturen in Limburg is het “vieren” van carnaval. Deze viering behelst niet alleen de “dolle dagen” voor as-woensdag maar omvat een met protocollair omgeven jaarlijks terugkerend festijn waarbij ieder dorp een eigen prins Carnaval uitroept en lokale carnavalsgroepen één of meerdere nieuwe carnavalsliedjes (vasteloavesschlagers) uitbrengen.

L1 schenkt ieder jaar weer, via al haar aanbodkanalen, heel veel aandacht aan het vieren van Carnaval met o.a. het uitzenden van de opening van het seizoen op de 11de van de 11de, hetgeen ook een festijn is waarin bekende Limburgse artiesten hun carnavalskrakers voor een groot publiek ten gehore brengen. Ook de vele festiviteiten tijdens de carnavalsperiode worden omlijst met de vele carnavalsliedjes die onze provincie rijk is. Uiteraard schenkt L1 ook hier de nodige aandacht aan op radio en TV.

Als laatste registreert L1 ieder jaar de voorrondes en de finale voor het beste carnavalsliedje in de provincie hetgeen door de stichting LVK onder de naam “Limburgs Vasteloaves Leedjeskonkoer” (zie www.stichtinglvk.nl) wordt georganiseerd.

L1 heeft o.a. door de registratie van het LVK inmiddels een enorm archief opgebouwd met unieke Limburgse carnavalsmuziek. Middels dit aanbodkanaal willen we dit archief met unieke content permanent ontsluiten voor het Limburgse publiek. Daarnaast heeft L1 door de jaren een unieke verzameling carnavalsliedjes opgebouwd, met zowel commercieel als niet-commercieel uitgegeven nummers. Dit is een unieke verzameling voor Limburg.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

a. Opdracht vanuit de mediaraad

Als cultuurdrager wil L1 de Limburgse identiteit verder blijven uitdragen onder de Limburgers en het publiek dat in de Limburgse cultuur geïnteresseerd is. Carnaval is bij uitstek een uiting van deze identiteit en cultuur.

AANVRAAG AANBODKANAAL L11ALAAF VIA EEN LINEAIRE ONLINE STREAM

29 oktober 2019

De mediaraad heeft dit ook geschreven in het meerjarenplan 2019-2023 waarin de missie van L1 opnieuw is verwoord. “L1 wil onmisbaar zijn voor iedereen die in Limburg is geïnteresseerd. Gebruikers van L1-media worden op de hoogte gehouden van het regionale nieuws, met als trefwoorden actueel, dichtbij, onafhankelijk, betrouwbaar en maatschappelijk relevant. Met een sterke regionale journalistiek dragen we bij aan een gezonde democratische samenleving, middels duiding, diepgang en dialoog. Even belangrijk is dat L1 als cultuurdrager actief bijdraagt aan het in stand houden en vormgeven van de Limburgse identiteit, waaronder streektaal. Om onze verbindende rol in de samenleving optimaal waar te kunnen maken, is het onze ambitie om in Limburg de media-instelling te zijn met het hoogste totaalbereik.”

Derhalve zien wij de aanvraag van dit aanbodkanaal als een verdere uitwerking van de media-opdracht zoals deze door de mediaraad is vastgesteld.

b. Consessiebeidsplan RPO

In het Consessiebeidsplan van de RPO “Liefde voor de Regio” 2017-2025 wordt met name in hoofdstuk 3 aandacht besteed aan het versterken van de identiteit van de regio. Dit kan o.a. gebeuren via communities die middels online kanalen versterkt worden. Het nieuwe online aanbodkanaal L11Alaaf is ondersteunend aan de subcultuur carnaval welke een duidelijke plek heeft binnen de Limburgse cultuur. Middels dit aanbodkanaal dragen we als regionale omroep bij aan deze doelstelling binnen het CPB van de RPO.

Daarnaast past de aanvraag van dit aanbodkanaal, welk specifiek op een bepaalde subcultuur is gericht, volledig bij de ambities zoals geformuleerd in paragraaf 4.3 en 4.4 van het Consessiebeidsplan.

4. Publiek

Bij L1 segmenteren wij onze kijkers en luisteraars niet naar (leeftijds)doelgroep maar naar interessegebied. Een interessegebied heeft een publiek dat uit alle leeftijden kan bestaan. Als we specifiek naar het interessegebied Carnaval kijken dan blijkt dat dit interessegebied ook een grote schare aan met name jongere kijkers en luisteraars uit onze provincie te bevatten. Door een apart aanbodkanaal te creëren voor deze subcultuur bereiken we niet alleen een grote groep maar ook een gemêleerd gezelschap met luisteraars die hun interesse voor carnavalsmuziek als gemeenschappelijke deler hebben.

Door een “vast” aanbodkanaal te creëren voor deze groep kunnen we het bereik van L1 verder uitbouwen door het aanbieden van specifieke content voor een groep luisteraars met hetzelfde interessegebied.

Daarbij is een online aanbodkanaal een prima distributiemechanisme om bepaalde interessegroepen te bedienen en dus te bereiken met voor hen relevante content.

Addendum

AANVRAAG AANBODKANAAL L11ALAAF VIA EEN LINEAIRE ONLINE STREAM

29 oktober 2019

5. Relatie met ander media-aanbod

a. Positionering binnen aanbodkanalen L1

Zoals in het CPB 2017-2025 staat heeft L1, naast de reguliere radiostream welke een één op één kopie is van onze FM en DAB+ radiozender, ook een aanbodkanaal voor liefhebbers van Limburgstalige muziek. Dit kanaal dat onder de naam “plat-eweg” wordt gestreamd bevat Limburgse muziek van diverse Limburgse artiesten en is met name in het leven geroepen als specifiek kanaal om het behoud van onze streektaal verder te ondersteunen op muzikaal gebied. Sir Thomas Beecham zei immers: “Goede muziek dringt makkelijk in het oor en verlaat maar moeilijk het geheugen”.

b. Bestaand aanbod

In Limburg zijn er, zover ons bekend, een 2-tal initiatieven die ook Carnavalsmuziek streamen via een (online)kanaal. Dit zijn www.carnaval-radio.nl en www.radiovastelaovend.nl.

- **www.carnaval-radio.nl** Dit kanaal speelt naast carnavalsmuziek ook andere genres (o.a. feestmuziek die niet alleen uit Limburg afkomstig is) op haar kanaal. Aangezien L1 alleen Limburgstalige carnavalsmuziek wil gaan streamen zijn wij geen kopie van deze aanbieder, maar maken wij unieke content en hebben wij een ander profiel. Bovendien is onze verzameling unieke carnavalsopnames, o.a. door eigen opnames van de afgelopen 75 jaar, veel groter.
- **www.radiovastelaovend.nl** Ook dit kanaal speelt naast carnavalsmuziek ook andere genres op haar kanaal én lijkt beperkt actief te zijn. Ook hier gelden dezelfde argumenten als bij de vorige aanbieder; L1 gaat alleen Limburgstalige carnavalsmuziek streamen die uniek is en veel groter dan het aanbod van deze aanbieder vanwege onze verzameling unieke carnavalsopnames van de afgelopen 75 jaar.

6. Wijze van distributie en financiering

a. Distributie

Het betreft het toevoegen van een aanbodkanaal op online middels een stream. Deze stream is af te spelen middels diverse apparaten zolang deze de mogelijkheid hebben om internetkanalen af te spelen. Het voordeel van een online stream is dat we toch een interessegroep kunnen bereiken zonder dat we hiervoor een zender of andere dure apparatuur hoeven te huren of aan te schaffen. Met de huidige beschikbare infrastructuur (Wifi, 4G en in de toekomst 5G) is het mogelijk om overal ter wereld deze stream te kunnen gebruiken.

b. Financiering

De kosten die gemoeid gaan met dit platform zijn vooral infrastructuurkosten; op de bestaande omgevingen moet een extra aanbodkanaal gehost worden dat een kleine investering vereist van 6600 euro. Daarnaast moet er rekening gehouden worden met jaarlijkse onderhoudskosten van zo’n 1800 euro. Deze bedragen zijn al meegenomen in onze investerings- en exploitatiebegroting voor 2020 en maken derhalve onderdeel uit van onze bekostigingsaanvraag 2020.

De “computer” zal o.b.v. playlists de stream gaan aansturen, naast de eenmalige inrichting en een periodieke aanvulling van de playlists zullen er geen manuele uren nodig zijn om deze stream up-to-date en actief te houden. De beperkte uren die hiervoor nodig zijn worden uit de bestaande uren gedekt.

De bandbreedte die gebruikt zal worden bij het distribueren van de stream zal qua kosten beperkt zijn en worden gedekt uit de bestaande middelen.

7. Publieke taak

Deze aanvraag past prima binnen de publieke taak van L1 ter ondersteuning van het behoud van de regionale identiteit en vanuit de rol die L1 als cultuurdrager binnen de provincie Limburg heeft. Het Limburgse dialect wordt steeds minder in haar pure vorm gesproken en doorgegeven aan nieuwe generaties. Dit terwijl het dialect een onlosmakelijk onderdeel is van de Limburgse cultuur en met name Carnaval. Het Limburgs is een erkende streektaal, Als publieke omroep dragen we met dit aanbodkanaal bij aan het in standhouden en actief verspreiden van deze officieel erkende streektaal.

a. Bijdrage aan verscheidenheid en toegankelijkheid

Middels deze aanvraag kan L1 een enorm archief aan Limburgse carnavalsliedjes die onze provincie rijk is, permanent ontsluiten voor het publiek. Daarmee draagt deze aanvraag bij aan de diversificatie van de Limburgse cultuur waarbij, door de wijze van het distribueren van deze voor Nederland unieke content, de toegankelijkheid en dus het bereik vergroot wordt

Colofon

RPO Begroting 2020
29 oktober 2019

Tekst
RPO

Tekstredactie
Rob Wilson

Ontwerp
Jochum de Jong - de Toekomst

Fotografie

- RTV Drenthe, FC Emmen (pagina 2)
- Omroep Gelderland, Vierdaagse (pagina 4)
- RTV Drenthe, Opening van de Col du VAM, foto Kim Stellingwerf (pagina 6)
- RTV Noord, Ramp MSC Zoe, foto: Jeroen Berkenbosch (pagina 7)
- L1, OLS 8 juli 2019, foto Graatje Weber (pagina 8)
- Omroep Zeeland, Evenement van de week (pagina 9)
- Omroep Flevoland, 25 weetjes Urk (pagina 10)
- NL Media Event, foto Eric Brinkhorst (pagina 11)
- Omrop Fryslân, Jennifer to the Max (pagina 15)
- Omroep West, Op de kaart (pagina 16)
- NH Media, Patricia Nagelkerke (pagina 17)
- Omroep Gelderland, Maarten Dallinga wint de Regio Tegel, foto Joeri Arkink (pagina 19)
- RTV Utrecht, Marco Geijtenbeek (pagina 20)
- RTV Rijnmond, Kijk op Rijnmond (pagina 21)
- RTV Rijnmond, Roparun (pagina 21)
- Omroep Brabant, KRO-NCRV, Schapenheld (pagina 21)
- Omroep West, BO (Bollenstreek), foto Danny van den Bosch (pagina 23)
- RTV Oost, 75jaarVrijheid, foto Historisch Centrum Overijssel (pagina 24)
- RPO, foto Eric Brinkhorst (pagina 25)
- RPO, NL Media Event, foto Eric Brinkhorst (pagina 26)