



**Regionale
Publieke
Omroep**

Begroting **2021**

Inleiding

In 2020 heeft de coronacrisis de samenleving zwaar getroffen. Het is een tijd waarin de regionale omroep bij uitstek zijn belangrijke functie waarmaakt, door te voorzien in de grote behoefte aan informatie uit de eigen regio, stad, dorp en straat. Medewerkers werken hard om nieuws en verhalen, informatie en achtergronden te brengen over wat de crisis betekent voor ons publiek. De regionale omroep is betrokken en draagt met empathie bij aan een goed geïnformeerde samenleving en de vorming van de publieke opinie. Dat doen de redacties met een open oor en oog voor wat mensen bezighoudt, en op kritische wijze waar nodig. De regionale omroep draagt bij aan een coherente samenleving, waarin mensen gehoord worden en waarmee ze zich verbonden voelen. Daar hoort ook ontspanning, troost en advies bij.

Regionale eigenheid is de legitimatie van de publieke regionale omroep. Iedere regionale omroep zet zich ervoor in om vanuit zijn regionale identiteit en in het aan hem aangewezen verzorgingsgebied met zijn media-aanbod een breed publiek te bereiken. Een goede nieuwsvoorziening, programma's die mensen informeren en verbinden, waarin mensen zich herkennen, en waarin vele geluiden klinken zodat de regio tot haar volste recht komt. De RPO stimuleert onderlinge samenwerking en koestert ook dat de regionale omroepen hun eigen karakter behouden, en draagt deze verscheidenheid uit.

In 2020 wordt de prestatieovereenkomst afgesloten tussen de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCW) en de Regionale Publieke

Omroep (RPO). In deze overeenkomst wordt vastgelegd welke prestaties de RPO en de regionale omroepen zullen leveren als publiek gefinancierde organisaties. De prestatieafspraken bieden de regionale omroepen de ruimte om hun taken uit te voeren op een manier die past bij de verscheidenheid van de aangewezen verzorgingsgebieden. De prestaties richten zich op de dertien specifieke regio's en haar inwoners. Het stimuleert de omroepen om de band met hun publiek te versterken, het bereik van hun programma's te vergroten en om publieke waarden voor hun regio te creëren. In deze RPO-begroting wordt ervan uitgegaan dat de prestatieovereenkomst in het najaar van 2020 wordt getekend. Onderaan ieder (thematisch) hoofdstuk is een kader opgenomen met de betreffende afspraken. De ambities uit het concessiebeleidsplan Liefde voor de Regio zijn in bijlage II opgenomen en blijven de komende jaren dienen als leidraad voor onze activiteiten.

De publieke financiering van de regionale omroep biedt zekerheid en een grote mate van continuïteit, maar de almaar teruglopende reclame-inkomsten leiden ertoe dat het minder en minder wordt en dat de noodzakelijke versterkingen niet altijd realiseerbaar zijn. Als gevolg van de crisis lopen reclame-inkomsten harder terug dan voorheen. De verwachtingen voor de komende jaren zijn somber en ambities komen daarmee verder in het geding.

De coronacrisis beïnvloedt ook in 2021 de inkomsten uit externe middelen van fondsen en subsidies. Het overheidsbeleid om geen grote evenementen te organiseren zolang er geen vaccin tegen COVID-19 voor handen is, zal

invloed hebben op het aantal evenementen dat de regionale omroep het komende jaar kan verslaan. Ook kan de crisis invloed hebben op het aantal stage- en werkervaringsplaatsen dat aangeboden kan worden, zo lang afstand houden en zoveel mogelijk thuiswerken de norm is. Mogelijk zal de uitvoering van de ambities als gevolg van de coronacrisis moeten worden bijgesteld. Omroepen zullen dat dan melden aan het Commissariaat voor de Media (CvdM).

De crisis toont aan hoe noodzakelijk investeren in een goede journalistiek in heel Nederland is. In een tijd dat de nieuwsbehoefte groeit en nepnieuws samenlevingen negatief kan beïnvloeden en zelfs kan polariseren, is een publieke journalistieke basisvoorziening de stabiele factor in de regionale maatschappij gebleken. Een die met publiek aanbod mensen verbindt en oog heeft voor cultuur en identiteit, en die niet afhankelijk is van commerciële afwegingen en inkomsten.

In tien jaar tijd is het budget van de regionale omroep echter met ruim € 40 miljoen structureel afgenomen. Door meer samen te werken zijn krachten gebundeld en bakens zijn verzet door ons meer en meer te richten op de nieuwsvoorziening en de journalistiek. Mede daardoor heeft de regionale omroep tijdens de coronacrisis zijn belangrijke rol nog waar kunnen maken. Maar de verschraving van de regionale en lokale journalistiek zet zich door en de kritische grens is echt bereikt. Een volgend kabinet wordt daarom opgeroepen om € 20 miljoen structureel per jaar extra te investeren in de regionale omroep.

De extra investering levert het volgende op voor heel Nederland:

- een stevige journalistieke basisvoorziening in iedere regio;
- 150 extra journalisten die de lokale waakhondfunctie gaan waarmaken en dat waar mogelijk in samenwerking met een lokale partner doen;
- een verdere inhoudelijke en technische versterking met de landelijke omroep via NPO Regio en via regionale nieuwsvensters.

Op basis van het Concessiebeleidsplan (CBP) en de prestatieafspraken hebben de volgende belangrijkste thema's een plek gekregen in de begroting 2021.

- Versterken van het publieke media-aanbod en de publieke waarden;
- Vergroten van het bereik via eigen kanalen (online, televisie en radio), (sociale) media en aanbodkanalen van andere (media)partijen;
- Innoveren van web en mobiele platforms en vergroten van interactie met het publiek;
- Versterken onderlinge samenwerking tussen de regionale omroepen;
- Versterken van de samenwerking met de NOS en landelijke publieke omroepen;
- Realiseren regionale nieuwsvensters en programmering op NPO Regio;
- Versterken van de regionale en lokale journalistiek in samenwerking met lokale publieke omroepen;
- Monitoren en aansturen van de uitvoering van de prestatieovereenkomst;
- Evalueren van de eerste concessieperiode en verwerken resultaten in een verdieping van het CBP voor de tweede planperiode.

Op basis van de RPO-begroting stelt de minister het totaalbudget voor de bekostiging van de regionale publieke mediasector vast. Op advies van het CvdM zijn de activiteiten van de RPO in een overzicht als bijlage opgenomen. Het overzicht maakt duidelijk hoe de RPO invulling geeft aan haar wettelijke taak. Ook wordt in deze begroting rekening gehouden met het advies van het CvdM¹ op de begrotingen van de RPO en regionale publieke media-instellingen (RPMI's), de opmerkingen van het ministerie van OCW in de Mediabegrotingsbrief² aan de Tweede Kamer en van het CvdM bij het besluit tot bekostiging van onze omroep in 2020³. 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 omroepen zelf aan het CvdM ter beoordeling aangeboden.

¹ [Advies CvdM over begrotingen RPO en rpmi's d.d. 5 november 2019](#)

² [Mediabegrotingsbrief OCW aan Tweede Kamer d.d. 15 november 2019](#)

³ [Besluiten CvdM op aanvragen bekostiging regionale publieke media-instellingen \(rpmi's\) in 2020](#)

Media-aanbod

Het brengen van onafhankelijk en voor iedereen toegankelijk nieuws is een prominent onderdeel van de publieke taak en verantwoordelijkheid van een regionale omroep. Met betrouwbare journalistieke verhalen zorgt de regionale publieke omroep ervoor dat het publiek zich goed kan informeren. Dat dit van groot belang is, is opnieuw bewezen tijdens de coronacrisis. Uit onafhankelijk onderzoek van Motivaction blijkt dat de regionale omroep voor 40% van de Nederlandse bevolking de (aller)belangrijkste bron voor het nieuws rond het coronavirus uit de eigen (directe) omgeving is. Kwalitatief onafhankelijke nieuwsvoorziening is daarnaast ook een antwoord op nepnieuws en uiteenlopende, onbewezen theorieën.

Voor de regionale samenleving is het belangrijk dat er programma's zijn waarmee mensen zich verbonden voelen en waarin ze zich herkennen. Met een gevarieerd aanbod over activiteiten, cultuur en informatie over de eigen regio draagt de regionale omroep hieraan bij.

Nieuws, informatie, achtergronden en cultuur

Iedere regionale omroep verzorgt dagelijks actueel media-aanbod. In geval van radio 24/7 uitzendingen, met overdag overwegend gepresenteerd media-aanbod bestaande uit nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek. Op televisie minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie (inclusief reclame en promo's). Bij online 24/7 een site en app met dagelijks verversingen van het laatste nieuws, achtergronden en ander media-aanbod.



Nieuws

RTV Drenthe gaat in 2021 door met het portefeuillehoudersmodel. Dat houdt in dat in elke regio van Drenthe één of meerdere verslaggevers werkzaam zijn die alle onderwerpen verslaan voor online en/of radio en/of tv. Zo is de nieuwsvoorziening gegarandeerd in alle twaalf gemeenten. Daarnaast is een aantal verslaggevers belast met specifieke aandachtsgebieden (o.a. provincie, economie, criminaliteit, sport, zorg). RTV Drenthe brengt het nieuws op meerdere platforms. Het begint altijd met een verhaal. Daarvoor is het belangrijk dat de omroep voeling heeft met de Drentse samenleving en dat de verslaggevers een goed netwerk hebben, uitbreiden en onderhouden.

NH Nieuws staat dicht op de samenleving en kan bouwen op een groot netwerk. Dat maakt de omroep leidend op het gebied van lokale en regionale thema's. De omroep vervult een waakhondfunctie door het controleren van de lokale en regionale overheid en politiek. De focus ligt op thema's waarbij de verantwoordelijkheid naar de lokale overheid is verschoven, zoals zorg, onderwijs en verkeer. Ook thema's als veiligheid, economie en maatschappelijke vernieuwing zijn belangrijke inhoudelijke pijlers. NH Nieuws brengt niet alleen verhalen over zaken die misgaan, maar biedt ook een platform aan mensen of organisaties die oplossingen bedenken en toepassen voor de problemen die spelen.



Onderzoeksjournalistiek

Omroep Flevoland investeert in onderzoeksjournalistiek, in research, bijzondere journalistieke verhalen en doorwrochte reportages. Daarvoor is in de loop van 2020 nog ruimte gecreëerd in de bezetting op de redactie. De omroep kent al een deelredactie die geheel los van de 'waan van de dag' werkt. Nieuw is dat daarnaast iedere week twee FTE's worden vrijgespeeld die zich bezig houden met verhalen uit de tweede lijn. Verhalen die tussen nieuws van de dag en zware research in zitten. Hierbij wordt waar dat mogelijk is ook het publiek betrokken.

Omroep Gelderland zet haar beleid voor onderzoeksjournalistiek voort. De producties zijn gelauwerd met NL Awards (de prijs voor de beste regionale producties) en de Tegel (de prijs voor de beste journalistiek). Een kleine onderzoeksredactie richt zich vooral op de thema's zorg, duurzaamheid, criminaliteit en economie. Deze redactie doet het spitwerk en maakt samen met de verslaggevers in het veld onderscheidende verhalen. Ze genereert eigen nieuws, los van de waan van de dag. Ze legt verbanden bloot en geeft inzicht in het grotere geheel. Soms gaan journalisten langdurig een wijk of stad in om verhalen op te tekenen of boren ze contacten aan via criminele netwerken om beter zicht te krijgen op de productie en het gebruik van chemische drugs. Via het digitale platform De Belofte monitort Omroep Gelderland of gemeenten zich aan hun verkiezingsbeloften houden.



Tweede Kamerverkiezingen

Met het Verkiezingsprogramma van Overijssel heeft RTV Oost rond de Provinciale Statenverkiezingen laten zien hoe waardevol publieksparticipatie is om leidend te kunnen zijn in het maatschappelijke debat. Rond de Tweede Kamerverkiezingen is dan ook een soortgelijke opzet voorzien. Om dit te bereiken zoekt de omroep online de interactie met zijn publiek via de sociale media, waarbij het publiek uitgenodigd wordt om mee te denken, mee te praten en zelf bij te dragen aan het journalistieke proces. RTV Oost zoekt ook 'offline' de interactie met het publiek door zich nadrukkelijk te manifesteren binnen regionale netwerken en binnen deze netwerken het debat te faciliteren. In het kader hiervan organiseert de omroep in nauwe samenwerking met onder meer provincie, waterschappen en het platelandsmagazine Noaber zogenoemde meet-ups, waarin een keur aan belanghebbenden een maatschappelijke kwestie van verschillende perspectieven voorziet. Deze meet-ups zijn een constructief en journalistiek inhoudelijk alternatief voor de doorgaans juist polariserende traditionele verkiezingsdebatten.

In de aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen in 2021 ontwikkelt Omroep Gelderland content op televisie, web en sociale media rondom het thema 'Ongehoord'; over inwoners of groepen inwoners die zich niet 'gehoord' voelen, die zich in de steek gelaten voelen door de overheid, media en politiek. De omroep gaat bijvoorbeeld in gesprek met inwoners van de Veluwe die het vertrouwen in de politiek kwijtraakten door allerlei fouten in onderzoeken naar de opening van Lelystad Airport en met de boeren die zich in de steek gelaten voelen door de overheid na weer nieuwe regelgeving die het in hun ogen onmogelijk maakt om een bedrijf te runnen. Er is extra aandacht voor Gelderse aspirant Kamerleden en onderwerpen die belangrijk zijn voor de provincie Gelderland.

Het media-aanbod dat op de kanalen geboden wordt zal ook het komende jaar bestaan uit een ruim aanbod van onderhoudende, culturele en informatieve programma's. Het aanbod toont en versterkt de regionale identiteit. Daar hoort ook aandacht bij voor de eigen tongval, streektaal, dialecten en in het geval van Omrop Fryslân het Fries als tweede rijkstaal. Documentaires vertellen de specifieke verhalen uit de regio. De doelstelling voor 2021 is dat de regionale omroepen gezamenlijk tenminste 100 documentaires verzorgen.

Interactie met het publiek

Ieder weekend rijdt het Brabants Buske van Omroep Brabant door de provincie. Het publiek bepaalt wat belangrijk is en waar de verslaggevers in het Buske aandacht aan moeten besteden. Zo ontstaat op wekelijkse basis een mooie mix van grote en kleine(re) nieuwsfeiten die door Omroep Brabant worden belicht.

RTV Noord investeert in een eigen Kennisteam, dat inmiddels 350 leden telt. Jong en oud. Uitgangspunt is: vertel de omroep wat je weet, niet wat je vindt. Het team bestaat uit Groningers die specifieke professionele kennis hebben over bepaalde onderwerpen en thema's. Zij helpen RTV Noord om de kwaliteit van de berichtgeving te verbeteren, gevraagd en ongevraagd. Leden houden de omroep op de hoogte van wat er in hun vakgebied actueel is. Dat gebeurt niet vanzelf: het blijft belangrijk leden constant te betrekken bij de omroep, bijvoorbeeld via open dagen, of nieuwsbrieven.



Ook het laten zien en horen van evenementen versterkt de regionale cultuur. De doelstelling voor evenementen is dat de regionale omroepen gezamenlijk tenminste 200 evenementen in 2021 verslaan.

Cultuur

RTV Utrecht heeft een goede samenwerking met diverse Utrechtse evenementen zoals het Nederlands Filmfestival, de Canal Pride Utrecht en diverse wielerveden zoals Veenendaal-Veenendaal. RTV Utrecht wil in 2021 deze samenwerking prolongeren. In 2021 viert de stad Utrecht dat de Domtoren 700 jaar bestaat. RTV Utrecht besteedt hier ruim aandacht aan door programma's in dit kader te programmeren. Momenteel wordt de hoogste kerktoeren van Nederland gerestaureerd. In samenwerking met partners uit de stad volgt RTV Utrecht al jarenlang deze restauratie. In 2021 is een update hiervan te zien als onderdeel van een documentairereeks.

Muziek is een van de onderscheidende elementen van de Limburgse cultuur. Met name op het gebied van harmonie, fanfare en koren wil en kan LI een grote rol spelen. De traditie om zeer regelmatig in de hele provincie opnames te maken van muziekuitvoeringen wordt in 2021 voortgezet. De aandacht voor harmonie en fanfare (hafa) die sinds 2019 gebundeld is onder de titel Blaaskracht, wordt gecontinueerd. De banden met de Limburgse Bond van Muziekgezelschappen (LBM) zijn aangehaald. Een ander initiatief om muziek uit Limburg extra te benadrukken in de tv-programmering is de introductie in 2020 van de titel LI Concert. Ook het komende jaar brengt LI onder die titel ieder weekeinde een concert op tv, uit het eigen archief, of een nieuwe opname.

Evenementen

Friese cultuur, de Friese muziek en de Friese (sport)evenementen zijn belangrijk voor Omrop Fryslân. Dan gaat het om de grote evenementen als Oerol en het Noordelijk Film Festival tot de kleinere evenementen die onderdeel zijn van het Friese gemeenschapsleven. De Friese muziek hoort bij de Omrop. Het gaat daarbij niet alleen om het draaien van de muziek, maar ook om de verhalen die daar achter zitten. De livemuziek heeft een vaste (wekelijkse) plek bij Noardewyn Live. Dit programma wordt rechtstreeks op radio, televisie en online uitgezonden. De verbinding met het publiek wordt onder andere gezocht via de speciale programma-pagina's op Facebook en YouTube. De zomer staat traditiegetrouw helemaal in het teken van de Friese sporten. Ook na de zomer worden er veel evenementen uitgezonden zoals de Fryske Top 100 en de Hynstekeuring.

Voor carnaval werkt Omroep Brabant aan een alternatief plan waarbij het publiek vanuit huis toch een beetje carnaval kan vieren mochten de reguliere plannen vanwege corona worden geschrapt. Deze onzekerheid geldt natuurlijk voor vrijwel alle evenementen die voor volgend jaar in de agenda staan. LI ziet het eveneens als zijn taak om op een alternatieve wijze vorm te geven aan het carnavalsseizoen.

Documentaires

LI heeft in 2020 samen met het Limburg Doc-fonds 2020 gewerkt aan een regeling voor het nieuwe Limburg Film Fonds. Dit fonds maakt het mogelijk dat LI in 2021 in elk geval al drie nieuwe documentaires kan produceren. Op radio is het genre documentaire helaas zo goed als uitgestorven. Er komen zelden voorstellen binnen. De hoofdredactie gaat proberen om dit genre te stimuleren op radio, met als streven twee radiodocumentaires in 2021.

RTV Oost zal in 2021 de textielgeschiedenis van Twente in beeld brengen in een serie minidocumentaires en een audiovisuele website. Het gaat om producties in het kader van het Textielfestival Twente 2021, waarbij RTV Oost als mediapartner betrokken is. In dit initiatief werken 25 culturele instellingen samen, waaronder acht Twentse Musea en het Historisch Centrum Overijssel. Het publiek wordt intensief betrokken bij het vinden van verhalen die nog niet eerder zijn verteld.

De maatregelen tegen corona kunnen invloed hebben op de productie van documentaires en evenementen. De mogelijke invloed van de coronacrisis op evenementen is, zoals in de inleiding aangegeven, dat er wellicht geen evenementen kunnen worden georganiseerd, zolang er geen vaccin is. Het is ook nog niet duidelijk welke invloed de 1,5 meter-samenleving heeft op de productie van documentaires.

Publieke waarden

De regionale programma's voorzien mensen van goede, onafhankelijke en betrouwbare informatie. Dat is des te belangrijker in een tijd waarin nepnieuws breed verspreid wordt die de samenleving kan polariseren. De publieke omroep waarborgt met een stabiele publieke financiering, dat er waardevolle informatie voor iedereen beschikbaar is; informatie die mensen de mogelijkheid biedt hun eigen keuzes te maken en hun bijdrage te leveren aan een democratische samenleving.

De programma's tonen de cultuur van de regio en de leefomgeving van het publiek, waarin mensen zich kunnen herkennen en waarmee ze zich verbonden voelen. De regionale omroep richt zich op alle publieksgroepen in een regio: rijk en arm, hoog- en laagopgeleid, jong en oud, commercieel interessant of niet. De maatschappelijke taak prevaleert. Die taak wordt uitgevoerd in overeenstemming met publieke waarden die het publiek ook in de regionale omroepen en hun media-aanbod herkent. Publieke waarden zijn als begrip in de Mediawet vastgelegd maar het gaat ook om waarden die voor de regionale omroep zelf belangrijk zijn zoals 'regionaal', 'actueel', 'informatief', 'betrouwbaar', 'betrokken' en 'professioneel'. Als onderdeel van het inzichtelijk maken van de publieke waarde van de regionale omroep rapporteert de RPO in 2021 in het kader van de prestatieafspraken over de wijze waarop gebruikers de laatstgenoemde waarden herkennen in het media-aanbod van de regionale omroepen.

Aanbodkanalen

Het media-aanbod van de regionale omroep moet voor iedereen vrij toegankelijk zijn. Een brede toegankelijkheid is ook een vereiste om invulling te kunnen geven aan de taak die de regionale omroep heeft om het publiek te informeren bij calamiteiten. Verspreiding van het media-aanbod vindt in ieder geval plaats via de aanbodkanalen die door de minister van OCW daartoe goedgekeurd zijn. In deze begroting is het overzicht van deze aanbodkanalen opgenomen. Het regionale media-aanbod vindt ook via aanbodkanalen en platformen van anderen de weg naar het publiek, bijvoorbeeld via de samenwerking met de NOS en de samenwerking met lokale omroepen. De inzet van eigen kanalen en platformen van anderen is onderdeel van de distributiestrategie die in hoofdstuk 3 wordt toegelicht.

In bijlage I B zijn de aanvragen van wijzigingen en nieuwe aanbodkanalen opgenomen. De RPO vraagt de kanalen Radio Drents en Bluesradio Drenthe van RTV Drenthe aan. De RPO verzoekt om het kanaal Zeeuwse Top 40 Live Radio van Omroep Zeeland en het kanaal Klipklar TV van Omrop Fryslân te beëindigen. Met betrekking tot het kanaal Omrop Nonstop van Omrop Fryslân wordt gevraagd om de naam te wijzigen in Alles Frysk.

Verantwoording

De RPO legt verantwoording af over de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau. Daarvoor gaat de RPO gebruik maken van het rapportageschema dat in 2020 wordt vastgesteld en waaraan de omroepen hun bijdragen leveren met betrekking tot het door hun verzorgde media-aanbod. Verantwoording door de omroepen zal plaatsvinden via het jaarverslag van de omroep en via de jaarrekening.

De mediaraad heeft een rol in de vaststelling en verantwoording van het media-aanbodbeleid van de regionale omroep. De mediaraad representeert maatschappelijke, culturele en geestelijke stromingen, het maatschappelijk achterveld, de geografische spreiding en doelgroepen van het media-aanbod. De mediaraad stelt het media-aanbodbeleid van de omroep vast en evalueert het media-aanbod. De mediaraad doet ook jaarlijks verslag van zijn activiteiten en dat verslag wordt openbaar gemaakt.



De regionale mediaraad

De Mediaraad van Omroep Flevoland maakt bij haar evaluatie gebruik 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. De Mediaraad legt haar bevindingen vast in een verslag, dat dient als verantwoording van dit beleid aan het publiek. De raad heeft de omroep voor de komende jaren de volgende aandachtspunten meegegeven: onderwijs; tweedeling samenleving arm/rijk; ontwikkelingen in de agrarische sector en positie van minderheden.

De Mediaraad van RTV Drenthe zal in 2021 opnieuw een avond organiseren om een breder publiek te consulteren over het media-aanbod van RTV Drenthe. In september 2019 is dit voor de eerste keer gebeurd en dat was een groot succes. Enerzijds wilde de Mediaraad hiermee de band met haar achterban versterken, anderzijds kan de raad de geluiden uit de Drentse samenleving gebruiken bij haar functie als klankbord voor RTV Drenthe.

Elke vergadering schuift er een medewerker van RTV Drenthe aan die vanuit zijn of haar functie vertelt over de werkzaamheden bij de omroep. Hierdoor krijgen de leden van de Mediaraad een beter beeld bij de dagelijkse praktijk en van het werk op de verschillende afdelingen van RTV Drenthe.

Eén keer per jaar krijgen de leden van de Mediaraad een uitgebreide toelichting op de bereikcijfers van de omroep. Uitgesplitst in de verschillende portals als nieuwe media, radio en tv.

Voor elke vergadering wordt er als 'huiswerk' een kijk- of luisteropdracht meegegeven aan de leden van de Mediaraad. In de vergadering vindt dan een grondige evaluatie plaats van het gekozen programmaonderdeel. Elk nieuw lid van de Mediaraad loopt een dag mee bij RTV Drenthe om enig inzicht te krijgen in de bedrijfsvoering. Zo'n stage wordt na een paar jaar of eerder op verzoek herhaald.



Prestatieafspraken die toezien op het media-aanbod

Afspraak

Vanaf het verslagjaar 2021 wordt verantwoording afgelegd over de uitvoering van de publieke media-opdracht.

Via een rapportageschema maken regionale omroepen inzichtelijk dat voldaan wordt aan artikel 2.1 lid 1 a en al van de Mediawet. In het jaarverslag van de RPO wordt daarover voor alle regionale omroepen gerapporteerd.

Afspraak

Mediaraden leggen verantwoording af in hun jaarverslagen die door de regionale omroepen openbaar gemaakt worden.

De mediaraden maken een verslag van hun activiteiten en die verslagen worden door de regionale omroepen openbaar gemaakt. In het RPO-jaarverslag wordt gerapporteerd of het verslag van de mediaraad openbaar gemaakt wordt.

Afspraak

Alle regionale omroepen verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.

Via het rapportageschema toont iedere omroep aan dat zijn media-aanbod actueel is. In het jaarverslag van de RPO wordt daarover voor alle regionale omroepen gerapporteerd. Onder actueel wordt verstaan:

- In geval van radio 24/7 radio, met overdag overwegend gepresenteerd media-aanbod bestaande uit nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek
- In geval van televisie minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie (incl. reclame en promo's).
- In geval van online 24/7 een site en app met dagelijks verversingen van het laatste nieuws, achtergronden en ander media-aanbod.

Afspraak

Regionale omroepen doen verslag van een jaarlijks aan te geven minimumaantal evenementen die in hun regio's plaatsvinden. Alle regionale omroepen verslaan gezamenlijk minimaal 200 evenementen per jaar.

De regionale omroepen verwachten in 2021 290 evenementen te verslaan volgens onderstaande tabel. In het jaarverslag van de RPO wordt per regionale omroep en voor alle regionale omroepen samen gemeld van welke evenementen verslag gedaan is.

Omroep	Omrop Fryslan	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep LI Gelderland	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal	
Evenementen	20	40	20	30	30	15	40	15	20	5	20	20	15	290

Afspraak

Regionale omroepen verzorgen een jaarlijks aan te geven minimumaantal regionale documentaires. Alle regionale omroepen produceren gezamenlijk minimaal 100 documentaires per jaar.

De regionale omroepen verwachten in 2021 146 documentaires te produceren volgens onderstaande tabel. In het jaarverslag van de RPO wordt per regionale omroep en voor alle regionale omroepen samen gemeld welke documentaires geproduceerd en uitgezonden zijn.

Omroep	Omrop Fryslan	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep LI Gelderland	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal
Documentaires	30	12	3	5	30	6	15	2	10	10	10	3	146

Afspraak

Onderzoeksjournalistiek.

Regionale omroepen beschrijven in hun jaarverslagen wat zij aan onderzoeksjournalistiek hebben gedaan. De RPO rapporteert in haar jaarverslag over de belangrijkste voorbeelden van de omroepen.

Bereik

Voor de impact en doelmatige uitvoering van zijn publieke taak streeft de regionale omroep naar een hoog bereik van zijn publieke media-aanbod. De regionale kanalen worden ingezet om een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Om dit goed te meten in de eigen regio is het onderzoek naar het bereik en de waardering van de regionale omroepen vernieuwd. Het onderzoek helpt eveneens voor het monitoren van de samenhangende distributiestrategie en van de naleving van prestatieafspraken.

Onafhankelijk onderzoek

Het onderzoek naar de prestaties van regionale omroepen wordt sinds 2013 door Motivaction uitgevoerd. De opzet kent een grote continuïteit, waardoor bereik en waardering sinds het begin op vergelijkbare manier gerapporteerd kunnen worden. Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.600 respondenten per verzorgingsgebied, zodat er betrouwbare gegevens zijn per gebied over doelgroepen. De totale steekproef voor het hele land bestaat uit 20.800 respondenten. Het bereik en de waardering van de omroepen worden sinds 2019 continu gemeten. De nieuwe opzet wordt in 2020 gemonitord en waar nodig bijgesteld. Het jaar 2021 is de nulmeting die voor de prestatieafspraken geldt.

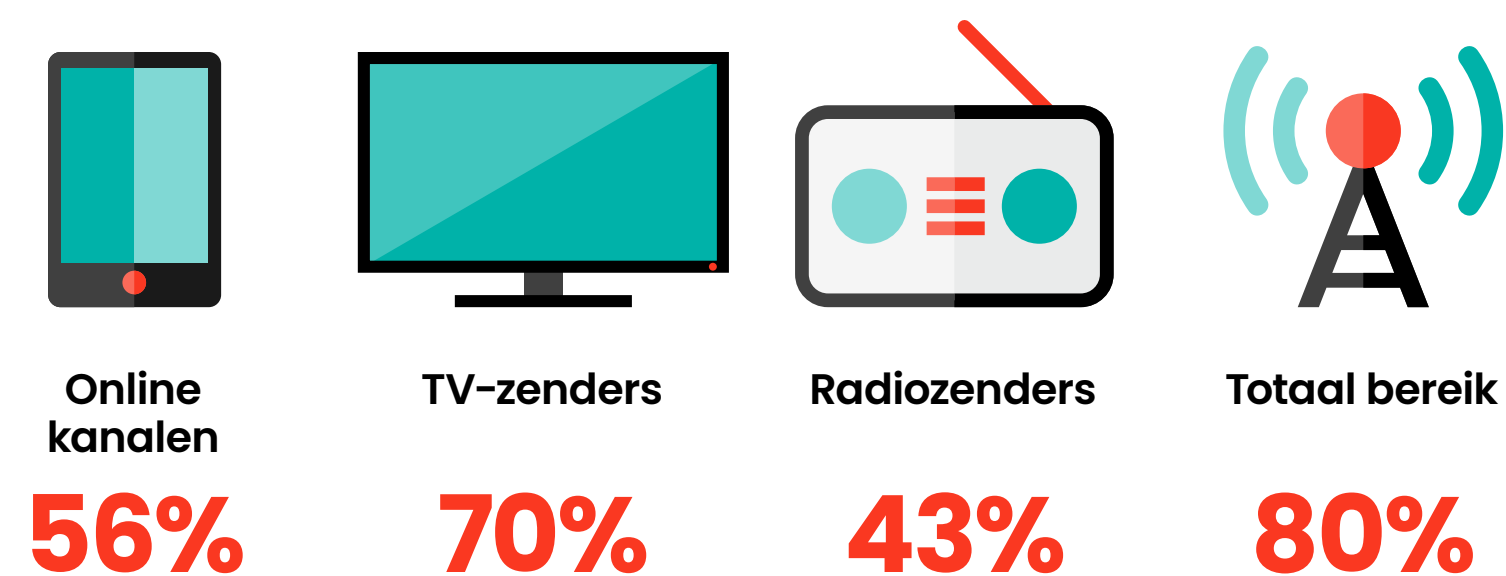
Bereik en publieke waarden

De regionale omroep stelt zich ten doel dat het landelijk gemiddelde totaalbereik van de regionale omroepen over de tweede planperiode van de concessie (eind 2025) gemiddeld hoger is dan het gemiddelde bereik in 2021. Het doel voor 2021 is om tenminste het bereik van 2019 te handhaven.

Het gebruik van de online platformen van de regionale omroepen groeit nog ieder jaar. De regionale omroep streeft ook voor 2021 een groei na, en wel van 10% ten opzichte van 2019.

We willen dat de publieke waarden die de regionale omroep nastreeft door een ruime meerderheid van het publiek worden herkend. De doelstelling voor 2021 is dat meer dan driekwart van het publiek de regionale omroep herkent als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel. De regionale omroep zal hierover verantwoording afleggen in zijn jaarverslag.

Bereikdoelstelling regionale kanalen algemeen



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

Prestatieafspraken die toezien op het bereik.

Afspraak

De RPO stelt jaarlijks, in samenspraak met de regionale omroepen, in de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie vast en legt over de uitvoering daarvan jaarlijks verantwoording af in het RPO-jaarverslag.

De distributiestrategie is opgenomen in hoofdstuk 3 van deze begroting.

Afspraak

Het landelijk gemiddelde totaalbereik van de regionale omroepen is aan het einde van de tweede planperiode van de concessie (eind 2025) gemiddeld toegenomen ten opzichte van de eerste planperiode. Iedere regionale omroep spant zich hiervoor in.

In 2021 wordt het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle regionale omroepen op onafhankelijke wijze door Motivaction gemeten. Dat totaalbereik geldt als nulmeting voor de prestatieafspraken.

Afspraak

De RPO rapporteert in haar jaarverslag het totaalbereik uitgesplitst naar de leeftijdscategorieën: 18-30, 31-44, 45-59, 60-75 jaar.

De RPO rapporteert hierover zoals dit op onafhankelijke wijze door Motivaction gemeten wordt.

Afspraak

De regionale omroepen worden door de gebruikers ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

De RPO rapporteert in haar jaarverslag over hoe de regionale omroepen door de gebruikers worden ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel zoals dit gemeten wordt via het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.

Afspraak

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

De RPO rapporteert in haar jaarverslag over de landelijk gemiddelde waardering die de gebruikers aan de drie aanbodkanalen (tv, radio en online) van de regionale omroepen geven zoals dit gemeten wordt via het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert. De landelijk gemiddelde waardering die gegeven wordt aan ieder van de drie aanbodkanalen (tv, radio en online) is tenminste het cijfer 7,1.

Distributiestrategie

Het realiseren van de bereikdoelstellingen hangt samen met een aansprekend media-aanbod en de distributie ervan. De regionale omroep houdt rekening met de continu veranderende mediaconsumptie.

Deze komt uitgebreid aan bod in de beschrijving van de marktontwikkelingen. Daarna worden de ontwikkelingen en het gebruik van de regionale omroepen beschreven. De samenhangende distributiestrategie speelt in op de gesignaleerde ontwikkelingen onder meer in het mediagebruik van een jong(er) en oud(er) publiek, in de groei van sociale media en on-demandaanbod.

Marktontwikkelingen

De totale tijd die mensen aan de media besteden blijft door de jaren heen stabiel. In 2018 besteden mensen gemiddeld per dag aan media: 8 uur en 23 minuten^{4 5}. Kijken en luisteren zijn duidelijk de vormen van media waar mensen de meeste tijd aan besteden, gevolgd door communiceren en lezen. Kijken blijft stabiel sinds 2013 met gemiddeld ruim 3 uur per dag. Wel wordt er meer naar streaming en on-demandaanbod gekeken. Binnen de luistertijd neemt het live radioluisteren af, maar houdt het wel het grootste aandeel. Deze trends zijn in december 2019 gepubliceerd door het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) op basis van cijfers tot en met 2018. Per categorie worden de cijfers verder uitgewerkt op basis van jaarcijfers uit 2019 uit het jaarrapport van de Stichting Kijkonderzoek voor televisie, de Audiomonitor voor radio en Newcom (sociale media). Voorkeuren voor tv-genres en vertrouwen in media zijn door het Cvdm onderzocht.

Kijken

In 2019 keek men gemiddeld per dag 192 minuten naar het tv-scherm. Daarvan was 156 minuten naar tv-programma's (lineair en uitgesteld binnen 6 dagen) en de overige kijktijd (waaronder kijkminuten naar on-demand diensten) 36 minuten. On-demand kijken vormt ruim een vijfde deel van de kijktijd.⁶ Het tv-kijken neemt sterk af naarmate de groep jonger is. De groep van 13-19 jaar kijkt gemiddeld per dag maar 42 minuten naar tv-programma's (lineair en uitgesteld). Voor de groep van 20-34 jaar is dat 79 minuten, voor de 35-49 jarigen 136 minuten en voor 50-64 jarigen 222 minuten. De groep van 65 jaar en ouder kijkt het meest televisie met een gemiddelde van 280 minuten per dag.

Genrevoorkeuren

De meeste mensen kijken het liefst via lineaire tv naar nieuws en informatie (70% van de respondenten) en sport (53%)⁷. On-demand zijn met name series en films populair. Zo heeft een vijfde deel van de Nederlanders een voorkeur voor het on-demand kijken naar series en films. Mensen van alle leeftijden kijken het liefst naar sport via de televisie. Bij nieuws en informatie zijn er verschillen naar leeftijdsgroepen zichtbaar. De groep onder de 34 jaar heeft een meer dan gemiddelde voorkeur voor het volgen van nieuws via sociale media en live-tv via internet (ruim 10%). Dit resultaat sluit aan bij de bevinding uit de Mediamonitor 2019⁸, waaruit blijkt dat sociale media en blogs voor een kwart van de jongeren van 18-24 jaar het belangrijkste nieuwstype is, zoals ook is aangehaald in de RPO-begroting 2020.

Luisteren

In 2019 is de gemiddelde luistertijd 202 minuten⁹. Het radioluisteren vormt 72% van deze luistertijd. Dat is in 2019 gemiddeld 145 minuten per dag. De overige luistertijd wordt besteed aan muziekdiensten als Spotify (34 minuten), YouTube (10 minuten), eigen muziek (9 minuten), uitgesteld luisteren/podcast (3 minuten) en tv-muziekzenders (2 minuten). Er wordt sinds 2013 steeds meer geluisterd naar streaming diensten en on-demandaanbod. In 2019 vormt dit 23% van de luistertijd. Het aandeel dat naar uitgesteld luisteren/podcasts wordt geluisterd is slechts 1,5%. Het bereik van podcasts is wel groot. Eén op de drie Nederlanders luistert er in 2019 wel eens naar. Meer dan de helft van de tijd is dat in de avonden (tussen 18.00 en 24.00 uur). Podcasts hebben daarmee de potentie om een goede aanvulling te worden op de radiozender die vooral overdag beluisterd wordt. Het merendeel van het radioluisteren (52%) gebeurt via de analoge FM-frequenties, gevolgd door het luisteren via internet (20%) en DAB+ (11%). Via digitale televisie luistert 8% naar de radio en via de analoge kabel nog 5%. Inmiddels beschikt bijna een kwart van de Nederlandse huishoudens over een DAB+ ontvanger.

⁴ SCP Trends in Media: Tijd, december 2019

⁵ In het Media-Tijd onderzoek wordt onder 'media' verstaan: oude en nieuwe media, online en offline media, vaste en mobiele media, en media voor zowel persoonlijke als massacommunicatie.

⁶ SKO jaarrapport tv 2019

⁷ Televisiepakketten en kijkgedrag 2019, Onderzoek Commissariaat voor de Media

⁸ Mediamonitor 2019 van het Commissariaat voor de Media/ Reuters Institute Digital News Survey 2019

⁹ Bron: Audiomonitor 2019

Communiceren

Ongeveer een derde deel van de tijd dat mensen communiceren gaat naar sociale media, iets meer dan een kwart is bestemd voor sms-en, appen en chatten. De resterende tijd wordt besteed aan E-mailen en bellen, zoals blijkt uit het onderzoek naar Mediatijdbesteding van het SCP¹⁰.

Sociale media

Het gebruik van sociale media blijft groeien, ondanks dat het vertrouwen in deze media laag is. Slechts 14% van de respondenten zegt sociale media nog te vertrouwen.¹¹ WhatsApp wordt door de grootste groep Nederlanders van 15 jaar en ouder gebruikt (83%). Facebook heeft daarna het grootste bereik onder de Nederlanders van 15 jaar en ouder, en wel 72% in januari 2020. Gevolgd door YouTube met 63%, Instagram 39%, LinkedIn 32%, Pinterest 24%, Twitter 19% en Snapchat 19%. De helft van de Nederlanders gebruikt dagelijks Facebook (49%); YouTube heeft een dagelijks bereik van 19% en Instagram van 23%. Voor Instagram is dit bijna een verdubbeling in bereik in 2 jaar en daarmee is het de sterkste stijger van deze sociale media. Gemiddeld besteden Nederlanders van 15 jaar en ouder 98 minuten per dag aan sociale media. De tijd neemt toe naar mate de groep jonger is. Van 82 minuten per dag onder de groep 65-plussers, 85 minuten onder de 40-64 jarigen, 114 minuten onder de 20-39 jarigen en 143 minuten onder de 15-19 jarigen.

Vertrouwen in media en nieuws

Uit het Newcom onderzoek blijkt, zoals aangegeven, dat weinig mensen vertrouwen in sociale media hebben. Dat blijkt ook uit de Mediamonitor van het CvdM als het specifiek om nieuws gaat. Slechts 19% van de respondenten uit dat onderzoek, geeft aan nieuws op sociale media te vertrouwen. Meer mensen hebben vertrouwen in het nieuws dat ze zelf gebruiken. Dit wordt meestal wel vertrouwd door 64% van de mensen.¹²

¹⁰ Trends in Media: Tijd SCP december 2019

¹¹ Nationaal Sociaal Media Onderzoek 2020 van newcom.nl

¹² Mediamonitor 2019 Reuters Institute Digital News Report/ Commissariaat voor de Media, p. 68

Ontwikkelingen bij de regionale omroepen

Televisie blijft een sterk medium, ondanks de opkomst van onlinekanalen en sociale media, zoals blijkt uit de analyse van de marktonwikkelingen. Dat geldt ook voor de tv-kanalen van de regionale omroepen. Het vertrouwen in de regionale omroep is groot. Gemiddeld beoordeelt ruim driekwart van het publiek de regionale omroep als betrouwbaar en benoemt deze als dé nieuwsbron voor het regionale nieuws. Sociale media zijn inmiddels, na de tv-zender, het belangrijkste kanaal van de regionale omroep voor jongeren (18- 30 jaar). Deze gegevens blijken uit het Motivaction onderzoek naar bereik en waardering van regionale omroepen.

De onderzoeken die geraadpleegd zijn voor de marktanalyse hanteren soms andere leeftijdscategorieën dan het Motivaction onderzoek. De regionale omroep heeft gekozen voor de leeftijdscategorie 18 – 75 als groep met belangstelling voor informatie en nieuws uit de eigen regio; een groep waarop regionale omroepen zich primair richten. De ontwikkelingen bij een jongere groep geven wel indicaties voor te verwachten ontwikkelingen onder het publiek van 18-plus. Een paar omroepen hebben daarnaast ook programma-aanbod voor de doelgroep onder de 18 jaar, zoals Omrop Fryslân die financiering krijgt voor school tv in het Fries.

Bereik regionale kanalen

De regionale omroepen bereiken in 2019 gemiddeld 80% van de inwoners in hun verzorgingsgebied. Dat is voor een belangrijk deel toe te rekenen aan het bereik van tv (70%) gevolgd door online (56%) en radio (43%).

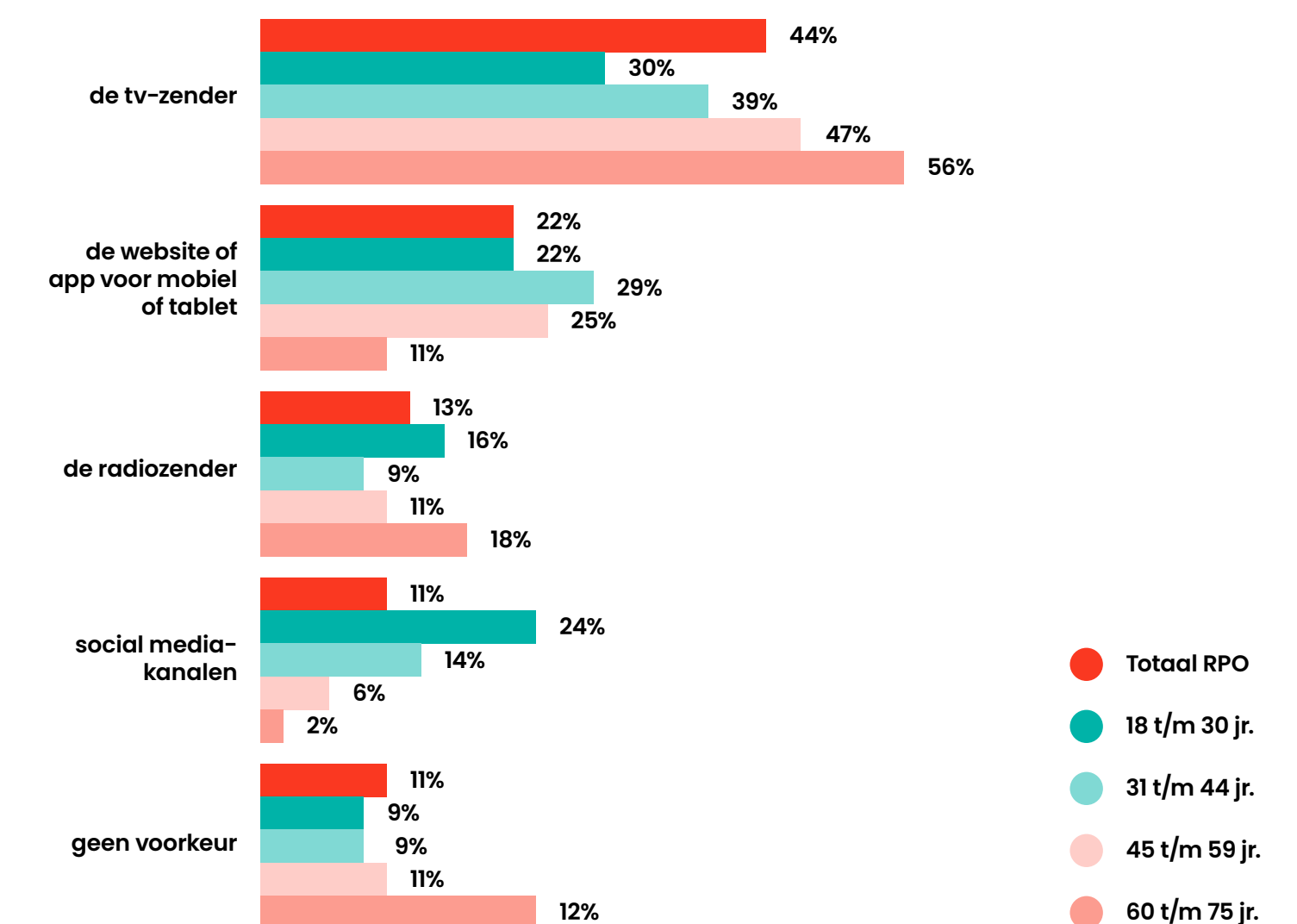
Belang regionale kanalen

Televisie heeft weliswaar een groot bereik, maar het belang dat het publiek aan tv hecht, neemt af. In 2017 vond ruim de helft (53%) van de respondenten tv het belangrijkste kanaal. In 2019 is dat 44%. Het belang van sociale media stijgt daarentegen van 8% in 2018 naar 11% in 2019. Voor 13% van het

publiek is radio het belangrijkste medium en voor 22% zijn dat de website en/of de app.

Een uitsplitsing naar leeftijdsgroep laat zien dat de sociale mediakanalen met name belangrijk zijn voor het publiek van 18-30 jaar. Voor 24% van deze groep vormen de sociale media van de regionale omroep het belangrijkste kanaal. Daarmee wordt de televisie op de voet gevolgd, want voor een groot deel van deze groep (30%) blijft tv het belangrijkste medium.

Belangrijkste kanaal van de omroep



Bron: Motivaction, aug – dec 2019 (landelijk gemiddelde)

Het belang dat jongeren hechten aan sociale media, sluit aan bij de eerder genoemde constatering uit Mediamonitor dat de groep van 18-24 jaar een grote voorkeur heeft voor nieuws via de sociale media.

Gebruik regionale sociale mediakanalen

Facebook is voor de regionale omroepen het sociale medium met de meeste gebruikers. Zoals eerder aangegeven, bereikten de regionale onlinekanalen (web, app en sociale media) in 2019 gemiddeld 56% van de inwoners van de regio. Van de sociale media heeft Facebook het hoogste jaarbereik onder de online gebruikers (39%) gevolgd door YouTube (17%), Twitter en Instagram (beide 8%). De website is het online kanaal met het hoogste jaarbereik onder de online gebruikers in de regio: gemiddeld 72% en voor de app gemiddeld 25%¹³.

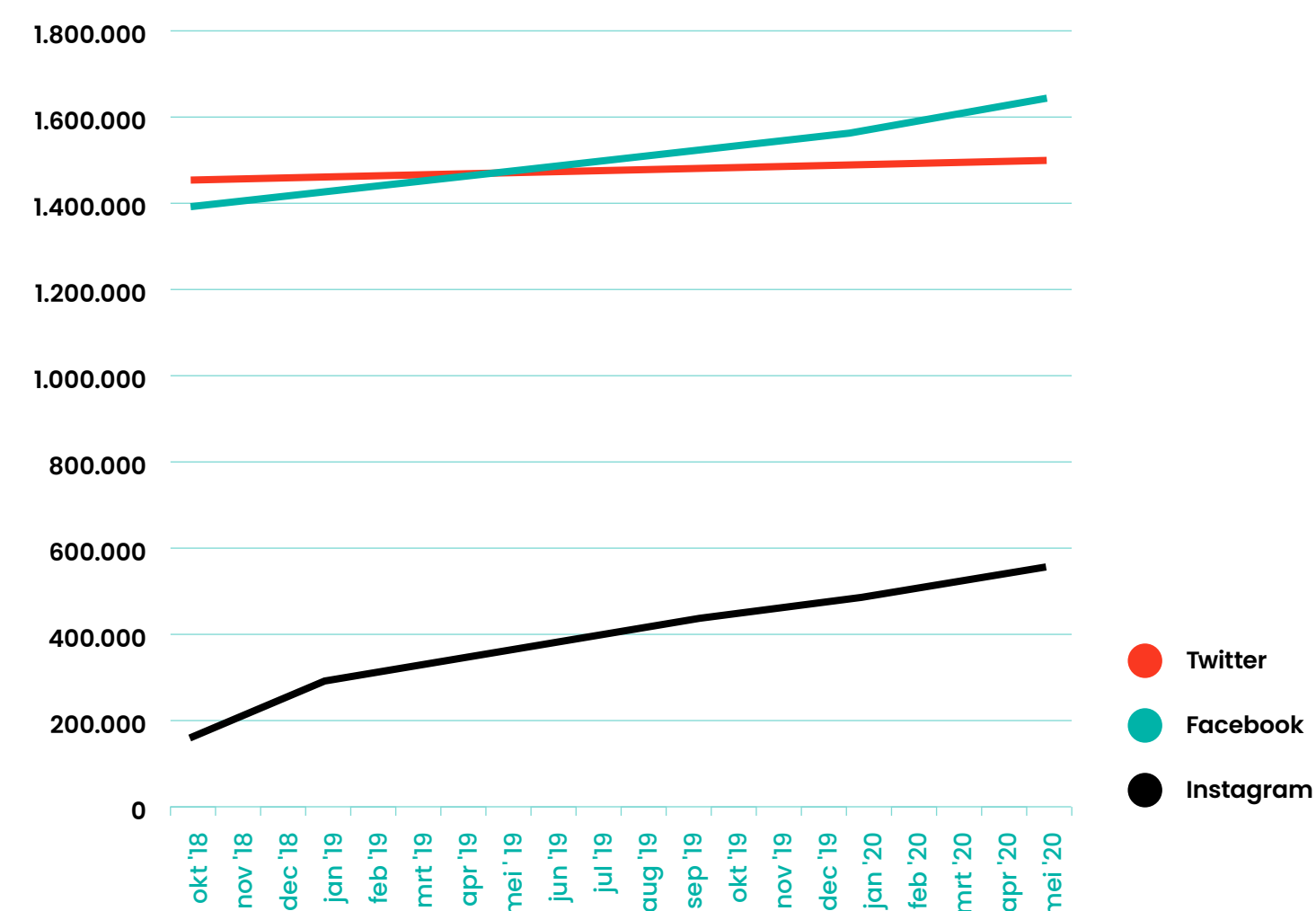
Onder de groep die het betreffende regionale online kanaal kent en weleens gebruikt, ligt het jaarbereik voor elk van de verschillende kanalen tussen de 90% en 79%. Voor de app is dat jaarbereik 90%, voor de website 88%, voor Facebook 86%, Instagram 85%, YouTube 84% en Twitter 79%. Als we kijken naar het jaarlijkse bereik van de regionale Facebook pagina's naar leeftijd zien we slechts relatief kleine verschillen: in de groep van 31 tot en met 44 jaar (88%) en slechts iets minder onder de mensen van 45 jaar en ouder (ruim 83%). Onder de kenners van regionale Twitter accounts scoren de groepen 31 tot en met 44 jaar en 45 tot en met 59 jaar boven gemiddeld, met een jaarlijks bereik van respectievelijk 82% en 83%. Instagram scoort bovengemiddeld hoog in de groep 31- 44 jaar met 89%. YouTube heeft een vergelijkbaar bereik onder alle leeftijden (84% bij 18-75 jaar) van de kenners van deze regionale kanalen. In 2019 hebben de Facebookberichten van de regionale omroepen 3,4 miljard keer een scherm bereikt. Per maand zijn deze berichten gemiddeld 280 miljoen keer op schermen getoond.

De sociale media-accounts van de regionale omroep hebben een trouwe schare volgers¹⁴. Eind mei 2020 is het aantal volgers van de regionale Facebook-accounts bij elkaar opgeteld de 1,6 miljoen gepasseerd. De Twitter-accounts hebben dan opgeteld bijna 1,5 miljoen en de Instagram-accounts

¹³ Gemiddeld bereik in het verzorgingsgebied van een regionale omroep onder inwoners van 18-75 jarigen gemeenten over augustus 2019 t/m april 2020 Motivaciononderzoek naar bereik en waardering regionale omroepen.

¹⁴ Het aantal volgers per account is cumulatief, unieke bezoekers kunnen meerdere accounts volgen.

Volgers social media regionale omroep



557.486 volgers. Een optelling van het aantal abonnees van de regionale YouTube kanalen levert een totaal op van meer dan 560.000. De regionale Facebook-accounts hebben dus de meeste volgers, de Instagram-accounts stijgen het sterkst. Dit komt overeen met de bevindingen uit het Newcom onderzoek, zoals al eerder aangegeven bij de marktontwikkelingen.

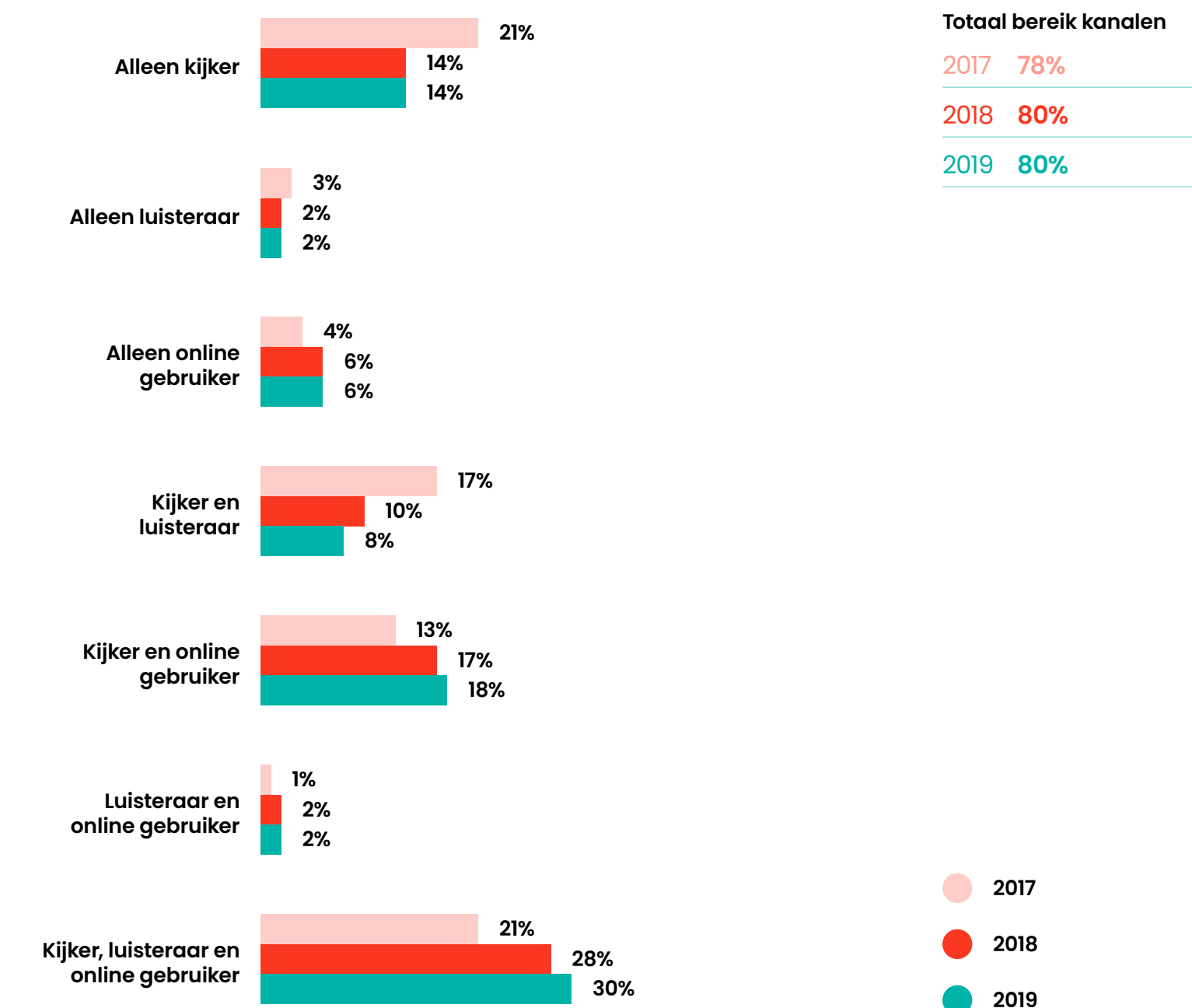
Crossmediaal gebruik regionale kanalen

Ondanks het toegenomen gebruik en belang van sociale media en het dalende belang van de televisiekanalen, is tv nog wel drijvende kracht voor het bereik van de regionale omroepen. Tv-kijkers en radioluisteraars gaan ook de websites, apps en sociale media van de regionale omroepen gebruiken. De groep die alle regionale kanalen gebruikt vormt inmiddels gemiddeld 30% van de regionale bevolking van 18-75 jaar. Het gemiddelde

landelijke totaalbereik van de regionale kanalen telt jaarlijks op tot 80%. De gegevens zijn terug te vinden in de grafiek over crossmediaal gebruik.

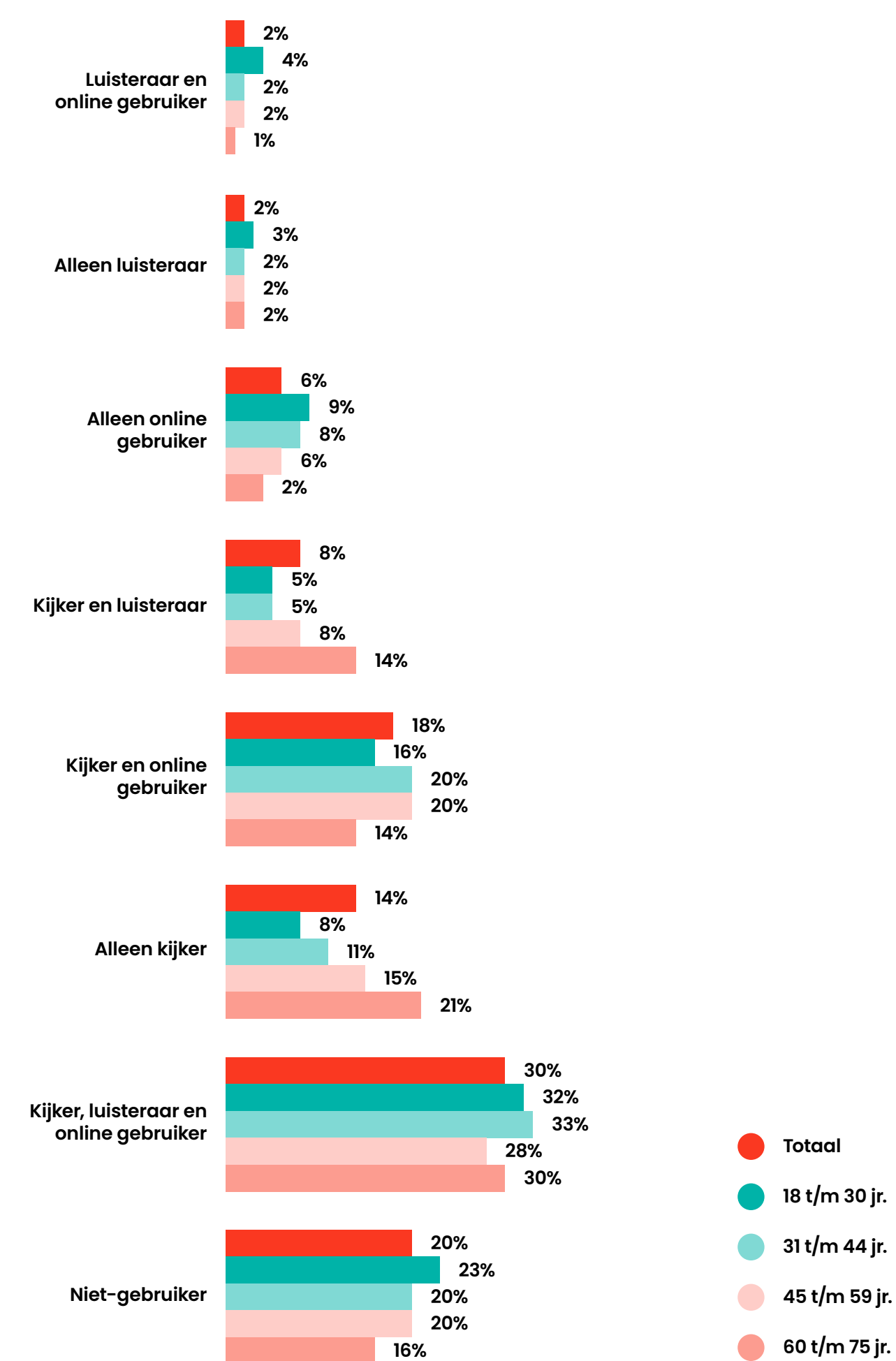
Een uitsplitsing naar het crossmediale gebruik per leeftijdsgroep, leert dat vooral in de groep van 18-30 jaar nog nieuw publiek gewonnen kan worden met online kanalen (web, app en sociale media). In deze jongste groep hebben de genoemde kanalen de meeste toegevoegde waarde voor het bereik. Van deze groep gebruikt 9% wel de online, maar niet de andere regionale kanalen. Dit is ook de groep, zoals eerder aangegeven, die veel belang hecht aan de regionale sociale media.

Crossmediaal gebruik algemeen



Bron: Motivaction, aug – dec 2019 (landelijk gemiddelde)

Crossmediaal gebruik uitgesplitst naar leeftijd



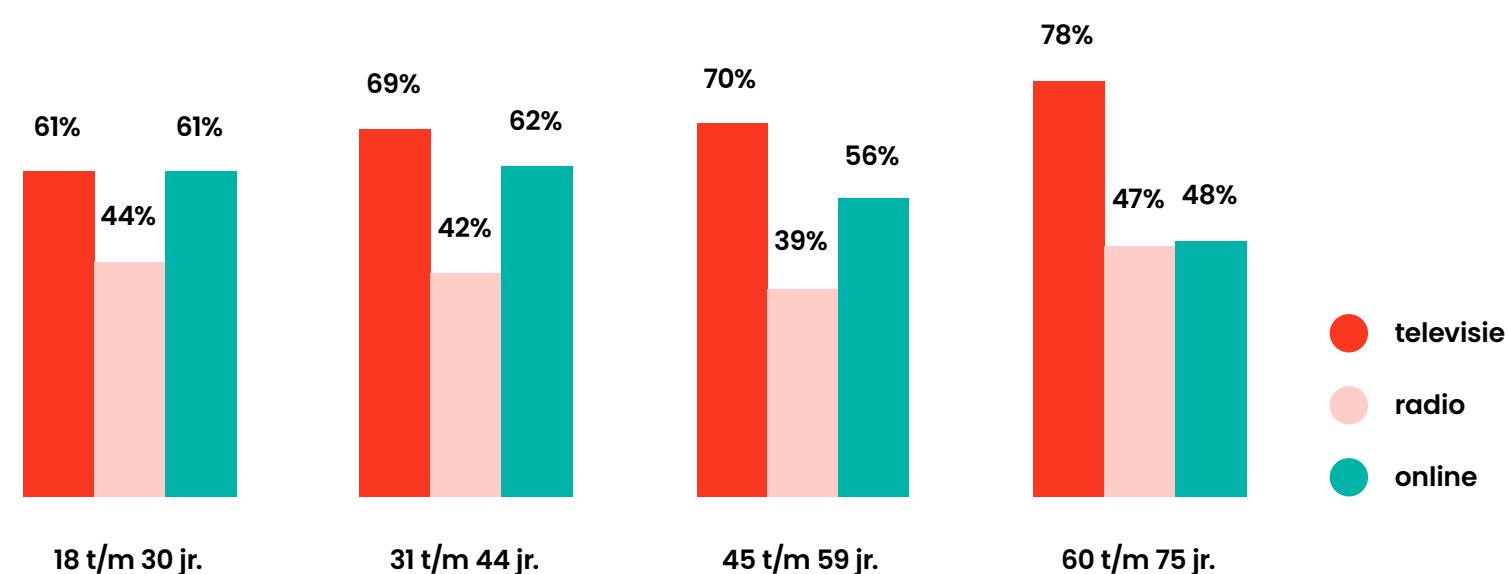
Bron: Motivaction, aug-dec 2019 (landelijk gemiddelde)

Bereik van de regionale kanalen per leeftijdsgroep

Uit de onderstaande grafiek met het jaarbereik van de kanalen per leeftijdsgroep blijkt dat televisie weliswaar bij alle leeftijdsgroepen een hoog bereik heeft, maar dat dit wel lager wordt naarmate de groep jonger is. Bij de jongste groep (18-30 jaar) is het bereik van tv even groot als het bereik van de onlinekanalen (61%). Radio en televisie scoren beide bovengemiddeld hoog in de groep 60-75 jaar.

De onlinekanalen scoren bovengemiddeld hoog in de leeftijdsgroepen tot 45 jaar. Zoals eerder aangegeven, hebben de onlinekanalen voor de groep 18 tot 30-jarigen een toegevoegde waarde voor het totaal bereik van de regionale omroep. Daarom is het ook belangrijk te weten welke online media deze groep gebruikt. De regionale websites en Facebook-berichten hebben het grootste bereik onder de 18 tot 30-jarige online gebruikers gevolgd door YouTube, de app en Instagram. De regionale Twitter berichten worden het minst gebruikt door deze groep.

Jaarbereik kanalen per leeftijdsgroep



Bron: Motivaction, aug-dec 2019 (landelijk gemiddelde)

Samenhangende distributiestrategie

De distributiestrategie is de leidraad voor de regionale omroep voor de inzet van radio, tv, online en sociale media. De regionale omroep richt zich op de burgers die in de eigen regio en delen ervan geïnteresseerd zijn. De distributiestrategie houdt rekening met de gesignaleerde ontwikkelingen in de markt. De strategie is er tevens op gericht dat het media-aanbod van de regionale omroep te vinden is daar waar het publiek het verwacht en aanwezig is.

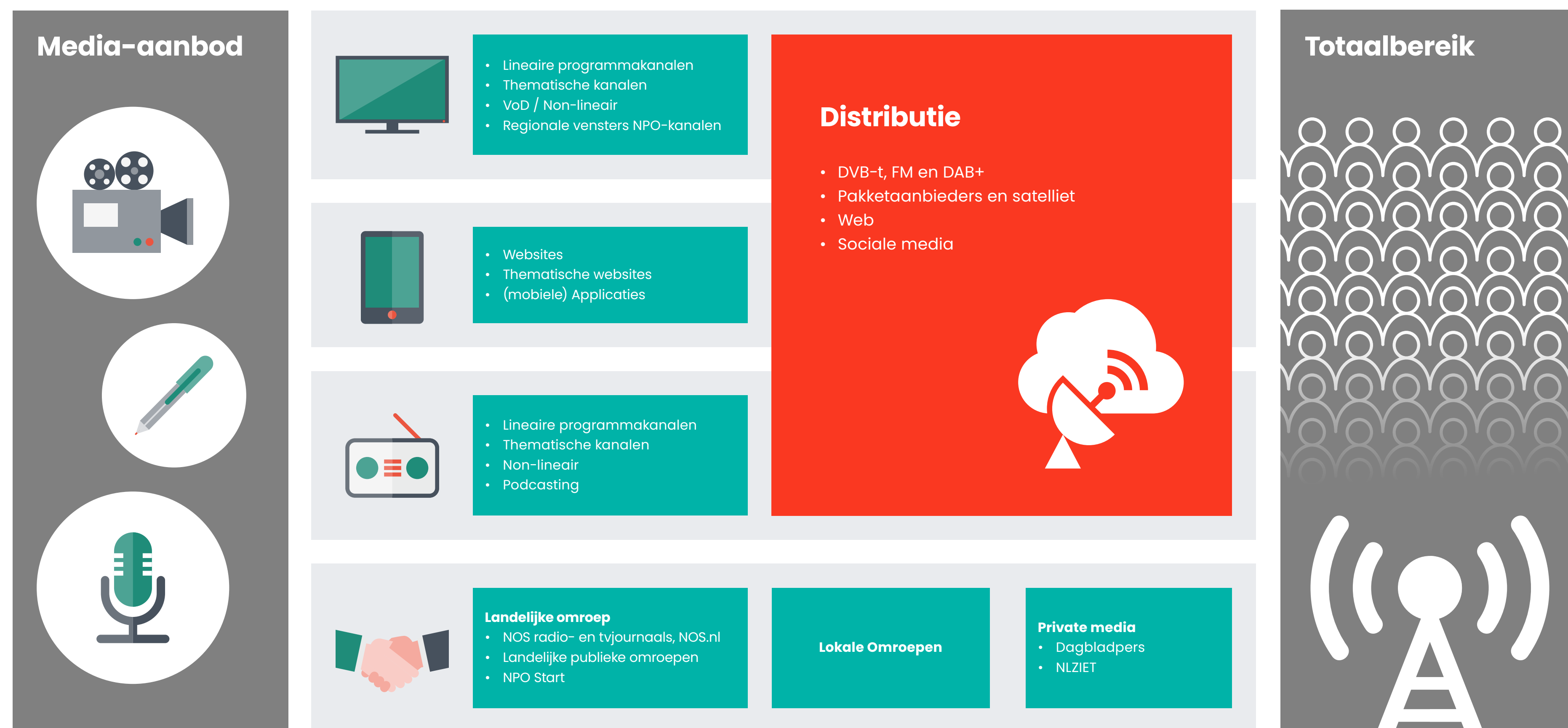
De regionale omroep verspreidt het media-aanbod via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen. De eigen aanbodkanalen zijn online (web, app en sociale media), radio en televisie. Via de samenwerking met onder meer de NOS wordt regionale content ook op de NOS-kanalen aangeboden. De kanalen van anderen zijn tevens belangrijk om op een doelmatige manier een zo groot mogelijk publiek te bereiken met het publieke media-aanbod. De distributiestrategie gaat uit van de crossmediale inzet van de kanalen, die er rekening mee houdt dat het televisiekanaal voornamelijk een belangrijke basis is voor het publieksbereik en dat het publiek daarnaast de radio en online kanalen gebruikt. Met de website en sociale media richt de regionale omroep zich wel op het bereiken van een nieuw publiek in de groepen 18-30 jaar en 31-44 jaar. Sociale media worden tevens ingezet om de band met deze groepen te versterken. Met name de groep van 18-30 jaar hecht een groot belang aan de regionale sociale media. De verschillende kanalen hebben ieder ook een eigen specifieke functie. Zo is online er vooral om direct het nieuws te brengen en biedt tv steeds meer de verdieping van dat nieuws. De distributiestrategie houdt rekening met de karakteristieken van de verschillende aanbodkanalen.

De regionale omroep speelt ook in op de vraag naar on-demandaanbod, niet alleen door via de eigen aanbodkanalen het meeste aanbod on-

demand beschikbaar te maken, maar ook door het tv-aanbod beschikbaar te stellen via NLZIET en via podcasts. Daarbij moet wel iedere keer de afweging worden gemaakt of de kosten voor het verkrijgen van de rechten daarvoor in verhouding staan tot de opbrengst, een groter bereik en betere service.

De distributiestrategie laat tegelijk een zekere spagaat zien. Er kunnen geen kanalen afgestoten worden zonder bereik te verliezen. Aan de andere kant neemt het online aanbod en het aantal te bedienen sociale media in belang toe. Met op zijn best dezelfde financiële middelen moeten steeds meer kanalen worden bediend om publiek maximaal te bereiken. De veel-

heid aan kanalen die de regionale omroep gebruikt voor distributie blijkt ook uit de onderstaande distributiematrix.



Online

De onlinekanalen bieden het meest actuele nieuws en recent beschikbaar gekomen informatie. Sociale media lenen zich bij uitstek voor meer (directe) participatie, interactie met het publiek en het bereiken van jongere doelgroepen. Deze kanalen zijn voor jongeren belangrijke nieuwsmedia.

Televisie

Het belang van lineaire tv neemt weliswaar in de breedte af, maar blijft nog een belangrijk (nieuws)medium. Het bereik en de waardering blijven stabiel en onveranderd hoog. Veel mensen kijken graag naar nieuws en informatie op tv en de zenders zijn van belang voor (live) evenementen en programma's over regionale thema's.

Online en sociale media

RTV Noord zet 'nieuwe' podia als Instagram in om verhalen te delen met een jonger publiek. Dan gaat het om de artikelen die voor jongeren interessant kunnen zijn. Ook worden nieuwsverhalen vertaald naar een jonger publiek door ze vanuit hun beleving te belichten. Jongeren krijgen hun regionale omroep dus in hun tijdlijn en maken kennis met de regionale omroep en het publieke media- en nieuwsaanbod. Om dezelfde redenen experimenteert RTV Noord met TikTok, een snel groeiend platform onder jongeren.

Verder heeft de Groningse sociale media redactie enkele tientallen jongeren uit het aardbevingsgebied onder de hoede genomen om ze te helpen met filmpjes en vlogs maken. Daar hebben de jongeren van geleerd, maar RTV Noord zeker ook. Want ondanks dat de omroep jonge redacteurs heeft, is het wispelturige mediagebruik van jongeren ook voor hen soms lastig te volgen. Jongeren wisselen sneller van platform dan dat ze hun kamer opruimen, dat maakt het in meerdere opzichten tot een lastige uitdaging. Toch boekt de omroep wel resultaat. Uit reacties op online nieuwsverhalen, zoals over specifieke coronamaatregelen voor de jeugd, blijkt dat jongeren bereikt worden.

Alle kinderprogramma's, waaronder SkoalTV, hebben binnen Omrop Fryslân een eigen merk, te weten Omrop Fryslân Tsjil. De programma's die onder deze noemer gemaakt worden, hebben, naast de uitzendingen op televisie, een eigen platform op web en app en soms ook op sociale media, waaronder Youtube, Instagram en TikTok. Alle content die voor Omrop Fryslân Tsjil gemaakt wordt draagt bij aan het bewustzijn van kinderen en jongeren in Fryslân. Opgroeien in Fryslân betekent, door de eigen taal en cultuur, opgroeien met een sterk besef van je plek in de wereld. Dit besef van de Friese taal en cultuur is in alle programma's te voelen, niet opgelegd, maar als een vruchtbare bodem.

Omroep Gelderland zet eveneens sociale media in om de jongeren in de regio aan te spreken. Op Instagram start de omroep met Insta-story's in Uit, gericht op cultuur in de brede zin. Er worden vlogs gemaakt op festivals, in streekmusea, theaters, in ateliers en over culturele projecten. Daarnaast neemt de omroep deel in Beeldbrengers, een jongerenproject in het kader van de maatschappelijke diensttijd, waarin de actualiteit getoond wordt door de ogen van jongeren. Deze door de jongeren zelfgemaakte videocontent wordt geplaatst op de sociale mediakanalen van de omroep.



Televisie

RTV Oost verzorgt ten minste een half uur 'verse' televisie per dag. In de doordeweekse carrousel ligt de nadruk op de nieuwsvoorziening in het actualiteitenprogramma Thuis in Overijssel. In deze carrousel is ingebouwd dat het tweede half uur ook kan worden benut voor specials, zowel incidenteel als structureel. Zo is er op donderdag tweewekelijks als aanvulling op het nieuwsaanbod ruimte voor een opsporingsprogramma in samenwerking met politie en justitie (Onder de Loep). Structureel is ook de educatieve programmareeks Het Groene Oosten en op maandag en vrijdag is het tweede half uur ingericht als Oosttribune met kritische besprekingen van het profvoetbal in Overijssel. In bijzondere omstandigheden kan de carrousel worden doorbroken, bijvoorbeeld voor het uitzenden van een regionale documentaire, een thema-uitzending of een maatschappelijk debat. In het weekeinde kent RTV Oost een bredere programmering. De nieuwsvoorziening wordt dan aangevuld met sportuitzendingen en programma's op het gebied van kunst en cultuur.

Bij RTV Utrecht blijft tv in 2021 een belangrijke outlet. Vanaf juni 2020 zendt RTV Utrecht op televisie een nieuw wekelijks cultuurmagazine uit, Route C. Elke week is er aandacht voor kunst, muziek, historie, theater en nog veel meer, uit alle windstreken van de regio. Het programma doet verslag van regionale evenementen en bijeenkomsten. Er worden "verhalen vertellers" ingezet die de provincie intrekken om unieke content te halen en de verhalen er over te vertellen. In 2021 beginnen de uitzendingen rondom het 900 jarig bestaan van de stad Utrecht. In combinatie met de streekverslaggevers van de redactie wordt een tv-programma gemaakt waar de Utrechtse cultuur, in de breedste zin van het woord, wordt belicht.

Omroep Brabant zal het televisiekanaal in 2021 nog vaker gaan inzetten voor live-coverage van nieuwsfeiten. Mocht er bijvoorbeeld een inval zijn in het kader van de bestrijding van drugscriminaliteit dan zal dit via een livestream ook op televisie worden uitgezonden. Hierdoor wordt het tv-kanaal nog meer dan nu een kanaal waar je moet zijn als er iets live gebeurt in de provincie. Natuurlijk zal het televisiekanaal ook traditiegetrouw worden ingezet bij het (live) verslaan van evenementen.

Radio

De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van de regionale omroep en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio. Regionale omroepen spelen in op de toenemende belangstelling voor podcasts door radioprogramma's als podcasts aan te bieden en speciale podcastseries te maken.



Radio

Voor 2021 staat de introductie van een vernieuwd Radio West op de planning. Het radiostation krijgt een volledige make-over in de tweede helft van 2020 en zal begin 2021 volledig vernieuwd zijn met een nieuwe positionering en nieuw geluid. Kernwoorden zijn regionaal, herkenbaar, betrokken en dichtbij. Ook hier spelen de lokale partners een belangrijke rol voor het leveren van herkenbare en regionale content. Met radio richt Omroep West zich op de 55-plusser, online kanalen worden ook ingezet voor on demand luisteren en terugluisteren van programma's met podcasts. Op Facebook wordt de Radio West community verder uitgebouwd. De verwachting is dat het bereik van radio zal stijgen door deze extra inspanningen. Het weekend op Radio West blijft gevuld met de thema's cultuur, sport en muziekgenres. In de avond is er ruimte voor doelgroep programma's, zoals het gezondheidsprogramma Vitamine W en het economieprogramma WestBusiness Radio.

Radio M Utrecht, de radiozender van RTV Utrecht is ongekend populair en dat gaat de omroep in 2021 verder uitbouwen met inhoudelijke en informatieve themaweken en relevante gasten. Radio M Utrecht is live bij regionale evenementen en sportwedstrijden.

Radio Oost is elke werkdag live van 06.00 uur tot 19.00 uur. 's Morgens vooral met een aanbod voor mensen die bijgepraat willen worden over wat er is gebeurd. Om mee te kunnen praten. Het aanbod van

nieuws is gedoseerd, toegankelijk, duidelijk én natuurlijk betrouwbaar. Gedurende de dag brengt Oost het nieuws vooral in bulletinvorm. Na vijf uur is er ruimte voor meer achtergrond, duiding en opinie. Waar op werkdagen vooral betrokkenheid doorklinkt, staat het weekend in het teken van cultuur. Veel dialect, veel specifieke muziekstijlen, programma's die zijn afgestemd op specifieke doelgroepen, waaronder het langstlopende radioprogramma van Radio Oost De Roze Golf. Dit doelgroepenprogramma is gericht op de LHBTI-gemeenschap in Overijssel. Op zondagavond wordt dit programma nog uitgezonden via de ether, maar de omroep publiceert De Roze Golf ook als podcast.

Podcast

LI wil inspelen op de groeiende belangstelling voor podcasts door deze vorm breder uit te rollen in 2021. Samenwerking met partners wordt gezocht om met name de distributie van podcasts te optimaliseren. Omroep Gelderland zet in op 2 podcast-series per jaar in navolging van de gelauwerde series 'Verstrikt' (Gouden NL-Award en een Tegel) en Anoniem Intiem (Tegel). NH zet de populaire podcastserie Strijders voort, waarin ambitieuze en inspirerende Noord-Hollanders zich op hun eigen manier inzetten voor hun wijk, het milieu, de leefbaarheid of de zorg. RTV Noord vervolgt de podcastseries over voetbalclub FC Groningen en De Genezers over de medische wereld en wil in 2021 een podcastserie maken over de Groninger politiek en economie.

Distributie in samenwerking met partners

De samenwerking met de NOS leidt tot een nieuwe distributie van regionaal nieuws. Het regionale nieuws van de regionale omroep is zichtbaar en hoorbaar in het nieuwsaanbod van de NOS op radio, tv en online en in de aparte regioblokken in de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur op werkdagen op NPO 1. Deze samenwerking draagt bij aan een groter, en nieuw bereik van regionaal nieuws. De samenwerking wordt voortgezet en geïntensiveerd, zoals ook toegelicht wordt in het hoofdstuk Samenwerking. De regionale tv-kanalen en de on demand programma's worden sinds eind 2019 ook aangeboden via NLZIET. Deze wijze van distributie wordt voortgezet in 2021.

Distributie en toegankelijkheid

De regionale omroep wil het media-aanbod waar mogelijk zonder drempels beschikbaar stellen. Daarom zijn apps en website vrij toegankelijk zonder blokkades als een cookiemuur of een persoonlijke inlog. Het publiek heeft de keuze om trackingcookies al dan niet te accepteren en kan deze keuze achteraf wijzigen.

Er wordt nog steeds het meest naar de radio geluisterd via de FM-kanalen. DAB+ is daarnaast in opkomst en goed voor ruim 10% van de luistertijd. De regionale omroep beschikt over een frequentievergunning voor FM en voor DAB+. Daarmee is het radioaanbod voor verschillende radio-ontvangers beschikbaar in het verzorgingsgebied van elke omroep. Een vrij toegankelijke ontvangst in het hele verzorgingsgebied is ook essentieel voor de calamiteitenfunctie van de regionale omroep.

Het simultaan uitzenden via FM en DAB+ leidt tot extra kosten, die tot 1 september 2022 vergoed worden door de overheid. Daarna zal de regionale omroep de digitale uitzendingen zelf bekostigen als duidelijk is dat DAB+ zich echt tot volwaardig opvolger van de FM ontwikkelt.

Meer dan de helft van de huishoudens (52%¹⁵) beschikt inmiddels over een televisie met internettoegang. De afgelopen jaren heeft de regionale omroep hier op ingespeeld door het gezamenlijk ontwikkelen van gratis apps met live-uitzendingen, nieuws en overig programma-aanbod voor de meest gangbare smart tv's en settopboxen van de grootste kabelaanbieders. De omroepen zullen mogelijkheden verkennen dit aan te passen aan de technologische ontwikkelingen.

Via de frequentievergunning van de NPO is de rechtstreekse ontvangst van het tv-kanaal via DVB-t gewaarborgd. Bij de pakketaanbieders wordt ingezet op uitbreiding van Video on Demand (VOD) en replay. Sinds 2020 levert de regionale omroep de televisiesignalen alleen in HD-kwaliteit aan pakketaanbieders.

¹⁵ GfK onderzoek "Trends in Digitale Media 2019"



Innovatie en ontwikkeling

De regionale omroep experimenteert met nieuwe productie- en distributiewijzen. De omroep innoveert de distributie om de juiste informatie op het juiste moment bij de juiste doelgroep te brengen. De innovatie wordt op een doelmatige manier gestimuleerd in het Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise & Innovatiecentrum (GROE&I).

Vanaf 2021 wordt bezoek aan de web- en app-platformen van alle regionale omroepen op eenzelfde wijze gemeten. Het meetsysteem wordt ook gebruikt door de NPO en landelijke omroepen en is gecertificeerd voor Nederlands Online Bereiksonderzoek (NOBO). Deelname aan NOBO wordt nagestreefd, maar is afhankelijk van kosten en een aantal operationele factoren. Zo is een juiste, representatieve uitkomst van de gebruikersdata in alle verzorgingsgebieden noodzakelijk.

Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum (GROE&I)

In 2020 is GROE&I van start gegaan, waarin negen regionale omroepen participeren. Het eerste jaar is er gewerkt aan een nieuw app- en webplatform en het integreren van het door Omroep Gelderland geïnitieerde RegioLab.

2021 zal vooral in het teken staan van de verdere uitrol en doorontwikkeling van de nieuwe app- en webplatformen bij alle deelnemende omroepen. De ervaringen uit RegioLab worden hier direct in meegenomen. Personalisatie en lokalisatie staan hoog op de agenda als functionaliteiten in de nieuwe app- en webomgeving. Zo wordt de content nog relevanter voor gebruikers en krijgen de redacties een beter inzicht in de locatie van zowel het nieuws als de doelgroep.

Daarnaast wordt data-analyse een speerpunt van GROE&I in 2021. De gegevens uit het nieuwe meetsysteem zullen worden gecombineerd met de data die met toestemming van de gebruiker van de app- en webplatformen worden vergaard. Deze data bieden talloze mogelijkheden. Hoe kan een grotere doelgroep bereikt worden? Hoe is het nieuws inhoudelijk beter te brengen? En op welke wijze kan content het best aan de eindgebruikers wordt aangeboden? De kennis die hiermee wordt opgebouwd kan gebruikt worden door alle deelnemende omroepen.

RPO-exchange

De RPO-exchange is de automatische schakel tussen de redactiesystemen van de GROE&I-omroepen en hun websites en apps. Via de RPO-exchange worden ook geheel geautomatiseerd de berichten tussen de NOS en de regionale omroep uitgewisseld voor de app- en webplatformen van alle 14 organisaties. Daarmee wordt uitvoering gegeven aan het convenant dat de NOS en de regionale omroepen eind 2019 hebben afgesloten en waarbij nieuws van de regionale omroep wordt geplaatst op de onlinekanalen en de app van de NOS en waarbij de regionale omroep NOS-nieuws toont op een vaste plaats op zijn website en app.

Het is een doelmatige wijze van werken; snel en actueel. De RPO-exchange wordt in 2021 doorontwikkeld en de mogelijkheden voor de uitwisseling van de regionale content worden uitgebreid met nieuwe partners en nieuwe vormen van content.

Werkervarings- en stageplaatsen

De regionale omroep biedt via werkervarings- en stageplaatsen mogelijkheden aan talenten om zich verder te ontwikkelen. De doelstelling voor 2021 is dat de regionale omroepen gezamenlijk tenminste 135 stage- en werkervaringsplaatsen aanbieden.

De regionale omroepen hebben zich voorgenomen om 142 werkervarings- en stageplaatsen aan te bieden in 2021.

Ontwikkeling jong talent

Rijnmond is in 2020 het project Talentlab gestart; een talentontwikkelingsprogramma waarbij jonge toptalenten de mogelijkheid krijgen zich crossmediaal te ontwikkelen onder leiding van een ervaren programmamaker. Dit programma is in 2020 zo succesvol dat Rijnmond voornemens is dit in 2021 voort te zetten. Rijnmond Talent Lab is een samenwerking met het Grafisch Lyceum Rotterdam en Hogeschool InHolland. Onderdeel van het TalentLab is SOW Rijnmond (speak uit als zoow Rijnmond) een online platform voor jongeren in het Rijnmondgebied. SOW Rijnmond komt met verdiepende, eigenzinnige content voor én door jongeren uit de regio en wil mensen en culturen belichten met een diverse kijk op de wereld.

Omrop Fryslân heeft in de afgelopen jaren jong talent aan zich gebonden en de kans gegeven zich te ontwikkelen door gemiddeld tien werkervarings-/stageplaatsen aan te bieden. Hiermee is de Omrop een kweekvijver van jong talent. Daarnaast heeft Omrop Fryslân een langjarige band met de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden. Ook in de toekomst zal de Omrop zich blijven inzetten om jong talent kansen te bieden. In dat kader werkt Omrop Fryslân samen met de Leeuwarder Courant en het Friesch Dagblad aan een plan om jong, journalistiek talent aan de provincie te binden. Daarvoor worden in 2020 de eerste stappen gezet, met als doel het plan in de loop van 2021 op te starten.



Prestatieafspraken die toezien op innovatie & ontwikkeling

Afspraak

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

De RPO zal in haar jaarverslag rapporteren in hoeverre het publiek interacteert met media-aanbod van de regionale omroep, bv door nieuwsberichten te beoordelen, op berichten te reageren of door te delen, te stemmen door middel van online polls of door te praten over nieuwsberichten met anderen. De ambitie is om tot meer interactie te komen; deze zou in de tweede planperiode van de concessie toegenomen moeten zijn ten opzichte van 2021.

Afspraak

Regionale omroepen bieden een jaarlijks aan te geven minimumaantal werkervarings- en stageplaatsen aan. Alle regionale omroepen bieden gezamenlijk 135 werkervarings- of stageplaatsen per jaar aan.

De regionale omroepen verwachten in 2021 142 werkervarings- of stageplaatsen aan te bieden volgens onderstaande tabel. In het jaarverslag van de RPO wordt voor alle regionale omroepen samen gemeld hoeveel plaatsen geboden zijn.

Omroep	Omrop Fryslân	RTV Noord	RTV Drenthe	RTV Oost	Omroep Gelderland	LI	Omroep Brabant	Omroep Zeeland	Rijnmond	Omroep West	NH	RTV Utrecht	Omroep Flevoland	Totaal
Werkervarings-/stageplaatsen 2021	10	8	8	20	10	8	14	5	16	6	15	17	5	142

Samenwerking

De RPO zet zich in voor een sterke samenwerking in het publieke bestel. Dat komt al tot uiting in de samenwerking tussen regionale en landelijke omroep, zoals met de NOS voor de journalistiek. Ook zijn er samenwerkingsnetwerken van regionale en lokale omroepen, onder meer in Noord-Holland, Zuid-Holland en Gelderland.

Samenwerking ter versterking van de publieke functie is de rode draad die door de visiebrief¹⁶ van minister Arie Slob loopt. De huidige samenwerking tussen de regionale publieke omroep en de landelijke en lokale publieke omroep moet wat het kabinet betreft nog sterker worden.

De RPO zet zich in voor deze sterkere samenwerking en neemt waar mogelijk nieuwe initiatieven.

Samenwerking tussen regionale omroepen

Van oudsher werken de dertien regionale omroepen samen voor de verkoop van reclamezendtijd in Omroep Reclame Nederland (ORN). De samenwerking van de 4 noordelijke regionale omroepen draait om het versterken van onderzoeksjournalistiek. Ook produceren omroepen gezamenlijk programma's.

Onderlinge samenwerking

RTV Noord, RTV Drenthe, Omrop Fryslân en RTV Oost willen hun samenwerking voortzetten op het gebied van onderzoeksjournalistiek. Een gezamenlijke coördinator agendeert en organiseert onderzoeksprojecten. Veel projecten zijn provinciegrens overstijgend en de meeste hebben landelijke impact, waardoor ook landelijke partijen kunnen worden betrokken bij het onderzoek. Het levert opmerkelijk journalistiek onderzoek op, zoals over het gasdossier en de tanker MSC Zoë, dat herhaaldelijk genomineerd en bekroond is. Het samenwerkingsproject ontving een subsidie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek in 2020. De omroepen zullen ook voor 2021 een beroep doen op de Subsidieregeling onderzoeksjournalistiek.

Radio Oost, RTV Noord, RTV Drenthe en Omroep Gelderland zenden elke avond tussen 19.00 en 20.00 uur Alles Plat uit. Dit is een non-stop muziekprogramma met uitsluitend Nedersaksische muziek. De vier omroepen brengen Alles Plat daarnaast 24/7 als internetzender via de website AllesPlat.nl. Voor 2021 zijn er plannen voor een songfestival in de Nedersaksische taal.

Omroep West en Rijnmond zetten in 2021 voort wat ze in 2019 begonnen: het maken van een gezamenlijk sportprogramma op radio: Zuid-Holland Sport. Ook continueren ze de samenwerking als het gaat om het maken van gezamenlijke documentaires voor televisie en het verspreiden van deze content aangepast voor online en sociale media kanalen.

¹⁶ [Brief van ministerie van OCW d.d. 14-06-2019 over Visie toekomst publiek omroepbestel.](#)



Samenwerking met landelijke omroepen

De samenwerking met de NOS kent een lange geschiedenis van ruim 25 jaar. Nog steeds staat de gezamenlijke redactie en de uitwisseling van nieuws centraal. Dagelijks worden nieuwsonderwerpen voor radio, tv en online uitgewisseld tussen de regionale omroep en de NOS via de gezamenlijke redactie, Bureau Regio. De nieuwsitems worden ook regelmatig opgenomen in de regioblokken die Bureau Regio op werkdagen produceert voor de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur. Ook initiëren Bureau Regio en de NOS gezamenlijk journalistieke researchprojecten.

De samenwerking met de NOS wordt steeds intensiever. In 2020 en volgende jaren wordt uitvoering gegeven aan het convenant dat de NOS en de regionale omroepen eind 2019 hebben afgesloten.

Nieuws van de regionale omroep wordt geplaatst op de onlinekanalen en de app van de NOS. De regionale omroep toont NOS-nieuws op een vaste plaats op zijn website en app.

NPO Regio

In de visiebrief van het kabinet is besloten om de regionale omroep een plek te geven binnen de programmering van de NPO.

Via NPO Regio wordt het derde net op termijn omgevormd tot een kanaal waarvan het zenderprofiel overwegend gericht is op regionaal media-aanbod. Werkgroepen van NPO en RPO hebben in maart 2020 gesprekken gevoerd over hoe een herkenbaar blok programmering met een regionaal karakter eruit zou kunnen zien en hebben minister Slob de contouren toegestuurd van hoe NPO Regio vormgegeven kan worden. Vanaf 1 januari 2021 komt op NPO2 tussen 18.00 en 20.00 uur een aaneengesloten blok regionale programmering. Dit blok bestaat uit een editie van het

NOS Journaal gericht op regionaal nieuws verzorgd door Bureau Regio, aanbod van de regionale publieke omroepen en programmering met een regionaal karakter van de landelijke publieke omroepen, al dan niet in coproductie met regionale omroepen.¹⁷

Samenwerking tussen regionale en landelijke omroepen

Behalve met de NOS werkt RTV Oost op incidentele basis samen met ledenomroepen. Zo deelt de omroep met Omroep Max beelden van de registratie van de carnavalsoptocht in Oldenzaal. Voor 2021 zijn er nog geen concrete afspraken rond samenwerking bij evenementen, maar RTV Oost staat open voor ad hoc partnerschappen. Omroep MAX en Omroep Brabant werken al jaren samen bij het registreren van evenementen zoals het bloemencorso Zundert en carnaval.

Omroep Zeeland werkt ook op technisch vlak samen met de NOS. Bijvoorbeeld bij de innovatie en ontwikkeling van hard- en software, door het meeliften in aanbestedingstrajecten en het delen van kennis. Zo heeft Omroep Zeeland het nieuwsredactiesysteem iNOS geïmplementeerd waardoor de contentuitwisseling tussen de NOS en Omroep Zeeland nog beter kan worden ondersteund.

Het programma Adres Onbekend van KRO-NCRV wordt wekelijks door RTV Drenthe, RTV Utrecht, Omroep Flevoland, Omroep West, Omroep Gelderland, Omroep Zeeland en NH uitgezonden op radio.



¹⁷ Brief van OCW d.d. 8 juli 2020 aan Tweede Kamer over afspraken toekomst publieke omroepbestel.

Samenwerking met lokale omroepen

Door de coronacrisis ervaren organisaties in de mediasector sinds medio maart een grote terugval van advertentie-inkomsten. Met name bij private regionale media en private en publieke lokale omroepen is er direct een financieel effect en leidt het tot minder journalistieke verhalen. Minister Slob heeft daarom –terecht– een Tijdelijk Steunfonds voor Lokale Informatievoorziening in het leven geroepen¹⁸. Het is bedoeld voor de financiële ondersteuning van huis-aan-huiskranten en lokale omroepen die door de coronacrisis in financiële nood zijn geraakt.

Het Tijdelijk Steunfonds wordt mede gefinancierd uit € 4,5 miljoen die in 2020 bestemd was voor de versterking van de lokale journalistiek via samenwerking tussen de regionale en lokale omroepen. Voor deze samenwerking was in totaal € 9 miljoen beschikbaar voor 2020 en 2021.

Om toch in 2020 een start te kunnen maken met de versterking van de lokale journalistiek stelt de regionale omroep voor om € 2,1 miljoen te reserveren uit de [Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale omroepen](#). Dit geld wordt ingezet voor extra journalisten op die plekken in Nederland waar dit het hardst nodig is.

Deze € 2,1 miljoen komt bovenop de projecten van regionale omroepen om samen met lokale omroepen de regionale en lokale journalistiek te versterken. Onder meer de samenwerkingsnetwerken van NH, Omroep West en Omroep Gelderland kunnen met de financiering uit de genoemde subsidieregeling gecontinueerd worden en een goede duurzame basis krijgen in 2021 en volgende jaren.

Het zijn ook belangrijke projecten om ervaring en kennis uit te wisselen met alle regionale omroepen.

De subsidies zijn op advies van de RPO toegekend om te bewaken dat ze uitvoering geven aan het gezamenlijke beleid ter versterking van de regionale en lokale journalistiek in heel Nederland. Daarvoor is een goede journalistiek van regionale omroepen belangrijk. Deze wordt fijnmaziger en uitgebreid in nauwe samenwerking met lokale omroepen. Voor de plekken waar de journalistiek dan nog niet goed geregeld is, wordt voorgesteld om journalisten te stationeren als lokale waakhond, zo mogelijk samen met de lokale omroep.

Het speerpunt van beleid is de journalistiek te versterken met journalisten. Daarmee sluit de RPO aan bij het advies van de Raad voor Cultuur die samen met de Raad voor het Openbaar Bestuur stelt dat het gaat om het in stand houden van de journalistiek en niet van organisaties.¹⁹

¹⁸ <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-onderwijs-cultuur-en-wetenschap/documenten/kamerstukken/2020/04/07/steun-tijdens-de-coronacrisis-voor-de-mediasector>

¹⁹ [Advies RVC en ROB dd 3 9 2019 over toekomstige organisatie en financiering lokale publieke omroep](#)



Samenwerking met lokale omroepen

Omroep Flevoland neemt samen met zes andere regionale omroepen (RTV Noord, Drenthe, Oost, Utrecht, Omroep Gelderland en LI) en de NOS deel aan het project Ondersteuning regionale en lokale journalistiek en werkgelegenheid. Dat zal voor het grootste deel in 2021 worden uitgevoerd. Doel is het genereren van lokale berichtgeving voor met name online platformen als web, app en sociale media. Berichtgeving wordt in principe gemaakt voor de lokale platformen (aanbodkanalen) en kan ook regionaal geplaatst worden en zelfs landelijk relevant zijn en dan gebruikt worden. Voor het project wordt een beroep gedaan op de Subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke media-instellingen.

Het NH Nieuwsnetwerk, het samenwerkingsverband van NH met 35 lokale nieuwspartners in de provincie, wordt uitgebouwd en dat leidt tot de vorming van lokale nieuwsredacties (edities). Binnen het NH Nieuwsnetwerk wordt content over en weer uitgewisseld, worden opleidingen verzorgd en gezamenlijke projecten opgezet. Het streven is altijd een samenwerking aan te gaan op basis van gelijkwaardigheid. De regionale omroep deelt zijn ambachtelijke kennis en haalt lokale kennis in huis. Het doel is om zowel regionaal als lokaal de publieke nieuwsvoorziening te optimaliseren.

In twee regio's heeft de krachtenbundeling al geleid tot een intensievere samenwerking. In het Gooi en West- Friesland vormt NH Media nieuwsredacties samen met de streekomroep in beide regio's. De komende jaren wil NH Media nog minimaal vijf nieuwe edities vormen met lokale of streekomroepen in Noord-Holland.

Omroep West werkt in het Regionaal Nieuws Netwerk (RNN) samen met lokale partners als de WOS (Westland), Studio Alphen, Sleutelstad (Leidse regio, eerder Unity.Nu) en de Bollenstreek Omroep Met deze partijen worden dagelijks onderwerpen en items uitgewisseld en regionale journalisten hebben bij de lokale omroepen een werkplek. Stadsomroep Den Haag is gevestigd in hetzelfde pand. Verder zijn er lokale media-partners waarmee Omroep West op regelmatige basis (bijvoorbeeld bij grote evenementen) samenwerkt, zoals RTV Katwijk en Midvliet (Leidschendam-Voorburg e.o.). De samenwerking wordt verduurzaamd en versterkt met de eerder genoemde subsidieregeling voor samenwerking van regionale omroepen.

In 2020 heeft Omrop Fryslân de samenwerking met de lokale omroep RTV Noordoost uitgebreid. Drie journalisten van Omrop Fryslân krijgen als standplaats de redactie van RTV Noordoost. Alle onderwerpen die gemaakt worden zijn voor RTV Noordoost, maar ongeveer 30 % van de onderwerpen is naar verwachting ook geschikt voor de Omrop. Door de inzet van drie journalisten in dit gebied is het mogelijk om onderwerpen die in dit gebied spelen, goed uit te diepen. Ze worden daarbij ondersteund door de datajournalist van Omrop Fryslân. De samenwerking draagt bij aan een doelmatige inzet van mensen en middelen. Journalisten van de redactie in Leeuwarden, hoeven niet meer naar Noordoost Friesland. Dubbelingen worden zo voorkomen. Bovendien is er meer tijd om verhalen en onderwerpen uit andere streken in Friesland op te diepen. In 2021 wil Omrop Fryslân de samenwerking met lokale omroepen verder uitbreiden op grond van de genoemde subsidieregeling.

Omroep Gelderland wisselt met ongeveer 20 lokale omroepen op regelmatige basis online berichten uit. Met vijf lokale en/of streekomroepen heeft de omroep een intensieve samenwerking. Bij Regio8 (Achterhoek), RTV Nunspeet, RegioTV Tiel, RTV Apeldoorn en RN7 (omgeving Nijmegen), is een redacteur of regioverslaggever gestationeerd. Deze redacteur/verslaggever maakt verhalen die geschikt zijn voor zowel de lokale omroep als Omroep Gelderland. Met de toegekende subsidie van OC&W wordt de samenwerking verstevigd en verduurzaamd in de komende jaren.

Omroep Gelderland heeft verder een website en app ontwikkeld die ook gebruikt kan worden door lokale omroepen. Zij kunnen werken in het content managementsysteem van de regionale omroep. Het maakt het uitwisselen van berichten heel gemakkelijk. Het experiment, is begonnen in samenwerking met RegioTV Tiel. Vanaf de zomer van 2020 en de komende jaren wordt deze 'Localgrid' verder uitgerold bij lokale omroepen Regio8, RTV Arnhem, Omroep Ede, Omroep Berg en Dal en de lokale omroep van Epe en Heerde (RTV 794). Dit bespaart fors, levert meer efficiëntie op en naar verwachting ook een stijging van het aantal online bezoeken en bezoekers.

Samenwerking met anderen

Regionale omroepen zijn sterk verankerd in hun regio en werken met verschillende partijen samen ter versterking van hun maatschappelijke en culturele functie voor hun verzorgingsgebied.

Samenwerking met anderen

RTV Drenthe vindt het gebruik van streektaal noodzakelijk. Daarom is er een intensieve samenwerking met het Huus van de Taol, dat de belangen van de Drentse streektaal behartigt.

Verder wordt er samengewerkt bij programma's zoals Anno Drenthe, het beeldend verleden van de provincie, een samenwerkingsverband met het Drents Archief en het programma Museumverhalen, dat een blik werpt op pronkstukken van Drentse musea en een kijkje neemt bij diverse musea. Daarnaast resulteert samenwerking met de Bibliotheek Assen in het succesvolle cultuurprogramma Kolkende Taal. RTV Drenthe koestert de regionale geschiedenis, want zonder verleden geen heden. De relatie met het Drents Museum is goed, dat geldt ook voor de relatie met Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Hunebedmuseum Borger en het Drents Archief voor het radio-programma Drenthe Toen. 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.

Omroep Brabant werkt samen met de Fontys Hogeschool voor de journalistiek in Tilburg. Er zijn inmiddels twee meerdaagse workshops georganiseerd met onderzoekscollectief Bellingcat. Behalve studenten en journalisten van Omroep Brabant zijn ook journalisten van de Brabantse kranten uitgenodigd. Met elkaar is op deze manier weer nieuwe expertise opgedaan in het gebruik van data in de journalistiek. Iets wat uiteindelijk het werk op de redacties weer ten goede komt.

Door samenwerking met partijen uit de diverse regio's en uiteenlopende sectoren aan te gaan wil Omroep Zeeland haar positie, relevantie, media-aanbod en bereik versterken. Met behoud van de redactionele verantwoordelijkheid van de omroep worden de programma's over maatschappelijke beleidsthema's die relevant zijn voor Zeeuwen, mede mogelijk gemaakt door de provincie. In samenwerking met het Zeeuws Cultuur Overleg, waarin alle (regionale) culturele instellingen in Zeeland vertegenwoordigd zijn, werkt Omroep Zeeland aan cross-mediale culturele producties. Met het ROVZ en de VRZ wordt gezocht naar samenwerking rond het thema veiligheid, maar ook met de Zeeuwse onderwijsinstellingen, musea, Erfgoed Zeeland, natuurorganisaties en tal van Zeeuwse evenementen worden mogelijkheden tot samenwerken onderzocht.

Prestatieafspraken die toeziet op samenwerking met andere partijen

Afspraak

De regionale omroepen beschrijven in hun jaarverslagen meer in detail de samenwerkingsverbanden die zij hebben met andere partijen.

De RPO rapporteert in haar jaarverslag over de belangrijkste samenwerkingsverbanden tussen de regionale omroepen en andere partijen.

RPO-organisatie

De RPO is het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. De RPO coördineert de beleids- en verantwoordingscyclus voor de regionale publieke omroep en bevordert samenwerking tussen regionale omroepen.

De uitvoering van het concessiebeleidsplan [Liefde voor de regio](#), de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend. De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de regionale omroepen. Voor de RPO-organisatie is het [RPO-activiteitenplan 2021](#), als onderdeel van de RPO-begroting, richtinggevend. In het activiteitenplan is onderscheid gemaakt tussen de activiteiten van de eigen organisatie, de coördinerende & andere wettelijke taken en activiteiten ter bevordering van de samenwerking tussen de regionale omroepen.

Prestatieovereenkomstenevaluatie van de eerste planperiode

In 2021 zal het monitoren van de prestatieovereenkomst een belangrijk nieuw aandachtspunt zijn van de RPO. Het komende jaar wordt ook de evaluatie van de eerste planperiode van de concessieperiode uitgevoerd.

Coördinatie

In 2021 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 monitoren van de uitvoering van de prestatieovereenkomst

en ervaring opdoen met het meten van en rapporteren over de prestatieafspraken;

- De evaluatie van de eerste planperiode van de concessie en de resultaten verwerken in een verdieping van het CBP voor de tweede planperiode;
- Het stimuleren van innovatietrajecten en -initiatieven, zoals de opzet van GROE&I (het gemeenschappelijk regionaal online expertise- en innovatiecentrum) en de doorontwikkeling van web en mobiele platforms en het vergroten van interactie met het publiek;
- Het realiseren van regionale nieuwsvensters en programmering op NPO Regio;
- Het versterken van de onderlinge samenwerking tussen de regionale omroepen;
- Het versterken van de samenwerking met de NOS en landelijke publieke omroepen;
- Het versterken van de samenwerking met lokale publieke omroepen;
- Het coördineren van bestaande en nieuwe beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders;
- Uitvoeren van afspraken met betrekking tot 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 2021](#).

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

De RPO heeft de wijze waarop doelmatigheid wordt bevorderd opgenomen in zijn activiteitenplan. Dat gebeurt niet alleen in het kader van zijn coördinerende en wettelijke activiteiten, maar ook vooral door de activiteiten die de RPO verricht om de samenwerking tussen de omroepen te bevorderen.

Bevorderen samenwerking

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

Bij tal van samenwerkingsactiviteiten tussen meerdere of alle regionale omroepen speelt de RPO een -uitvoerende- rol. Deze activiteiten zijn te relateren aan de taken van de RPO als samenwerkings- en coördinatieroep, maar betreffen zaken die onder de eigen verantwoordelijkheid van de regionale omroepen vallen. De samenwerkingsactiviteiten bevorderen niet alleen de doelmatige en doeltreffende inzet van middelen, maar leiden veelal ook tot sterkere journalistiek, hogere kwaliteit, een groter bereik of snellere innovaties. Het zijn ook vaak projecten die de RPO via de verschillende overleggen coördineert.

In 2021 richt de RPO zich onder meer op:

- Het uitwisselen van kennis tussen de regionale omroepen op het gebied van financiën, personeel & organisatie, techniek en innovatie door het organiseren van verschillende overleggen;
- Communicatie en marketing m.b.t de omroepen als collectief en m.b.t. de individuele omroepen;
- Het voeren van gezamenlijke inkoopprocedures o.a. op het gebied van mediatechniek, adviesdiensten;
- Het afsluiten en beheren van gezamenlijke overeenkomsten en het uniformeren van standaardclausules die door individuele omroepen kunnen worden gebruikt;
- Het behartigen van de gezamenlijke belangen bij derde partijen als nieuwsorganisaties, collectieve beheersorganisaties, distributiepartijen;
- Het organiseren van het NL Media Event en de uitreiking van de NL Awards.

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



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 2021 met € 0,2 mln af ten opzichte van 2020. De toegekende verhoging voor de prijsindexatievergoeding bedraagt € 2,6 mln (1,7%). Vanwege de dalende trend van inkomsten uit reclame, naast markteffecten vanwege corona, wordt rekening gehouden met een daling van € 3,4 mln, zodat voor 2021 de reclame-inkomsten begroot worden op € 14,3 mln. Andere inkomsten worden iets hoger geraamd. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met (door onder meer provincies) toegekende subsidies. Dat komt omdat omroepen bij het vaststellen van de begroting nog geen volledige zekerheid hebben over aangevraagde bedragen. Daarom worden deze bedragen niet opgenomen. 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 thema. In de begroting van de regionale omroepen zijn nog toe te kennen middelen uit de subsidieregeling innovatie en samenwerking regionale publieke media-instellingen

om deze reden nog niet opgenomen, net als een mogelijk vervolg op de succesvolle pilot vensterprogrammering van regionaal nieuws op NPO2. De verwachting is dat de reclame-inkomsten in de komende jaren onder druk blijven staan. Daarnaast is er zorg over de ontwikkeling van loonkosten en kosten voor pensioenen, nu de loonvraag van vakorganisaties ruim hoger is dan de inflatiecompensatie die de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend, terwijl ook de kosten voor pensioenen in de huidige systematiek fors toenemen.

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 2020 is vastgesteld op 1,73% (begroot: 1,5%). Bij het vaststellen van de begroting 2021 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 1,7%. Dit percentage is doorgenomen met het ministerie van OCW en volgt uit de gehanteerde indexering van het Centraal Economisch Plan (CEP) voorjaar 2020.

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. De uitbraak van Corona heeft grote gevolgen voor de regionale reclame-inkomsten, naar verwachting op zowel korte als middellange termijn. De regionale omroepen kunnen in tegenstelling tot de landelijke situatie hier echter niet steunen op het bestemmingsfonds van het ministerie van OCW en dragen dit risico geheel zelfstandig.

Vanwege de onzekerheid over het herstel van de economie en de advertentiemarkt houden de omroepen en de landelijke verkooporganisatie rekening met verschillende scenario's.

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 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. Dit jaar zijn daar de eerste ervaringen en verdere verwachtingen rondom Coroneffecten bij betrokken.

Op 'normale' wijze is per omroep de landelijke omzetprognose op uniforme wijze en kwalitatief gelijkwaardig afgestemd en is gekomen tot een eenduidige begrotingsystematiek. 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 samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep. Het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt. Maar vanwege de lagere opbrengsten op online ten opzichte van radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd. Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze ramingen opgesteld, naast de effecten van het gedeeltelijk wegvallen van de advertentiemarkt als gevolg van Corona.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmabonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2021 ramen de regionale omroepen een licht hoger niveau ten opzichte van het vorige jaar. Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegekend.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2021 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 2021 worden geraamd op € 14,3 mln. Deze daling van circa 20% verhoudt zich tot ruim 55 arbeidsplaatsen.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2021-2025)

x € miljoen	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Publieke inkomsten	149,7	152,2	153,7	155,3	156,8	158,4
Reclame inkomsten	17,7	14,3	13,8	13,4	12,7	12,0
Overige inkomsten	10,6	11,3	11,2	10,9	11,2	10,9
Totaal	178,0	177,8	178,7	179,6	180,7	181,3

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2020 zijn ten opzichte van de begroting 2020 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2020).

Begroting organisatie RPO

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Voor de uitvoering van de wettelijke taken en werkzaamheden wordt voor 2021 een bedrag begroot van € 854.703,-. 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 € 289.763,-. Het budget van de RPO-organisatie is evenals de budgetten van de regionale omroepen berekend op basis van de gecorrigeerde index in 2020 van 1,73% en een index van 1,7% voor 2021.

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 2021

	2020	2021
	Bedrag (€)	Bedrag (€)
Baten		
Media aanbod -OCW	838.516	854.703
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	284.919	289.763
TOTAAL BATEN	1.123.435	1.144.466
Lasten		
Lonen en salarissen	423.958	439.208
Sociale lasten	111.140	115.426
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	29.000	29.000
Overige bedrijfslasten	559.337	560.832
TOTAAL LASTEN	1.123.435	1.144.466

Begroting op basis van MW artikel 2.169 lid 3b

Meerjarenraming RPO-organisatie 2022-2025

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 2020 en 2021.

Meerjarenraming

(x€ 1.000)	2022	2023	2024	2025
Baten				
Media aanbod - OCW	863	872	881	889
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	293	296	299	302
TOTAAL BATEN	1.156	1.167	1.179	1.191
TOTAAL LASTEN	1.156	1.167	1.179	1.191
RESULTAAT	-	-	-	-

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

Budgetaanvraag 2021

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2020 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2021 opgenomen. Het budget 2020 is voor de bijgestelde indexatie ten opzichte van de begroting 2020 geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2021 bedraagt € 153.067.133 en is gebaseerd op een indexering van 1,7% (CEP, voorjaar 2020).

De indexering is een voorlopig getal, dat zoals eerder aangegeven kan worden bijgesteld als gevolg van de Macro Economische Verkenningen (MEV) van najaar 2020 en/of het CEP voorjaar 2021 van het CPB. De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen blijft in 2021 ongewijzigd en conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.

Bekostiging	2020		2021
	Bedrag (€)	%	Bedrag (€)
RTV Noord	9.503.923	6,35%	9.665.489
Omrop Fryslân	10.476.765	7,00%	10.654.870
RTV Drenthe	9.523.380	6,36%	9.685.277
RTV Oost	11.015.570	7,36%	11.202.835
Omroep Gelderland	16.821.195	11,24%	17.107.155
Omroep Flevoland	8.246.711	5,51%	8.386.905
RTV Utrecht	9.848.159	6,58%	10.015.578
NH	14.576.174	9,74%	14.823.968
Omroep West	10.536.632	7,04%	10.715.755
RTV Rijnmond	10.761.134	7,19%	10.944.074
Omroep Zeeland	8.980.084	6,00%	9.132.746
Omroep Brabant	17.569.535	11,74%	17.868.217
LI	11.808.811	7,89%	12.009.561
	149.668.073	100,00%	152.212.430
RPO*	840.416		854.703
Totaal	150.508.489		153.067.133

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

De bekostigingsaanvragen van de regionale omroepen zijn sluitende begrotingen. Omroepen die vanwege dalende reclame-inkomsten als gevolg van de coronacrisis een exploitatietekort voorzien, treffen hiervoor maatregelen in de eigen exploitatie of doteren een bate vanuit de eigen reserve voor media-aanbod of het eigen vermogen.

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, mediatechniek, adviesdiensten en opleidingen.

Personeel

Voor eind 2020 wordt verwacht dat het aantal medewerkers (in fte) bij de regionale omroepen met 8,2 fte is toegenomen tot 1246,6 fte. De omroepen voeren al enkele jaren een beleid om flexibele contracten om te zetten in vaste overeenkomsten. Dat heeft met name in 2019 geleid tot een stijging van de personele bezetting. Dit beleid wordt voortgezet. Voor 2021 wordt dan ook een stijging voorzien naar 1288 fte. De ruimte hiervoor is vanzelfsprekend nog afhankelijk van de kostenstijgingen van onder meer personeel, cao-kosten en de beschikbare indexatie van de (publieke) inkomsten en de daling van reclame-inkomsten. Ruimte in de formatie wordt, evenals vorige jaren, ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

Personele bezetting regionale publieke media-instellingen in fte (2020-2021)

	verwacht ultimo 2019	gerealiseerd ultimo 2019	verwacht ultimo 2020	verwacht ultimo 2021
Personele bezetting fte	1221,4	1238,4	1246,6	1288,0
Delta met vorig jaar		56,5	8,2	41,5

Bijlage I A **Overzicht aanbodkanalen**

In deze bijlage (I A) zijn de huidige aanbodkanalen van de regionale omroepen vermeld.

De RPO vraagt in deze begroting twee nieuwe aanbodkanalen aan voor RTV Drenthe.

De RPO vraagt in deze begroting de beëindiging aan van een aanbodkanaal van Omrop Fryslân en van Omroep Zeeland.

De RPO vraagt in deze begroting de naamswijziging aan van een aanbodkanaal van Omrop Fryslân.

Deze aanvragen zijn opgenomen in bijlage I B.



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

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



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

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

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)	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Zeeland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Zeeuwse Top 40 Live radio (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)	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Brabant, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Brabant is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Brabant en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Brabant App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant, van Omroep Brabant samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
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)	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van L1, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	L1alaaf (www.l1alaaf.nl): Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg (https://l1.nl/plat-eweg): Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (overig)



Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
l1mburg.nl (www.l1mburg.nl)	<p>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.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
L1 App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
l1mburg 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 l1mburg).

**RTV NOORD****rtv Oost****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)

Bijlage I. B Aanvraag nieuwe en wijziging aanbodkanalen

RTV Drenthe

De RPO vraagt de aanbodkanalen Radio Dreents en Bluesradio Drenthe voor RTV Drenthe aan.

Radio Dreents

1. Aanvraag

RTV Drenthe, Beilerstraat 30, 9401 PL Assen is de regionale publieke instelling voor de provincie Drenthe. Zij is daartoe aangewezen door het Commissariaat voor de Media voor de periode 2017-2023.

De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming met het verspreiden van een aanbodkanaal in de vorm van een lineaire stream onder de naam Radio Dreents met ingang van 1 januari 2021. Deze lineaire stream zal op de website van RTV Drenthe gehost worden.

2. Korte omschrijving van de dienst Radio Dreents

De dienst betreft de distributie van Drentstalige muziek via een lineaire stream die gehost gaat worden op de website van RTV Drenthe. RTV Drenthe is cultuurdrager van de provincie Drenthe en erkent dat het Drents dialect een grote rol speelt in de samenleving. RTV Drenthe besteedt in haar reguliere radioprogrammering wel aandacht aan de Drentstalige muziek, maar dan in een brede samensmelting van muzieksoorten, om zo een breed publiek te bedienen. RTV Drenthe wil graag een medium om louter Drentstalige muziek onder de aandacht te brengen bij specifieke liefhebbers. RTV Drenthe heeft een enorm Drentstalige muziekarchief dat hiermee voor een groot publiek beschikbaar komt.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding Radio Dreents

a. Vraag vanuit de samenleving en opdracht vanuit de Mediaraad

De achterban van RTV Drenthe met een Drentse identiteit vraagt de omroep om meer aandacht voor de Drentse taal. RTV Drenthe vindt als cultuurdrager van de provincie dat Drentstalige muziek een eigen plek verdient. In

de huidige radioprogrammering is er aandacht voor de Drentstalige muziek maar in verhouding met overige talen (Ned- Eng-Du- Fra). Met een eigen lineair internetstation kan de omroep extra aandacht genereren voor de Drentstalige muziek. In het meerjarenplan van RTV Drenthe staat dat RTV Drenthe wil verbinden. Nieuwe mogelijkheden die online en sociale media bieden, geven kansen om nieuwe doelgroepen te bereiken en het bereik van RTV Drenthe te vergroten. Op deze manier vervult RTV Drenthe een onmisbare spilfunctie in de provincie.

De aanvraag van dit aanbodkanaal ziet RTV Drenthe daarom als een verdere ontwikkeling van zijn taak als cultuurdrager van de provincie Drenthe.

b. Concessiebeleidsplan RPO

In het Concessiebeleidsplan 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 onlinekanalen versterkt worden. Het nieuwe online aanbodkanaal Radio Dreents is ondersteunend aan de Drentse taal-cultuur en heeft een eigen plek binnen de Drentse samenleving. Maar verdient ook ondersteuning. De Drentse taal staat onder druk en RTV Drenthe ziet het als een cultuurtaak de Drentse taal te ondersteunen. Met dit aanbodkanaal draagt Radio Drenthe als regionale omroep bij aan de doelstelling binnen het CPB van de RPO. Verder past de aanvraag van dit aanbodkanaal -dat dus op een specifieke subcultuur is gericht- volledig bij de ambities zoals geformuleerd in paragraaf 4.3 en 4.4 van het Concessiebeleidsplan.

4. Publiek Radio Dreents

Het luisterpubliek van dit aanbodkanaal is divers: het aanbodkanaal is veelzijdig: de inrichting behelst populaire streektaal, oude luisterliedjes, Drents Cabaret, Drentse blues en Rock 'n' Roll; kortom alle vormen van Drentse muziekcultuur komen voorbij. Het publiek is breed. Van jonge lui die 's avonds Drentse popmuziek in hun 'keet' aan hebben staan, tot oudere mede-Drenten die het heerlijk vinden om te luisteren naar Drentstalige muziek uit hun jeugd. RTV Drenthe wil een zo groot mogelijk geïnteresseerd publiek bedienen.

Met dit nieuwe aanbodkanaal wil RTV Drenthe een unieke onlinezender aanbieden: de eerste Drentstalige muziek-

zender van Nederland, om specifiek het Drents te promoten en de geïnteresseerde doelgroepen te bedienen. De zender zou daarbij eventueel informatief uitgebreid kunnen worden met meerdere Drentse culturele lagen zoals een cultuuragenda of cultuurhistorie.

5. Relatie met ander media-aanbod Radio Drents

a. Positionering binnen andere aanbodkanalen RTV Drenthe

RTV Drenthe heeft naast de reguliere radiostream, die een kopie is van de FM- en DAB+ zender, ook een gedeeld aanbodkanaal voor liefhebbers van de Nedersaksische streektaal, onder de naam Alles Plat. Deze samenwerking tussen RTV Drenthe, RTV Noord, RTV Oost en Omroep Gelderland resulteert in een stream vanuit het platform Alles Plat.

b. Bestaand aanbod

In Drenthe is voor zover bekend geen specifiek Drentstalig gerelateerd aanbodkanaal op internet.

6. Wijze van distributie en financiering Radio Drents

a. Distributie

Het gaat om het toevoegen van een aanbodkanaal op online door middel van een stream. Deze stream is af te spelen op diverse apparaten, zolang deze de mogelijkheid hebben om internetkanalen af te spelen. De stream is overal ter wereld te gebruiken.

b. Financiering

De kosten voor dit platform zijn vooral infrastructureel. Er moet een extra aanbodkanaal worden gehost en dat vereist een investering van zo'n 6.500 (vijfenzestighonderd) euro. Verder zijn er jaarlijkse onderhoudskosten van zo'n 2.000 (tweeduizend) euro. Deze bedragen zijn opgenomen in onze investerings- en exploitatiebegroting voor 2021 en maken derhalve onderdeel uit van onze bekostigingsaanvraag 2021.

- Overige kosten, zoals het bijhouden van de playlisten en het gebruik van de bandbreedte voor de distributie van de streams, worden vanuit de bestaande middelen gedekt.
- Bij de toekenning van twee aanbodkanalen (zie ook aanvraag Bluesradio Drenthe) kan het totaalbedrag van de hosting naar beneden. Dan gaat het om een totale investering van zo'n 8500 (vijfentachtighonderd) euro en onderhoudskosten van zo'n 3.000 (drieduizend) euro.

7. Publieke taak Radio Drents

Het spreekt voor zich dat deze aanvraag goed past bij de publieke taak van RTV Drenthe. Het gaat hier om ondersteuning van behoud van de Drentse cultuur en identiteit. Het Drents dreigt steeds meer te verdwijnen uit het taalbeeld van de provincie. Ouders geven het Drents steeds minder door, maar gelukkig is er (vooral vanuit het platteland en op scholen) nog wel interesse in de Drentse taal. Om deze aandacht vast te houden – en hopelijk weer aan te jagen – kan dit aanbodkanaal van dienst zijn: muziek is per slot van rekening een echte verbinder. Het Drents is een officiële streektaal. Met dit kanaal wordt het Drents in stand gehouden en wordt de taal actief verspreid.

a. Bijdrage aan verscheidenheid en toegankelijkheid

Met deze aanvraag kan RTV Drenthe een Drentstalig muziekarchief ontsluiten van begin jaren 50 tot nu. Het betreft unieke content die het verdient gehoord te worden voor een breed, geïnteresseerd publiek.

Bluesradio Drenthe

1. Aanvraag

RTV Drenthe, Beilerstraat 30, 9401 PL Assen is de regionale publieke instelling voor de provincie Drenthe. Zij is daartoe aangewezen door het Commissariaat voor de Media voor de periode 2017-2023.

De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming met het verspreiden van een aanbodkanaal in de vorm van een lineaire stream onder de naam Bluesradio Drenthe met ingang van 1 januari 2021. Deze lineaire stream zal op de website van RTV Drenthe gehost worden.

2. Korte omschrijving van de dienst Bluesradio Drenthe

De dienst betreft de distributie van Bluesmuziek via een lineaire stream die gehost gaat worden op de website van RTV Drenthe. RTV Drenthe is cultuurdrager van de provincie Drenthe en erkent dat de blues een wezenlijk onderdeel is van de Drentse muziekcultuur. RTV Drenthe besteedt in haar reguliere radioprogrammering wel aandacht aan bluesmuziek, maar dan gefragmenteerd. RTV Drenthe wil graag een medium om hoofdzakelijk Drentse bluesmuziek onder de aandacht te brengen bij specifieke liefhebbers.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding Bluesradio Drenthe

a. Vraag vanuit de samenleving en opdracht vanuit de Mediaraad

De Nederblues heeft zijn ontstaansgeschiedenis in Drenthe, met de band Cuby and the Blizzards. Vanaf dat moment had Drenthe een ijkpunt in haar geschiedenis: werken op het land, met de knieën in de modder, maar de kracht om op te staan en een eigen identiteit te ontwikkelen. Drenthe krijgt een eigen stem. Tal van Drentse bands hebben zich sindsdien op de blues gestort, altijd met als achtergrond de basis van het Drentse bestaan en de mogelijkheid tot het ontstijgen van je lot. De blues is cultureel erfgoed van Drenthe. Met een eigen lineair internetstation kan de omroep extra aandacht genereren voor deze muzieksoort. RTV Drenthe heeft in zijn meerjarenplan opgenomen te willen verbinden. Nieuwe mogelijkheden die online en sociale media bieden, geven kansen om nieuwe doelgroepen te bereiken en het bereik van RTV Drenthe te vergroten. Op deze manier vervult RTV Drenthe een onmisbare spilfunctie in de provincie.

De aanvraag van dit aanbodkanaal ziet RTV Drenthe daarom als een verdere ontwikkeling van zijn taak als cultuurdrager van de provincie Drenthe.

b. Concessiebeleidsplan RPO

Blues is synoniem voor het gevoel van Drenthe. Dat gevoel zal door de Drent als volgt worden omschreven: 'We hebben ons lot, kunnen we er aan ontkomen en gaan we er voor vechten?' In het Concessiebeleidsplan van de RPO 'Liefde voor de Regio' 2017-2025 komt het versterken van de regio aan bod in hoofdstuk 3. Een prachtige community is dan Bluesradio Drenthe, waar Drenten zich kunnen vereenzelvigen met hun muziekgevoel. Met dit aanbodkanaal draagt RTV Drenthe als regionale omroep bij aan de doelstelling binnen het CPB van de RPO. Verder past de aanvraag van dit aanbodkanaal -dat dus op een specifieke subcultuur is gericht- volledig bij de ambities zoals geformuleerd in paragraaf 4.3 en 4.4 van het Concessiebeleidsplan.

4. Publiek Bluesradio Drenthe

Het luisterpubliek voor dit kanaal is specifiek: het gaat om liefhebbers van Drentse blues en aanverwante muziek; van Cuby and the Blizzard tot Daniel Lohues.

Bluesradio Drenthe is een uniek aanbodkanaal waar de Drentse- en Nederblues centraal staan, met tal van muzikale verbanden naar de Amerikaanse blueswereld. Al 25 jaar lang maakt Radio Drenthe het succesvolle Harry's Blues waar voorheen Harry -Cuby- Muskee met programmamaker/samensteller en huidig presentator Albert Haar een groot Drents Bluesarchief heeft opgebouwd. Een archief waar het Drentse publiek naar smacht om te worden geopend.

5. Relatie met ander media-aanbod Bluesradio Drenthe

a. Positionering binnen andere aanbodkanalen RTV Drenthe

RTV Drenthe heeft naast de reguliere radiostream, die een kopie is van onze FM- en DAB+ zender, geen aanbodkanaal voor liefhebbers van de Drentse Blues.

b. Bestaand aanbod

In Drenthe is voor zover bekend geen specifiek Drentse blues gerelateerd aanbodkanaal op internet.

6. Wijze van distributie en financiering Bluesradio Drenthe

a. Distributie

Het gaat om het toevoegen van een aanbodkanaal op online door middel van een stream. Deze stream is af te spelen op diverse apparaten, zolang deze de mogelijkheid hebben om internetkanalen af te spelen. De stream is overal ter wereld te gebruiken.

b. Financiering

De kosten voor dit platform zijn vooral infrastructureel. Er moet een extra aanbodkanaal worden gehost en dat vereist een investering van zo'n 6.500 (vijfenzestighonderd) euro. Verder zijn er jaarlijkse onderhoudskosten van zo'n 2.000 (tweeduizend) euro. Deze bedragen zijn opgenomen in onze investerings- en exploitatiebegroting voor 2021 en maken derhalve onderdeel uit van onze bekostigingsaanvraag 2021.

- Overige kosten, zoals het bijhouden van de playlisten en het gebruik van de bandbreedte voor de distributie van de streams, worden vanuit de bestaande middelen gedekt.
- Bij de toekenning van twee aanbodkanalen (zie aanvraag Radio Dreents) kan het totaalbedrag van de hosting naar beneden. Dan gaat het om een totale investering van zo'n 8500 (vijfentachtighonderd) euro en onderhoudskosten van zo'n 3.000 (drieduizend) euro.

7. Publieke taak Bluesradio Drenthe

De Drentse Blues is immaterieel cultureel erfgoed. Het past RTV Drenthe en het is spijtig dat er binnen het huidige aanbod geen ruimte is voor een eigen blueszender. De mogelijkheid van een aanbodkanaal op internet is een aanwinst, waarbij de omroep een specifieke doelgroep aan zich kan binden en kan uitstralen dat deze muziekstroming in de provincie springlevend is en behouden blijft.

a. Bijdrage aan verscheidenheid en toegankelijkheid

Met deze aanvraag kan RTV Drenthe een eigen bluesmuziek-archief ontsluiten van meer dan 25 jaar oud tot nu. Daarnaast kan de muzikale geschiedenis van de blues en de grote Drentse rol daarvan in Nederland worden verteld. Het betreft unieke content die het verdient gehoord te worden voor een geïnteresseerd publiek.

Omrop Fryslân

De RPO vraagt de beëindiging aan van het kanaal Klipklar TV van Omrop Fryslân. Met betrekking tot het kanaal Omrop Nonstop van Omrop Fryslân wordt aangevraagd om de naam te wijzigen in Alles Frysk.

Klipklar TV

1. Aanvraag

Stichting Omrop Fryslân, kantoorhoudend te Zuiderkruisweg 2, 8938 AP Leeuwarden, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Friesland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal Klipklar TV met een lineaire videostream met Friese popmuziek van Omrop Fryslân vanaf 1 januari 2021 te beëindigen, of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

Klipklar is een lineaire videostream met clips van Friese bands.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Klipklar TV is gestart in de periode dat Omrop Fryslân het kanaal was waar Friese bandjes hun clips konden vertonen. Ondertussen gebruiken Friese bands voor het onder aandacht brengen van hun clips hun eigen kanalen (website, social media, etc). De noodzaak om Klipklar TV te gebruiken verdween, het aanbod droogde op en ook de belangstelling is minimaal. Afgelopen (Corona)periode kreeg Omrop Fryslân nauwelijks meer aanbod. Omrop Fryslân is dan ook voornemens om volledig met Klipklar TV te stoppen.

Alles Frysk

1. Aanvraag

Stichting Omrop Fryslân, kantoorhoudend te Zuiderkruisweg 2, 8938 AP Leeuwarden, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Friesland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om de naam van het aanbodkanaal Omrop Nonstop van Omrop Fryslân te wijzigen in Alles Frysk vanaf 1 januari 2021, of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

Omrop Nonstop is een lineaire audiostream met muziek van Friese bands.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Omrop Fryslân wil extra inzetten op het positioneren van de Omrop als hèt podium voor de Friese muziek. Op dit moment wordt dit aangeboden onder de titel Omrop Nonstop maar dat zegt niets over de content. Vandaar dat Omrop Fryslân voornemens is om deze naam te veranderen in Alles Frysk. Daarmee maakt Omrop Fryslân ook in de naam van het aanbodkanaal duidelijk dat het hier draait om de Friese muziek.

Omroep Zeeland

De RPO vraagt de beëindiging aan van het aanbodkanaal Zeeuwse Top 40 Live Radio van Omroep Zeeland.

1. Aanvraag

Stichting Omroep Zeeland, kantoorhoudend te Kanaalstraat 64, 4388 BP te Oost-Souburg, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Zeeland. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming de lineaire audiostream het aanbodkanaal Zeeuwse Top 40 Live radio van Omroep Zeeland vanaf 1 januari 2021 te beëindigen, of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

De dienst betreft de distributie van popmuziek van Zeeuwse artiesten die via een lineaire audiostream aangeboden wordt op de website omroepzeeland.nl. Via dit aanbodkanaal is 24/7 non-stop popmuziek van Zeeuwse artiesten te beluisteren.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Omroep Zeeland wil het bovengenoemde aanbodkanaal beëindigen in het licht van veranderende inzichten en het maken van scherpe keuzes als gevolg van de beschikbare financiële middelen. De keuze voor beëindiging van het bovengenoemde aanbodkanaal is ingegeven vanuit de volgende overwegingen:

- Het bereik van het aanbodkanaal blijkt relatief laag en het toegevoegd bereik gering;
- Het ontbreekt aan financiële middelen om het aanbodkanaal in de markt te zetten;
- Het ontbreekt aan tijd om het aanbod actueel te houden en de database met uit te spelen muziek te verversen;
- Het ontbreekt aan tijd om de programmering van het aanbodkanaal actueel en gevarieerd te houden;
- Onderhoud van de database, soft- en hardware vraagt investeringen. Omroep Zeeland wil de beperkte financiële middelen anders inzetten;
- Onderzoek toont aan dat de behoefte aan non-stop muziek van Zeeuwse artiesten bij ons publiek beperkt blijkt te zijn.
- Naast kostenbesparing leidt beëindiging van het aanbodkanaal Zeeuwse Top 40 Live radio door de reductie in het aantal aanbodkanalen naar verwachting tot een sterkere focus op de overblijvende kanalen.

Omroep Zeeland werkt aan een sterk verbonden en goed geïnformeerde samenleving. Alles wat we doen is erop gericht om het leven van de Zeeuw te verrijken. Het bieden van een platform aan muziek van Zeeuwse artiesten en streektaalmuziek geeft invulling aan de opdracht en ambitie om met een breed en pluriform aanbod iedereen met interesse in de eigen leefomgeving en provincie te bedienen. Onderzoek leert dat een breed toegankelijk muziekaanbod door ons publiek gewaardeerd wordt, maar dat het publiek niet specifiek op zoek is naar muziek uit Zeeland. Binnen het media-aanbod van Omroep Zeeland neemt muziek uit de regio een prominente plaats in en is er op de overige kanalen van de omroep een ruim voldoende alternatief aanbod beschikbaar waarbinnen de geïnteresseerde doelgroep in contact kan komen met publiek media-aanbod waarin muziek van Zeeuwse artiesten en streektaalmuziek centraal staan. De lineaire audiostream Zeeuwse Top 40 Live Radio als aanbodkanaal is, naast de programmakanalen televisie, radio en overige online aanbodkanalen, overbodig geworden.

Omroep Zeeland biedt als cultuurdrager binnen haar brede en vrij toegankelijke media-aanbod op alle aanbodkanalen een platform aan voor muziek uit de regio. Door het programmeren van muziek van Zeeuwse artiesten op radio en televisie, het brengen van relevant muzieknieuws via uitzendingen, radio, tv en online, het organiseren van een eigen evenementen als 'De Zeeuwse Muziek10daagse' en 'De Zeeuwse Top 40' blijft Omroep Zeeland, ook na beëindiging van het aanbodkanaal Zeeuwse Top 40 Live radio, in ruime mate bijdragen aan verscheidenheid en een platform bieden aan Zeeuwse popmuziek.

Bijlage II Ambities CBP

Media-aanbod CBP-doelstellingen

- Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio met eigen nieuw-productie 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
- Experimenten met nieuwe journalistieke werkwijzen en innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek
- In iedere regio 24/7 een actuele site en app met het laatste nieuws en achtergronden
- In iedere regio 24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk live radio met nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek
- In iedere regio minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie
- Calamiteitentaak vervullen met een alerte organisatie in iedere regio

- Verslag kunnen doen van evenementen met een nabije organisatie in iedere regio
- Actief de ervaringen van gebruikers, lezers, luisteraars of kijkers gebruiken om te innoveren
- De identiteit in iedere regio versterken door actief bij te dragen aan de regionale samenleving
- In iedere regio actief vormgeven van participatie en consultatie van het publiek
- In iedere regio vertegenwoordiging van het publiek in een representatieve regionale mediaraad
- Regiodocumentaires
- Meer persoonlijke interactie tussen de regionale publieke omroepen en het publiek
- Het regionale publiek bedienen met themaplatforms
- Hoge publiekswaardering van de informatieve en verbindende radio van de regionale publieke omroepen
- Hoge publiekswaardering voor het onderscheidende media-aanbod van de regionale publieke omroepen
- Voortzetting aanbodkanalen op wijze zoals zij tot aan begindatum concessieperiode werden aangeboden

Bereik CBP-doelstellingen

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

Distributie CBP-doelstellingen

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

Innovatie & ontwikkeling

CBP-doelstellingen

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

Samenwerking

CBP-doelstellingen

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

Organisatie/good governance

CBP-doelstellingen

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

Financiën

CBP-doelstellingen

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

Bijlage III Overzicht activiteiten RPO 2021

In onderstaande tabel zijn – niet uitputtend – de activiteiten van de RPO in 2021 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: audit, remuneratie, beleidsontwikkeling & juridische zaken, organisatieontwikkeling & innovatie

Bestuurlijke activiteiten

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

Voldoen aan wet- en regelgeving

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

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, PA en communicatie

- Jaarverslag
- Informeren van stakeholders (o.a. bijeenkomst in voorjaar en mogelijk najaar)
- Website, sociale media en nieuwsbrief

Bedrijfsvoering

- Interne bedrijfsvoering

II. COÖRDINATIE & ANDERE WETTELIJKE TAKEN

Concessiebeleidsplan

- Vertalen naar jaarplannen
- Uitvoeren en monitoren
- Rapporteren

Prestatieovereenkomst (POVK)

- Overleg met ORO, OCW en CvdM
- Monitoren van en rapporteren over prestatieafspraken

Begroting

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

Evaluatie concessiebeleidsplan

- Uitvoeren evaluatie eerste planperiode 2019-2021
- Voorbereiden nieuwe planperiode 2022-2025 en verdieping CBP

CAO voor het Omroep personeel

- Overleg, onderhandelen en afsluiten CAO voor Omroep personeel met NPO en vakorganisaties
- Opvolging afspraken CAO, waaronder de modernisering van de CAO

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, VNG, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, Raad voor Cultuur en Nicam
- Deelname aan overleggen over maatregelen visiebrief minister Slob 'Waarde voor het publiek'

Bevorderen Good Governance

- Jaarlijkse bijeenkomst met raden van toezicht RPMI's,

Invulling geven aan bestaande en eventuele nieuwe beleidsregels/regelingen CvdM, RvC en andere mediagerelateerde (zelf)regulerende organen

- Monitoren en RPMI's informeren

Coördineren beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders

- Consultaties, beleidsregels, mediabeleid en onderzoeken
- Maatregelen en overleg n.a.v. coronacrisis

Toepassen en actualiseren samenhangende distributiestrategie

- Opstellen samenhangende distributiestrategie
- Rapporteren over de samenhangende distributiestrategie

Bewaken handleiding voor regionale mediaraden

- Bewaken (toepassing) handleiding

Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering

- Overleg met werkgroep over regionale programmering / NPO Regio
- Dagjournaals
- Overname regionale content door andere omroepen

Bewaken procedure aanbodkanalen RPMI's

- Bewaken aanbodkanalen

Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering

- In samenspraak met NLPO bevorderen samenwerking tussen regionale en lokale omroepen
- Monitoren samenwerking
- Organiseren werkgroep over en stimuleren inzet incidentele middelen die OCW beschikbaar stelt voor samenwerking

Bereik- en waarderingsonderzoek

- Coördineren van sectoronderzoek en meetmethoden andere mogelijke onderzoeken
- Jaarlijks monitoren, verfijnen en verbeteren dashboard met onderzoekresultaten

Media-onderzoek en onderzoek

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

Distributiebeleid

- Volgen, bestuderen en adviseren over beleidsveld distributie en frequenties (waaronder digitale radio en tv, FM, kabelen online) waaronder Algemeen Overleggen van vaste Kamercommissies en reacties op internetconsultaties
- Vertegenwoordiging in overleggen met beleidsorganen en stakeholders (Nationaal Frequentiebeleid Overleg, PMSE, Ketenoverleg)
- DAB+-beleid (coördineren van afspraken m.b.t. bekostiging, dekking en naleving vergunningvoorschriften)
- Afspraken met pakketaanbieders over doorgifte, inclusief naleving must-carry verplichtingen en beoordeling ontheffingsverzoeken
- Coördineren afspraken met NLZIET

Bevorderen van doelmatigheid, waaronder de doelmatige inzet van publieke middelen

- Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen
- Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum (GROE&I)
- Operationeel beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+
- Afsluiten van overeenkomsten namens alle of meerdere RPMI's op gebied van distributie
- Organiseren van gezamenlijke inkoopprocedures
- Inventarisatie en uitwerking mogelijkheden ter versterking van de rechtspositie RPMI's individueel en hun gezamenlijke rechtspositie, o.a. met het oog op samenwerkingsverbanden .
- Inventarisatie mogelijkheden bundelen diensten/dienstverlening/opzetten kenniscentrum
- Verantwoording subsidie voor project vfonds
- Inventarisatie mogelijkheden externe financiering

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
- Stichting Reclame Code
- NLO en SKO (via ORN)
- CIRCOM
- Werkgeversvereniging voor de Media en de organen van PNO Media (Pensioenraad)
- PMSE
- Ketenoverleg (overlegorgaan van de grootste partijen betrokken bij de Nederlandse televisiedistributieketen)
- De Tegel
- Stichting Thuis kopie
- VVOJ

Faciliteren van uitwisseling van kennis en ervaringen tussen RPMI's op gebied van personeel en organisatie, financiën, techniek, onderzoek en innovatie

- Hoofden P&O
- Hoofden techniek
- Hoofden financiën
- Hoofdredacteuren

Communicatie

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

Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures waaronder

- Mediatechniek 2020 en verder
- On Demand kijken
- Online functionaliteiten en toepassingen

Afsluiten en monitoren gezamenlijke overeenkomsten

- ANP
- Collectieve beheersorganisaties als Buma/Stemra, Sena
- Pakketaanbieders

Organiseren NL Media Event en NL Awards

- NL Media Event en NL Awards

Bijlage IV 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 € 854.703. Het budget voor samenwerkingstaken en additionele activiteiten is begroot op € 289.763. 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 Omroeperspersoneel.

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 v Definities

Documentaire

Een non-fictie (audio(visuele)) productie (waaronder podcast) bestemd voor verspreiding via één of meerdere aanbodkanalen van een RPMI, die de productie heeft ge(co)produceerd dan wel aangekocht, waarbij de persoonlijke visie/stem van de maker wordt vormgegeven door een goede voorbereiding, onderzoek, meerdere opname-dagen en creatief gebruik van geluid en/of filmische middelen.

Evenementverslag

Een, al dan niet (semi) live, (audio)visuele)) registratie bestemd voor verspreiding via één of meerdere aanbodkanalen van een RPMI van:

- een evenement bestaande uit culturele, of (sub) culturele uitingen waarin (levensbeschouwelijke) opvattingen, waarden, normen, gewoontes en tradities centraal staan (voorbeelden: Carnaval, Koningsdag, herdenkingen, bloemencorso's, salls, Kerstnachtdienst in streektaal);
- een concert of festival met muziekoptredens;
- een evenement met een charitatief doel;
- een sportevenement, waarin sportieve prestaties geleverd worden door professionals en/of amateurs, een jaarlijkse (of minder frequente) sportcompetitie, en gebeurtenissen om sportieve prestaties te vieren.

Onderzoeksjournalistiek

Kritisch en diepgravend journalistiek onderzoek dat wordt uitgevoerd op basis van een onafhankelijk geformuleerde onderzoeksvraag en met toepassing van specifiek onderzoeksjournalistieke methoden, dat beoogt feiten en verbanden bloot te leggen die apart of in hun samenhang nog niet zichtbaar waren; en waarbij een zeker algemeen maatschappelijk belang in het geding is.

Landelijk gemiddelde totaalbereik

Is het landelijk gemiddelde totaalbereik van alle kanalen voor de dertien regionale omroepen in hun eigen verzorgingsgebied, oftewel de optelsom van het totaalbereik per omroep gedeeld door dertien.

Werkervarings-/stageplaats

Werkervaringsplaats voor personen uit kwetsbare groepen (zoals jongeren, schoolverlaters, wajongers en gehandicapten). Een werkervaringsplaats behelst het opdoen van werkervaring nadat een opleiding of studie is voltooid. Een stageplaats voor personen tijdens opleiding of studie om hun talenten te ontwikkelen of om hen aan de omroep te binden.

Bijlage VI Afkortingen

AWO-fonds	Arbeidsmarkt, Werkgelegenheids- en Opleidingsfonds voor de omroep	NOBO	Nederlands Online Bereik Onderzoek
bvA	Bond van adverteerders	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
CBP	Concessiebeleidsplan RPO als bedoeld in artikel 1.1. van de Mediawet 2008	OCW	Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Cvdm/Commissariaat	Commissariaat voor de Media	ORN	Omroep Reclame Nederland
CIRCOM	European Association of Regional Television (Cooperative Internationale de Recherche et d'Action en matière de Communication)	ORO	Overleg Regionale Omroepen
DAB	Digital Audio Broadcasting	PMA	Platform Media Adviesbureaus
EZK	Ministerie van Economische Zaken en Klimaat	POVK	Prestatieovereenkomst
GfK DAM	GfK Digital Audience Measurement	RPMI	Regionale publieke media-instelling als bedoeld in artikel 1.1 van de Mediawet 2008
GROE&I	Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise- en Innovatiecentrum	PMSE	Nederlandse belangenvereniging draadloze A/V verbindingen
Handboek	Het Handboek Financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en RPO	RPO	Stichting Regionale Publieke Omroep
HD	High Definition	RvC	Raad voor Cultuur
IPO	Interprovinciaal Overleg	RvT	Raad van toezicht
NICAM	Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media	SCP	Sociaal en Cultureel Planbureau
NLO	Nationaal Luister Onderzoek	SKO	Stichting Kijk Onderzoek
NLPO	Nederlandse Lokale Publieke Omroep	VNG	Vereniging Nederlandse Gemeenten
		ZBO	Zelfstandig Bestuurs Orgaan

Colofon

RPO Begroting 2021

9 september 2020

Tekst

RPO

Tekstredactie

Rob Wilson

Ontwerp

Jochum de Jong – de Toekomst

Fotografie

Omroep Zeeland, Minister Kaag in Vlissingen

LI, Vastelaovesgezicht, Foto Anne Janne

RTV Oost, Oosttribune

RTV Utrecht, Conny in de studio

Rijnmond, SOW Rijnmond

NPO – regio- NOS Journaal

Omrop Fryslân, Ingrid Spijkers (Omrop Fryslân) en Marco Keizer (RTV NOF), Foto

RTV NOF

NH, Interview op de uitmarkt

Omroep Gelderland, Harm Edens

RTV Noord, Uitzendstraat

Omroep Brabant, straatinterview

RTV Drenthe, Tommas Eggens

Omroep West, Omroep West verslaggever Pim Markering bij Parkpop, Foto Eva

Overbeeke

Omroep Flevoland, VR Studio