

Alles wat ons verbindt

De kracht van de regionale
publieke omroep als verbinder
in de samenleving.

Alles wat ons verbindt

Alles wat ons verbindt gaat over de essentie van de onafhankelijke journalistieke rol die regionale publieke omroepen spelen in onze samenleving. Het is een krachtige en relevante boodschap die onze missie draagt én positieve energie uitstraalt. Het is een uitnodiging aan iedereen om deel te nemen en actief bij te dragen aan zijn of haar regio. Dit vormt de basis voor sociale cohesie en gemeenschapsvorming.

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

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

De regionale publieke omroepen zijn journalistieke organisaties. Met als doel de inwoners uit de regio te voorzien van onafhankelijk en betrouwbaar nieuws en informatie. Alle omroepen beschikken over een redactiestatuut, een redactieraad en een mediaraad. Die zorgen ervoor dat journalisten in vrijheid, zonder rekening te hoeven houden met andere belangen dan de journalistieke, hun werk kunnen doen.

Het regionale media-aanbod voorziet in nieuws, informatie en achtergrondverhalen, met bijzondere aandacht voor cultuur. Op basis daarvan kunnen mensen goed geïnformeerd hun mening vormen en zich verbinden met hun regionale cultuur. De journalistiek heeft ook een controlerende functie, die tot uiting komt in onderzoeksjournalistiek.

Regionale publieke omroepen zijn ook de calamiteitenzenders voor de provincies, een rol die in de wet is vastgelegd. Bij een ramp verschaft de overheid informatie via deze zenders.

Inhoud

Alles wat ons verbindt	2
Vooraf	5
Onze positie in de maatschappij	7
Wat hebben we bereikt in de vorige periode?	7
Samenvatting concessiebeleidsplan 2026-2030	9
Ambities 2026-2030	9
Doelstellingen 2026-2030	10
Inleiding	11
Democratie, media en regionale ontwikkeling. Omgevingscan.	11
Een regionale publieke omroep die zich richt op grote maatschappelijke uitdagingen	14
1 De publieke mediaopdracht	16
1.1 Onze positionering	17
1.2 Onze kernwaarden	17
1.3 Onze visie op inclusiviteit en diversiteit	18
1.4 Onze maatschappelijke betekenis	19
1.5 Onze redactionele opdracht	20
1.6 Onze calamiteitenfunctie	22
2 Onze strategische prioriteiten in onze huidige transitie	24
2.1 Ons doelgroepenbeleid: verbindend, inclusief en divers	27
2.2 Onze samenleving en de afhankelijkheid van platforms: kans of bedreiging	34
2.3 Daar zijn waar onze doelgroepen zich bevinden	35
2.4 Effectieve contentstrategie	37
2.5 Redactionele transitie	38
3 Samenwerking zit in ons dna	43
3.1 De dertien regionale publieke omroepen	43
3.2 Externe samenwerking	44

4 Impact op onze organisaties en cultuur	48
4.1 De RPO en de dertien regionale publieke omroepen	48
4.2 Visie op goed werkgeverschap	50
4.3 Cyberveiligheid en privacy	54
4.4 Duurzaamheid	55
5 Financiering van de regionale publieke omroep	57
Bijlage I	
Regioprofielen	60
Bijlage II	73
Aard en aantal van de programmakanalen en de daarvoor gewenste frequentieruimte	
Bijlage III	75
Aard en aantal van de overige aanbodkanalen	
Bijlage IV	85
Bronnen & verwijzingen	

Vooraf

“Het gaat pas echt goed met Nederland als het overal goed gaat. Elke regio is uniek en kent haar eigen kansen en uitdagingen.”

Met deze woorden onderstreept het rapport *Elke Regio Telt*¹ het belang van regionale diversiteit. Dit document is inmiddels de basis van regeringsbeleid, dat erkent dat Nederland niet bestaat uit op zichzelf staande regio's, maar uit het collectief van regio's binnen de twaalf provincies.

Verbindende schakels

De regionale publieke omroepen zijn onmisbare verbindende schakels. We stellen de mens centraal en benadrukken vertrouwen en betrouwbaarheid. We willen dat iedereen mee kan doen in de samenleving en spelen in op de dringende behoefte aan samenhang. Daarnaast bieden we een tegengeluid tegen de toenemende polarisatie. Vanuit een onafhankelijke, journalistieke functie ondersteunen we de maatschappelijke cohesie.

De regionale publieke omroepen zijn van oudsher onderdeel van regionale gemeenschappen. We weten wat er speelt in de provincie en bij de inwoners. Met dat diepgaande inzicht:

- Bieden de omroepen nieuws, duiding en informatie, op basis van onderzoek en feiten;
- Doen we verslag van het debat en bevorderen we de dialoog; en
- Vertalen we grote maatschappelijke onderwerpen naar regionale contexten.

Jaarlijks bereiken wij gezamenlijk tachtig procent van de bevolking, door met onze journalistiek dicht bij ons publiek te staan. Via digitalisering kunnen de omroepen nog dichterbij het publiek komen en hen actief betrekken bij relevante regionale kwesties. Die nemen in aantal toe, zeker in het huidige politieke klimaat waarin landelijk beleid steeds vaker bij de regio's komt te liggen.

De rijkdom van de Nederlandse diversiteit ligt in de regio's zelf. Daarom is het behoud van tradities en culturen van groot belang. Door verslag te doen van talrijke regionale culturele evenementen creëren de regionale publieke omroepen verbinding en saamhorigheid.

¹ Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli), Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) en Raad Volksgezondheid & Samenleving (RVS) (2023) *Elke regio telt! Een nieuwe aanpak van verschillen tussen regio's*

Ambities en doelstellingen

In ons concessiebeleidsplan voor de periode 2026 tot en met 2030 hanteren wij **ambities** en **doelstellingen**. De ambities vormen tijdens de concessieperiode onze gezamenlijke stip op de horizon. De doelstellingen zijn afgeleid van deze ambities. In dit concessiebeleidsplan maken we die concreet voor het eerste concessiejaar 2026.

Gedurende de gehele concessieperiode evalueren we jaarlijks de concrete uitwerking van onze ambities en doelstellingen via onze jaarverslaglegging en actualiseren we deze in onze activiteitenplannen en bijbehorende begrotingen. Dat sluit aan bij de beleidscyclus van het Commissariaat voor de Media². De doelstellingen in dit concessiebeleidsplan zijn het fundament onder onze prestatieovereenkomst 2026-2030.



**Bekijk hier het verhaal
van Jacky uit Drenthe**

2 Commissariaat voor de Media (2024) Advies begroting regionale publieke mediadienst 2025 'De beleidscyclus bestaat uit het concessiebeleidsplan, de prestatieovereenkomst, de begroting en het jaarverslag. Met deze beleidscyclus maakt de regionale publieke omroep plannen en afspraken en legt zij verantwoording af over de wijze waarop zij gezamenlijk de publieke mediaopdracht op regionaal niveau uitvoeren en welke middelen daarvoor nodig zijn.'

Onze positie in de maatschappij

Dit concessiebeleidsplan kijkt vooruit naar de komende vijf jaar, maar kan niet los gezien worden van het verleden. Het is een voortzetting van beleid in voorgaande jaren en krijgt ook een vervolg na 2030. Dit concessiebeleidsplan is dan ook een verbindende schakel tussen ons verleden en de toekomst.

Wat hebben we bereikt in de vorige periode?

Gezamenlijk ontwikkelden de RPO en de dertien regionale publieke omroepen zich in de concessieperiode 2017-2025 als een belangrijke verbindende factor tussen landelijk en lokaal, tussen Randstad en regio en tussen politiek en burger. In die periode hebben we grote stappen gezet. Een greep uit onze mijlpalen:

- De regionale publieke omroepen ontwikkelden zich van analoge organisaties (qua techniek en cultuur) tot mediabedrijven die op alle platforms hun doelgroepen weten te bereiken. Met een toename van het totaalbereik op onze kanalen, constant hoge scores op betrouwbaarheid en vertrouwen³ én aantoonbare bijdragen aan sociale cohesie.
- De dertien regionale publieke omroepen en de RPO werken op veel terreinen samen. Zo pakten we onze innovatie en digitale transformatie gezamenlijk op. De oprichting van het Transformatieteam en het Datateam was van groot belang voor de digitale groei. Beide teams komen voort uit de omroepen.
- We sloten journalistieke allianties met de koepel van de lokale publieke omroepen (NLPO) en met de NOS. Daarmee gaven we de journalistieke samenwerking door het hele publieke omroepbestel een kwalitatieve impuls. De allianties vonden een plek in het zogenaamde ‘Publiek Journalistiek Huis’: een virtuele plaats waarin we intensief samenwerken in de drie lagen van de Nederlandse publiek journalistieke infrastructuur.
- Ook de in 2024 opgestarte operatie voor het oprichten van de zogenoemde Bureaus Lokaal is een mijlpaal. Die bureaus volgen het voorbeeld van het succesvolle Bureau Regio, het journalistieke samenwerkingsverband tussen de 13 regionale publieke omroepen en de NOS. De redactie werkt namens de regionale publieke omroepen op de NOS-nieuwsvloer in Hilversum.
- Met de NPO werken we samen op programmatisch niveau. Daarbij belichten landelijke omroepen de regio.

- Met NPO Werkstation werken we samen op het gebied van opleidingen en trainingen: Regiostation is beschikbaar voor alle medewerkers van de regionale publieke omroep op het gebied van onder meer persoonlijke loopbaanontwikkelingen, trainingen en e-learningen.
- NPO Start werd voorbereid om ook regionale content te publiceren.
- Met de NOS ontwikkelden we het succesvolle NOS Journaal Regio. Vanuit de journalistieke alliantie werken we ook samen bij opleidingen en techniek. Het nieuws van de regio is inmiddels terug te vinden in de NOS-app en op de voorpagina van nos.nl. Andersom is het nieuws van de NOS zichtbaar in de apps en op de websites van de regionale publieke omroepen.
- We verbeterden het kwantitatieve onderzoek naar bereik en impact van onze regionale journalistiek en culturele activiteiten.



**Bekijk hier het verhaal
van Piet uit Flevoland**

Samenvatting concessiebeleidsplan 2026–2030

Ambities 2026–2030

Maatschappelijke ambities

- Bijdragen aan meer onderling respect en meer tolerantie voor elkaars mening. We vervullen een voorbeeldfunctie door betrouwbaar en feitelijk te zijn en vanuit een open houding naar mensen te luisteren.
- Relevante maatschappelijk thema's maken we zichtbaar en belichten we. In interactie met ons publiek dragen we zo op een constructieve manier bij aan het regionale publieke debat. Zo leren we om elkaar in én buiten dat debat weer vaker te vinden.
- We staan als regionale publieke omroep midden in de samenleving. We zijn een afspiegeling van de maatschappij. We verbinden mensen weer - of meer - door onderling begrip te vergroten, te luisteren en leren zich in een ander te verplaatsen.

Doelgroepgericht werken

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

Effectieve contentstrategie

- Ons publiek ziet ons in de tijdlijnen en volgt ons actief op platforms van derden (socials en apps). Ze weet onze eigen platforms te vinden en te gebruiken. Ook na 2030 zien wij de meerwaarde van eigen platforms voor video, audio en tekst. Waar die tegen die tijd aan moeten voldoen, wordt in deze concessieperiode steeds duidelijker. De technologie ontwikkelt continu door; dus moeten wij onze eigen platforms ook blijven verbeteren. Onze ontwikkelcapaciteit groeit. Dat is noodzakelijk, omdat de snelheid waarmee het medialandschap verandert niet afneemt.
- Onze regionale doelgroepen kennen en gebruiken onze eigen aanbodkanalen en/of vinden en gebruiken ons via de platforms van derden.

Redactionele transitie

- Onze redacties zijn wendbaar, flexibel en mobiel en staan daardoor in nauw contact met ons publiek. Wij werken regio-overstijgend samen in een netwerkstructuur van combinaties van regionale publieke omroepen en lokale publieke omroepen. Waar mogelijk in publiek-private samenwerking en met relevante

maatschappelijke partners. We stimuleren een lerende cultuur waarin we open staan voor vernieuwing.

Afspiegeling van de samenleving

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

Efficiënt en effectief

- We willen dat de regionale publieke omroep goed wordt bestuurd en wendbaar is. Door gerichte samenwerking op niet-journalistieke gebieden streven we naar meer efficiëntie en effectiviteit. Zo kunnen we onze gezamenlijk publieke mediaopdracht beter vervullen, met behoud van journalistieke onafhankelijkheid en regionale eigenheid.
- In 2030 willen we een voorbeeld zijn van hoe samenwerking en coördinatie binnen de sector leiden tot schaalvoordelen, innovatie en regionale relevantie.

Doelstellingen 2026–2030

1. Segmentatie in doelgroepen. Het mediagedrag van het regionale publiek verandert namelijk in verschillende tempo's, onder invloed van de voorkeursplatforms.
2. Beschikbaarheid van eigen aanbodkanalen voor video, audio en tekst.
3. Zichtbaarheid en vindbaarheid op platforms van derden (socials en apps).
4. Vanuit regionale kennis over doelgroepen aansluiting vinden op voorkeursplatforms van deze doelgroepen. Met content die voldoet aan de vormvereisten van de platforms.
5. Het ontwikkelen en stimuleren van leiderschap dat zich kenmerkt door een visie op de noodzakelijke redactionele transitie. En dat het doorzettingsvermogen en de kunde heeft om de transitie in alle regionale publieke omroepen uit te voeren en te ondersteunen.
6. Het ontwikkelen van wendbare redactionele organisaties die, samen met partners, doelgroepgericht werken en een effectieve contentstrategie uitvoeren en daarbij gebruikmaken van eigen platforms en platforms van derden.
7. Het faciliteren en opleiden van makers met een bredere taakopvatting, zodat die kunnen werken vanuit meerdere locaties.
8. Makers worden ondersteund door gezamenlijke, goed toegankelijke techniek: vaak zijn een of twee apparaten met toebehoren voldoende.
9. Regionale redacties die een representatie zijn van hun regionale publiek – in al zijn diversiteit – en daarmee doelmatig in verbinding staan.
10. Regionale publieke omroepen die een breed en divers publiek voorzien van nieuws, informatie, cultuur en educatie. Met in het bijzonder aandacht voor doelgroepen waar wij in relevantie, betrouwbaarheid en herkenbaarheid nog te winnen hebben (in de Mediawet gedefinieerd als kleine doelgroepen).
11. De RPO neemt de regie om bepaalde niet-journalistieke processen en aspecten van en voor de regionale publieke omroepen te coördineren om efficiënt en effectief te werken.

Inleiding

Democratie, media en regionale ontwikkeling. Omgevingscan.

Bij de start van dit concessiebeleidsplan 2026–2030 wilden we meer weten over het (groeierende) belang van de regio en hoe de regionale publieke omroep hierop kan inspelen. Een van de bouwstenen van dit plan is een verkennend onderzoek door Ipsos I&O⁴ naar publicaties over de regio's in Nederland. Elke regio en omroep kent zijn eigen kansen en uitdagingen, structuur en achterban. We bekeken met een brede blik zowel de landelijke ontwikkelingen die relevant zijn voor de regionale publieke omroepen als regionale verschillen die daarbij opvallen.

Nederlanders in een globale context

In een wereld die constant verandert en wordt geconfronteerd met conflicten, politieke instabiliteit en technologische transformaties hebben mensen de neiging zich terug te trekken. Het tweejaarlijkse onderzoek *Ipsos Global Trends*⁵ laat zien dat deze terugtrekking niet betekent dat onze maatschappij stilzit. In Nederland zien we een unieke combinatie van individualisme en optimisme, die de basis vormt voor creatieve oplossingen en aanpassingsvermogen. Nederlanders waarderen de balans tussen werk en leven en vinden het belangrijk om van het moment te genieten.

Nederlanders staan open voor technologische vooruitgang. De meesten kunnen zich geen voorstelling maken van een leven zonder internet. Een meerderheid kijkt optimistisch naar de rol van technologische ontwikkelingen bij het aanpakken van problemen, hoewel er ook zorgen zijn over privacy en de positie van sociale mediabedrijven. De houding ten opzichte van technologie biedt de regionale publieke omroepen een mooie kans om te pionieren met innovatieve manieren van verslaggeving die aansluiten bij de waarden van hun publiek.

Ongenoegen in Nederland

Veel inwoners van Nederland hebben het gevoel dat de landelijke overheid er niet voor hen is. Dat die op afstand staat en niet goed weet wat er in hun regio speelt. Er wordt in deze context ook gesproken over burgers die 'afhaken' of daartoe worden aangezet. In de *Atlas van Afgehaakt Nederland*⁶ (De Voogd en Cuperus, 2019) staat er het volgende over:

“Mensen zijn niet doelbewust afgehaakt, maar afgehaakt gemaakt. Door turbulente maatschappelijke veranderingen. Door de meritocratische normen van de kennis-samenleving. Door het verdwijnen van beroepen, opleidingen en tradities. Door economische structuurverschuivingen en braindrain uit krimpregio's.”

4 Ipsos I&O (2025) Media, democratie en ontwikkeling. Omgevingscan.

5 Ipsos (2024) Global Trends 'In search of a new consensus: from tension to intention'

6 De Voogd en Cuperus (2019) Atlas van Afgehaakt Nederland

Volgens De Voogd en Cuperus is afhaken een gevolg van overheidsbeleid. Dit is niet alleen een gevoel. Geruime tijd zijn middelen structureel ongelijk verdeeld, waardoor sommige regio's te maken hebben met een opeenstapeling van problemen.

Ondanks de uitdagingen voelen veel Nederlanders zich gelukkig in hun persoonlijke leven. Hoewel er zorgen zijn over de nationale en mondiale situatie, is er een sterke drive om in de eigen omgeving het verschil te maken. Dit biedt een kans voor regionale publieke omroepen om verhalen te vertellen over betrokken inwoners en initiatieven die bijdragen aan het welzijn van hun gemeenschap.

Verschillen in regionale ontwikkelingen

Regio's in Nederland hebben hun eigen unieke sociaaleconomische dynamiek. Terwijl sommige gebieden kampen met vergrijzing en krimp, zien andere regio's juist groeikansen. Die diversiteit vereist een flexibele, innovatieve journalistieke aanpak waarmee elk uniek verhaal verteld kan worden. De regionale publieke omroepen maken echte impact als ze deze verhalen brengen en het bewustzijn over de potentie van elke regio vergroten.

Regionalisering van beleid

Decentralisatie en regionalisering gaan hand in hand. Er is om verschillende redenen ingezet op het decentraliseren van overheidstaken, zoals het verbeteren van dienstverlening (maatwerk), hogere efficiëntie, het integraal aanpakken van grote opgaven en mogelijkheden om burgerparticipatie te versterken.

Decentralisatie biedt veel kansen voor maatwerk en verbetering van dienstverlening. Dat laatste was een belangrijk uitgangspunt bij de toekenning van middelen uit het programma *Werk aan Uitvoering (WaU)*⁷, waar het verbeteren van het contact tussen overheid en burger centraal staat.

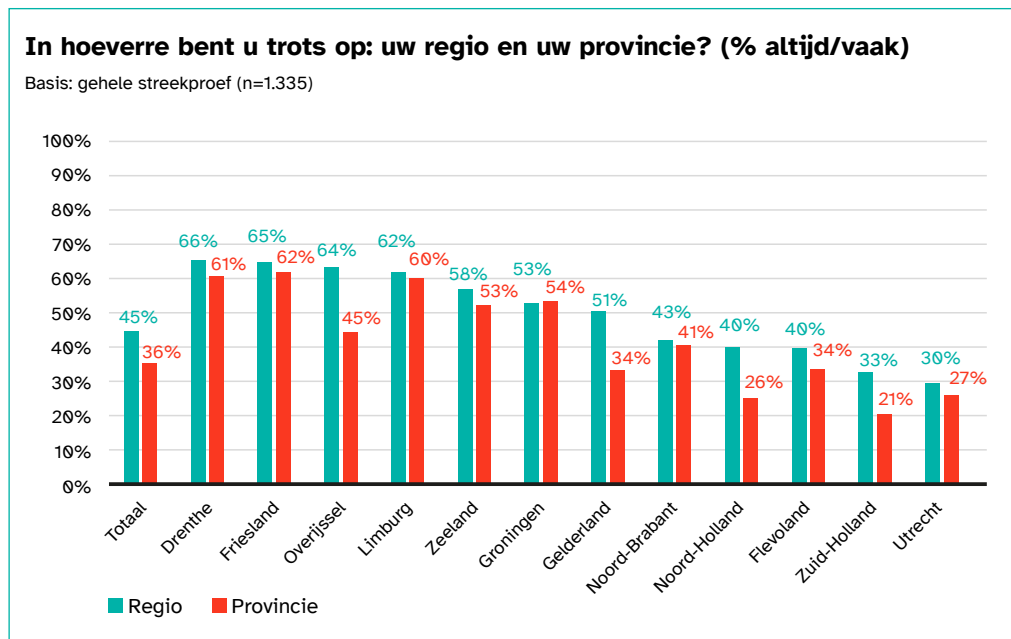
Hoewel deze veranderingen uitdagingen met zich meebrengen, laten lagere overheden steeds meer zien dat ze creatief en effectief met nieuwe verantwoordelijkheden kunnen omgaan. Regionale samenwerkingen en de behoefte aan relevante verslaggeving bieden omroepen de mogelijkheid om dichterbij het besluitvormingsproces te staan. Ook zorgt het voor meer betrokkenheid van burgers.

Regionale (h)erkenning

Nederlanders zijn sterk verbonden met hun regio en provincie. Omroepen kunnen deze trots versterken en ondersteunen. Door de regio te presenteren als een plek van culturele waarde en gemeenschapszin, kunnen omroepen helpen de kloof tussen 'Den Haag' en de periferie te overbruggen.



**Bekijk hier het verhaal
van Louise uit Fryslân**



Figuur 1: Mate van trots op de regio en provincie (Ipsos I&O, 2023)

Democratische functies van media

De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) wijst in het rapport *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*⁸ uit 2024 op drie vitale functies van media:

- Het informeren van de samenleving;
- Het controleren van machthebbende partijen;
- Het bieden van een forum.



Figuur 2: Democratische functies van media (WRR, 2024)

Om deze functies succesvol te kunnen uitoefenen, moeten media onafhankelijk, betrouwbaar en toegankelijk zijn. Daarbij geldt ook dat ze zich bewust moeten zijn van hun verantwoordelijkheid binnen een democratie. Het is daarom belangrijk dat zij ook ter verantwoording geroepen kunnen worden.

De WRR concludeert dat deze democratische functies van media, mede door digitalisering, onder grote druk staan. Op lokaal niveau is het aanbod van journalistieke content verschaald en zijn minder burgers goed op de hoogte van wat er speelt. Er is minder zicht op lokale machtsstructuren, waardoor democratische controle moeilijker is. Daar komt bij dat desinformatie de informatiepositie van burgers verzwakt en het wantrouwen richting media en andere democratische instituties laat groeien.

Ondanks deze uitdagingen liggen er voor regionale publieke omroepen mooie kansen om hun publiek betrouwbare en toegankelijke informatie te bieden. Door samen te blijven vernieuwen kunnen zij die belangrijke rol ook in de toekomst blijven vervullen om de band met de burgers in hun regio verder te versterken.

Aandachtspunten voor het concessiebeleidsplan 2026–2030

Regionale publieke omroepen hebben een unieke positie bij het verbinden van het politieke, economische en culturele centrum van Nederland met meer perifere gemeenschappen. Vanuit ‘Den Haag’ naar de regio en andersom. Het bieden van een specifiek, regionaal perspectief helpt burgers betrokken te blijven en vergroot hun kennis over beslissingen die hun leven beïnvloeden. Dit is de kern van onze missie voor de komende jaren: vanuit onze onafhankelijke regionale nieuws- en informatiefunctie de verbinder zijn tussen verschillende gemeenschappen en de bredere bestuurlijke lagen.

Een regionale publieke omroep die zich richt op grote maatschappelijke uitdagingen

Het huidige maatschappelijk ongenoegen komt voort uit een combinatie van langlopende crises die sterk met elkaar verbonden zijn. Denk aan de klimaatcrisis, de wooncrisis en de migratiecrisis. Er zijn daarbij grote regionale verschillen in gezondheid, levensverwachtingen, maatschappelijk vertrouwen en toegang tot goed onderwijs en maatschappelijke voorzieningen. Eerder beleid en de effecten daarvan in de regio’s liggen hieraan ten grondslag.

Het vertrouwen in instituties en feiten is niet meer vanzelfsprekend. Het is daarom essentieel dat regionale publieke omroepen niet alleen reageren, maar ook proactief zoeken naar innovatieve oplossingen om dichtbij het publiek te komen. Alleen door vernieuwing kunnen omroepen inspelen op de veranderende behoeften van hun gemeenschappen en hun rol als betrouwbare nieuws- en informatiebron behouden. Digitalisering wordt steeds belangrijker om het contact tussen burger en overheid te verbeteren. Door creatief te kijken naar nieuwe manieren van verslaggeving en interactie kunnen de regionale publieke omroepen hun rol als verbindende schakel binnen de regio verder versterken.

In deze context zien we drie maatschappelijke ambities voor de regionale publieke omroep. Daarbij zetten wij ons in om verbinding te creëren en te versterken, als ambitie aan het einde van de concessieperiode 2026–2030.

Maatschappelijke ambitie 1: bijdragen aan onderling respect

Vraag: met welke innovaties borgen wij onze betrouwbaarheid en hoe informeren wij ons publiek breder op basis van betrouwbare feiten?

Ambitie 2026-2030

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

Maatschappelijke ambitie 2: elkaar in en buiten het publieke debat weer vinden

Vraag: met welke innovaties faciliteren en verrijken wij het publieke debat zodanig dat dit op basis van argumenten wordt gevoerd en waarin ieders mening wordt gehoord? Hoe bereiken we door een betere vindbaarheid en herkenbaarheid doelgroepen die we nu niet bereiken?

Ambitie 2026-2030

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

Maatschappelijke ambitie 3: verbinden en van mening kunnen veranderen

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

Ambitie 2026-2030

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

We vragen het Transformatieteam om in het kader van deze ambities innovatieve benaderingen te ontwikkelen die ons in staat stellen om de verbinding met ons publiek te verdiepen en een positieve impact te maken in onze gemeenschappen.

1 De publieke mediaopdracht

Artikel 2.1 van de Mediawet 2008

1. Er is een publieke mediaopdracht die bestaat uit:
 - a. Het op landelijk, regionaal en lokaal niveau verzorgen van publieke media-diensten door het aanbieden van media-aanbod dat tot doel heeft een breed en divers publiek te voorzien van informatie, waaronder journalistieke inhoud, cultuur en educatie, via alle beschikbare aanbodkanalen;
 - a1. Het kunnen inzetten van amusement als middel om een informatief, cultureel of educatief doel te bereiken of een breed en divers publiek te trekken en te binden zodat deze doelen onder de aandacht worden gebracht;
 - b. Het verzorgen van publieke mediadiensten waarvan het media-aanbod bestemd is voor Nederlanders die buiten de landsgrenzen verblijven; en
 - c. Het stimuleren van innovatie ten aanzien van media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van de mogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken.
2. Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Zij verzorgen daartoe media-aanbod dat:
 - a. Evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud;
 - b. Op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt;
 - c. Gericht is op een relevant bereik heeft onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen;
 - d. Onafhankelijk is van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden;
 - e. Voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen; en
 - f. Voor iedereen toegankelijk is.

1.1 Onze positionering

Regionale publieke omroepen hebben de taak om met onafhankelijke en vrij toegankelijke journalistiek alle inwoners van Nederland te voorzien van betrouwbare informatie, zoals nieuws. Zo kunnen inwoners zich goed informeren en volwaardig deelnemen aan de democratie en samenleving, dichtbij huis, en zorgen we voor verbondenheid in de regio.

1.2 Onze kernwaarden

Onze positionering leidt tot de volgende kernwaarden, die onze ambities voor 2026-2030 sturen:

- **Betrouwbaar:** we brengen altijd accuraat en op feiten gebaseerd nieuws. Ons publiek kan vertrouwen op de objectiviteit en integriteit van onze journalistiek en journalisten. Door consistent betrouwbare informatie te verstrekken, bouwen we een sterke vertrouwensrelatie op met onze doelgroepen.
- **Onafhankelijk:** we maken verschillende opvattingen zichtbaar en duiden die. We maken autonome inhoudelijke keuzes, zonder externe invloeden.
- **Verbindend:** we bevorderen sociale cohesie en creëren samenhang in de gemeenschappen waar we wonen en werken.
- **Toegankelijk voor iedereen:** we zijn er voor een breed publiek, inclusief minderheidsgroepen en mensen met een beperking. Door de gemeenschappen waarin we werken te betrekken en te vertegenwoordigen, dragen we bij aan inclusiviteit en versterken we de maatschappelijke samenhang binnen de regio.
- **Kwalitatief en efficiënt:** we hanteren hoge journalistieke standaarden en verzekeren journalistieke kwaliteit in de redacties van de regionale publieke omroepen. De regionale publieke omroepen werken samen om middelen optimaal te benutten en een consistente, hoogwaardige dienstverlening in alle regio's te garanderen.
- **Transparant:** we leggen verantwoording af over onze activiteiten, financiële bestedingen en keuzes - óók de inhoudelijke. Dit versterkt het vertrouwen van het publiek.
- **Innovatief:** we innoveren continu om relevant te blijven in een snel veranderend medialandschap. Dat stelt ons in staat om moderne technologie en platforms te benutten, jongere doelgroepen te bereiken en kwaliteitsjournalistiek te bieden die aansluit bij de behoeften en interesses van ons diverse publiek.
- **Coöperatief:** we werken intensief samen, zowel tussen de regionale publieke omroepen als met partners zoals lokale publieke omroepen, culturele instellingen en private partijen. Zo vergroten we onze maatschappelijke impact.
- **Eenheid in verscheidenheid:** dit vormt de basis van onze samenwerking en kennisdeling. Iedere regionale publieke omroep maakt zijn eigen redactionele keuzes. Juist in die verscheidenheid schuilt onze kracht. Het stelt ons in staat om verschillende perspectieven en verhalen te representeren. We formuleren gezamenlijke doelen en werken op verschillende fronten samen, maar de uitvoering kan per omroep verschillen. Die balans versterkt de effectiviteit van onze verslaggeving en de verbinding met ons publiek.

1.3 Onze visie op inclusiviteit en diversiteit

Onze visie op inclusiviteit en diversiteit is fundamenteel verankerd in onze positie als regionale publieke omroepen. Wij zijn meer dan alleen nieuwsaanbieders; wij zijn verbindende schakels tussen de verschillende gemeenschappen. Deze connectie met alle inwoners vraagt om een diversiteitsbeleid dat niet slechts een doel op zich is, maar een reflectie van de maatschappij waarin wij wonen en werken.

Inclusiviteit komt vóór diversiteit. Dit betekent dat wij een omgeving creëren waarin iedereen zich gewaardeerd en gehoord voelt. Het waarborgen van inclusiviteit is cruciaal voor het stimuleren van diversiteit. Onze aanpak van diversiteit manifesteert zich op drie belangrijke manieren:

- 1. Diversiteit binnen de regio's:** wij erkennen dat elke regio unieke kenmerken, culturen en achtergronden herbergt. Ons beleid weerspiegelt deze culturele diversiteit en we omarmen en delen de uiteenlopende stemmen en verhalen binnen onze gemeenschappen.
- 2. Diversiteit binnen onze organisaties:** de medewerkers van de regionale publieke omroepen moeten een afspiegeling zijn van de samenlevingen die wij bedienen. Wij zetten ons in voor een inclusieve werkomgeving die medewerkers met verschillende achtergronden en perspectieven verwelkomt, zodat zij zich volledig kunnen ontplooiën en bijdragen aan ons gezamenlijke doel.
- 3. Diversiteit in onze content:** de verhalen die wij vertellen bevestigen de diversiteit van de Nederlandse samenleving. Wij streven ernaar content te produceren die inclusief is en recht doet aan alle groepen. Dit versterkt niet alleen de representativiteit van onze programma's, maar bevordert ook de sociale cohesie en het gemeenschapsgevoel.

Door deze aanpak te omarmen, zorgen we ervoor dat ons diversiteitsbeleid een levend thema is dat evolueert en inspeelt op de behoeften van de samenleving. Inclusiviteit en diversiteit zijn de basis van onze missie om als regionale publieke omroepen een relevante, verbindende en betekenisvolle rol te spelen in het leven van alle inwoners van Nederland.

Impact van de regio

RTV NOORD

RTV Noord zet zich in voor de cultuur en tradities van Groningen. Wekelijks is er een radioprogramma en podcast over hedendaagse muziek in de Groninger streektaal. Elk jaar stelt het publiek zelf de *Grunneger 1000* samen, een lijst met de beste Groninger muziek. Daarnaast test *Binnen Joe Klouk?* de kennis over de provincie met een interactieve quiz.

[Luister naar muziek in de streektaal](#)

[Lees alles over de Grunneger 1000](#)

Impact van de regio

RTV DRENTHE

Herinneringscentrum Kamp Westerbork vertelt een verhaal van nationaal belang dat niet verloren mag gaan. Toch verkeert het centrum in financiële problemen en heeft het dringend extra steun nodig. RTV Drenthe bracht dit onder de aandacht, waarna het een politiek thema werd op provinciaal en landelijk niveau.

[Lees meer op RTV Drenthe](#)

[Lees meer op NOS.nl](#)

1.4 Onze maatschappelijke betekenis

Er komt steeds meer erkenning voor de noodzaak van regionale ontwikkeling, journalistieke versterking en het behoud van democratische waarden. Dit is mede gebaseerd op recente onderzoeken en beleidsrapporten, zoals *Elke Regio Telt*⁹, *Aandacht voor Media*¹⁰, *Koester de Democratie*¹¹ en *Atlas van Afgehaakt Nederland*¹². De flinke regionale verschillen in kansen, gezondheid en maatschappelijke voorzieningen - vaak als gevolg van nationaal beleid - benadrukken het belang van sterkere regionale vertegenwoordiging en mediaplatforms.

Er is een groeiend politiek-maatschappelijk ongenoegen onder ‘afgehaakte’ groepen. Die voelen zich niet gerepresenteerd door traditionele structuren. Wij staan als regionale publieke omroep voor de uitdaging om deze kloof te overbruggen via dialoog en inclusieve verslaggeving. De focus op sociaal-maatschappelijke verbondenheid, met het behoud van tradities en cultuur, is essentieel om regionale identiteiten te versterken en polarisatie te verminderen.

Impact van de regio

OMROEP FLEVOLAND

Een zorgboerderij in Zeewolde krijgt in het voorjaar van 2024 te horen dat er onmiddellijk gestopt moet worden met het aanbieden van zorg. De Inspectie Gezondheidszorg en Jeugd concludeert dat er ‘geen professionele begeleiding’ aanwezig was. Volgens zorgboerderij Zonnehoeve was dat te wijten aan een tekort aan personeel en ingewikkeldere wetgeving. Maar ouders die in de dagen na de sluiting Omroep Flevoland benaderen, schetsen een heel ander beeld. De bewoners van zorgboerderij Zonnehoeve werden aan hun lot overgelaten, kregen niet de zorg waar ze recht op hadden, en moesten keihard werken. Uit een reconstructie blijkt dat de problemen al langere tijd bij instanties bekend waren.

Lees meer:

[artikel 9 april 2024](#)

[artikel 28 maart 2024](#)

9 Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli), Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) en Raad Volksgezondheid & Samenleving (RVS) (2023) *Elke regio telt!* Een nieuwe aanpak van verschillen tussen regio's

10 Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2024) *Aandacht voor media*. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies

11 Adviescommissie Versterken Weerbaarheid Democratische Rechtsorde (2023) *Koester de democratie!* Een dringende oproep om de democratische rechtsorde weer voor iederéén te laten werken

12 De Voogd en Cuperus (2019) *Atlas van Afgehaakt Nederland*

Impact van de regio

OMROP FRYSLÂN

De plannen voor een asielzoekerscentrum naast Vliegbasis Leeuwarden zorgden voor veel ophef. Omrop Fryslân onthulde een conceptbrief van het ministerie van Defensie aan de gemeente, die niet met de gemeenteraad was gedeeld. Deze publicatie leidde tot politieke vragen en een motie van afkeuring tegen het college van burgemeester en wethouders van Leeuwarden.

[Lees meer op omropfryslan.nl](https://www.omropfryslan.nl)

De unieke verbindende kracht van regionale publieke omroepen speelt hierin een grote rol. Juist omdat zij in staat zijn om verhalen te vertellen, aansluiten bij de ervaringen van alle inwoners en dichtbij staan. Door de gemeenschap bij hun verslaggeving te betrekken, creëren zij een platform waar diverse stemmen samenkomen en die de sociale cohesie versterkt. In een tijd waarin digitalisering steeds belangrijker wordt, moeten regionale publieke omroepen de digitale kloof verkleinen en nieuws toegankelijk maken voor diverse groepen. Dit vraagt om strategisch gebruik van zowel eigen aanbodkanalen als die van derden, en om een gerichte inzet op mediawijsheid.

1.5 Onze redactionele opdracht

In de Mediawet staat duidelijk dat we een breed en divers publiek moeten voorzien van informatie, cultuur en educatie. Via alle beschikbare aanbodkanalen.

We maken ons hard voor verhalen die anders niet verteld worden. Verhalen die herkenbaar zijn. Dit versterkt de verbinding met onze gemeenschappen en benadrukt de waarde van een pluriform media-aanbod dat recht doet aan de rijke diversiteit van onze samenleving.

Onze redactionele opdracht definiëren we op basis van de volgende punten:

- **Onafhankelijke en op feiten gebaseerde journalistiek:** we leveren hoogwaardige en objectieve inhoud die de diverse meningen en verhalen in de regio weerspiegelt.
- **Versterken van regionale identiteit:** we leven en werken in onze regio's. We bevorderen het gevoel van verbondenheid en trots met verhalen die tradities benadrukken en moderne ontwikkelingen omarmen. De focus op verdiepende verhalen is essentieel nu de regio zelf steeds belangrijker wordt. We voldoen hieraan door nieuws en informatie te creëren dat in, voor en door de regio gemaakt is.
- **Digitalisering en innovatie:** in een tijd waarin digitale transformatie de toegang tot, en het gebruik van, informatie bepaalt, omarmen we nieuwe technologieën en platforms. We leggen de focus online steeds meer op het maken van verdiepende verhalen die aansluiten bij de behoeften en interesses van ons diverse publiek.
- **Promoten van mediawijsheid:** we sluiten aan bij educatieve programma's en initiatieven. We zetten tools in die jongeren en volwassenen helpen onderscheid te maken tussen professionele nieuwsbronnen en misinformatie. Dat is cruciaal

voor een goed geïnformeerde en betrokken gemeenschap. Ook investeren we in de digitale vaardigheden van alle professionals bij de regionale publieke omroepen. Zo maken wij mediawijsheid wederkerig tussen journalistiek en publiek.

- **Ondersteuning van sociale cohesie:** in tijden van toenemende sociale fragmentatie doen we verslag van, en zijn we betrokken bij, community-initiatieven die maatschappelijke samenhang en inclusie bevorderen.

Met deze aanpak geven we invulling aan onze wettelijke verplichting én versterken we de essentie van *Alles wat ons verbindt*. We zijn een verbindende factor die informatieve, culturele, educatieve en maatschappelijke bijdragen levert. Met onze signalerende, agenderende, verbindende, informerende en controlerende functies zorgen we dat inwoners zich meer gehoord en betrokken voelen bij hun gemeenschap.

Informatie	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend feiten en/of duiding en/of meningen bevat over en/of registratie van thema's in samenleving, maatschappij en/of politiek.
Cultuur	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend bestaat uit of betrekking heeft op: <ol style="list-style-type: none"> 1. Uitingen van en media-aanbod over creativiteit, voortkomend uit de menselijke verbeelding, waaronder kunst of populaire cultuur. 2. Normen, waarden, tradities en gewoontes en op daarmee verbonden levensstijlen en cultuur van alledag. 3. Levensbeschouwing en religie.
Educatie	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend bestaat uit de overdracht van kennis en het bevorderen van interesse in uiteenlopende terreinen waaronder - maar niet uitsluitend - techniek, geschiedenis, producten, diensten, natuur en milieu en persoonlijke ontwikkeling.

Figuur 3: Definities uit de prestatieovereenkomst RPO-OCW gebaseerd op de ICE-normering

Impact van de regio

OMROEP BRABANT

Omroep Brabant dook in de wereld van Tom de Wal en zijn evangelische organisatie Frontrunners Ministries. De podcast *Op Hoop van Zegen* onderzoekt hoe hij via een bijbelschool, YouTube-kanaal en evenementen zijn boodschap verspreidt. Journalisten bezochten bijeenkomsten en spraken met betrokkenen en experts. De onthullingen over Frontrunners Ministries leidden tot politieke vragen en een oproep aan gedupeerden om zich te melden.

Lees meer:

6 april 2024

22 mei 2024

18 december 2024

De mediaraad

AANSLUITING BIJ DE BEHOEFTE VAN ONS PUBLIEK

De regionale mediaraad is de naam voor het representatieve statutaire orgaan dat iedere regionale publieke omroep heeft en dat het media-aanbodbeleid bepaalt.

Deze taak is vastgelegd in artikel 2.61 lid 2.c van de Mediawet 2008.

De leden van de regionale mediaraad zijn representatief voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.

De regionale publieke omroepen streven naar verbinding met alle inwoners van hun verzorgingsgebied.

MEDIAWIJSHEID

Op landelijk niveau sloten we ons aan bij DichterBijNieuws, een project van het Netwerk Mediawijsheid. Dit omvat initiatieven zoals trainingen, onderzoek, studentenprojecten, toolkits, Journalist in de Klas (van Nieuws in de Klas) en andere programma's die nieuwswijsheid en dialoog bevorderen.

1.6 Onze calamiteitenfunctie

De regionale publieke omroepen worden op basis van artikel 6.26 lid 1 van de Mediawet 2008 ingezet als calamiteitenzender. We bieden tijdens rampen en crisissituaties, waar nodig afgestemd op specifieke gebieden, snel betrouwbare informatie die bijdraagt aan de veiligheid en het welzijn van de bevolking. De inzet van radio biedt dan een betrouwbare en robuuste communicatiemethode, vooral tijdens stroomstoringen of wanneer digitale kanalen (zoals NL-Alert) uitvallen.

Binnen de *Agenda risico- en crisisbeheersing 2018-2021* van het ministerie van Justitie en Veiligheid is in 2019 het model samenwerkingsconvenant tussen de RPO en het Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV)¹³ herzien. Geconstateerd werd dat de samenleving nog steeds gebaat is bij berichtgeving door de regionale publieke omroepen en dat er een mediakanaal moet zijn dat de berichtgeving verzorgt én goede contacten heeft met de woordvoerder en crisiscommunicatieorganisatie van de veiligheidsregio. In het herziene model samenwerkingsconvenant zijn afspraken gemaakt over de inzet als calamiteitenzender, bereikbaarheid, informatievoorziening, afstemming, samenwerking, oefenen en evalueren. Zeer recent tekenden de veiligheidsregio's IJsselland en Twente en de regionale publieke omroep Oost de samenwerkingsovereenkomst opnieuw¹⁴.

In de huidige tijd waarin de dreiging van verstoringen in infrastructuur zoals internet, energie, voedsel en transport toeneemt, wordt de waarde van de regionale publieke omroepen als calamiteitenzender alleen maar groter. Uit de *Trendanalyse Nationale Veiligheid*¹⁵ blijkt dat een nieuw militair oost-west conflict als reëel wordt beschouwd. De uitval van kritieke infrastructuur kan grote gevolgen hebben voor de samenleving en juist in zulke situaties zijn de regionale publieke omroepen de

13 Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV) (2022) www.nipv.nl/wp-content/uploads/2022/09/20191108-IFV-Model-samenwerkingsconvenant-veiligheidsregio-regionale-omroep-def.pdf

14 Oost (2025) www.oost.nl/nieuws/3457456/calamiteitenzender-actueler-dan-ooit-digitale-kanalen-kunnen-ook-wegvallen

15 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV) (2024) www.nctv.nl/documenten/rapporten/2024/06/25/hoofdrapport-trendanalyse-nationale-veiligheid-2024

enige die met hun infrastructuur als calamiteitenzender kunnen fungeren en voor inwoners een betrouwbare bron van nieuws en informatie zijn. We nemen deze maatschappelijke verantwoordelijkheid serieus en geven met overtuiging en in nauwe samenwerking met de verschillende veiligheidsregio's en de rijksoverheid invulling aan de rol als calamiteitenzender. Juist in tijden waarin het dreiging- en veiligheidsbeeld is verslechterd.

Impact van de regio

RTV UTRECHT

RTV Utrecht bracht het verhaal van Wim en Jolanda Verheul, die voor hun ouders mantelzorgwoningen op hun erf hebben geplaatst. Volgens de gemeente mag er maar één woning blijven staan, anders volgt een dwangsom van 6.000 euro per week. Dit raakte thema's als zorg, woningbouw en financiën. Landelijke media, zoals NOS, RTL Nieuws en de Volkskrant, namen het verhaal over, en ook in de politiek werd het besproken. Uiteindelijk belofde de gemeente een oplossing te zoeken.

[Lees meer op rtl.nl](https://www.rtl.nl)

[Lees meer op volkskrant.nl](https://www.volkskrant.nl)

[Lees meer op nos.nl](https://www.nos.nl)

[Lees meer op rtvutrecht.nl](https://www.rtvutrecht.nl)

Impact van de regio

RTV NOORD

RTV Noord vervult al jaren een belangrijke rol in de verslaggeving over het aardbevingsdossier. Na de presentatie van het rapport van de parlementaire enquêtecommissie aardgaswinning Groningen verflauwde bij veel media de aandacht voor deze problematiek, maar bij RTV Noord krijgt het dossier bijna van dag tot dag de aandacht die het verdient.

Met schrijnende verhalen van gedupeerden en misstanden in de versterkingsoperatie, maar ook succesverhalen en verhalen over de verdeling van de compensatiegelden.

Het dossier is ook de komende jaren speerpunt van de berichtgeving op RTV Noord. Het heeft een aparte plek in de app en op de website.

Lees meer op: www.rtvnoord.nl/aardbevingen.

2 Onze strategische prioriteiten in onze huidige transitie

Elke regio voelt de huidige economisch-maatschappelijke transitie. Of het nu gaat om stikstof, natuur, bouw, luchtvaart, energie, klimaat, mobiliteit of zorg: het zijn complexe vraagstukken die onrust en onzekerheid veroorzaken. Soms zijn de oplossingen helder, maar is de weg ernaartoe vol hobbels. De uitdagingen van het politiek-bestuurlijke klimaat zijn aanzienlijk; de polariserende effecten van grote techplatforms leiden tot minder samenhang en meer fragmentatie in het publieke debat.

Midden in deze veranderingen speelt de journalistiek een cruciale rol bij het waarborgen van de democratie. Regionale publieke omroepen bieden essentiële informatie, zorgen voor betrokkenheid en zijn vastberaden om onafhankelijk en transparant te informeren. Ze zijn verbonden met hun gemeenschappen en richten zich op het creëren van een dialoog die wederzijds begrip en steun bevordert. Tegelijkertijd moeten ze hun relevantie behouden met gebruikmaking van commerciële platforms.

Deze transitie vraagt in de hele maatschappij om wendbaar en innovatief leiderschap. Ook wij, als collectief van journalisten, moeten goed begrijpen wat onze verantwoordelijkheid is. Een transitie slaagt alleen als gemeenschappelijke toekomstbeelden en nieuwe samenwerkingsverbanden worden gevoed door gedeelde feiten. Dat begint in de directe belevingswereld van mensen: dichtbij en vandaag. Een belevingswereld waarin de regionale publieke omroepen een constructieve positie innemen, als schakel tussen landelijk en lokaal, tussen de Randstad en de regio, en tussen burger en politiek.



**Bekijk hier het verhaal
van Leon uit Gelderland**

Via digitalisering komen de regionale publieke omroepen dichterbij hun publiek en kunnen ze hun publiek betrekken. Dat kan alleen als publieke waarden ook digitaal kunnen worden gewaarborgd. Dat vereist een grote mate van digitale wendbaarheid van onze dertien regionale publieke omroepen. Het zijn urgente en noodzakelijke uitgangspunten, waarbinnen de prioriteiten van de regionale publieke omroep zijn geformuleerd.

Onze digitale transformatie

Door de snelle technologische ontwikkelingen en het veranderend consumentengedrag moeten de regionale publieke omroepen verschuiven van analoge naar digitale media; van lineair naar on-demand. Alleen op die manier kunnen we daar zijn waar huidige en toekomstige doelgroepen zijn. Jongere generaties voelen zich het meest thuis op sociale media, streamingdiensten en interactieve platforms. Daarom moeten we onze benadering en inhoud innoveren.

Oudere generaties gebruiken nog vaak traditionele media, maar omarmen steeds vaker digitale content. Ook hen blijven we bedienen. Door digitale interactie te bevorderen en media en kanalen te gebruiken die bij hen aansluiten, ervaart deze doelgroep geleidelijk de voordelen van nieuwe technologieën. Dat draagt bij aan ons ultieme doel: relevant zijn én blijven voor alle inwoners van onze regio's.

De rol van artificiële intelligentie (AI)

AI speelt een grote rol in de digitale transformatie. Regionale publieke omroepen moeten omgaan met AI-gegenereerde content in de maatschappij én AI zelf toepassen in (journalistieke) processen. Omgaan met AI betekent dat redacties zich bewust zijn en blijven van de toenemende invloed en impact van door AI gegenereerde content, vooral in het licht van desinformatie en het risico op nepnieuws.

Onze inzet op AI is gericht op het versterken van onze publieke mediaopdracht en het waarborgen van de journalistieke integriteit. Dit biedt ons de kans om AI op een verantwoorde en ethische manier in te zetten door onder meer:

- ondersteunende (journalistieke) werkzaamheden te versnellen. Daarbij kan AI worden ingezet om repetitieve en data-intensieve taken te automatiseren, waardoor redacties meer tijd en middelen hebben voor diepgaande onderzoeksjournalistiek en storytelling;
- content te personaliseren voor specifieke doelgroepen, met een focus op inclusiviteit in onze berichtgeving. Dit versterkt de betrokkenheid van ons publiek.

Het vraagt om een heldere visie, ondersteund door strikte redactionele richtlijnen die het gebruik van AI binnen publieke waarden en journalistieke principes waarborgen. Door de snelle (door)ontwikkeling van AI, de veranderende kijk erop en het groeiende begrip van AI is een werkwijze nodig die de richtlijnen continu toepasbaar en actueel houdt.



**Bekijk hier het verhaal
van Adriaan uit Groningen**

Tijdens de afgelopen concessieperiode zetten de regionale publieke omroepen belangrijke stappen om de kennis over AI te vergroten en richtlijnen te ontwikkelen voor het gebruik ervan in journalistieke processen:

- **Gezamenlijke richtlijnen voor het toepassen van AI:**
 - menselijke beoordeling blijft een integraal onderdeel van het journalistieke proces
 - transparante communicatie naar het publiek over het gebruik van AI is essentieel
 - AI-toepassingen worden gezien binnen de context van journalistieke waarden
 - verantwoord omgaan met (persoonlijke) data is een must
 - continu testen en monitoren van AI-toepassingen wordt in onze interne processen opgenomen
 - ontwikkelen van specifieke kennis over AI binnen zowel redacties als de rest van de organisatie
 - duidelijke verantwoordelijkheden voor AI-gebruik bij (hoofd)redacties.
- **AI-testkit voor redacties:** de redacties van de regionale publieke omroepen experimenteerden gezamenlijk met AI-toepassingen in verschillende fasen van het journalistieke proces. Dit leidde tot een hoger kennisniveau van journalisten en inzicht in de waarde die AI kan hebben voor de journalistieke praktijk.
- **Ontwikkeling diverse redactionele toepassingen:** de regionale publieke omroepen experimenteren gezamenlijk (via het Transformatieteam) én individueel met nieuwe redactionele toepassingen. Afhankelijk van de doelstellingen dragen deze experimenten bij aan een betere publieksbediening of een hogere doelmatigheid en vinden ze plaats in samenwerking met technische, wetenschappelijke en (publieke) mediapartners.

We blijven in de concessieperiode 2026-2030 gezamenlijke AI-initiatieven ontplooiën die direct of indirect een bijdrage leveren aan de publieke media-opdracht van de regionale publieke omroepen. Dat doen we onder meer via het Transformatieteam en het Datateam. Waar het kan doen we dat met elkaar en met andere publieke media-instellingen. Bijvoorbeeld bij het toepassen van AI, met in achtname van publieke waarden.

Investeren in verdere digitalisering

Met onze redactionele strategie ontwikkelen we hoogwaardige, relevante content die verschillende groepen, waaronder jongeren, aanspreekt. Daarbij verliezen we de bestaande waarde van ons aanbod voor oudere generaties niet uit het oog. We investeren in verdere digitalisering en werken samen op - en met - innovatieve platforms. Dankzij een geïntegreerde aanpak van storytelling en technologie bedienen we diverse doelgroepen tegelijk. De interactie met het publiek helpt om de juiste inhoudelijke keuzes te maken.

Het is de kern van onze transitiestrategie: het behouden van onze traditionele kijkers en luisteraars en tegelijkertijd de bereikbaarheid en betrokkenheid bij digitale gebruikers vergroten. Hierdoor kunnen we inspelen op de veranderende behoeften van ons publiek. Ook verzekeren we dat de regionale publieke omroep een dynamische en verbonden rol blijft spelen in het medialandschap.

Impact van de regio

INTERACTIE MET PUBLIEK

Regionale publieke omroepen kijken creatief naar nieuwe manieren van verslaggeving en interactie. Daarmee versterken wij onze rol als verbindende schakel binnen de regio. Content die waardevolle interactie met het publiek heeft opgeleverd:

Rijnmond - Openhartig verhaal over het leven als dakloze

[Lees meer op Instagram](#)

Omroep West - Crowdfunding na brand

[Lees meer op Instagram](#)

RTV Utrecht - Loont boodschappen doen in Duitsland?

[Zie meer op TikTok](#)

NH Media - Openhartig verhaal over een verlamming

[Zie meer op TikTok](#)

Omroep Brabant - Darmkanker bij jongeren

[Zie meer op YouTube](#)

Omroep Flevoland - Statiegeld

[Lees meer op Facebook](#)

2.1 Ons doelgroepenbeleid: verbindend, inclusief en divers

In het huidige medialandschap bereik je niet iedereen op hetzelfde platform en met hetzelfde verhaal in dezelfde vorm. Omdat het medialandschap ook de komende jaren volop verandert, is 'daar zijn waar je publiek is' voor alle mediaorganisaties een belangrijke uitdaging. Dat geldt voor publieke mediaorganisaties in het bijzonder, want die sluiten vanuit hun publieke opdracht geen enkel individu uit.

De regionale publieke omroepen werken daarom met doelgroepen: segmenten van het publiek met ieder een eigen mediagedrag en eigen voorkeursplatforms. Het mediagedrag van doelgroepen kan feitelijk worden beschreven per leeftijdscohort, maar laat zich het beste verklaren door de levensfase waarin een doelgroep zich bevindt.

De dynamiek tussen levensfasen, mediagedrag en voorkeursplatforms wordt op zijn beurt beïnvloed door maatschappelijke en culturele ontwikkelingen en technologische vernieuwingen. Onderzoek naar de dynamiek, ontwikkelingen en vernieuwingen wordt de komende jaren alleen maar belangrijker.

Impact van de regio

OMROEP ZEELAND

In de serie *Groter dan je denkt* vertellen jonge Zeeuwen hoe zij moeilijke periodes in hun leven hebben overwonnen. Jongerenambassadeur en rapper Cycz (Bram Mvambanu) ging met hen in gesprek. De uitzendingen brachten veel tweeweg, zowel bij de jongeren zelf als bij de kijkers. Omroep Zeeland blijft hen volgen en deelt hun ontwikkelingen in een reeks Aftertalks op YouTube.

[Zie meer op YouTube](#)

De doelgroepen van de regionale publieke omroepen

Kinderen (0-12 jaar), adolescenten (12-18 jaar) en jongvolwassenen (18-35 jaar)

Kenmerken:

- In de jongste levensfase ontwikkelen kinderen sociale en cognitieve vaardigheden en is de afhankelijkheid van anderen groot. Ouders bepalen primair het mediagedrag.
- Adolescenten worden sterk sociaal beïnvloed door hun peers. Op de dominant gebruikte platforms ontstaat mediagedrag met specifieke vormvoorkeuren. Die behouden ze in latere levensfasen en op andere platforms.
- Jongvolwassenen ontwikkelen vervolgens specifiekere persoonlijke interesses. Het mediagedrag is flexibeler en heeft nieuwe kenmerken.
- In het geval van studenten en jongwerkenden dragen media ook bij aan het (verder) ontdekken van de eigen identiteit.
- Met meer dan vier miljoen jonge mensen in onze regio's vormen tieners, twintigers en dertigers een aanzienlijk deel van onze achterban. Hun verschillende levensfasen vragen om originele, innovatieve en eigentijdse content. Deze jongere generaties zijn flexibel in hun mediaconsumptie en bewegen zich vrij tussen lineaire, on-demand en online platforms.
- Bij volwassenen verandert het mediagedrag vervolgens opnieuw onder druk van bijvoorbeeld werk, gezin en andere praktische kanten van het leven. Daarbij voelen ouders ook de verantwoordelijkheid voor de manier waarop hun kinderen omgaan met media.
- Deze doelgroepen worden of zijn technisch onderlegd, gewend aan sociale media en digitale consumptie.

Strategie:

- De uitdaging is om met name jongvolwassenen (18-35 jaar) sterker te betrekken bij onze regionale inhoud via onze lineaire, online en on-demand kanalen.
- We maken hen ook geïnteresseerd in ons media-aanbod via platforms van derden, zoals NPO Start en eigen video-on-demand initiatieven.
- Door op deze manier te opereren, sluiten we aan bij de voortdurend veranderende mediawereld van jongeren binnen het regionale publieke domein.

- Onze verschillende, sterke regionale merken werken samen. Ze versterken elkaar om een breed en aantrekkelijk aanbod te leveren. We kijken daarbij sterk naar het rapport van het Commissariaat voor de Media (CvdM) *Jongeren, nieuws en sociale media*¹⁶. Dat stelt dat nieuwsorganisaties en beleidsmakers het gat tussen jongeren en het journalistiek aanbod moeten dichten.

Als regionale publieke omroep steunen we de aanbevelingen uit het rapport van het CvdM en voeren we die verder uit in het concessiebeleidsplan 2026–2030:

- Ons nieuws moet zichtbaar, vindbaar en herkenbaar zijn voor jongeren. We breken met journalistieke conventies en zetten in op verdere inzet van sociale media.
- De al ontwikkelde en specifiek op jongeren gerichte initiatieven ontwikkelen we door. Met de Nationale Jeugdraad (NJR) richtten we een jongerenpanel op en ontwikkelden we het succesvolle regio-overstijgende jongerenplatform Kalm An. Zulke initiatieven breiden we uit.
- We stimuleren nieuwswijsheid van jongeren binnen het onderwijs, zodat zij professioneel gemaakt nieuws leren herkennen. We participeren in initiatieven zoals DichterBijNieuws van Netwerk Mediawijsheid.

Impact van de regio

OMROEP WEST

Omroep West schenkt aandacht aan eenzaamheid in de regio. Zo werd het verhaal van Ina, een vaste luisteraar, opgepikt door Radio West. Een verslaggever ging bij haar langs, wat leidde tot een hartverwarmend gesprek. Het verhaal kreeg veel reacties en resulteerde in tientallen kaartjes die Ina's dag opfleurd.

[Lees meer op omroepwest.nl](https://www.omroepwest.nl)

Volwassenen (36-65 jaar)

Kenmerken:

- Deze groep vormt een aanzienlijk deel van de bevolking (ruim 6,5 miljoen).
- Er is een grote diversiteit aan interesses en mediagedrag.
- In vergelijking met oudere generaties staan deze mensen meer open voor nieuwe mediavormen en zijn ze minder trouw aan bestaande merken.
- Hun kijk- en luisterpatronen zijn minder voorspelbaar.

Strategie:

- Door ons aanbod continu af te stemmen op de veranderende behoeften en voorkeuren van deze groep, blijven we relevant.
- We gebruiken een hybride media-aanpak, waarbij we zowel lineaire uitzendingen als digitale inhoud aanbieden. We focussen op het gemak en de toegankelijkheid van content via meerdere platforms.

Ouderen (65 jaar en ouder)

Kenmerken:

- Aan het eind van de volgende concessieperiode 2026–2030 zijn er ruim vier miljoen 65-plussers, zo'n kwart van de Nederlandse bevolking.
- Als ouderen met pensioen zijn, verandert hun mediagedrag. Ze hebben namelijk meer vrije tijd en behoefte aan sociaal contact.

Impact van de regio

OOST

Digitale vaardigheden worden steeds belangrijker, maar niet iedereen kan daar makkelijk in meekomen. Oost helpt ouderen wegwijs te worden in de digitale wereld met de serie *Klik 'm aan*. Hierin krijgen zij praktische ondersteuning bij het gebruik van computers en smartphones, zodat ze zelfstandig kunnen blijven deelnemen aan de samenleving.

[Lees meer op oost.nl](https://www.oost.nl)

Strategie:

- De regionale publieke omroepen hebben al een sterke connectie met deze doelgroep. Toch is het essentieel om nog meer in te spelen op relevante thema's, zoals eenzaamheid, mantelzorg en vitaliteit.
- We kunnen onze programmering aanpassen aan deze demografische veranderingen door het versterken van ons dagelijks aanbod en het bieden van content die aansluit bij de behoeften en interesses van ouderen. Dit vergroot de betrokkenheid en bevordert de sociale cohesie.

Toegankelijk voor een breed en divers publiek

Wij vinden het belangrijk dat alle inwoners zich kunnen herkennen in het aanbod van de regionale publieke omroepen. Van jong tot oud. Van Groningen tot Limburg. Inwoners met verschillende sociaaleconomische, etnische en culturele achtergronden. Mensen met een (auditieve en/of visuele) beperking. Ons media-aanbod weerspiegelt de diversiteit van de Nederlandse samenleving in al zijn verscheidenheid.

Impact van de regio

RTV UTRECHT

Diversiteit houdt ook in om een stem en gezicht te geven aan mensen die lichamelijk beperkt zijn. Zoals bij het artikel en video van *Het wonder van Tessa – Van nooit kunnen lopen naar een wedstrijd rennen*. Dit verhaal is er een over doorzettingsvermogen, sportiviteit, het belang van goede zorg en wilskracht. Maar vooral een verhaal over erbij willen horen, voor vol gezien willen worden ondanks dat je gehandicapt bent.

[Lees meer op rtvutrecht.nl](https://www.rtvutrecht.nl)

Strategie:

- We verbinden door gerichte contentontwikkeling.
- De regionale publieke omroepen ontwikkelen proactief verhalen die de cultuur, tradities en interesses van een breed en divers publiek weerspiegelen.
- Bij het produceren van content kunnen we samenwerkingen aangaan met leden van deze gemeenschappen. Zo zorgen we dat hun stemmen authentiek worden weergegeven.
- We zetten ons in voor een betere digitale toegankelijkheid (UX, ondertiteling, B1 taal, voorleesfunctie, vertaalfunctie etc.) voor mensen met een beperking, laaggeletterden en groepen inwoners die de Nederlandse taal niet goed machtig zijn. Voor de laatste categorie stellen we content in onze web- en appomgevingen beschikbaar in verschillende talen, waardoor we breed toegankelijk zijn.

Impact van de regio

MEERTALIG NIEUWS VIA DE VERTAALMODULE

Het nieuws van de regionale publieke omroepen is beschikbaar in verschillende talen. Via de websites en apps kunnen nieuwsberichten automatisch worden vertaald naar onder andere Engels, Duits, Frans, Spaans, Pools, Oekraïens, Turks en Arabisch. Hiermee bereiken de omroepen een breder publiek, waaronder minderheidsgroepen en mensen die geen Nederlands lezen. Dit initiatief draagt bij aan inclusie en betere toegang tot regionaal nieuws en informatie.

Impact van de regio

NH MEDIA

In de serie *Nieuw in NH* delen nieuwe Noord-Hollanders hun ervaringen met oorlog, vluchten en hun zoektocht naar een nieuw leven in Nederland. De serie is gemaakt door NH-journalist Mohammad Al Moussa en stagiair Nagham Alsahli, die zelf uit Syrië naar Nederland vluchtten. Deze verhalen laten niet alleen de menselijke kant van migratie zien, maar dragen ook bij aan begrip en inclusie in de samenleving.

[Lees meer op nhnieuws.nl](https://www.nhnieuws.nl)

Platformspecifieke distributie

We identificeren welke platforms het meest toegankelijk en populair zijn binnen de gemeenschappen. Zo kunnen we gerichte distributiestrategieën ontwikkelen. Via sociale media, community-platforms en evenementen verspreiden we onze verhalen.

Inclusiviteit en diversiteit in programmatische keuzes

Het is essentieel dat we representatie in ons nieuwsaanbod bevorderen. Diverse redacties moeten de achtergronden van de gemeenschappen weerspiegelen en verschillende perspectieven opnemen bij het ontwikkelen van nieuwsitems en programma's.

- **Educatieve initiatieven:** we ontwikkelen programma's gericht op mediawijsheid binnen minderheidsgroepen, zodat zij beter in staat zijn om nieuws en informatie kritisch te consumeren en te begrijpen. Dit kan door het aanbieden van workshops over het herkennen van betrouwbare nieuwsbronnen en het beter gebruik van digitale platforms.
- **Onderzoek en feedbackmechanismen:** voortdurend onderzoek naar de behoeften en wensen van minderheidsgroepen en mensen met een beperking is van wezenlijk belang. We implementeren feedbackmechanismen, zoals enquêtes en focusgroepen. Zo zorgen we dat de behoeften van deze gemeenschappen worden gehoord en in ons aanbod worden geïntegreerd.
- **Samenwerking met partners:** we streven naar samenwerking met maatschappelijke en culturele organisaties en belangenbehartigers. Hiermee versterken we de verbinding met minderheidsgroepen en mensen met een beperking. Via bijvoorbeeld gezamenlijke programmering, evenementen of publieksonderzoeken vergroten we onze zichtbaarheid en relevantie.

Impact van de regio

RIJNMOND

De geschiedenis heeft vele perspectieven. In de zesdelige serie *Rotterdams Koloniaal Verleden* belicht Rijnmond de geschiedenis van de stad door de ogen van tot slaaf gemaakten. De serie laat zien hoe het koloniale verleden doorwerkt in het heden en biedt een nieuwe kijk op de Rotterdamse geschiedenis.

[Lees meer op rijnmond.tv](https://rijnmond.tv)

Ambitie 2026–2030

Met onze redactionele werkwijze zijn we in elke regio voor alle inwoners van betekenis. Wij bereiken en interacteren jaarlijks met minimaal tachtig procent¹⁷ van de Nederlanders. Door onze rol in de gemeenschappen faciliteren we de verbinding tussen mensen onderling, zowel binnen dezelfde levensfase als tussen verschillende levensfasen, op eigen platforms én op platforms van derden.

Doelstelling

Doelstelling #1: Segmentatie in doelgroepen. Het mediagedrag van het regionale publiek verandert namelijk in verschillende tempo's, onder invloed van de voorkeursplatforms.

Alleen met voldoende inzicht in het mediagedrag van de doelgroepen kunnen de regionale publieke omroepen daar zijn waar hun publiek is. Naar verwachting ontwikkelt het mediagedrag van veel mensen zich de komende jaren door. Dit gaat per doelgroep in een ander tempo. Duidelijk is dat de invloed van voorkeursplatforms op het mediagedrag van mensen groot is. De publieke omroepen blijven zich per regio inleven in het mediagedrag van het regionale publiek. Zo werken wij ook in deze concessieperiode aan het begrijpen van veranderingen in mediagedrag. En verfijnen we op basis daarvan de segmentatie van doelgroepen.

Op basis van continu mediaonderzoek volgen wij de ontwikkelingen in bereik en impact van de regionale publieke omroepen. In het kader van de nog te bepalen prestatieafspraken 2026-2030 met het ministerie van OCW spreken we concreet over de wijze van meten en rapporteren.

Het Datateam ondersteunt de regionale publieke omroepen bij publieksonderzoek, formatontwikkeling en datametrics en -analyse. Het Transformatieteam helpt de regionale publieke omroepen om experimenten te versnellen en nieuwe mogelijkheden van (nieuwe) platforms toe te passen.

Concretisering 2026–2030



2026

Regionale publieke omroepen onderzoeken veranderingen in het mediagedrag en segmenteren doelgroepen op basis van de uitkomsten van dit onderzoek.

2027

op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

op basis van begroting en activiteitenplannen

Impact van de regio

OMROEP GELDERLAND

In het tv-programma *Hasans Wereld* duikt Hasan Yildirim in de geschiedenis en verhalen van nieuwkomers in Gelderland. Als zoon van een Turkse gastarbeider weet hij uit eigen ervaring wat migratie met een leven kan doen. In deze serie laat hij zien hoe migratie niet alleen individuen, maar ook de provincie heeft gevormd, met zowel positieve als uitdagende gevolgen.

[Lees meer op gld.nl](https://www.gld.nl)



Bekijk hier het verhaal
Henny uit Noord-Brabant

2.2 Onze samenleving en de afhankelijkheid van platforms: kans of bedreiging

Onze transitie is gedreven door de noodzaak om relevant te blijven in een veranderend medialandschap, waarin zowel kansen als bedreigingen voor de samenleving ontstaan. Omroeporganisaties moeten aansluiting vinden bij doelgroepen die nu onvoldoende worden bereikt, zoals jongeren en nichegroepen die minder toegankelijk zijn via traditionele media. Het traditionele publiek verschuift zijn aandacht steeds meer naar de platforms van grote commerciële buitenlandse techbedrijven. Dit vergroot de risico's voor een vitale democratie en het behoud van de sociale cohesie in onze maatschappij. Regionale publieke omroepen zijn daarbij afhankelijk van het algoritme en de prioriteiten van deze bedrijven en hun eigenaren.

Momenteel bereiken de regionale publieke omroepen nog veel mensen via onze eigen platforms. Maar de regionale publieke omroepen zijn ook in toenemende mate actief op de grote techplatforms. Hiermee bereiken we groepen die we anders missen.

Impact van de regio

OMROP FRYSLÂN

Omrop Fryslân werkt samen met het mbo aan het project *PRESENT ('Hier Nu!')*, dat studenten meer leert over democratie en maatschappelijke thema's. Het drietalige, interactieve project sluit aan bij de lessen burgerschap en stimuleert studenten om meer te lezen.

Daarnaast biedt de app *Tsjil* een veilige omgeving waarin kinderen tot 12 jaar video's en programma's in het Fries kunnen bekijken. Hiermee wordt de Friese taal op een speelse manier gestimuleerd.

[Lees meer op tsjil.omropfryslan.nl](https://tsjil.omropfryslan.nl)

[Lees meer op omropfryslan.nl](https://omropfryslan.nl)

Onze kritische blik op grote techplatforms

Meer dan zeventig procent van alle geconsumeerde digitale informatie komt van platformbedrijven zoals Google, Apple, Meta, Amazon en Microsoft, blijkt uit het onderzoek *Atlas der Digitalen Welt*¹⁸. Deze trend lijkt onomkeerbaar. We houden regulering van de grote techplatforms nauwlettend in de gaten, zeker waar het gaat om Europese regulering met mogelijke geopolitieke consequenties.

De verschuiving van analoge naar digitale media is vergevorderd. De auteur/mediawetenschapper Martin Andree (Universität Köln) van *Atlas der Digitalen Welt* voorspelt dat we tegen het einde van dit decennium een cruciaal kantelpunt bereiken. Dit is zorgwekkend; de grote platforms publiceren weliswaar informatie, maar creëren zelf niets. Ze versterken bestaande meningen, laten tegendraadse verhalen achterwege en hebben zwakke - of helemaal geen - mechanismen om nepnieuws te controleren. Hun primaire interesse ligt in winst, niet in democratie. Hoe deze platforms informatie selecteren en aanbieden, blijft voor buitenstaanders een groot mysterie. Zeker is dat publieke waarden op deze platforms niet vanzelfsprekend worden beschermd.

Traditionele media doen meer dan alleen maar het verspreiden van content. Zij maken het zelf, hebben een controlerende functie en bieden een podium voor verhalen. Het doembeeld is dat in de toekomst slechts een handvol Amerikaanse bedrijven bepaalt wat het publiek ziet. Dat maakt het voor lokale en regionale media moeilijk om hun boodschap over te brengen. In de ogen van de grote platforms zijn hun boodschappen commercieel minder interessant, vanwege hun beperkte doelgroep. Hierdoor komt de uitwisseling van ideeën en opvattingen – het fundament van een democratische samenleving – in handen van enkele techgiganten.

Ook de WRR wijst op dit gevaar in haar rapport *Aandacht voor Media*¹⁹. Een goed functionerende democratie vereist geïnformeerde burgers. Volgens het rapport daalt het aandeel van traditionele journalistiek binnen het totale informatieaanbod, dat steeds meer wordt gedomineerd door commerciële en politieke belangen. De kwaliteit van de democratische informatievoorziening staat onder druk.

Als regionale publieke omroep hebben we een complex dilemma. We zijn een belangrijke speler, maar niet in staat om deze uitdaging alleen op te lossen.

2.3 Daar zijn waar onze doelgroepen zich bevinden



Figuur 4: Samenhangende distributiematrix regionale publieke omroepen

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

Native content, specifiek gemaakt voor platforms als Facebook, Instagram, YouTube en TikTok, maximaliseert het bereik van de regionale publieke omroepen. De focus ligt op het bedienen van regiobewoners, maar biedt ook de mogelijkheid om met veelzijdige content bredere doelgroepen te segmenteren en te bereiken.

Het is cruciaal dat regionale publieke omroepen de doelgroepen via alle beschikbare kanalen bereiken. Het uitgangspunt is om aanwezig te zijn waar het publiek is. Dat geldt óók voor het bereiken van jongeren. Zoals het CvdM al signaleerde in zijn rapport *Jongeren, nieuws en sociale media*²⁰ is het van groot belang om in de belevingswereld van jongeren te komen; zij consumeren nieuws niet (meer) actief, maar 'het nieuws vindt hen'.

19 Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2024) Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies

20 Commissariaat voor de Media (2024) Jongeren, nieuws en sociale media. Een blik op de toekomst van het nieuws

Ambitie 2026–2030

Ons publiek ziet ons in de tijdlijnen en volgt ons actief op platforms van derden (socials en apps). Ze weet onze eigen platforms te vinden en te gebruiken. Ook na 2030 zien wij de meerwaarde van eigen platforms voor video, audio en tekst. Waar die tegen die tijd aan moeten voldoen, wordt in deze concessieperiode steeds duidelijker. De technologie ontwikkelt continu door; dus moeten wij onze eigen platforms ook blijven verbeteren. Onze ontwikkelcapaciteit groeit. Dat is noodzakelijk, omdat de snelheid waarmee het medialandschap verandert niet afneemt.

Doelstellingen

Doelstelling #2: Beschikbaarheid eigen aanbodkanalen voor video en audio.

Doelstelling #3: Zichtbaarheid en vindbaarheid op platforms van derden (socials en apps).

Naast onze eigen platforms ontwikkelen zich in snel tempo platforms van derden (zowel van publieke als commerciële partijen). Dat laat onverlet dat de beschikbaarheid van eigen platforms voor video, audio en tekst voor de regionale publieke omroepen van strategisch belang is. De publieke waarden zijn daar namelijk altijd verzekerd. Op platforms van derden, en dan met name van de commerciële partijen, is dat niet vanzelfsprekend. Die weten vaak wel eerder aansluiting te vinden met veranderend mediagedrag (of zetten dat in gang). Ook dat maakt de zichtbaarheid en vindbaarheid van de regionale publieke omroepen op platforms van dergelijke partijen van strategisch belang.

Het Transformatieteam onderzoekt met welke contentstrategieën de regionale publieke omroepen platforms van derden en eigen platforms doelmatig en met behoud van publieke waarden kunnen inzetten.

Concretisering 2026–2030

2026

Distribueren media-aanbod.

Eigen platforms: zie bijlage met eigen aanbodkanalen van de regionale publieke omroepen. Onder meer websites, nieuwsapps, radio- en televisiekanalen.

Platforms van derden: publieke mediaplatforms NPO Start en NPO Luister, publiek-private platforms (NLZIET) en commerciële platforms.


 2026

2027

2027

op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

2028

op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

2029

op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

2030

op basis van begroting en activiteitenplannen



**Bekijk hier het verhaal
van Dion uit Noord-Holland**

Impact van de regio

OMROEP ZEELAND

In de serie *Waar Zee Land Kust* trekt de Rotterdamse zangeres Frédérique Spigt met haar hond Monk en een cameraploeg door Zeeland. In 26 afleveringen ontdekt ze de provincie buiten het bekende beeld van zon, zee en strand. Ze zoekt naar fossielen in natuurgebied Het Zwin, proeft een echte Zeeuwse pasta vongole en ondergaat een zweethutceremonie in Wolphaartsdijk.

De serie draait om regionale identiteit en heeft impact ver buiten Zeeland. Rijnmond zond de serie ook uit, en NPO 2 bracht *Waar Zee Land Kust* landelijk op televisie. Daarnaast is de serie on-demand beschikbaar voor Duitse toeristen en geïnteresseerden, met ondertiteling in het Duits.

[Zie meer op omroepzeeland.nl](https://www.omroepzeeland.nl)

2.4 Effectieve contentstrategie

Ambitie 2026–2030

Onze regionale doelgroepen kennen en gebruiken onze eigen aanbodkanalen en/of vinden en gebruiken ons via de platforms van derden. Platforms van derden zijn in het publieke domein NPO Start en NPO Luister. In het publiek-private domein NLZIET.

Doelstelling

Doelstelling #4: Vanuit regionale kennis over doelgroepen aansluiting vinden op voorkeursplatforms van deze doelgroepen. Met content die voldoet aan de vormvereisten van die platforms.

De regionale publieke omroepen maken keuzes in hun contentstrategieën op basis van voorkeursplatforms van doelgroepen en de vormvereisten van die platforms. De audiovisuele kracht van de regionale publieke omroepen is hier een belangrijk fundament voor vernieuwing van formats en werkwijzen.

Concretisering 2026–2030



2.5 Redactionele transitie

Verbinding

Het bouwen aan gemeenschappen is ons onderscheidend vermogen. Gemeenschappen verbinden we fysiek door plekken te creëren waar we met onze achterban samenwerken aan regionale verhalen. We vormen ook digitale gemeenschappen, bijvoorbeeld met ons initiatief *Kalm An*, gericht op plattelandsjongeren.

Onze redacties werken ook onderling volop samen. We delen back-officezaken die niet over de inhoud gaan en zien dat lokale en regionale journalistiek nauwer samenwerken. AI zetten we in voor data-analyse, het analyseren van de voorkeuren en gedragingen van het publiek, het optimaliseren van plannings- en werkprocessen binnen redacties, personalisering en distributie. Daardoor houden we meer tijd over voor de essentie: betere (onderzoeks)journalistiek.

Betrouwbaarheid en onafhankelijkheid zitten in ons dna en vormen nog altijd ons bestaansrecht. Ons aanbod bestaat uit video, audio en tekst, maar de manier waarop we dat brengen wordt bepaald door de behoefte van het regionale publiek: zij hebben (letterlijk) de technische middelen in handen waarmee ze bepalen via welke kanalen ze zich willen laten informeren. Maar wij zoeken ze ook zelf op. Wij zijn daar waar zij actief zijn.

We werken nauw samen met NLPO, NPO en NOS. Dit zijn belangrijke partners waarbij de samenwerkingen zijn vastgelegd in allianties en overeenkomsten. Maar die samenwerking hangt ook af van politieke beslissingen. Er komen hervormingen aan op het landelijk niveau en op lokaal niveau wordt een stelselherziening voorzien. Dit alles beïnvloedt onze samenwerking met deze belangrijke partners binnen het publieke omroepbestel. Het is dan ook van belang dat de regionale publieke omroepen zelf een krachtige positie innemen en bij zichzelf blijven.

Impact van de regio

OMROEP BRABANT

Omroep Brabant bereikt jongeren met een jong en dynamisch social-/videoteam dat content maakt voor de platforms die zij gebruiken. Met series als *Misdaad Uitgelegd* en *HOE...?* legt de omroep complexe onderwerpen op een toegankelijke manier uit.

In *Misdaad Uitgelegd* worden Brabantse criminelen en spraakmakende zaken toegelicht. In *HOE...?* wordt op een luchtige manier uitgelegd hoe bepaalde onderwerpen in elkaar steken. De omroep past zich aan per platform: Omroep Brabant op Threads heeft een andere toon dan op Facebook of televisie, maar blijft overal relevant, onafhankelijk en betrouwbaar.

Omroep Brabant brengt niet alleen nieuws, maar ook verbinding. In 2024 scoorde de omroep met de *Bra-Bra-Brabant* parodie op het Songfestival en een virale instructievideo voor het EK *Van links, naar rechts*. Dankzij deze aanpak wordt Omroep Brabant regelmatig genoemd in de top 10 van *The Best Social Media*.

Realisme

We richten ons op de transitie naar het digitale domein. Onze oorspronkelijke kijkers en luisteraars zijn analoog en lineair gewend. Deze groep heeft dan ook extra aandacht nodig in de transitie.

Verandering is een constante geworden en houdt onze organisaties onevenredig veel bezig. Journalisten zijn van nature kritisch en behoudend, en elke verandering is lastig. Perspectief is nodig om de transitie succesvol vorm te geven. Dat betekent ook: duidelijk zijn en onze mensen meenemen in deze veranderingen.

Vanzelfsprekend volgt binnen het collectief van dertien regionale publieke omroepen ieder zijn eigen route en snelheid op weg naar onze redactionele transitie. Er zitten tussen omroepen verschillen in niveaus, capaciteit, innovatievermogen en financiële mogelijkheden. Tegelijkertijd is het collectief onze kracht: er zijn immers al zoveel voorbeelden van succesvolle samenwerkingsvormen. We nemen dan ook de vlucht naar voren en ontwikkelen het leiderschap dat daarvoor nodig is.

We geven de transitie van onze nieuwsredacties de komende concessieperiode verder vorm. Dat doen we als volgt:

- De regionale publieke omroepen groeien van traditionele omroepbedrijven naar flexibele, adaptieve organisaties. Dit vraagt om een continue doorontwikkeling, zodat ze kunnen reageren op veranderend mediagedrag en maatschappelijke verwachtingen.
- Journalisten en programmamakers opereren dichterbij hun publiek. Dat betekent dat zij flexibel en contextueel werken. Er is een verschuiving naar multidisciplinaire teams die verhalen op maat produceren en gebruikmaken van diverse platforms.
- Flexibele werklocaties en digitale technologieën moedigen een effectievere samenwerking aan over regio's heen.

- Contentmakers krijgen de juiste mobiele technologie om overal en altijd te kunnen werken. Dit is van belang voor snelle, op locatie geproduceerde verslaggeving tijdens actuele gebeurtenissen.
- Door nauwe samenwerking draagt het uitgebreide netwerk van regionale publieke omroepen bij aan herkenbare verslaggeving binnen de eigen regio en daarbuiten. Omroepen bieden content gepersonaliseerd aan, en houden daarbij rekening met lokale en regionale nuances en voorkeuren.
- We maken budget vrij voor vernieuwing en uitbreiding van journalistieke taken, door efficiënter te werken en geld anders te verdelen binnen de organisaties. Denk aan het bundelen van technische en operationele functies en het gebruik van AI en andere technologieën.

Ambitie 2026–2030

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

Doelstellingen

Doelstelling #5: Het ontwikkelen en stimuleren van leiderschap dat zich kenmerkt door een visie op de noodzakelijke redactionele transitie. En dat het doorzettingsvermogen en de kunde heeft om de transitie in alle regionale publieke omroepen uit te voeren en te ondersteunen.

Doelstelling #6: Het ontwikkelen van wendbare redactionele organisaties die, samen met partners, doelgroepgericht werken en een effectieve contentstrategie uitvoeren en daarbij gebruikmaken van eigen platforms en platforms van derden.

Doelstelling #7: Het faciliteren en opleiden van makers met een bredere taakopvatting, zodat die kunnen werken vanuit meerdere locaties.

Doelstelling #8: Makers worden ondersteund door gezamenlijke, goed toegankelijke techniek: vaak zijn een of twee apparaten met toebehoren voldoende.

Een redactionele transitie naar wendbare organisaties vraagt ook om aanpassingen in de volle breedte van elke regionale publieke omroep. Het raakt alle processen en werkwijzen. Dit behelst een cultuurverandering. Een succesvolle regio-redactie vraagt om een bredere aanpak van diversiteit. Een die alle facetten van identiteit omvat, en verder gaat dan kleur of gender alleen. Talentontwikkeling, nauw verbonden met diversiteit, vraagt om meer regie en gezamenlijke kennisontwikkeling.

Concretisering 2026–2030



2026

Nieuwe rollen, samenwerking onderling, met de lokale en landelijke publieke omroepen en in publiek-private samenwerkingen, opleidingsinitiatieven, ontwikkelmodel digitale wendbaarheid.

2027

op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

op basis van begroting en activiteitenplannen

Impact van de regio

L1

In de vierdelige serie *Cas kookt dove kok* Cas Wolters, bekend van *Heel Holland Bakt*, samen met gasten met een beperking. Terwijl ze gerechten bereiden, delen zij openhartig hun verhalen. De serie laat zien hoe veerkracht en doorzettingsvermogen een grote rol spelen in hun dagelijks leven en hoe zij kansen zien waar anderen obstakels ervaren.

[Lees meer op l1.nl](#)

Afspiegeling van de samenleving

Ambitie 2026–2030

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

Doelstelling

Doelstelling #9: Regionale redacties die een representatie zijn van hun regionale publiek - in al zijn verscheidenheid en diversiteit - en daarmee doelmatig in verbinding staan.

Doelstelling #10: Regionale publieke omroepen die een breed en divers publiek voorzien van nieuws, informatie, cultuur en educatie. Met in het bijzonder aandacht voor doelgroepen waarin wij qua relevantie, betrouwbaarheid en herkenbaarheid nog te winnen hebben (in de Mediawet gedefinieerd als kleine doelgroepen).

Op landelijk niveau vertegenwoordigen de regionale publieke omroepen de diversiteit van de regio's, terwijl zij op regionaal niveau deze diversiteit actief bevorderen. Dit doen ze door in te zetten op een betere representatie van de regio in zowel hun redacties als in het media-aanbod. Een diverse samenstelling van redacties leidt tot een pluriformer aanbod en vice versa. Deze wederzijdse versterking vergroot de herkenbaarheid en relevantie voor een breder publiek. De diversiteit van de inhoud van het media-aanbod komt onder meer naar voren in de verscheidenheid aan invalshoeken, onderwerpen en meningen die aan bod komen.

Het Datateam laat de regionale publieke omroepen zien hoe divers hun publiek is en op welke punten ze de verschillende groepen beter kunnen vertegenwoordigen. Het Transformatieteam helpt bij het ontwikkelen van journalistieke werkwijzen, waarmee nieuwe netwerken worden opgebouwd die de pluriformiteit van het media-aanbod verbeteren.

Concretisering 2026–2030



2026

Regionale diversiteit op landelijk niveau behouden, focus op de belangrijkste te versterken aspecten van diversiteit op regionaal niveau.

2027

2027

op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

2028

op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

2029

op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

2030

op basis van begroting en activiteitenplannen



Bekijk hier het verhaal van Sem, Yente, Fenne en Emma uit Limburg

3 Samenwerking zit in ons dna

3.1 De dertien regionale publieke omroepen

Ons gezamenlijk kennis- en innovatiecentrum

Om meer uit het Datateam en Transformatieteam te halen brengen we ze onder in een gezamenlijk kennis- en innovatiecentrum. Daarin bundelen we de krachten en ontwikkelen we innovatieve oplossingen, onder regie van de RPO. Het centrum wordt een broedplaats voor creativiteit, ontwikkeling, transformatie en samenwerking. Medewerkers van verschillende regionale publieke omroepen, externe partners en onderwijsinstellingen komen samen om:

- Kennis te delen;
- Best practices te ontwikkelen;
- Nieuwe ideeën te verkennen;
- Onderzoek te doen naar doelgroepen, bereik en impact.

DATATEAM

De regionale publieke omroep heeft een overkoepelend RPO Datateam. Het Datateam stimuleert het gebruik van data bij het maken en publiceren van content van de regionale publieke omroepen, zowel op web, app als op sociale media. Dat doet het team voor de dertien omroepen, zoveel mogelijk bij omroepen zelf in huis. Daarmee wordt de berichtgeving nog beter, passender en gericht. Uiteraard met respect voor de privacy van het publiek. De RPO zoekt blijvend samenwerking met (wetenschappelijke) organisaties om op basis van onderzoek inzichten te verkrijgen die bijdragen aan verdere verbeteringen.

TRANSFORMATIETEAM

Op de thema's digitale transformatie en innovatie werken de regionale publieke omroepen samen vanuit het RPO Transformatieteam. Het Transformatieteam is een multidisciplinair team dat samengesteld is uit medewerkers van verschillende omroepen. Het team initieert en realiseert pilots en projecten die bijdragen aan het bereiken van jongere doelgroepen (15-45 jaar). En geven richting en handvatten aan hoe een meer digitale en innoverende regionale publieke omroep eruitziet.

Het samenwerkingsverband Regiogroei speelt een belangrijke rol als beheerder van de gezamenlijke technologische infrastructuur voor de regionale publieke omroepen. We onderzoeken waar we het in de komende concessieperiode te ontwikkelen gezamenlijke web/app-platform – de digitale ruggengraat van onze sector – onder kunnen brengen.

REGIOGROEI

Regiogroei is het samenwerkingsverband van tien van de dertien regionale publieke omroepen gericht op technische ontwikkeling en de gezamenlijke web/app-omgeving. In Regiogroei zijn de krachten gebundeld als het gaat om innovatie, doorontwikkeling, beheer en onderhoud van online distributie en ontsluiting van het media-aanbod. Regiogroei beheert ook het platform Regio Exchange. Alle dertien regionale publieke omroepen gebruiken dit platform voor onderlinge automatische contentuitwisseling en contentuitwisseling met derde partijen, waaronder de NOS en NLZIET.

Met deze samenwerkingen pakken we de genoemde uitdagingen in de mediasector gericht aan en maken we de weg vrij voor toekomstige ontwikkelingen. Innovatie krijgt een strategische plek in ons beleid en in onze processen. Daardoor kunnen we effectiever inspelen op de veranderende behoeften van de samenleving en op de eisen van een dynamisch medialandschap.

We beseffen dat we de uitdagingen niet langer alleen aankunnen. Gezamenlijk bepalen we de toekomst van onze sector, waarbij we de ervaringen en input van alle regionale publieke omroepen benutten. Door onze talenten, middelen en kennis te combineren, versterken we onze positie en dragen we bij aan een duurzame en relevante regionale publieke omroep die klaar is voor de toekomst.

Samenwerking op diverse andere terreinen

Om de efficiëntie en doelmatigheid te vergroten, gaan de regionale publieke omroepen veel meer samenwerken op diverse andere, niet-journalistieke terreinen. Zowel vanuit het collectief (alle dertien) als op basis van regio-overstijgende samenwerkingsvormen op kleinere schaal (bundeling van regio's). Denk aan gedeelde reclame- en salesactiviteiten, Human Resources (HR), marketing, communicatie en onderzoek, financiële en technische aspecten.

3.2 Externe samenwerking

We zetten in op samenwerking met journalistieke medespelers. Zo willen we deze concessieperiode meer samenwerken in het publieke domein, onderzoeken we wat er mogelijk is op het gebied van publiek-private samenwerking en zetten we onze bestaande samenwerking met NOS, NLPO en NPO voort. Daarbij versterken we elkaar op het journalistieke vlak, met het publiek voor ogen.

Doorontwikkeling Publiek Journalistiek Huis: samenwerken aan journalistieke kwaliteit

Het Publiek Journalistiek Huis is een platform voor de samenwerking tussen de lokale, regionale en landelijke omroepen. Bijvoorbeeld om onze gezamenlijke ambitie om de journalistieke kwaliteit en relevantie te waarborgen. Dit Huis versterkt de samenwerking en brengt de diverse stemmen en perspectieven binnen onze samenleving samen. De regionale publieke omroepen spelen hierin een verbindende rol. Hun kennis van onderwerpen en betrokkenheid bij de gemeenschap biedt een aanzienlijke meerwaarde.

In de periode 2026-2030 bouwen we de samenwerking binnen het Publiek Journalistiek Huis verder uit. We bundelen journalistieke capaciteit en expertise met de focus op gezamenlijke producties, verdieping en verrijking. We voeren onderzoeken uit en zetten innovatieve projecten op. Een gemeenschappelijke technologische infrastructuur ondersteunt de samenwerking en maakt de uitwisseling van content en de coördinatie van journalistieke operaties makkelijker.

Samen bepalen we in het Publiek Journalistiek Huis de toekomst van onze sector. Door onze sterke regionale merken en collectieve krachten te combineren, leggen we een solide fundament voor een duurzame en innovatieve journalistieke infrastructuur die het publiek op een betekenisvolle manier bedient.



Bekijk hier het verhaal van Annelies uit Overijssel

Doorontwikkeling Bureau Regio

In de concessieperiode 2026-2030 zetten we vervolgstappen met Bureau Regio. Dit is het journalistieke samenwerkingsverband tussen de dertien regionale publieke omroepen en de NOS. De redactie functioneert vanuit de NOS-nieuwsvloer in Hilversum en opereert namens de regionale publieke omroepen.

Bureau Regio is belangrijk voor de verspreiding van regionale nieuwsitems in de programma's van de NOS én voor het gebruik van landelijk nieuws met regionale relevantie door de regionale publieke omroepen. We willen de dagelijkse uitzendingen, waaronder de blokken met regionale berichten in het NOS Journaal en het NOS Journaal Regio, verder optimaliseren via nieuwe formats en samenwerking.

Ook versterken we de samenwerking met de NOS voor online content. Bureau Regio blijft de regionale berichten op de NOS-website en -app maken, waarbij het aantal geproduceerde regionale verhalen verder wordt uitgebreid.

We gaan de inhoudelijke samenwerking tussen de regionale publieke omroepen en de NOS bevorderen. Met speciale aandacht voor gezamenlijke onderzoeksprojecten en het delen van kennis en expertise. Hiermee verbeteren we de journalistieke kwaliteit en vergroten we de impact van onze berichtgeving. Dat draagt uiteindelijk bij aan een robuustere publieke journalistieke infrastructuur.

Bureau Regio is een succesvol voorbeeld voor Bureaus Lokaal. De werkwijze van Bureau Regio op het gebied van journalistiek onderzoek en productie, gebruiken we om Bureaus Lokaal verder te versterken.

Impact van de regio

OMROEP WEST

Onderzoek van Omroep West en Follow the Money onthulde fraude met Europese onderzoeksubsidies bij het Leids Universitair Medisch Centrum (LUMC). Gesjoemel met contracten, verdwenen onderzoekers en oneigenlijke betalingen leidden tot een groot schandaal. De publicaties zorgden voor een reeks ontslagen en dwongen het ziekenhuis miljoenen terug te vorderen.

[Lees hier het gehele dossier](#)

[Lees meer over de eis van LUMC](#)

[Lees meer op nos.nl](#)

Doorontwikkeling Bureau Lokaal

In de concessieperiode 2026-2030 versterken we de samenwerking tussen lokale en regionale publieke omroepen met de inzichten en opbrengsten van het project Bureau Lokaal. De ervaringen van de tien proeftuinen in 2024 en 2025 zijn de basis voor verdere implementatie en duurzame integratie in onze organisaties. De best practices en feedback uit de proeftuinen delen we actief zodat elke regionale publieke omroep ervan leert. Dit zorgt voor meer uniforme werking waarbij de specifieke context van elke regio niet wordt vergeten.

Ook richten we ons samen met de NLPO op het verbeteren van de opleidingen en trainingen voor medewerkers van lokale en regionale publieke omroepen. Via gezamenlijke initiatieven verhogen we journalistieke vaardigheden en professionaliteit. Ook optimaliseren we de technologische infrastructuur gebaseerd op de eerder ontwikkelde Regio Exchange. Zo kunnen omroepen efficiënt content uitwisselen, verdiepen, verrijken en samenwerken.

Publiek-private samenwerking

De regionale publieke omroepen erkennen de behoefte voor een gezamenlijke publiek-private agenda. Dat sluit aan bij de visie van de minister van OCW op lokale en regionale journalistiek (brief aan de Tweede Kamer van 25 oktober 2024). Het uitgangspunt is het behoud van een pluriform Nederlands medialandschap. Daarin zijn zowel publieke als private mediapartijen essentieel omdat ze een waardevolle bijdrage leveren aan de journalistieke diversiteit en kwaliteit.

De minister benadrukt in zijn brief de wettelijke taak van lokale, regionale en landelijke publieke omroepen en het belang van een sterke lokale journalistiek. Als RPO dragen we daaraan proactief bij door de mogelijkheden tot publiek-private samenwerking te onderzoeken. Daarom gaan we o.a. in gesprek met partijen als het ministerie van OCW en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

Lopende samenwerkingsprojecten tussen regionale publieke omroepen en private mediapartijen kunnen een leidraad vormen, zoals in het geval van Omroep Gelderland met Follow The Money (onderzoeksjournalistiek) en Omrop Fryslân, de Leeuwarder Courant, het Friesch Dagblad met Hogeschool NHL Stenden in het kader van gezamenlijke opleidingen. Op basis van lessen en best practices verhogen we met publiek-private samenwerkingen de journalistieke kwaliteit en het bereik, maar waarborgen we vooral een gezond, effectief en robuust pluriform medialandschap.



Bekijk hier het verhaal
van Oguzhan en Songul uit Utrecht

4 Impact op onze organisaties en cultuur

4.1 De RPO en de dertien regionale publieke omroepen

De RPO is het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.

Artikel 2.60a lid 3 van de Mediawet 2008

De RPO wordt belast met de volgende taken:

- a. het bevorderen van samenwerking en coördinatie met het oog op de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau;
- b. het behartigen van zaken die van gemeenschappelijk belang zijn voor de regionale publieke mediadienst en de regionale publieke media-instellingen;
- c. het sluiten van collectieve arbeidsovereenkomsten en het vaststellen van normen voor de honorering van freelancers, mede in naam van de regionale publieke media- instellingen;
- d. het bevorderen van een doelmatige inzet van de gelden die bestemd zijn voor de verzorging en verspreiding van het media-aanbod en het bevorderen van geïntegreerde financiële verslaglegging en verantwoording;
- e. het inrichten, in stand houden, beheren en exploiteren en regelen van het gebruik van organen, diensten en faciliteiten, waaronder studio's en distributie-infrastructuren, die nodig zijn voor een goede uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau; en
- f. andere taken waarmee zij bij de wet wordt belast.

De rolverdeling tussen de RPO, het Overleg Regionale Omroepen (ORO) en de dertien individuele omroepen luistert nauw. De governance is vastgelegd in de Mediawet. Het bestuur van de RPO stelt het concessiebeleidsplan en de begroting vast, waarbij het ORO in beide gevallen zwaarwegend advies geeft. De RPO gaat een prestatieovereenkomst aan met de minister van OCW.

De dertien regionale publieke omroepen hebben de taak om regionale publieke media te verzorgen. Zij werken onafhankelijk en maken hun eigen journalistieke keuzes, binnen de richtlijnen van de Mediawet, het redactiestatuut, de redactieraad en de mediaraad.

De RPO en de regionale publieke omroepen werken intensief samen. Door de groei van het aantal gezamenlijke projecten en processen is er steeds meer behoefte aan regie op de samenwerking. Als samenwerkings- en coördinatieorgaan vervult de RPO een regierol, die in de komende concessieperiode verder wordt uitgewerkt met het ORO. Dit richt zich op niet-journalistieke aspecten van de regionale publieke omroepen²¹.

De RPO neemt hierin de regie en coördineert de gezamenlijke ambities in de totstandkoming en uitvoering van een periodiek concessiebeleidsplan, waarvoor de RPO wettelijk verantwoordelijk is. Dit gebeurt op basis van de jaarlijkse begrotingen en activiteitenplannen van de regionale publieke omroepen, die op het concessiebeleidsplan en de RPO-begroting worden afgestemd. Daarnaast bevordert de RPO een efficiënte besteding van middelen, onder andere voor gezamenlijke initiatieven, zoals Regiogroei, het Datateam en het Transformatieteam. De RPO stuurt op de prestatieovereenkomst met het ministerie van OCW en neemt de regie op het coördineren van de activiteitenplannen en het meten van de resultaten van de regionale publieke omroepen.

Efficiënt en effectief

Ambitie 2026–2030

We willen dat de regionale publieke omroep wendbaar is en goed wordt bestuurd. Door gerichte samenwerking op niet-journalistieke gebieden streven we naar meer efficiëntie en effectiviteit. Zo kunnen we onze gezamenlijke publieke mediaopdracht beter vervullen, met behoud van journalistieke onafhankelijkheid en regionale eigenheid. In 2030 willen we een voorbeeld zijn van hoe samenwerking en coördinatie binnen de sector leiden tot schaalvoordelen, innovatie en regionale relevantie.

Doelstelling

Doelstelling #11: De RPO neemt de regie om bepaalde niet-journalistieke processen en aspecten van en voor de regionale publieke omroepen te coördineren teneinde efficiënt en effectief te werken.

Journalistieke onafhankelijkheid binnen de regionale publieke omroep staat vast. Op veel onderwerpen die niet direct de journalistieke inhoud raken zijn er grote voordelen te behalen. De RPO heeft hierbij de wettelijke taak om samenwerking te bevorderen en doelmatigheid te vergroten.

Duidelijke afspraken met de zelfstandige regionale publieke omroepen over de rolverdeling zijn essentieel en ontstaan op basis van gezamenlijke instemming. De RPO is in staat om invulling te geven aan de wettelijke taken in het belang van de gehele regionale publieke mediasector. Dat lukt dankzij duidelijke afspraken over regievoering en nauwe samenwerking met experts vanuit de zogeheten Hoofden-overleggen (financiën, P&O, techniek, marketing en communicatie en onderzoek) en de ORO-portefeuillehouders op deze gebieden.

De afspraken over de rolverdeling op niet-journalistieke inrichtingsaspecten omvatten in ieder geval regie op terreinen als data-analyse en techniek, opleiding, innovatie en ethisch-juridische vraagstukken. Met oog voor de regionale verschillen zorgen we voor een efficiënte en doelgerichte aanpak van gedeelde behoeften en taken.

Concretisering 2026–2030



2026

De RPO neemt regie op data-analyse en techniek, (doelgroep)onderzoek, innovatie, ethisch-juridische vraagstukken, kennisuitwisseling, opleiding en (leiderschaps) ontwikkeling, regie op leiderschapsontwikkeling

2027

op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

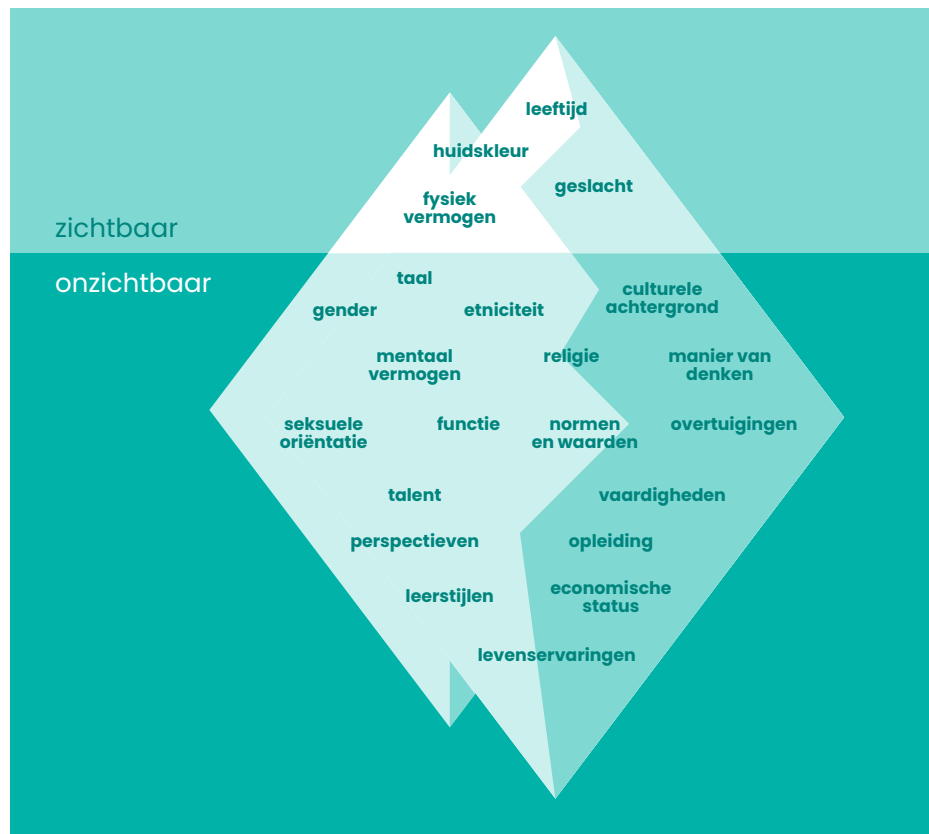
op basis van begroting en activiteitenplannen

4.2 Visie op goed werkgeverschap

Goed werkgeverschap is van fundamenteel belang voor een positieve en productieve werkcultuur binnen de regionale publieke omroep. Dit gaat verder dan het naleven van wetgeving; het betekent een werkomgeving bieden waarin medewerkers zich veilig, gewaardeerd, gerespecteerd en betrokken voelen. In een krappe arbeidsmarkt is het belangrijk om talent aan te kunnen trekken én te behouden; we streven ernaar om een stimulerende omgeving te creëren die de diverse talenten van onze medewerkers benut en waardeert. Goed werkgeverschap helpt ons wendbaar te blijven in een snel veranderende mediawereld.

Kernprincipes van goed werkgeverschap voor de regionale publieke omroepen:

1. **Vertrouwen en transparantie:** wij bouwen aan een werkomgeving gebaseerd op vertrouwen door geloofwaardig, respectvol en eerlijk te zijn. Geloofwaardigheid ontstaat door onze beloften na te komen en authentiek te handelen. Respect tonen we door oprechte betrokkenheid en eerlijke kansen voor groei en erkenning te bieden.
2. **Welzijn, inclusiviteit en diversiteit:** goed werkgeverschap gaat verder dan het naleven van wetgeving; het betekent actief zorgen voor het welzijn van medewerkers. We bevorderen inclusiviteit en diversiteit, bieden doorgroeimogelijkheden en creëren een positieve en veilige werkomgeving. Onze regionale representativiteit speelt hierin een belangrijke rol; door rekening te houden met de unieke aspecten van elke regio versterken we zowel onze organisatie als onze journalistieke opdrachten.



Figuur 5: De ijsberg van verschillen, zichtbaar en onzichtbaar

De zichtbare verschillen tussen mensen krijgen vaak de meeste aandacht in discussies over diversiteit. Maar onder de oppervlakte bevindt zich een rijke diversiteit aan onzichtbare aspecten zoals opleiding, mentale capaciteiten, religie en overtuigingen. Deze elementen dragen ook bij aan de unieke kwaliteiten van individuen en verdienen evenveel aandacht in gesprekken over diversiteit. Het benadrukken van zowel zichtbare als onzichtbare diversiteit helpt ons om een completer beeld te krijgen van de waardevolle verscheidenheid.

- 3. Inzicht door meting:** om goed werkgeverschap te waarborgen, meten we regelmatig hoe medewerkers hun werk en werkomgeving ervaren. Medewerkerstevredenheidsonderzoeken en andere evaluaties geven ons inzichten die nodig zijn om continu te verbeteren en te ontwikkelen.

Talentontwikkeling als motor voor inclusiviteit en diversiteit

Talentontwikkeling is een belangrijk onderdeel van ons HR-beleid. Het helpt ons niet alleen onze medewerkers te laten groeien en doorstromen, maar draagt ook bij aan meer inclusie en diversiteit binnen de regionale publieke omroepen. Door actief te investeren in talentontwikkeling geven we ruimte aan nieuwe perspectieven en stemmen, wat onze journalistiek sterker en representatiever maakt.

Een diverse werkomgeving zorgt voor vernieuwende ideeën, creatieve oplossingen en een bredere aantrekkingskracht op ons publiek. Daarom werken we samen met journalistieke en media-opleidingen op mbo, hbo- en universitair niveau. We ontwikkelen stageprogramma's en werk-/leertrajecten zodat studenten al vroeg ervaring opdoen in de regionale journalistiek. Zo bouwen we niet alleen aan een diverse

talentpool, maar slaan we ook een brug tussen theorie en praktijk. Dit zorgt ervoor dat de volgende generatie journalisten opgroeit met de waarden van inclusiviteit en diversiteit, wat essentieel is in een snel veranderend medialandschap.

Als publiek gefinancierde instellingen en als sector in ontwikkeling is een gezamenlijke aanpak hierin essentieel. Door onze krachten te bundelen, zorgen we ervoor dat we klaar zijn voor de toekomst en dat we blijven bijdragen aan sterke, diverse en inclusieve regionale journalistiek.

Samenwerking op HR-gebied tussen regionale publieke omroepen

De regionale publieke omroepen bundelen hun krachten om goed werkgeverschap te versterken. Door gezamenlijke initiatieven te ontwikkelen en middelen te bundelen, vergroten we de effectiviteit van ons HR-beleid en talentontwikkeling.

Medewerksuitwisseling en stageplaatsen: we faciliteren uitwisseling van medewerkers waarbij medewerkers van de ene omroep de kans krijgen om, gedurende een bepaalde periode, te werken bij een andere regionale publieke omroep. Dit bevordert kennisdeling en professionele groei. Bovendien zorgt de uitwisseling voor nieuwe inzichten en ervaringen, wat de creativiteit en samenwerking binnen teams ten goede komt. Daarnaast organiseren we gezamenlijke stageplaatsen zodat studenten en starters brede ervaring kunnen opdoen bij verschillende regionale publieke omroepen. Dit levert de omroepen tegelijkertijd frisse ideeën op.

Gezamenlijke opleiding en training: door een gezamenlijk opleidingsprogramma te ontwikkelen, benutten we de expertise en middelen van alle regionale publieke omroepen. Het programma omvat trainingen, seminars en workshops over journalistiek, digitale media en projectmanagement. Een trainingstraject rond reflectieve journalistiek kan hierbij inhoudelijk verdiepen en een eenduidige aanpak creëren.

Sinds 2024 bundelen we ons trainingsaanbod in een Learning Management Systeem (LMS). Dat groeit deze concessieperiode uit tot hét centrale platform voor het opleiden, trainen en coachen van alle medewerkers binnen de dertien regionale publieke omroepen. Dit zorgt voor een consistente en efficiënte aanpak van personeelsontwikkeling.

De regierol van de RPO: de RPO coördineert en ondersteunt gezamenlijke HR-projecten door structuur en samenwerking te bevorderen. Dit doen we via regionale bijeenkomsten en kennisdeling. Bovendien fungeert de RPO als aanspreekpunt voor de regionale publieke omroepen als zij vragen hebben over diversiteit en goed werkgeverschap. Bijvoorbeeld door het organiseren van het delen van best practices, gezamenlijke evaluaties van opleidingen en het ontwikkelen van richtlijnen die voor alle omroepen toepasbaar zijn.

Impact van de regio

LEIDERSCHAP IN MEDIA

Leiderschap in Media (LinM) is een opleiding voor directeuren en hoofdredacteuren, ontwikkeld door de Universiteit Utrecht in opdracht van de RPO. Door digitalisering, AI, veranderend publieksgedrag en de groeiende aandacht voor een inclusief en veilig werkklimaat is toekomstgericht leiderschap belangrijker dan ooit. *LinM* speelt hierop in met onderwerpen zoals persoonlijk en inclusief leiderschap, innovatie in organisaties, verantwoorde AI- en datagebruik in de journalistiek, verandermanagement en publieksbetrokkenheid.

HR-thema's en praktische aanpak

Goed werkgeverschap betekent dat de regionale publieke omroep actief investeert in een prettige en gezonde werkomgeving. In de praktijk richten we ons daarom op de volgende vijf thema's:

1. **Positief werkklimaat:** iedere medewerker moet zich veilig, gewaardeerd en gerespecteerd voelen. Daarom zetten we ons o.a in voor sociale veiligheid, generatiemanagement en fysiek en mentaal welzijn. We beschikken over belangrijke regelingen zoals een klachtenprocedure, een klokkenluidersregeling en een gedragscode, die regelmatig worden geëvalueerd en aangepast aan veranderingen in de maatschappij, de regio en de mediasector.
2. **Sterk en toekomstgericht leiderschap:** goed leiderschap draait om eigenaarschap: voorbeeldgedrag, zelfreflectie en verantwoordelijkheid nemen in het belang van de organisatie. We ontwikkelen trainingen en hulpmiddelen om leidinggevendenden te ondersteunen in het aansturen van hun teams met speciale aandacht voor digitalisering en innovatie binnen de regionale publieke omroepen. Leiderschapsontwikkeling is gericht op zowel het topmanagement als het middenmanagement. Hier werken onze leiders van de toekomst, die een essentiële rol spelen in innovatie en samenwerking. Door hen goed te begeleiden, bouwen we aan duurzame groei en succesvolle veranderingen.
3. **Een soepele loopbaanontwikkeling:** we verbeteren de ervaring van medewerkers tijdens hun hele loopbaan bij ons. Dit doen we met gezamenlijke opleidingsprogramma's, goed georganiseerde pre-, on- en offboardingprocessen en het bevorderen van doorstroom en wendbaarheid. We zorgen voor een duidelijke loopbaanstructuur met strategische personeelsplanning en gaan regelmatig in gesprek met medewerkers, zodat zij zich kunnen blijven ontwikkelen en op de juiste plek binnen de organisatie kunnen groeien.
4. **Een krachtig werkgeversimago:** om talent aan te trekken en te behouden, zorgen we voor een sterke en herkenbare uitstraling als werkgever. Inclusiviteit en diversiteit zijn belangrijke pijlers in ons wervingsbeleid, en we maken gebruik van moderne en creatieve wervingsmethoden om de juiste kandidaten te bereiken.
5. **Aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden:** we bieden goede en moderne arbeidsvoorwaarden zoals mogelijkheden voor thuiswerken en vitaliteitsprogramma's. We bewaken een gezonde werk-privébalans zodat onze medewerkers hun werk en persoonlijke leven optimaal kunnen combineren.

Impact van de regio

PERSVEILIGHEID

De veiligheid van journalisten en het welzijn van medewerkers staan hoog op de agenda. Regionale publieke omroepen werken samen met *PersVeilig* om de risico's in het veld te beperken. Medewerkers volgen trainingen. Protocollen zijn opgesteld volgens de richtlijnen van *PersVeilig* en beschermende middelen zoals steekvesten en bodycams zijn beschikbaar.

Bij risicovolle situaties worden extra maatregelen genomen. Journalisten werken samen, zoeken vooraf contact met wijkagenten of schakelen beveiliging in. Bij evenementen en protesten wordt vooraf een veiligheidsplan opgesteld zodat medewerkers hun werk zonder gevaar kunnen doen. Ook is er aandacht voor opvang en nazorg in samenwerking met andere organisaties.

4.3 Cyberveiligheid en privacy

Nu digitale technologieën steeds centraler staan in ons dagelijks leven en werken, vormt cyberveiligheid een cruciaal aspect voor de continuïteit van de regionale publieke omroepen. Niet alleen vervullen wij een essentiële rol in de nieuwsvoorziening; wij zijn ook wettelijk verplicht om als calamiteitenzender te functioneren. Sinds 1991 is het noodzakelijk dat onze regionale radiozenders, en feitelijk ál onze kanalen, onmiddellijk ingezet kunnen worden voor officiële mededelingen in tijden van rampen of crises. Deze noodzakelijke journalistieke paraatheid benadrukt de noodzaak van sterke digitale beveiliging van onze informatie-infrastructuur.

Onze aanpak

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

1. We brengen risico's in kaart en ontwikkelen centraal risicomanagement. We hanteren daarbij de routekaart risicomanagement van het NCSC.
2. We bevorderen veilig gedrag. Via het initiatief *Samen Digitaal Veilig* vergroten we de kennis van onze medewerkers en versterken we de beveiliging van onze systemen. We organiseren minimaal twee keer per jaar trainingen over cyberveiligheid en veilig internetgebruik, waarbij feedback uit deze sessies ons helpt om onze processen voortdurend te verbeteren.
3. We beschermen systemen, applicaties en apparaten. We investeren proactief in geavanceerde cybersecurity-technologieën om onze netwerken te beschermen en cyberaanvallen te voorkomen.

4. We beheren onze toegang tot data. Met de toename van onze activiteiten op dit gebied, zoals via het Datateam, zetten we ons in voor de bescherming van persoonsgegevens en zorgen voor transparantie over hoe we deze gegevens verzamelen en gebruiken. Onze processen voldoen altijd aan de geldende wet- en regelgeving, en we stellen strikte richtlijnen op voor het gebruik van persoonlijke informatie.
5. We bereiden ons voor op incidenten. We ontwikkelen uitwijkplannen voor onze uitzendingen en testen onze back-ups regelmatig. De archivering van onze regionale content brengen we centraal onder bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.

Samenwerking en evaluatie

We werken op dit gebied samen met andere mediabedrijven, waaronder de NPO. De RPO coördineert en faciliteert onze gezamenlijke inspanningen.



Bekijk hier het verhaal van Steijn uit Zeeland

4.4 Duurzaamheid

Duurzaamheid is een essentieel onderdeel van onze strategie en vraagt om concrete acties en betrokkenheid van alle regionale publieke omroepen. We nemen onze maatschappelijke verantwoordelijkheid serieus en streven naar een kleinere ecologische voetafdruk. In een tijd waarin milieuvriendelijke bedrijfsvoering steeds belangrijker wordt, zetten wij concrete stappen om hieraan bij te dragen.

We introduceren een duurzaamheidsparagraaf in ons jaarverslag, waar we jaarlijks rapporteren over de voortgang van onze duurzaamheidsdoelstellingen. Het is van belang dat deze paragraaf transparant is en medewerkers bij het opstellen ervan worden betrokken.

In de komende concessieperiode zetten wij in op een gezamenlijke overgang naar een elektrisch wagenpark. Dit houdt in dat we ons huidige wagenpark inventariseren en een transitieplan opstellen. In samenwerking met leveranciers onderzoeken we de mogelijkheden voor elektrische voertuigen en oplaadinfrastructuur.

Om onze energievoorziening te verduurzamen, streven we ernaar onze omroepen van 100% groene energie en gas te voorzien. We onderzoeken leveranciers en stellen contracten op die de overstap waarborgen.

Verder willen we de hoeveelheid afval die we produceren verminderen door richtlijnen voor afvalscheiding en -reductie te implementeren binnen alle organisatieonderdelen. Dit houdt in dat we voor afvalscheidingssystemen in onze gebouwen zorgen en workshops organiseren om medewerkers bewust te maken van afvalreductie.

Duurzaamheid wordt ook een thema in onze interne opleidingen. We creëren een jaarlijks trainingsprogramma dat gericht is op het verhogen van het duurzaamheidsbewustzijn onder medewerkers en hen aanmoedigt om innovatieve ideeën aan te dragen voor verduurzaming van hun werkzaamheden.

Bovendien zoeken we actieve samenwerking met lokale duurzaamheidsprojecten en -initiatieven. Dit kan onder andere door relevante partners te identificeren en platforms te creëren om verhalen over duurzaamheid te delen via onze platforms.

Door deze gezamenlijke inspanningen kunnen we een significante stap zetten richting een duurzamere toekomst voor de regionale publieke omroep, waarmee we niet alleen voldoen aan onze maatschappelijke verantwoordelijkheid, maar ook de verbinding met onze gemeenschap versterken.



Bekijk hier het verhaal van Hilco uit Zuid-Holland • Noord

5 Financiering van de regionale publieke omroep

De regionale publieke omroep speelt een cruciale rol om nieuws, informatie en cultuur bij het publiek te brengen. Onze publieke mediaopdracht vraagt om een stabiele financiering.

De financiering van de regionale publieke omroepsector verschilt van die van de landelijke publieke omroep. Elke omroep ontvangt een rijksbijdrage en genereert daarnaast inkomsten uit reclame en overige bronnen, zoals tijdelijke provinciale subsidies, sponsorgelden en nevenactiviteiten. Omdat deze aanvullende inkomsten vaak niet structureel zijn, dragen regionale publieke omroepen zelf het risico bij financiële tegenvallers. In tegenstelling tot de landelijke omroep kunnen zij geen beroep doen op de Algemene Mediareserve, waardoor voorzichtig financieel beleid noodzakelijk is. Dit kan invloed hebben op de invulling van collectieve doelstellingen en de uitvoering van gezamenlijke ambities.

De RPO coördineert de samenwerking tussen de regionale publieke omroepen, maar kan die niet afdwingen. Daarom werken we aan een gefaseerde aanpak, zodat omroepen zich in hun eigen tempo kunnen ontwikkelen. Door verschillen in omvang ontvangen de dertien regionale publieke omroepen niet allemaal een gelijke bijdrage van het Rijk, terwijl de kosten van arbeid en techniek grotendeels hetzelfde zijn. Dit belemmert gezamenlijke investeringen en innovatie.

Om de publieke dienstverlening toekomstbestendig te maken, neemt de RPO sinds 2022 deel aan het rijksbrede programma *Werk aan Uitvoering* (WaU). Dit programma ondersteunt zelfstandig bestuursorganen bij het verbeteren van hun dienstverlening en versnelt de digitale transformatie. Binnen dit programma werken de RPO en de regionale publieke omroepen aan een robuuste toekomstbestendige digitale infrastructuur, geavanceerde data-analyse en AI. Hierdoor kunnen we de informatie- en nieuwsvoorziening versterken en het contact met burgers verbeteren.

Het WaU-programma loopt tot en met 2031 en beslaat daarmee de gehele concessieperiode 2026-2030. Het programma biedt onze omroepen de ruimte om zich geleidelijk aan te passen en de transitie van analoog naar digitaal te realiseren. De snelheid waarmee we veranderingen doorvoeren hangt af van regionale omstandigheden en interne bedrijfsvoering. Deze ontwikkelingen worden jaarlijks meegenomen in de begrotingen van de RPO en de individuele regionale publieke omroepen.

Vooruitblik nieuwe concessieperiode

De begrotingen maken samen met het concessiebeleidsplan, de prestatie-overeenkomst en het jaarverslag deel uit van de brede beleidscyclus. Hierin leggen de RPO en de regionale publieke omroepen vast hoe zij hun publieke mediaopdracht uitvoeren en welke middelen daarvoor nodig zijn.

Het CvdM heeft aangekondigd in de nieuwe concessieperiode de eisen voor deze beleidscyclus aan te scherpen. De begrotingen worden een belangrijker sturings-instrument dan in de voorgaande concessieperiode en moeten direct aansluiten op de beleidsdoelen en prestatieafspraken.

Kostenontwikkeling RPO en regionale publieke omroepen

De kosten van de RPO en de regionale publieke omroepen zijn verdeeld over drie hoofdcategorieën: media-aanbod, nevenactiviteiten en organisatiekosten. Onder organisatiekosten vallen administratieve, marketing-, facilitaire, HR- en ICT-gerelateerde activiteiten. De regionale publieke omroepen werken vanuit een journalistieke structuur, met budgetten voor redacties, techniek en ondersteunende diensten. Op basis van ramingen van het Centraal Planbureau wordt verwacht dat de loonkosten tot 2028 jaarlijks met vier procent stijgen²². De rijksbijdragen worden geïndexeerd op basis van de consumentenprijsindex en de groei van het aantal huishoudens.

De RPO heeft de WaU-middelen aangevraagd om de publieke dienstverlening te verbeteren door gezamenlijke digitale transformatie en innovatie van de regionale publieke omroepen. Alle andere ambities en doelstellingen worden bekostigd uit de reguliere middelen, inclusief reclame-inkomsten. Jaarlijkse begrotingen bepalen hoe deze middelen worden ingezet.

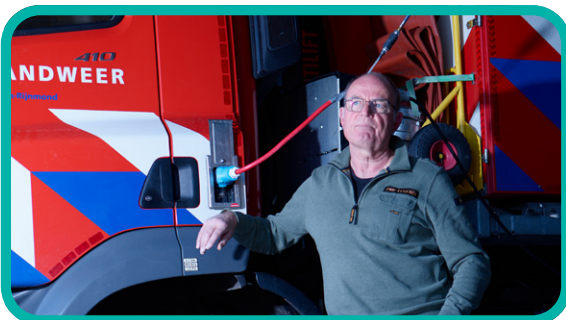
Kostenraming RPO CBP periode 2026-2030 x € 1 miljoen

	2026	2027	2028	2029	2030
Kosten RPO	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5
Inzet ambitieontwikkeling via WaU	5,9	6,2	6,3	6,0	6,0
Kosten regionale omroepen	216,9	225,6	234,6	244,0	253,8
Subtotaal	224,9	234,0	234,2	252,4	262,3
Inzet reclamebaten	-17,5	-17,7	-17,8	-17,1	-17,1
Inzet overige kosten	-8,7	-8,7	-8,7	-8,7	-8,7
Inzet RMA en reserves	0	0	0	0	0
Benodigde bekostiging	198,7	207,6	216,7	226,6	236,5

Figuur 6 Kostenraming RPO CBP periode 2026-2030

De beschikbare WaU-middelen worden ingezet voor het financieren van onder meer:

- Verkenning en (door)ontwikkeling van eigen mediaplatforms voor de regionale publieke omroep.
- Onderzoek naar doelgroepen en hun mediagebruik binnen de regio's.
- Opleiding en ontwikkeling van alle professionals binnen de regionale publieke omroep.
- Stimuleren van diversiteit en professionaliteit door nieuwe talenten aan te trekken en bewustwording te vergroten bij alle professionals binnen de regionale publieke omroep.
- Regie van de RPO op niet-journalistieke processen en aspecten binnen de regionale publieke omroepen.
- Deze plannen krijgen jaarlijks verdere invulling in de begrotingen vanaf 2026. Voor de reclame-inkomsten worden scenarioanalyses gebruikt van de landelijke en regionale verkooporganisaties. Overige inkomsten, zoals subsidies en sponsoring, zijn vaak tijdelijk en niet structureel gegarandeerd. De regionale publieke omroepen houden hier rekening mee in hun bedrijfsvoering.



Bekijk hier het verhaal van Piet uit Zuid-Holland • Zuid

Bijlage I: Regioprofielen Drenthe

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 12 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 504.129 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 1 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €49.500 (€50.833) Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 70,9% (72,8%) Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 0,2% (0,1%) Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 58.710 (47.868) Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 69,0% (66,5%) Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 59,2% (60,4%) Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 39,0% (41,1%) Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹

- rtv drenthe

Zeven lokale omroep:¹²

- Tynaarlo Lokaal
- ZO34
- r tv meppel
- RADIO Nieuw-Asse
- OMROEP ASSEN
- LOH
- DNO

Eén regionaal dagblad:¹³

- DAGBLAD NOORD

Vier niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴

- continuu
- JoyRadio
- GRUNN FM
- Staat Nieuws Radio

Hyperlokale nieuwsmidia¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹⁶
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Drenthe

- Cultuur en debat**
o.a. Hunebedden, Kamp Westerbork en TT Festival Assen.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. ASTRON Dwingelo Radiotelescoop en NHL Stenden.
- Religie en zingeving**
o.a. Drentse Kerkdorpen, Klooster Maria in Campje en Kapel van Westerbork.
- Recreatie en sport**
o.a. Wildlands Adventure Zoo, Hof van Assen en TT Circuit Assen.
- Innovatie en economie**
o.a. Hanze Techhub, Energy Transition Campus NICE, Dacom, Rohill en ASTRON.
- Landbouw en visserij**
o.a. Veenkoloniën, schapenhouderij en zuivelproductie.

Kenmerkende aspecten
Drenthe staat bekend om haar uitgestrekte natuurgebieden, zoals het Dwingelderveld en het Drents-Friese Wold, en de eeuwenoude hunebedden die het landschap markeren. Historische dorpen zoals Orvelte en steden zoals Assen trekken bezoekers met hun rustige sfeer en culturele bezienswaardigheden.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Relatief weinig 25-45 jarigen en relatief veel 65-80 jarigen, waardoor de provincie vergrijst

Migratieachtergronden

Relatief weinig inwoners met een migratieachtergrond in provincie Drenthe

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Drenthe naar percentage van inwoners

Achtergrond	DR	NL
Nederlands	89,7%	74,8%
Migratie	10,9%	25,2%
Westers	5,8%	10,9%
Niet-westers	5,1%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Drenthe heeft relatief weinig hoog opgeleiden, middel onderwijsniveau is groter dan landelijk

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Inwoners van Drenthe werken in relatief veel in transport en logistieke beroepen

Beroepsklasse	DR	NL	Beroepsklasse	DR	NL
Pedagogische beroepen	7,0%	7,5%	Technische en ICT beroepen	19,8%	19,3%
Commerciële beroepen	10,7%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	18,7%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	17,1%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	8,2%	7,7%
Managers	4,7%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,4%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,5%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,4%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Politieke voorkeur

Rechtse partijen relatief groot in Drenthe, op de VVD na

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomensverdeling

Hoogste en laagste inkomensgroep naar verhouding kleiner, groep middeninkomens groter in Drenthe

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Besteedbaar inkomen in Drenthe zit net onder het gemiddelde van alle provincies in Nederland

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Flevoland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
6
- Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
450.826
- Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?
2

Sociaaleconomisch

- Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
€52.200 (€50.833)
- Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
74,0% (72,8%)
- Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
0,9% (0,1%)
- Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?
61.290 (47.868)

Vertrouwen en verbinding

- Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
57,7% (60,9%)
- Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
59,4% (60,4%)
- Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?
41,3% (43,1%)

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
omroep flevoland

Zes lokale omroepen:¹²
Urk FM, Bronter, COZ, Radio Lelystad, IALMERE, 105.2 FM DAB+

Twee regionale dagbladen:¹³
de Stentor, Het Parool

Geen niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴

7 Hyperlokale nieuwsmedia¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

6 Huis-aan-huisbladen¹⁶
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

2 Streken in provincie¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Flevoland

- Cultuur en debat**
o.a. Aviodrome, Walibi Holland, Schokland en Vis & Vis theater.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Aeres Hogeschool en Windesheim.
- Religie en zingeving**
o.a. Pinksterconferentie Opveking en voormalig eiland Urk.
- Recreatie en sport**
o.a. Oostvaardersplassen en Walibi Holland.
- Innovatie en economie**
o.a. windenergieparken en Batavia stad.
- Landbouw en visserij**
o.a. bloembollenteelt en visserij op Urk.

Kenmerkende aspecten
Flevoland wordt gekenmerkt door haar moderne polders, innovatieve waterwerken en uitgestrekte natuurgebieden zoals de Oostvaardersplassen en Marker Wadden. De provincie trekt bezoekers met steden als Almere en Lelystad, die moderne architectuur en culturele trekpleisters zoals Bataviavallen bieden.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Flevoland kent relatief veel inwoners rond de leeftijd dat je een gezin vormt

Migratieachtergronden

Flevoland heeft relatief veel inwoners met migratieachtergrond, vooral uit Suriname en Marokko

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Flevoland naar percentage van inwoners

Achtergrond	FL	NL
Nederlands	65,5%	74,8%
Migratie	34,5%	25,2%
Westers	10,4%	10,9%
Niet-westers	24,0%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Weinig inwoners met hoog onderwijsniveau, mogelijk te verklaren door afwezigheid universiteit

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Relatief veel inwoners van Flevoland actief in openbaar bestuur, veiligheid en juridische sector

Beroepsklasse	FL	NL	Beroepsklasse	FL	NL
Pedagogische beroepen	7,1%	7,5%	Technische en ICT beroepen	20,3%	19,3%
Commerciële beroepen	11,2%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	13,3%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	19,3%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,9%	7,7%
Managers	4,6%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,1%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	4,1%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,4%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

Inwoners van Flevoland stemmen relatief veel op de PVV en relatief weinig op de GELP/DA

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Inwoners van Flevoland behoren relatief vaak tot de groep middeninkomens

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Het gemiddelde besteedbare inkomen in Flevoland is relatief laag

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Friesland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 18 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 661.904 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 1 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €47.300** (€50.833) **Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 72,4%** (72,8%) **Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 0,5%** (0,1%) **Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 95.025** (47.868) **Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 68,0%** (66,5%) **Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 59,2%** (60,4%) **Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 37,5%** (43,1%) **Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
Omrop Fryslân

Tien lokale omroepen:¹¹
R1TV SLOS, RTV NOF, CENTRAAL, G1TV30, Odrie, Smelmedia, Z, Omroep Stadsnet, Omroep Subnet

Drie regionale dagbladen:¹¹
DAGBLAD NOORDEN, LC.nl, FrieschDagblad

Zeven niet-landelijke commerciële zenders:¹¹
WATERSTAD FM, Schiermonnikoog TV, Hyperlokale nieuwsmidia¹¹

Hyperlokale nieuwsmidia¹¹
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹¹
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹²
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Friesland

- Cultuur en debat**
o.a. Friese taal, Fryske Toaniel Stifting Tryater en skatstjessien.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. NHL Stenden Hogeschool en Planetarium Eise Eisinga.
- Religie en zingeving**
o.a. Sint Bonifatiuskapel en Kloosterpad Fryslân.
- Recreatie en sport**
o.a. Eifstedentocht, Sneekweek, Friese Meren en wadlopen.
- Innovatie en economie**
o.a. WaterCampus Leeuwarden, Zuivelindustrie en WaterCampus Leeuwarden.
- Landbouw en visserij**
o.a. melkveehouderij, garnalenvisserij en okkerbouw.

Kenmerkende aspecten
Friesland wordt gekenmerkt door haar verbondenheid met het water, met de Friese meren, de Waddenzee en uitgestrekte polders. De regio trekt bezoekers met haar historische steden zoals Leeuwarden en Sneek, en de unieke tradities zoals het skatstjessien en de Eifstedentocht.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Relatief grote groep 45-80 jarigen in Friesland vergeleken met landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergronden

Friese migratiegraad sterk onder Nederlands gemiddelde

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Friesland naar percentage van inwoners

Achtergrond	FR	NL
Nederlands	89,2%	74,8%
Migratie	10,8%	25,2%
Westers	5,3%	10,9%
Niet-westers	5,6%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Friesland heeft relatief weinig hoogopgeleiden, relatief veel inwoners met middelbaar onderwijsniveau

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Friessen relatief veel actief transport en logistieke beroepen

Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen

Beroepsklasse	FR	NL	Beroepsklasse	FR	NL
Pedagogische beroepen	7,5%	7,5%	Technische en ICT beroepen	19,7%	19,3%
Commerciële beroepen	10,4%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	15,9%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	16,5%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	8,1%	7,7%
Managers	4,3%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,8%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,2%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	6,1%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

CDA in Friesland bij de zes grootste politieke partijen, valt er landelijk buiten

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Groep met hoogste inkomens relatief klein in Friesland

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Friesland heeft een relatief laag gemiddeld besteedbaar inkomen

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Gelderland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
51
- Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
2.149.071
- Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?
6

Socialeconomisch

- Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
€51.900 (€50.833)
- Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
74,0% (72,8%)
- Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
0,5% (0,1%)
- Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?
287.185 (477.968)

Vertrouwen en verbinding

- Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen en anderen?
67,5% (69,3%)
- Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
61,6% (60,4%)
- Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?
41,1% (41,1%)

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
omroep gld

Eenendertig lokale omroepen:¹²
Altena, Lot, Samen, Tolosa, N, FM, MIDLAND, GRC, RTV7H, OKE, tvtv, S&P, etc.

Zeven regionale dagbladen:¹³
AD, De Persgroep, etc.

Zes niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴
TUKKER, etc.

Hyperlokale nieuwsmidia¹⁵
57 (40) Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹⁶
60 (39) Ongeredresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹⁷
7 (6) Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Gelderland

- Cultuur en debat**
o.a. Het Kröller-Müller Museum en Museum Het Valkhof-Kam.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Radboud- en Wageningen Universiteit, ArtEZ en de HAN.
- Religie en zingeving**
o.a. St. Janskerk, Klooster Sint Agatha en Kapelberg in Elspeet.
- Recreatie en sport**
o.a. Nationaal Park De Hoge Veluwe, Apenheul en Burgers Zoo.
- Innovatie en economie**
o.a. TenneT, Ampleon en Wageningen Campus.
- Landbouw en visserij**
o.a. melkveehouderij, akkerbouw en recreatief vissen.

Kenmerkende aspecten
Gelderland wordt gekenmerkt door haar gevarieerde landschappen, zoals de Veluwe, het Rivierengebied en de Achterhoek. De provincie trekt bezoekers met historische steden zoals Arnhem en Nijmegen, en culturele trekpleisters zoals het Kröller-Müller Museum en Paleis Het Loo. Daarnaast biedt de regio uitgestrekte natuurgebieden.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Gelderlandse leeftijdsverdeling volgt het landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergrond

Gelderland kent van oudsher een natuurlijke uitwisseling van inwoners met het nabijgelegen Duitsland

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Gelderland naar percentage van inwoners

Achtergrond	GLD	NL
Nederlands	83,1%	74,8%
Migratie	16,9%	25,2%
Westers	8,1%	10,9%
Niet-westers	8,7%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Verdeling van onderwijsniveaus in Gelderland nagenoeg identiek aan Nederlands gemiddelde

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen in Gelderland nagenoeg identiek aan gemiddelde

Beroepsklasse	GLD	NL	Beroepsklasse	GLD	NL
Pedagogische beroepen	7,6%	7,5%	Technische en ICT beroepen	19,2%	19,3%
Commerciële beroepen	11,0%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	15,6%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	18,3%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,9%	7,7%
Managers	4,9%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	6,7%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,1%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,6%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

Inwoners van Gelderland stemmen relatief veel op kleinere politieke partijen

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Gelderlandse inkomensverdeling nagenoeg identiek met Nederlands gemiddelde

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Gelderland behoort tot de vijf provincies met het hoogste gemiddelde besteedbare inkomen

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Groningen

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 10 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 601.347 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 1 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €45.100** (€50.833) **Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 71,2%** (72,8%) **Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 9,1%** (0,1%) **Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 69.435** (47.868) **Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 65,9%** (66,3%) **Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 57,0%** (60,4%) **Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 41,6%** (41,1%) **Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
RTV NOORD

Negen lokale omroepen:¹¹
RTV 1, Het Hogeland, RTV Westerveld, GO!, OOR, Omroep Fryslân, Omroep De Oostvaarders, Omroep De Oostvaarders, Omroep De Oostvaarders, Omroep De Oostvaarders

Eén regionaal dagblad:¹¹
DAGBLAD NOORDEN

Vier niet-landelijke commerciële zenders:¹¹
Continuum, JoyRadio, GRUUNFM, SIMONE FM

Hyperlokale nieuwsmidia¹¹
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹¹
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹²
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Groningen

- Cultuur en debat**
o.a. Groninger Museum, ESM, Groninger Museum voor Stad en Lande.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Rijksuniversiteit Groningen, Hanzehogeschool.
- Religie en zingeving**
o.a. historische kerken in Appingedam en de Martinker.
- Recreatie en sport**
o.a. waddlopen, FC Groningen, Lauwersmeergebied.
- Innovatie en economie**
o.a. Zernike Campus, Eemshaven als energieknooppunt, startups in duurzame technologie.
- Landbouw en visserij**
o.a. akkerbouw, melkveehouderijen, garnalenvissers, biologisch boeren in Oldambt.

Kenmerkende aspecten
Veel activiteiten concentreren zich in de provincie Groningen stad, de hoofdstad van de provincie. Groningen stad is met de Hanzehogeschool en Rijksuniversiteit een gewilde studentenstad. Rondom Eemshaven, in het noorden van Groningen, vindt veel innovatie plaats op het gebied van energie en duurzaamheid.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Relatief veel 20–25 jarigen woonachtig in provincie Groningen, mede door grote studentenpopulatie

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Leeftijdsgroep	Groningen (%)	Nederland (%)
1-5 jaar	4%	4%
5-10	4%	4%
10-15	5%	5%
15-20	5%	5%
20-25	10%	5%
25-45	25%	25%
45-65	25%	25%
65-80	16%	16%
80+	15%	15%

Migratieachtergronden

Relatief veel inwoners met achtergrond uit nabijgelegen Duitsland, relatief lage algemene migratiegraad

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Groningen naar percentage van inwoners

Achtergrond	GR (%)	NL (%)
Nederlands	82,5%	74,8%
Migratie	17,5%	25,2%
Westers	8,8%	10,9%
Niet-westers	8,7%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Ondanks grote studentenpopulatie heeft Groningen relatief weinig inwoners met hoog onderwijsniveau

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Opleidingsniveau	Groningen (%)	Nederland (%)
Laag onderwijsniveau	23,9%	28,3%
Middel onderwijsniveau	45,3%	41,7%
Hoog onderwijsniveau	30,9%	32,0%

Type werkgelegenheid

In Groningen werken relatief veel mensen in de zorg en welzijnsector

Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen

Beroepsklasse	GR (%)	NL (%)	Beroepsklasse	GR (%)	NL (%)
Pedagogische beroepen	8,5%	7,5%	Technische en ICT beroepen	19,0%	19,3%
Commerciële beroepen	10,1%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	16,5%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	17,7%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,9%	7,7%
Managers	3,8%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,3%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,5%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,7%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

In Groningen stemmen relatief veel mensen op de GLP/VD A en weinig op de VVD

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Partij	Groningen (%)	Nederland (%)
PVV	22%	24%
GLP/VD A	20%	18%
NSC	15%	12%
VVD	10%	15%
BBB	5%	5%
D66	5%	5%

Opleiding en werk

Inkomensverdeling

Groningers hebben relatief vaak lage inkomens en relatief weinig hoge inkomens

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Inkomensgroep	Groningen (%)	Nederland (%)
Omvang inkomensgroep 20% laagste inkomens	28%	22%
Omvang inkomensgroep 20% mid den inkomens	22%	20%
Omvang inkomensgroep 20% mid den hoge inkomens	17%	14%
Omvang inkomensgroep 20% hoogste inkomens	11%	11%

Besteedbaar inkomen

Groningers hebben gemiddeld het laagste besteedbare inkomen van alle provincies

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Provincie	Gemiddeld besteedbaar inkomen (€)
Groningen	€45.100
Fryslân	€47.300
Limburg	€48.000
Drenthe	€48.500
Zeeland	€49.000
Overijssel	€49.500
Gelderland	€50.000
Zuid-Holland	€50.500
Flevoland	€51.000
Noord-Holland	€51.500
Noord-Brabant	€52.000
Utrecht	€52.500

Limburg

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 31 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 1.133.255 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 3 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €47.700** (€50.833)
Besteedbaar inkomen⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 69,1%** (72,8%)
Arbeidsparticipatie⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 0,7%** (0,1%)
Groei van de economie⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 127.705** (417.868)
Bedrijvigheid⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 59,4%** (60,3%)
Vertrouwen⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 56,4%** (60,4%)
Vertrouwen in instituties⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 44,5%** (41,1%)
Verbondenheid¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹

Negentien lokale omroepen:¹¹

Twee regionale dagbladen:¹¹

Drie niet-landelijke commerciële zenders:¹¹

28 (40)
Hyperlokale nieuwsmidia¹¹
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

19 (36)
Huis-aan-huisbladen¹¹
Ongedroesde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

5 (6)
Streken in provincie¹²
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Limburg

- Cultuur en debat**
o.a. Het Preuvenemint in Maastricht en het Limburgs Museum.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Universiteit Maastricht, Zuyd Hogeschool, en de Brightlands campussen.
- Religie en zingeving**
o.a. De Sint Servaas basiliek in Maastricht en het Klooster Wittem bij Gulpen.
- Recreatie en sport**
o.a. Het Heuveland bij Valkenburg, watersport en het Drielandenpunt.
- Innovatie en economie**
o.a. Greenport Venlo voor agribusiness en Chemelot in Geleen voor chemische innovatie.
- Landbouw en visserij**
o.a. fruitteelt, champignonteelt, en biologische boerenbedrijven.

Kenmerkende aspecten
Limburg wordt gekenmerkt door haar heuvelachtige landschap, groene dalen en het rivierengebied rond de Maas. De provincie trekt bezoekers met steden als Maastricht en Valkenburg, bekend om hun historische charme en culinaire tradities. Daarnaast bieden de natuur in het Geuldal en Nationaal Park De Maasduinen een plek voor rust.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Limburg is aan het vergrijzen, het aantal inwoners boven de 45 jaar ligt boven het landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergronden

Limburg kent een grote groep inwoners met een migratieachtergrond uit het nabijgelegen Duitsland

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Noord-Brabant naar percentage van inwoners

Migratieverdeling	LI	NL
Nederlands	76,9%	74,8%
Migratie	23,1%	25,2%
Westers	15,3%	10,9%
Niet-westers	7,8%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

In Limburg hebben relatief veel mensen een laag- of middelbaar opleidingsniveau

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Relatief weinig managers, bedrijfs-economische en administratieve beroepen in Limburg

Percentage werkzaam in verschillende beroepsclassen

Beroepsklasse	LI	NL	Beroepsklasse	LI	NL
Pedagogische beroepen	6,9%	7,5%	Technische en ICT beroepen	16,6%	19,3%
Commerciële beroepen	10,8%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	15,1%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	18,9%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	8,5%	7,7%
Managers	4,2%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	6,9%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,3%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,6%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

Limburgers stemmen relatief vaak rechts, en bovengemiddeld veel op de PVV

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Limburg kent een relatief kleine groep inwoners die behoren tot de hoogste inkomensgroep

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Het besteedbare inkomen ligt in Limburg net iets onder het Nederlands gemiddelde

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Noord-Brabant

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
56
- Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
2.644.739
- Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?
6

Sociaaleconomisch

- Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
€52.800 (€50.833)
- Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
74,0% (72,8%)
- Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
1,1% (0,1%)
- Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?
359.785 (477.968)

Vertrouwen en verbinding

- Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
64,8% (60,3%)
- Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
60,9% (60,4%)
- Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?
44,5% (41,1%)

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
OMROEP BRABANT

Vijfentwintig lokale omroepen:¹²

Vier regionale dagbladen:¹³
AD, ED, BN DeStem, De Persgroep

Drie niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴
radio 10, W, ROS

Hyperlokale nieuwsmidia¹⁵
53 (40)
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹⁶
68 (36)
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹⁷
6 (6)
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Noord-Brabant

- Cultuur en debat**
o.a. Het Vincent van Gogh Huis Zundert, Carnaval en het Mommers-kwartier.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Technische Universiteit Eindhoven, de HAS en Avans Hogeschool.
- Religie en zingeving**
o.a. De Sint Janskerk in Den Bosch en de Abdij van Koningshoeven.
- Recreatie en sport**
o.a. De Efteling, wandelen in de Loonse en Drunense Duinen, en PSV Eindhoven.
- Innovatie en economie**
o.a. Brainport Eindhoven voor hightech, de agrifood-sector en ASML.
- Landbouw en visserij**
o.a. aspergeteelt, de aardbeienkwekerijen en de veehouderij.

Kenmerkende aspecten
Noord-Brabant wordt gekenmerkt door haar afwisselende landschap van bossen, heidevelden en rivierdelta's, en haar Bourgondische sfeer. De provincie trekt bezoekers met historische steden zoals Den Bosch en Breda, en attracties zoals de Efteling en het Van Gogh Village in Nuenen.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

In Noord-Brabant volgt de leeftijdsverdeling het landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergrond

Noord-Brabant kent relatief veel inwoners met een Poolse migratieachtergrond

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Noord-Brabant naar percentage van inwoners

Migratieverdeling	NB	NL
Nederlands	78,1%	74,8%
Migratie	20,9%	25,2%
Westers	10,4%	10,9%
Niet-westers	10,5%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Verdeling van opleidingsniveau inwoners verloopt nagenoeg identiek aan Nederlands gemiddelde

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Lang: basisonderwijs, vmbo, entreeopleiding, middelbaar bovenbouw havo/vwo, mbo 2-4 en hoog hbo/vwo

Type werkgelegenheid

Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen in Brabant nagenoeg identiek aan gemiddelde

Beroepsklasse	NB	NL	Beroepsklasse	NB	NL
Pedagogische beroepen	6,9%	7,5%	Technische en ICT beroepen	26,9%	19,3%
Commerciële beroepen	11,2%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	13,4%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	18,5%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,7%	7,7%
Managers	6,3%	6,0%	Transport en logistiek beroepen	6,9%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,3%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,0%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

Noord-Brabanders stemmen overwegend rechts

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Noord-Brabant kent een relatief kleine groep inwoners die behoren tot de laagste inkomensgroep

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Noord-Brabant behoort tot de provincies met de hoogste gemiddelde besteedbare inkomens

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Noord-Holland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 44 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 2.976.487 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 5 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €54.400** (€50.833)
Besteedbaar inkomen⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 73,8%** (72,8%)
Arbeidsparticipatie⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 1,2%** (0,1%)
Groei van de economie⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 509.005** (47.968)
Bedrijvigheid⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 68,3%** (64,3%)
Vertrouwen⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 62,3%** (60,4%)
Vertrouwen in instituties⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 46,4%** (41,1%)
Verbondenheid¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

- Eén regionale omroep:**¹¹
- Eenendertig lokale omroepen:**¹²
- Elf regionale dagbladen actief in de regio:**¹³
- Drie niet-landelijke commerciële zenders:**¹⁴

Hyperlokale nieuwsmidia

¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

- 88** (40)
Huis-aan-huisbladen¹⁶
Ongedruisde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.
- 57** (36)
Streken in provincie¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Noord-Holland

- Cultuur en debat**
o.a. Rijksmuseum, Kaasmuseum, Alkmaar en Nationale Opera en Ballet.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. UVA, VU en Hogeschool van Amsterdam.
- Religie en zingeving**
o.a. Texelse kerkes, De Engelmonduskerk en Sint-Bavokathedraal in Haarlem.
- Recreatie en sport**
o.a. Circuit Zandvoort, IJsselmeer gebied en de stranden.
- Innovatie en economie**
o.a. Amsterdamse Zuidas, Amsterdamse haven en Agriport A7.
- Landbouw en visserij**
o.a. bloembollenteelt, kaasproductie, vissersij, Texel en melkveehouderij.

Kenmerkende aspecten
Noord-Holland wordt gekenmerkt door haar veelzijdige landschappen, van de duinen en stranden langs de Noordzeekust tot de uitgestrekte polders en bloembollengebieden. De provincie trekt bezoekers met steden zoals Amsterdam en Haarlem en historische vissersdorpen als Volendam en Marken.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

¹⁸
Noord-Holland heeft relatief veel 25-45 jarigen en relatief weinig ouderen
Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergrond

¹⁹
Noord-Holland heeft relatief veel inwoners met niet-westerse migratieachtergrond
De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Noord-Holland naar percentage van inwoners

Achtergrond	NH	NL
Nederlands	65,2%	74,8%
Migratie	34,8%	25,2%
Westers	14,1%	10,9%
Niet-westers	20,8%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

²⁰
De inwoners van Noord-Holland hebben relatief vaak een hoog opleidingsniveau genoten
Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners
Lang: basisonderwijs, vmo, entreeopleiding, middelbaar bovenbouw havo/vwo, mbo 2-4 en hoog hbo/vwo

Opleidingsniveau	Noord-Holland	Nederland
Laag onderwijsniveau %	24,0%	26,3%
Middel onderwijsniveau %	38,2%	41,7%
Hoog onderwijsniveau %	37,7%	32,0%

Type werkgelegenheid

²¹
Inwoners actief in zorg en welzijn relatief ruim onder het Nederlands gemiddelde in Noord-Holland
Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen

Beroepsklasse	NH	NL	Beroepsklasse	NH	NL
Pedagogische beroepen	7,3%	7,5%	Technische en ICT beroepen	17,9%	19,3%
Commerciële beroepen	11,5%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	12,4%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	21,0%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	8,0%	7,7%
Managers	5,6%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	6,1%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,8%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	6,2%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

²²
Noord-Holland kent naar verhouding veel inwoners die op GLP/VDA hebben gestemd
Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Partij	Noord-Holland	Nederland
PVV	20%	24%
GLP/VDA	21%	16%
NSC	10%	13%
VVD	17%	15%
D66	8%	5%
BBB	3%	5%

Inkomen

Inkomensverdeling

²³
Noord-Hollanders hebben relatief vaak hoge inkomens
Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Inkomensgroep	Noord-Holland	Nederland
Omvang inkomensgroep 20% laagste inkomens	21%	26%
Omvang inkomensgroep 20% mid den inkomens	16%	20%
Omvang inkomensgroep 20% mid den hoge inkomens	18%	20%
Omvang inkomensgroep 20% hoogste inkomens	19%	20%
Omvang inkomensgroep 20% mid den lage inkomens	22%	20%

Besteedbaar inkomen

²⁴
Noord-Holland behoort tot de hoogste besteedbare inkomens van Nederland
Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Provincie	Gemiddeld besteedbaar inkomen
Groningen	€ 45.100
Fryslân	€ 45.000
Limburg	€ 45.000
Drenthe	€ 45.000
Zuid-Holland	€ 45.000
Overijssel	€ 45.000
Gelderland	€ 45.000
Zuid-Nederland	€ 45.000
Flevoland	€ 45.000
Noord-Brabant	€ 52.800
Noord-Holland	€ 54.400
Utrecht	€ 58.900

Overijssel

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 25 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 1.189.033 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 3 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Socialeconomisch

- €50.800 (€50.833) Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 73,9% (72,8%) Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 0,2% (0,1%) Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 142.470 (47.866) Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 69,1% (64,0%) Vrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 65,2% (60,4%) Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 39,0% (41,1%) Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
oost

Negentien lokale omroepen:¹¹
RTV, tv, HO!, Salland, etc.

Twee regionale dagbladen:¹¹
deStentor

Vijf niet-landelijke commerciële zenders:¹¹
JoyRadio, Salland 747, etc.

61 (40) Hyperlokale nieuwsmedia¹¹
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

42 (36) Huis-aan-huisbladen¹¹
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

4,5 (3) Streken in provincie¹²
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Overijssel

- Cultuur en debat**
o.a. Deventer boekenmarkt, Oude Hanszeden, en de Museumfabriek in Enschede.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Universiteit Twente en Saxion Hogeschool.
- Religie en zingeving**
o.a. Heilige St. Plechelmus basiliek en Klooster Nieuw Slon.
- Recreatie en sport**
o.a. Sallandse Heuvelrug, Attractiepark Slagharen en Twentse Fietsvierdaagse.
- Innovatie en economie**
o.a. De Grotsch Brouwerij en Kennispark Twente.
- Landbouw en visserij**
o.a. akkerbouw, fruitteelt en melkveehouderij.

Kenmerkende aspecten
Overijssel wordt gekenmerkt door haar gevarieerde landschap, met de Sallandse Heuvelrug, de rivieren IJssel en Vecht, het Coulijsenlandschap Twente en het waterrijke gebied van de Weerribben-Wieden. De historische Hanszeden trekken bezoekers met hun sfeervolle centra en rijke geschiedenis.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Overijsselse leeftijdsverdeling volgt landelijk gemiddelde op de groep 25-45 jaar na

Migratieachtergrond

Overijssel kent relatief lage migratiegraad, maar heeft in het bijzonder veel Turkse en Duitse inwoners

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Overijssel naar percentage van inwoners

Achtergrond	OV	NL
Nederlands	83,0%	74,8%
Migratie	16,4%	25,2%
Westers	7,3%	10,9%
Niet-westers	9,1%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Overijssel heeft relatief veel inwoners met een middel onderwijsniveau

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Technische en ICT sector in Overijssel ruim de grootste

Beroepsklasse	OV	NL	Beroepsklasse	OV	NL
Pedagogische beroepen	7,8%	7,5%	Technische en ICT beroepen	20,5%	19,3%
Commerciële beroepen	11,0%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	15,4%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	17,8%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,9%	7,7%
Managers	4,0%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,0%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,0%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,3%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

In Overijssel hebben relatief veel mensen op NSC en 66S gestemd

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Overijssel heeft relatief weinig inwoners met hoge inkomens

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Het gemiddelde besteedbare inkomen in Overijssel is gemiddeld vergeleken met andere provincies

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Utrecht

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- 26 Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
- 1.400.057 Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
- 2 Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Sociaaleconomisch

- €56.900** (€50.833) **Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
- 75,8%** (72,8%) **Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
- 1,0%** (0,1%) **Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
- 214.545** (417.988) **Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding

- 74,8%** (69,2%) **Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
- 65,1%** (60,4%) **Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
- 42,0%** (41,1%) **Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap

Eén regionale omroep:¹¹
RTV Utrecht

Vijftien lokale omroepen:¹²
SROC, LOS, MTV, De Stad, De Stad Amersfoort, etc.

Zes regionale dagbladen:¹³
De Gooi- en Eemlander, Het Parool, etc.

Vier niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴
Hofstad radio, etc.

Hyperlokale nieuwsmidia:¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen:¹⁶
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie:¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Utrecht

- Cultuur en debat**
o.a. TivoliVredenburg, Slot Zeist, militair ereveld Greb-beberg, Centraal Museum.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Universiteit Utrecht en Hogeschool Utrecht.
- Religie en zingeving**
o.a. Klooster van Sint Willibrord en de Domkerk.
- Recreatie en sport**
o.a. Jaarbeurs Utrecht en De Nieuwe Hollandse Waterlinie.
- Landbouw en visserij**
o.a. akkerbouw, melkveehouderijen, gamelensvisserij, biologisch boeren in Oldambt.

Kenmerkende aspecten
Utrecht wordt gekenmerkt door haar centrale ligging, groene landschappen zoals de Utrechtse Heuvelrug en het Vechtgebied, en de combinatie van stad en natuur. De provincie trekt bezoekers met de historische stad Utrecht, bekend om de Domtoren en sfeervolle grachten, en charmante dorpen zoals Cudewater en Rhenen.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Utrecht is een provincie met relatief veel jonge inwoners

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergronden

Utrecht heeft relatief veel inwoners met een Marokkaanse migratieachtergrond

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Utrecht naar percentage van inwoners

Achtergrond	UT	NL
Nederlands	75,7%	74,8%
Migratie	24,3%	25,2%
Westers	9,3%	10,9%
Niet-westers	15,0%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

In Utrecht wonen relatief veel hoogopgeleiden

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Bedrijfs-economische en administratieve sector het grootst in Utrecht

Percentage werkzaam in verschillende beroepsklassen

Beroepsklasse	UT	NL	Beroepsklasse	UT	NL
Pedagogische beroepen	8,4%	7,5%	Technische en ICT beroepen	18,9%	19,3%
Commerciële beroepen	10,9%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	13,7%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	21,2%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	6,6%	7,7%
Managers	5,8%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	5,6%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,5%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,2%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

In Utrecht stemmen relatief veel mensen op de GLPvDA en weinig op de Pvv Lo.v. Nederland

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Opleiding en werk

Inkomensverdeling

Inwoners van Utrecht horen relatief vaak tot de hoogste inkomensgroep

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Utrecht heeft in verhouding het hoogste besteedbare inkomen van Nederland

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Zeeland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen

- Gemeenten**¹
Hoeveel gemeenten heeft de provincie?
13
- Inwoners**²
Hoeveel inwoners heeft de provincie?
391.634
- Arbeidsmarktregio's**³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?
1

Sociaaleconomisch

- Besteedbaar inkomen**⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?
€49.700 (€50.833)
- Arbeidsparticipatie**⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?
72,4% (72,8%)
- Groei van de economie**⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?
-0,8% (0,1%)
- Bedrijvigheid**⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?
49.680 (47.968)

Vertrouwen en verbinding

- Vertrouwen**⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?
59,3% (60,3%)
- Vertrouwen in instituties**⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?
59,2% (60,4%)
- Verbondenheid**¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?
45,5% (43,1%)

Medialandschap

- Eén regionale omroep:**¹¹
Omroep Zeeland
- Zeven lokale omroepen:**¹²
RADIO SD, STREEKROEP DE BEVELANDEN, Wfm, Omroep Tjalkma, 96fm, Omroep Tjalkma
- Twee regionale dagbladen:**¹³
De Persgroep, BN DeStem
- Eén niet-landelijke commerciële zender:**¹⁴
Zoran Nieuws Radio
- Hyperlokale nieuwsmedia**¹⁵
6 (40)
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.
- Huis-aan-huisbladen**¹⁶
19 (39)
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.
- Streken in provincie**¹⁷
3 (6)
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Zeeland

- Cultuur en debat**
o.a. Concert at Sea, Muziekpodium en Zeeuwse Museumstichting.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. HZ University of Applied Science en University College Roosevelt.
- Religie en zingeving**
o.a. kerkgemeenschappen in Middelburg en Abdi van Middelburg.
- Recreatie en sport**
o.a. Deltapark Neeltje Jans, Zeeuwse stranden en watersport.
- Innovatie en economie**
o.a. Deltawerken, Zeeland Seaports, en de Energiehub voor windenergie.
- Landbouw en visserij**
o.a. mossel- en oestervisserij in Yerseke, fruitteelt en akkerbouw.

Kenmerkende aspecten
Zeeland wordt gekenmerkt door haar ligging aan zee, met een landschap van eilanden, dijken en uitgestrekte stranden. De provincie trekt bezoekers met historische steden zoals Middelburg en Zierikzee, en iconische waterwerken zoals de Deltawerken en Neeltje Jans.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Zeeland is aan het vergrijzen, het aantal inwoners boven de 45 jaar ligt boven het landelijk gemiddelde

Migratieachtergrond

Zeeland heeft relatief veel inwoners met een migratieachtergrond uit het nabijgelegen België

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Zeeland naar percentage van inwoners

Achtergrond	ZL	NL
Nederlands	80,2%	74,8%
Migratie	19,8%	25,2%
Westers	13,1%	10,9%
Niet-westers	6,7%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Zeeland kent relatief weinig hoog opgeleide inwoners

Type werkgelegenheid

Dienstverlenende beroepen en logistieke sector in Zeeland relatief groot

Beroepsklasse	ZL	NL	Beroepsklasse	ZL	NL
Pedagogische beroepen	6,4%	7,5%	Technische en ICT beroepen	19,3%	19,3%
Commerciële beroepen	10,9%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	14,4%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	18,3%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	8,9%	7,7%
Managers	5,0%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	7,4%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,5%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,9%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

In Zeeland stemmen relatief weinig inwoners op GLP/DA

Zes grootste partijen verkiezingsuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Zeeland heeft relatief veel inwoners die behoren tot de groep middeninkomens

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Zeelanders hebben vergeleken met de rest van Nederland een gemiddeld besteedbaar inkomen

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Zuid-Holland (noord)

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen*

Gemeenten¹
Hoeveel gemeenten heeft Zuid-Holland? Voor Zuid-Holland (noord) betreft het aantal 27

3.840.460
Hoeveel inwoners heeft de Zuid-Holland?

7
Hoeveel arbeidsmarktregio's² heeft de provincie?

Sociaaleconomisch

Besteedbaar inkomen⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?

€51.900
(€50.833)

Arbeidsparticipatie⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?

72,4%
(72,8%)

Groei van de economie⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?

0,5%
(0,1%)

Bedrijvigheid⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

542.960
(477.868)

Vertrouwen en verbinding

Vertrouwen⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?

63,1%
(60,4%)

Vertrouwen in instituties⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?

62,0%
(60,4%)

Verbondenheid¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

44,3%
(41,1%)

Medialandschap*

Eén regionale omroep:¹¹

West
radio tv internet

Zestien lokale omroepen:¹²

RTW FM, DM FM, RTV Lansingerland, RTV Oostland, RTV Westland, RTV Zeevang, RTV Noord-Holland, RTV Zuid-Holland, RTV Rotterdam, RTV Den Haag, RTV The Hague, RTV Dordrecht, RTV Breda, RTV Tilburg, RTV Eindhoven, RTV Maastricht, RTV Groningen, RTV Assen, RTV Emmen, RTV Drenthe, RTV Friesland, RTV Overijssel, RTV Gelderland, RTV Utrecht, RTV Noord, RTV Zuid, RTV Limburg, RTV Zeeland, RTV Vlaanderen, RTV Brussel, RTV Antwerpen, RTV Gent, RTV Leuven, RTV Brussel-Capitale, RTV Brussel-Streek, RTV Brussel-Regionale, RTV Brussel-Internationale, RTV Brussel-Commerciële, RTV Brussel-Culturele, RTV Brussel-Religieuze, RTV Brussel-Sport, RTV Brussel-Vereniging, RTV Brussel-Overig

Negen regionale dagbladen:¹³

Leidsch Dagblad, AD De Stentor, AD De Persgroep, AD De Persgroep, AD De Persgroep, AD De Persgroep, AD De Persgroep, AD De Persgroep, AD De Persgroep

Acht niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴

HR, GOUDA, GEM, GEM, GEM, GEM, GEM, GEM, GEM, GEM

Hyperlokale nieuwsmidia¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

77
(40)

Huis-aan-huisbladen¹⁶
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

66
(36)

Streken in provincie¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

12
(5)

Kenmerken van Zuid-Holland (noord)

- Cultuur en debat**
o.a. Mauritshuis, Binnenhof, Leidens Ontzet en het Nationaal Theater.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Universiteit Leiden, Hotelschool en TU Delft.
- Religie en zingeving**
o.a. Sint-Janskerk, Pilgrim Fathers in Leiden en de Nieuwe Kerk Delft.
- Recreatie en sport**
o.a. SnowWorld, watersport, meerdere stranden en Duinrell.
- Innovatie en economie**
o.a. Siemens, Airbus, kaasproductie en Internationaal Strathof.
- Landbouw en visserij**
o.a. vissershaven, kaasboerderijen en stadsmeesters.

Kenmerkende aspecten
Zuid-Holland (noord) combineert een rijk historisch erfgoed met moderne voorzieningen en diverse landschappen. De provincie biedt een mix van historische binnensteden, kustgebieden en innovatieve ontwikkelingen, waardoor het een veelzijdige regio is met een balans tussen traditie en vooruitgang.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

*Voor de aangegeven gegevens wordt – met uitzondering van de actieve regionale omroep – geen onderscheid gemaakt tussen Zuid-Holland (noord) en Zuid-Holland (zuid)

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling¹²
Leeftijdverdeling in Zuid-Holland volgt landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergronden¹³
Zuid-Holland kent veel diversiteit, zowel veel inwoners met westerse als niet-westerse achtergrond

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Zuid-Holland naar percentage van inwoners

Achtergrond	ZH	NL
Nederlands	65,6%	74,8%
Migratie	34,4%	25,2%
Westers	12,3%	10,9%
Niet-westers	22,0%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau¹⁴
Verdeling van opleidingsniveau inwoners verloopt nagenoeg identiek aan Nederlands gemiddelde

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid¹⁵
Werkzame inwoners in bedrijfseconomische en administratieve beroepen boven Nederlands gemiddelde

Beroepsklasse	ZH	NL	Beroepsklasse	ZH	NL
Pedagogische beroepen	7,8%	7,5%	Technische en ICT beroepen	18,9%	19,3%
Commerciële beroepen	11,0%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	13,4%	14,1%
Bedrijfseconomisch en administratief	21,3%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,3%	7,7%
Managers	4,8%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	6,7%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,7%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,1%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur¹⁶
Politieke voorkeuren in Zuid-Holland vergelijkbaar met de landelijke uitkomsten

Zes grootste partijen kiezersuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Opvoeding en werk

Inkomensverdeling¹⁷
Zuid-Hollandse inkomensverdeling vergelijkbaar met Nederlands gemiddelde

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen⁴
Zuid-Holland behoort tot de provincies met de hoogste gemiddelde besteedbare inkomens

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Zuid-Holland (zuid)

Inzicht in provinciale kenmerken en media

Algemeen*

Gemeenten¹
Hoeveel gemeenten heeft Zuid-Holland? Voor Zuid-Holland (zuid) betreft het aantal 17

Inwoners²
Hoeveel inwoners heeft de Zuid-Holland?

Arbeidsmarktregio's³
Hoeveel arbeidsmarktregio's telt de provincie?

Sociaaleconomisch*

Besteedbaar inkomen⁴
Hoeveel hebben inwoners gemiddeld bruto te besteden?

Arbeidsparticipatie⁵
Welk percentage van de beroepsgerichte leeftijd verricht betaald werk?

Groei van de economie⁶
Hoeveel is de economie in 2023 in de provincie gegroeid of gedaald?

Bedrijvigheid⁷
Hoeveel bedrijven hebben zich in de regio gevestigd?

Vertrouwen en verbinding*

Vertrouwen⁸
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in het algemeen in anderen?

Vertrouwen in instituties⁹
Hoeveel vertrouwen hebben mensen in de Tweede Kamer, politie en rechters?

Verbondenheid¹⁰
In welke mate voelen mensen zich verbonden met de gemeente?

Medialandschap*

Eén regionale omroep:¹¹

Zestien lokale omroepen:¹²

Negen regionale dagbladen:¹³

Acht niet-landelijke commerciële zenders:¹⁴

Hyperlokale nieuwsmedia¹⁵
Websites met lokaal nieuws die niet verbonden zijn met een ander medium.

Huis-aan-huisbladen¹⁶
Ongedresseerde bladen die met een vaste frequentie gratis aan huis worden verspreid.

Streken in provincie¹⁷
Aantal verschillende streken in de provincie waar een streekomroep kan worden gevormd.

Kenmerken van Zuid-Holland (zuid)

- Cultuur en debat**
o.a. Internationaal Filmfestival Rotterdam, Opera Rotterdam.
- Onderwijs en wetenschap**
o.a. Erasmus universiteit, Universiteit Leiden en meerdere hogescholen.
- Religie en zingeving**
o.a. Laurenskerk in Rotterdam, kustkapellen en kerkenroutes.
- Recreatie en sport**
o.a. Vestingdagen, Marathon van Rotterdam en Feyenoord.
- Innovatie en economie**
o.a. Rotterdamse haven, Greenery, World Horti Center en Deltawerken.
- Landbouw en visserij**
o.a. mossel- en oestersvisserij en landbouwbedrijven.

Kenmerkende aspecten
De regio Zuid-Holland (zuid) combineert maritiem erfgoed, historische steden en economische centra. Steden hebben een rijke geschiedenis, terwijl kustplaatsen zoals hun maritieme verleden tonen. De regio biedt een mix van stedelijke voorzieningen en landelijke rust met een balans tussen traditie en vernieuwing.

Getallen tussen () geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

*Voor de aangegeven gegevens wordt – met uitzondering van de actieve regionale omroep – geen onderscheid gemaakt tussen Zuid-Holland (noord) en Zuid-Holland (zuid)

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Leeftijdverdeling

Leeftijdverdeling in Zuid-Holland volgt landelijk gemiddelde

Verdeling leeftijdsgroepen naar percentage van inwoners

Migratieachtergrond

Zuid-Holland kent veel diversiteit, zowel veel inwoners met westerse als niet-westerse achtergrond

De vijf grootste migratiegroepen in de provincie Zuid-Holland naar percentage van inwoners

Achtergrond	ZH	NL
Nederlands	65,6%	74,8%
Migratie	34,4%	25,2%
Westers	12,3%	10,9%
Niet-westers	22,0%	14,4%

Opleiding en werk

Opleidingsniveau

Verdeling van opleidingsniveau inwoners verloopt nagenoeg identiek aan Nederlands gemiddelde

Hoogst behaalde onderwijsniveau naar percentage van inwoners

Type werkgelegenheid

Werkzame inwoners in bedrijfs-economische en administratieve beroepen boven Nederlands gemiddelde

Beroepsklasse	ZH	NL	Beroepsklasse	ZH	NL
Pedagogische beroepen	7,8%	7,5%	Technische en ICT beroepen	18,9%	19,3%
Commerciële beroepen	11,0%	11,0%	Zorg en welzijn beroepen	13,4%	14,1%
Bedrijfs-economisch en administratief	21,3%	19,7%	Dienstverlenende beroepen	7,3%	7,7%
Managers	4,8%	5,0%	Transport en logistiek beroepen	6,7%	6,7%
Openbaar bestuur, veiligheid, juridisch	3,7%	3,5%	Overig (incl. creatief en agrarisch)	5,1%	5,5%

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Demografische kenmerken

Politieke voorkeur

Politieke voorkeuren in Zuid-Holland vergelijkbaar met de landelijke uitkomsten

Zes grootste partijen kiezersuitslag 2023 naar percentage van alle stemmen

Inkomen

Inkomensverdeling

Zuid-Hollandse inkomensverdeling vergelijkbaar met Nederlands gemiddelde

Verhouding van inkomens in de provincie (afgerond op hele decimalen)

Besteedbaar inkomen

Zuid-Holland behoort tot de provincies met de hoogste gemiddelde besteedbare inkomens

Gemiddeld besteedbaar inkomen per provincie

Bijlage II

Aard en aantal van de programma-kanalen en de daarvoor gewenste frequentieruimte

Deze bijlage gaat in op de voor de regionale publieke omroepen benodigde frequentieruimte voor de verspreiding van de programmakanalen. Uit artikel 2.1 lid 3 van de Mediawet 2008 volgt de verplichting dat de algemene programmakanalen van de regionale publieke omroepen via omroepzenders worden verspreid naar alle huishoudens waarvoor de programma's zijn bestemd. De Telecommunicatiewet bevat handvatten om hiertoe de benodigde frequentieruimte toe te wijzen aan de regionale publieke omroepen. Gezorgd moet worden dat regionale publieke omroepen zelfstandig de dekking en de kwaliteit van de zendernetwerken kunnen bepalen.

Programmakanalen radio

De algemene programmakanalen radio van de regionale publieke omroepen zijn L1 radio, NH radio, Omroep Brabant, Omroep Flevoland, Omrop Fryslân, Omroep Zeeland, Radio Drenthe, Radio Gelderland, Radio M Utrecht, Radio Noord, Radio Rijnmond, Radio Oost en Radio West. Via de ether blijven de huidige twee distributieplatforms, FM en DAB+, voor de regionale publieke omroep van belang.

Voor zowel FM als DAB+ geldt dat volledige dekking in de verzorgingsgebieden van belang is, dat er sprake is van ongestoorde ontvangst en dat extra functionaliteit aan radio-uitzendingen, zoals afbeeldingen, achtergrondinformatie en interactieve content mogelijk is. Dat vraagt om voldoende bandbreedte en storingsvrije frequentieruimte. Elke regionale publieke omroep houdt de beschikking over zijn huidige analoge FM-vergunning. Deze vergunningen zijn door de minister van Economische Zaken op grond van de artikelen 3.6, eerste lid onder b en 3.7, onder b en c van de Telecommunicatiewet bij voorrang toegewezen en maken een provinciaal bereik mogelijk. Deze vergunningen worden per 1 september 2027 verlengd voor de duur van vijf jaar.

Sinds 2011 beschikt elke regionale publieke omroep over een vergunning voor digitale radio in Band III (174 - 230 MHz). Het betreffen vergunningen in het zogenaamde bovenregionale kavel. Via deze frequentieruimte nemen de regionale publieke omroepen deel aan het door de minister van Economische Zaken gevoerde digitaliseringsbeleid voor radio. Ook deze vergunningen blijven voor de regionale publieke omroepen ongewijzigd beschikbaar en worden vanaf 1 september 2027 voor een periode van vijf jaar verlengd. De met de netwerken gerealiseerde huidige dekking is echter onvoldoende en verbetering van de ontvangstmogelijkheden (bereik en kwaliteit) is nodig. Bij verlenging vanaf 2027 is het noodzakelijk dat de regionale publieke mediadienst, via DAB+ kan uitzenden zonder inmenging van commerciële (media)partijen. Dat leidt tot betere dekking en betere ontvangstkwaliteit van de regionale radio.

Programmakanalen televisie

De algemene televisieprogrammakanalen van de regionale publieke omroepen zijn L1 TV, NH TV, Omroep Brabant, Omroep Flevoland, Omroep Fryslân, Omroep Zeeland, TV Drenthe, TV Oost, RTV Utrecht, TV Gelderland, TV Noord, TV Rijnmond en TV West. Ether-uitzendingen van de televisiekanalen vinden alleen plaats via DVB-T via de vergunning van de NPO voor digitale ether televisie in de periode tot 31 januari 2030 in Band IV en V (470 - 694 MHz). Onderdeel van deze vergunning is de verplichting de televisiekanalen van de regionale publieke omroepen ook uit te zenden. Uitzendingen via DVB-T zijn voor de regionale publieke omroepen interessant zolang een breed pallet aan programmakanalen wordt aangeboden en waar de programmakanalen van de regionale publieke omroepen onderdeel van zijn. Van belang is ook dat DVB-T uitzendingen in de toekomst niet leiden tot extra kosten, bijvoorbeeld als gevolg van de overgang naar DVB-T2 uitzendingen.

Draadloze audioverbindingen

Op dit moment beschikken de regionale publieke omroepen over vergunningen voor meerdere frequenties voor draadloze audioverbindingen. Het betreft vergunningen voor retour- en intercomverbindingen in Band III (417 - 460 MHz), reportageverbindingen in Band III (174 - 230 MHz) en back-upverbindingen in Band III (607 - 608 MHz). Back-upverbindingen worden regionaal gebruikt om bij uitval van vaste verbindingen continuïteit van radio-uitzendingen te kunnen garanderen.

Bijlage III

Aard en aantal van de overige aanbodkanalen

Bij het indienen van het concessiebeleidsplan 2026-2030 (maart 2025) zijn onderstaande aanbodkanalen actueel. De minister van OCW heeft deze aanbodkanalen in de concessieperiode 2017-2025 goedgekeurd.

NB. In de RPO-begroting 2025 is beëindiging van de aanbodkanalen Tomke Radio, Koperkanaal en Fryske Top 100 aangevraagd. Hiervoor is nog geen goedkeuring van de minister ontvangen

Naam kanaal	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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omrop Fryslân en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omrop Fryslân (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Koperkanaal (http://www.omropfryslan.nl/live/koperkanaal)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Tomke Radio (http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Alles Frysk (www.omropfryslan.nl/allesfrysk). Audiostream met muziek van Friese bands.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Fryske Top 100 (www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100). Audiostream met Friese popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)

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

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

Naam kanaal	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>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van RTV Drenthe (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Radio Drèents (www.rtvdrenthe.nl/luister/radio-dreents) Audiostream met Drentse popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Bluesradio Drenthe (www.rtvdrenthe.nl/luister/bluesradio) Audiostream met Drentse bluesmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
RTV Drenthe App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe, van RTV Drenthe samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Drenthe	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe.	Aanbodkanaal (televisie programmakanal)
Radio Drenthe	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Drenthe.	Aanbodkanaal (radio programmakanal)
RTV Drenthe is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, X, Youtube, en WhatsApp.		

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
Oost www.rtvooost.nl	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van 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 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 Oost en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)

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

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

Naam kanaal	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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Flevoland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Flevoland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Flevoland App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland, van Omroep Flevoland samen. Het gidst van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Flevoland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland.	Aanbodkanaal (televisie programmakaanal)
Omroep Flevoland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Flevoland.	Aanbodkanaal (radio programmakaanal)
Omroep Flevoland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Instagram, Skype, Snapchat, X, Youtube, LinkedIn en WhatsApp.		

Naam kanaal	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	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
RTV Utrecht	Narrowcasting in openbaar toegankelijke ruimte.	Aanbodkanaal (overig)
RTV Utrecht App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht, van RTV Utrecht samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
RTV Utrecht	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio M Utrecht	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Utrecht.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
RTV Utrecht is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat, X, WhatsApp en Youtube.		

Naam kanaal	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	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
NH Nieuws	Narrowcasting in openbaar toegankelijke ruimte.	Aanbodkanaal (overig)
NH Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Holland, van NH Media samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (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 Media is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Periscope, Snapchat, Telegram, X, WhatsApp, en Youtube.		

Naam kanaal	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)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
TV West App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord, van Omroep West samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (televisie programmakaanalen)
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 programmakaanalen)
Omroep West is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, X en Youtube.		

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
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 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 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 Rijnmond en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Rijnmond (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)

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

Naam kanaal	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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Zeeland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Zeeland App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland, van Omroep Zeeland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (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, X, Youtube en WhatsApp.		

Naam kanaal	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 participatie-mogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Brabant en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Brabant App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant, van Omroep Brabant samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Brabant	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant.	Aanbodkanaal (televisie programmakaanal)
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 programmakaanal)
Omroep Brabant is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Pinterest, SnapChat, X, WhatsApp en Youtube.		

Naam kanaal	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)	Aanbodkanaal (lineaire stream)

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	L11alaaf (www.l11alaaf.nl) Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg (www.l1.nl/plat-eweg) Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (overig)
www.L1Nieuws.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 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)
L1Nieuws App	In deze app komen het lineaire en non-lineaire nieuwsaanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, X en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als 1limburg).		
Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
allesplat.nl www.allesplat.nl	Internetplatform van RTV Noord, RTV Drenthe, Oost en Omroep Gelderland met media-aanbod in en voor de Nedersaksische dialecten.	Aanbodkanaal (overig)

Bijlage IV

Bronnen & verwijzingen

Adviescommissie Versterken Weerbaarheid Democratische Rechtsorde (2023)
*Koester de democratie! Een dringende oproep om de democratische rechtsorde
weer voor iederéén te laten werken*

Andree en Thomsen (2020) *Atlas der Digitalen Welt*

Centraal Planbureau (CPB), www.cpb.nl/
actualisatie-verkenning-middellange-termijn-tot-en-met-2028-augustus-2024

Commissariaat voor de Media (2024) *Jongeren, nieuws en sociale media. Een blik op
de toekomst van het nieuws*

Commissariaat voor de Media (23 oktober 2024) *Advies begroting Regionale
Publieke mediadienst 2025* [www.rijksoverheid.nl/documenten/brieven/2024/11/20/
bijlage-5-brief-cvdm-advies-begroting-rpo-2025](http://www.rijksoverheid.nl/documenten/brieven/2024/11/20/bijlage-5-brief-cvdm-advies-begroting-rpo-2025)

De Voogd en Cuperus (2019) *Atlas van Afgehaakt Nederland*

Ipsos (2024) Global trends *'In search of a new consensus: from tension to intention'*

Ipsos I&O (2023) *Meer betrokkenheid bij provincie buiten Randstad*. Ipsos I&O i.o.v.
Binnenlands Bestuur

Ipsos I&O (2023) *Opinieonderzoek over mate van verbondenheid met provincie*.
Ipsos I&O i.o.v. Binnenlands Bestuur

Ipsos I&O (2025) *Media, democratie en regionale ontwikkeling. Omgevingscan*.
Ipsos I&O i.o.v. RPO

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (20 december
2024) *Nadere uitwerking Elke Regio telt* [www.rijksoverheid.nl/documenten/
kamerstukken/2024/12/20/kamerbrief-over-de-nadere-uitwerking-van-elke-regio-telt](http://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2024/12/20/kamerbrief-over-de-nadere-uitwerking-van-elke-regio-telt)

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2024)

Motivaction (2024) *Continu onderzoek regionale publieke omroep*

Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV) (2024)
Hoofdrapport Trendanalyse Nationale Veiligheid 2024

Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV) (2022) www.nipv.nl/wp-content/uploads/2022/09/20191108-IFV-Model-samenwerkingsconvenant-veiligheidsregio-regionale-omroep-def.pdf

Nissen, C. (2018) “Educating for digital competence: The Digital Media Literacy Development Project.” In *International Journal of Media and Information Literacy*, 3(1), 23-36. Dit artikel bespreekt hoe mediagebruik en toepassingen veranderen naarmate mensen verschillende levensfasen doorlopen, met een focus op de noodzaak van mediawijsheid bij jongeren.

Oost (2025) www.oost.nl/nieuws/3457456/calamiteitenzender-actueler-dan-ooit-digitale-kanalen-kunnen-ook-wegvallen

Planbureau voor de Leefomgeving (2020) www.pbl.nl/brede-welvaart-in-de-regio

Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli), Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) en Raad Volksgezondheid & Samenleving (RVS) (2023) *Elke regio telt! Een nieuwe aanpak van verschillen tussen regio's*

Schnabel (2013) *Met mij gaat het goed, met ons gaat het slecht*

Werk aan Uitvoering (2025) www.werkaanuitvoering.nl

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2024) *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies*