

Regionale Publieke Omroep

Begroting **2022**

start met lezen

Inleiding

De regionale omroep staat op ooghoogte met het publiek, weet wat er in de regio leeft, waarborgt dat er nieuws en informatie voor iedereen is en versterkt de regionale identiteit. Daar werken de meer dan duizend medewerkers van de gezamenlijke regionale omroepen met hart en ziel aan.

De regionale publieke omroep is door zijn unieke positie in het hart van de maatschappij als geen ander in staat te verbinden. Nieuws van dichtbij is een groot goed. Het verbindt niet alleen mensen, maar draagt ook bij aan sterke gemeenschappen, versterkt culturen en waarborgt onze democratische waarden. De regionale omroep heeft massa. Hij helpt de journalistiek te versterken op lokaal niveau en te verdiepen op landelijk niveau.

Regionale omroepen willen in de komende jaren een einde maken aan de witte vlekken in de nieuwsvoorziening in Nederland. Lokale journalisten aan het werk krijgen, aan het werk houden en nieuwsverhalen brengen op plekken waar geen media-aanbod is, dat is het doel. De regionale omroepen zetten zich daarvoor in als verbindende schakel tussen lokale en landelijke publieke omroepen.

In 2022 zijn de regionale omroepen betrokken bij verschillende projecten waarbij ruim 100 lokale journalisten worden ingezet met tijdelijke financiering van het ministerie van OCW. Het streven is om met 150 lokale journalisten de versterking van de lokale journalistiek te waarborgen, zodat de huidige investering en opgedane kennis niet verloren gaan. De structurele basis hiervoor is nog niet geregeld voor de komende jaren.
Evenals demissionair minister Slob ziet de regionale omroep het belang van de verbinding tussen de publieke lagen lokaal, regionaal en landelijk en gelooft de Regionale Publieke Omroep (RPO) in de toegevoegde waarde die publieke omroepen hebben. Ook in 2022 werkt de regionale omroep er hard aan om die meerwaarde te laten zien.

Die meerwaarde komt onder meer tot uiting in de ambities die zijn vastgelegd in het Concessiebeleidsplan (CBP) Liefde voor de regio. Op basis van het CBP is een concessie verleend tot eind 2025 aan de RPO die samen met de 13 regionale omroepen wordt uitgevoerd. Het CBP is in 2021 tussentijds geëvalueerd, door een onafhankelijke commissie onder leiding van mevrouw Guusje ter Horst. Uit deze evaluatie blijkt dat de sector op de goede weg is. De RPO en de omroepen hebben het advies gekregen om de volgende drie punten aan te scherpen:

1. Verdieping en focus op inhoud;
2. Versterking van de strategie om de samenwerking naar een volgend niveau te brengen; en
3. Verduidelijking en versteviging van de rol van de RPO.

De RPO en de regionale omroepen zullen de evaluatie tot zich nemen en bekijken in welke mate genoemde verdieping, versterking en verduidelijking een plek kunnen krijgen in de planperiode 2022-2025 en daaropvolgende jaren. Daarnaast zal het CBP ook een aantal nieuwe thema's bevatten, gebaseerd op een vijftal voorgenomen strategische prioriteiten die de toekomst van de regionale publieke omroepen mede bepalen.

De voorgenomen strategische prioriteiten voor deze planperiode zijn:

1. Versterking en borging samenwerking regionale/lokale journalistiek
2. Digitale transformatie
3. Gezamenlijkheid & Profilering
4. Kennis & Innovatie
5. Diversiteit, Inclusie & Veiligheid





De RPO zet zich in voor een breed publiek media-aanbod met een goede nieuwsvoorziening. Programma's die mensen informeren, waarin vele geluiden klinken en regionale identiteit tot haar recht komt. Programma's waarin mensen zich herkennen en die verbinden. Dit alles in een tijd waarin de reclame- en overige inkomsten onzeker zijn en de private media zich steeds meer concentreren tot enkele grote partijen. De publieke middelen bieden ons de financiële zekerheid en continuïteit, maar recente bezuinigingen en de almaar teruglopende reclame-inkomsten leiden ertoe dat financiële posities en daarmee de basisvoorzieningen van de omroepen steeds verder onder druk komen te staan.

In 2021 is de prestatieovereenkomst afgesloten tussen de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media (OCW) en de RPO. In deze begroting beschrijft de RPO op welke wijze de sector in 2022 invulling geeft aan deze afspraken. Het Commissariaat voor de Media (CvdM) constateerde afgelopen jaar dat de RPO en de regionale omroepen de positieve lijn in de begroting voor 2021 hebben doorgezet. Deze positieve lijn en uniformiteit in de begrotingen wordt verder voortgezet, rekening houdend met het advies van het CvdM[1] over de begrotingen van de RPO en regionale publieke media-instellingen (rpmi's), de opmerkingen van het ministerie van OCW in de Mediabegrotingsbrief[2] aan de Tweede Kamer en van het CvdM bij het besluit tot bekostiging van onze omroep in 2021.[3]

De regionale omroep bereikt jong en oud met online kanalen, televisie en radio. Nieuwe verhaalvormen worden ontwikkeld voor de online kanalen, waaronder sociale media als Instagram en Snapchat om jongeren aan te spreken. Regionale televisie blijft een vaste waarde voor het oudere publiek. Innovatie wordt ingezet om het online aanbod verder te ontwikkelen en de interactie en het contact met het publiek te versterken. De RPO zet zich ook in 2022 ervoor in om zijn belangrijke publieke taak voor de regionale samenleving te waarborgen.

Hilversum, 7 september 2021

Jan Müller
directeur-bestuurder

1 Advies Commissariaat voor de Media begroting RPO 2021 | Brief | Rijksoverheid.nl
2 Kamerbrief Mediabegroting 2021 | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl
3 Toekenningsbesluiten CvdM d.d. 8 december 2020

Media-aanbod

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

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

Nieuws, informatie, achtergronden en cultuur

Het verzorgen van hoogwaardig en voor iedereen toegankelijk nieuws is een ambitie van de gezamenlijke regionale omroepen. De regionale omroep doet verslag van belangrijke gebeurtenissen in de regio, brengt eigen nieuws en controleert de politieke macht met kennis van de regio. Het nieuws is uniek, urgent en relevant. Het publiek wordt betrokken bij de nieuwsproductie, onder meer door in te spelen op vragen en nieuwsbehoeften van mensen. De calamiteitenstatus heeft een specifieke positie in de berichtgeving. Goede informatie met kennis van de regionale en lokale situatie is dan essentieel voor de betrokkenen.



Nieuws, informatie en achtergronden

Omroep West werkt met verslaggevers in teams, die gebundeld zijn rond een aantal thema's en verschillende regio's. Zo zijn er teams die zich richten op de thema's: politiek, veiligheid & justitie, sport, zorg & gezondheidszorg en cultuur & vrije tijd. De regioteams werken nauw samen met lokale omroepen, zoals met WOS (Westland), Sleutelstad (Leiden), Studio Alphen, Bo (Bollenstreek), Stadsomroep Den Haag en Midvliet FM (Zoetermeer, Leidschendam-Voorburg, Stompwijk en Wassenaar). De teams krijgen versterking van onder meer een online-bureauredactie. Ze leveren unieke eigen berichtgeving met een hoge mate van urgentie. Voor 2022 wil Omroep West extra aandacht besteden aan de onderwerpen: wonen, werken en economie.

Omroep West werkt, samen met het publiek, volgens een constructieve en vraaggestuurde journalistieke benadering. De journalisten kijken niet alleen naar problemen, maar hebben ook oog voor mogelijke oplossingen. De betrokkenheid van het publiek is in het journalistieke proces vastgelegd. Dat gebeurt onder meer door gebruik te maken van de oorspronkelijk Amerikaanse module 'Hearken' (vertaald in het Nederlands als 'Rake Vragen'). Journalisten gaan daarbij samen met het publiek op zoek naar antwoorden op vragen die door dat publiek zijn gesteld.

De omroep is door zijn aanpak een essentiële nieuwsbron voor de inwoners van het noorden van Zuid-Holland. De omroep maakt verhalen die ertoe doen, die relevant zijn en die beroeren. Er wordt open en eerlijke journalistiek bedreven, met een aanbod van concrete feiten en waarheidsgetrouwe beelden. De journalisten zoeken naar oplossingen en leggen 'het waarom' uit. Ze onderzoeken zowel de oorzaak als het gevolg van ontwikkelingen.

Bij calamiteiten wordt de regionale omroep ingezet als calamiteitenzender, zoals L1 bij de watersnood in Limburg in de zomer van 2021. De status geldt formeel voor de regionale radio, maar de regionale omroep beperkt zich daar niet toe. Alle kanalen worden ingezet voor snelle informatie van de Veiligheidsregio, aangevuld met berichtgeving en reportages en met oog voor de hulp die mensen nodig hebben. De genoemde inzet van L1 geeft hier een voorbeeld van. Zo is er meer dan 88 uur non-stop live radio verzorgd en bood een 24 uursblog op internet permanent toegankelijke en geactualiseerde informatie. Een aparte site, l1.nl/helpendehand, bracht hulpvragen en -aanbod bij elkaar. Dagelijks zijn er live beelden en tientallen reportages gemaakt voor televisie en internet.



Journalistiek onderzoek hoort bij de rol van waakhond en bij de controlerende functie van de regionale omroep. Ook voor diepgravende journalistiek is de regionale omroep de verbindende schakel tussen landelijk en lokaal niveau door samen te werken met de NOS en lokale omroepen.



Journalistiek onderzoek

Bij Rijnmond vormen regioverslaggevers de spil voor diepgravende journalistiek met uitvoerige berichten en analyses over ontwikkelingen in hun specifieke werkgebied. Dat doen zij waar mogelijk in samenwerking met lokale omroepen, om fijnmaziger werk te kunnen leveren en aan te sluiten bij de belevingswereld van het publiek. Bij regio-overschrijdende onderzoeksjournalistiek zal Rijnmond ook in 2022 samenwerken met andere regionale omroepen en waar mogelijk met de NOS. Op die manier is de regionale omroep verbonden met landelijk en met lokaal journalistiek onderzoek.

RTV Noord richt zich in 2022 op de volgende manieren op onderzoeksjournalistiek. De gezamenlijke onderzoeksredactie van RTV Noord, RTV Drenthe, Omrop Fryslân en RTV Oost wordt voortgezet onder leiding van een gezamenlijke coördinator die onderzoeksprojecten agendeert en organiseert. Veel projecten zijn provinciegrens-overstijgend en hebben landelijke impact. Daarom worden ook landelijke partijen betrokken bij het onderzoek, zoals Follow the Money en het Platform Authentieke Journalistiek. Met deze platforms wordt de samenwerking voortgezet voor het onthullen van de zogenoemde Shell Papers, een onderzoek naar de banden tussen Shell en de overheid. Hiervoor zijn met input van het publiek ruim 2500 rapporten doorzocht; het resultaat van één WOB-verzoek bij de gemeente Assen. Naar verwachting komen er nog 50.000 documenten bij van de provincie Groningen om te doorzoeken. Voor het onderzoek naar armoede in Groningen wordt de samenwerking voortgezet met OOG, de lokale zender van de gemeente Groningen.

Het komende jaar zijn de gemeenteraadsverkiezingen. Regionale omroepen besteden hier vanuit een regionale invalshoek ruim aandacht aan. De regionale omroep werkt ook in dit geval samen met landelijke en lokale omroepen om goede en doelmatige berichtgeving en verslaglegging te verzorgen.



Gemeenteraadsverkiezingen

Samen met een groot aantal lokale omroepen gaat Omroep Gelderland net als in 2018 uitgebreid verslag doen van de gemeenteraadsverkiezingen in maart 2022. De inzet is om een verkiezingskaravaan door de gehele provincie te organiseren. Samen met de lokale omroepen zal de omroep vanuit alle 51 Gelderse gemeenten een online live-uitzending verzorgen met daarin de hoofdrolspelers; politici en betrokken inwoners. De uitzendingen zullen te zien zijn op de kanalen van de lokale omroep en op web/app van Omroep Gelderland. Daarnaast besteedt de omroep themagewijs aandacht aan onderwerpen die breder leven in Gelderland (onder meer zorg, energietransitie en wonen) en aan specifieke lokale issues. De karavaan zal in februari 2022 al van start gaan om iedere dag vanuit een andere gemeente verslag te gaan doen. In de aanloop naar woensdag 16 maart 2022 worden er zes televisie-uitzendingen gemaakt vanuit Tiel, Ede, Apeldoorn, Arnhem, Nijmegen en Doetinchem. Uiteraard zal Omroep Gelderland ook de uitslagenavond verslaan.

NH Media brengt de wensen en behoeften van de Noord-Hollanders in kaart via het NH Nieuwspanel. Een panel van geïnteresseerde Noord-Hollanders die zich hiervoor hebben opgegeven. De omroep vergelijkt de wensen met de beloftes van politieke partijen vóór de verkiezingen en volgt, checkt en evalueert de gedane beloftes ná de verkiezingen. Zo houdt de omroep de lokale democratie scherp. Dit gebeurt aan de hand van een vijftal thema's (wonen, vervoer, ondernemen, werken en recreatie). NH Media bericht niet alleen over de behoefte van de Noord-Hollanders, de omroep maakt ook voor de inwoners inzichtelijk wat de problemen en kansen zijn waar de samenleving voor staat en hoe deze vertaald zijn naar verkiezingsbeloftes. Wat zijn bijvoorbeeld de plannen van de lokale politiek om de krapte op de woningbouw te lijf te gaan? Wat doen de verschillende partijen om de energietransitie te laten slagen en is er nog financiële ruimte voor ontspanning en vermaak?



Het media-aanbod van de regionale omroep heeft ook in 2022 een ruim aanbod van onderhoudende, culturele en informatieve programma's. Het toont en versterkt de regionale identiteit. Documentaires vertellen de specifieke verhalen uit de regio. Ook het laten zien en horen van evenementen versterkt de regionale cultuur. De maatregelen tegen corona hebben invloed gehad op de productie van documentaires en evenementen. De verwachting is dat de maatregelen in 2022 verder versoepeld zullen zijn en daardoor met name het aanbod van evenementen stijgt.

Cultuur, documentaires en evenementen

Een bijzonder hoogtepunt in 2022 is de viering van 900 jaar stadsrechten in Utrecht. RTV Utrecht is voornemens de stad 100 verhalen aan te bieden over het ontstaan, de geschiedenis en toekomst van de stad. Verhalen die deze herdenking extra glans gaan geven. Voor deze 100 verhalen zal de omroep ook onderzoek doen naar alternatieve distributievormen, om zo de verhalen met de nieuwste technische mogelijkheden aan het publiek te kunnen tonen.

In het cultuurprogramma Van Rossem Vertelt onderzoekt en bespreekt historicus Maarten van Rossem de Utrechtse geschiedenis. In 2022 werpt hij zijn licht onder andere op de historie van de stad Utrecht, natuurlijk ook in het kader van de viering van 900 jaar stadsrechten.

Voor 2022 programmeert Omroep Gelderland 35 documentaires en 2 podcastseries. Een aantal hiervan is inmiddels in voorbereiding, zoals Het Verdriet van Carnaval (een coproductie van Omroep Brabant, L1 en Omroep Gelderland), Papa gaat naar de Hemel over ALS (coproductie van Omroep Gelderland en KRO-NCRV) en een documentaire over de verhuizing van kunstenaarscollectief KW37.
Omroep Zeeland hecht veel waarde aan regionale documentaires en vindt de ontwikkeling en realisatie van kwalitatief hoogstaande producties van belang. Deze producties versterken de identiteit van de regio en dragen bij aan een grote betrokkenheid en bewustwording van de inwoners van de provincie. Om hier vorm en inhoud aan te geven heeft Omroep Zeeland al in 2010 de Zeeuwse Documentaireweek in het leven geroepen. In de laatste week van het jaar zendt de omroep dagelijks een recente Zeeuwse documentaire uit en biedt zo een duidelijk en herkenbaar platform voor Zeeuwse documentairemakers en/of producties die de regio raken. De documentaires worden lineair uitgezonden, maar ook gedurende een bepaalde periode on demand aangeboden. Daarnaast maakt Omroep Zeeland structureel ruimte vrij voor de ondersteuning van documentairemakers en neemt de omroep zelf het initiatief voor de ontwikkeling van regionale documentaires.

Om het belang van muziek in de streektaal te ondersteunen zijn liedjes in streektaal dagelijks te horen op L1 Radio in de reguliere programma's (overdag één nummer per uur). Daarnaast maakt L1 een dagelijks specifiek muziekprogramma: Plat-eweg. Het internetkanaal Plateweg.nl met non-stop streektaalmuziek wordt in 2022 gehandhaafd. Hetzelfde geldt voor L1Alaafradio.nl.

Muziek is één van de onderscheidende elementen van de Limburgse cultuur en zal ook in 2022 structureel onder de aandacht gebracht worden door L1. Met name op het gebied van harmonie & fanfare (hafa) en koren wil en kan L1 een grote rol spelen. De traditie om zeer regelmatig in de hele provincie opnames te maken van muziekuitvoeringen wordt dan ook de komende jaren voortgezet. Onder de verbindende titel Blaaskracht worden hafa-programma's op radio en tv uitgezonden.

Limburgse popmuziek is eveneens onlosmakkelijk verbonden met de zuidelijke cultuur. L1 brengt diverse podcasts over popmuziek en reikt samen met de Stichting Pop in Limburg jaarlijks de Limburgse Popprijzen uit. Onder de titel L1 Concert brengt L1 ieder weekeinde een concert op tv; nieuwe opnames of muziek uit het archief.

De regionale omroep is op verschillende manieren in gesprek met het publiek. De interactie kan de band tussen omroep en publiek versterken en de kennis over het publiek, hun wensen en vragen vergroten. Interactie versterkt de verbindende rol van de omroep in de regio.



Interactie

De interactie met het publiek is belangrijk voor RTV Drenthe. De omroep maakt niet alleen nieuws over Drenthe en de Drent, maar ook verhalen mét de Drent. In alles staan de inwoners van Drenthe centraal. De journalisten gaan het gesprek aan met het publiek. Ze stellen zich open voor de ideeën van de inwoners en maken waar het kan samen verhalen. Want hoe groter de wereld, hoe meer behoefte er is aan informatie uit de eigen regio. Dat is ook begrijpelijk want dan gaat het om onderwerpen die mensen direct raken en kwesties waarmee ze in hun persoonlijk leven te maken krijgen. Ook via de Drentse platforms en kanalen staan de makers in contact met het publiek. De omroep zet daarom de digitale deuren verder open, zodat mensen hun verhalen bij RTV Drenthe kwijt kunnen. De omroep initieert en faciliteert discussies, laat mensen elkaar helpen, doet aan crowdsourcing, enz. De omroep versterkt daarmee de invulling van de missie en ambitie om de spil in de Drentse maatschappij te zijn. Tegelijkertijd is de input van het publiek een bron voor nieuwsverhalen die via de Drentse nieuwskanalen worden verspreid.

Om interactie met jongeren te versterken gaat RTV Drenthe in 2022 de mogelijkheden onderzoeken om in gesprek te komen met de doelgroep onder de 20 jaar. Wat willen deze jongeren van de omroep en hoe kan de interactie met hen vergroot worden? Dit vanuit de gedachte dat de omroep iedereen wil bereiken, maar dat dit bij een jonge doelgroep lastig is.

Omroep Brabant gaat in 2022 meer gebruik maken van de interactie met het publiek. Via het app-contactformulier dat een prominente plek in de app en op de site heeft, wordt het publiek dagelijks opgeroepen te reageren. Dit kan met tekst, video, audio en foto's. Ook de contactmogelijkheden via de 'dark socials' zoals Whatsapp worden uitgebreid.
Omroep Brabant maakt steeds meer gebruik van de meldingen die via het bedrijfs-whatsappnummer binnenkomen. Verder wil de omroep in 2022 op de eigen site/app ondereen selectie van artikelen de reactiemogelijkheden weer openzetten. Deze zijn enkele jaren geleden gesloten. Een proef hiermee moet in 2022 gaan lopen. Verder verbetert Omroep Brabant steeds de interactie door te meten hoe het publiek de content consumeert. Hierbij wordt niet alleen naar clicks gekeken, maar ook naar het leesgedrag, leesduur, engagement en verwijzingen.

RTV Noord heeft een Kennisteam, dat inmiddels meer dan 270 leden telt. Jong en oud doen vrijwillig en op eigen initiatief mee. Het uitgangspunt is: vertel de omroep wat je weet, niet wat je vindt. Het Kennisteam bestaat uit Groningers die specifieke professionele kennis hebben over bepaalde onderwerpen en thema's. Zij helpen de omroep om de kwaliteit van de berichtgeving gevraagd en ongevraagd te verbeteren. De leden vertellen de omroep wat er in hun vakgebied actueel is. Om de band te behouden zullen de leden ook het komende jaar frequent geraadpleegd worden en betrokken worden bij de omroep, bijvoorbeeld via open dagen of nieuwsbrieven.

Tevens bouwt RTV Noord de interactie met het publiek verder uit. Een gespecialiseerde redacteur combineert verschillende platforms, beantwoordt vragen van het publiek, publiceert deze, voegt items en informatie toe op online kanalen en sociale media. Onder de titel Vanaf de Redactie zullen ook in 2022 serieuze onderwerpen bij de kop gepakt worden en samen met het publiek behandeld worden. De vragen worden benoemd, behandeld en eventueel voorgelegd aan deskundigen.

Aanbodkanalen

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

In bijlage I B is de aanvraag opgenomen voor de beëindiging van het aanbodkanaal OverUit van RTV Oost.

Verantwoording

De regionale omroep legt verantwoording af over zijn bijdrage aan de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau. Daarvoor maakt de omroep gebruik van de afspraken die gemaakt zijn in de prestatieovereenkomst. Verantwoording vindt plaats via het jaarverslag van de RPO, van de omroep en via de jaarrekening.

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

De regionale mediaraad

De regionale mediaraad van RTV Drenthe heeft voor 2022 de volgende voornemens:

- De mediaraad organiseert opnieuw een avond om een breder publiek te consulteren over het media-aanbod van RTV Drenthe. In september 2019 is dit voor de eerste keer gebeurd en het was een groot succes, maar een herhaling in 2020 was helaas onmogelijk door de coronacrisis. In het najaar van 2021 is het voornemen om een en ander wel te laten plaatsvinden. De bijeenkomst kan de band tussen de regionale mediaraad en de achterban versterken en haar taak als klankbord voor RTV Drenthe voor 2022 en de jaren daarna versterken.
- Ook in 2022 zal bij iedere vergadering een medewerker van RTV Drenthe aanschuiven die vanuit zijn of haar functie vertelt over de werkzaamheden bij de omroep. Hierdoor krijgen de raadsleden een beter beeld bij de dagelijkse praktijk en werkzaamheden van RTV Drenthe.
- Voor één van de vergaderingen wordt een uitgebreide toelichting geagendeerd op de bereikcijfers van de kanalen van RTV Drenthe.
- Voor elke vergadering zullen de leden als 'huiswerk' een kijk- of luisteropdracht meekrijgen. In de vergadering vindt dan een grondige evaluatie plaats van het gekozen programma-onderdeel.
- Elk nieuw lid van de mediaraad wordt aangeboden om een dag mee te lopen bij RTV Drenthe om enig inzicht te krijgen in de bedrijfsvoering. Zo'n stage wordt na een paar jaar of op verzoek eerder herhaald.

De mediaraad van RTV Oost heeft haar eigen rol kritisch tegen het licht gehouden aan de hand van de RPO-handleiding voor regionale mediaraden. Dit heeft een op maat gesneden handboek opgeleverd dat is toegespitst op de Overijsselse situatie. Om hier op professionele wijze invulling aan te geven, heeft de mediaraad voor zichzelf een ontwikkeltraject geformuleerd voor de komende jaren. De ambitie is om proactief en kritisch bij te dragen aan een media-aanbodbeleid, dat de hoofdredacteur van de omroep adequaat kan onderbouwen en verantwoorden.

De mediaraad staat met RTV Oost voor een inclusieve samenleving. Dit wil zeggen dat wie zich thuis weet in Overijssel zichzelf moet kunnen herkennen in een media-aanbod, dat recht doet aan het brede spectrum aan politieke voorkeuren, geloofsovertuigingen, sociaalmaatschappelijke achtergronden en etniciteit. De omroep is nadrukkelijk geen doelgroepenzender. Ze wil verkokering in de maatschappij juist doorbreken, door interactie mét het publiek en tussen het publiek onderling aan te jagen, zowel op de onlinekanalen (sociale media) als op locatie in de provincie ('meetups').

De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op het media-aanbod van de regionale omroep.

Afspraak

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

Via een rapportageschema maakt de regionale omroep inzichtelijk dat het media-aanbod van de regionale omroep voldoet aan artikel 2.1 lid 1 a en a1 van de Mediawet.

Afspraak

Alle rpmi's verzorgen dagelijks actueel media-aanbod.

Via het rapportageschema wordt eveneens aangetoond dat het media-aanbod van de regionale omroep actueel is.

Afspraak

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

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

Afspraak

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

De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2022 256 evenementen verslaan en draagt hiermee bij aan een realistische gezamenlijke doelstelling voor de sector.

Afspraak

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

De RPO verwacht dat regionale omroepen in 2022 169 regionale documentaires produceren en draagt hiermee bij aan een realistische gezamenlijke doelstelling voor de sector.

Afspraak

De RPO rapporteert over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.

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



Bereik

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

Onafhankelijk onderzoek

Het onderzoek naar de prestaties van regionale omroepen wordt sinds 2013 door Motivaction uitgevoerd. De opzet kent een grote continuïteit, waardoor bereik en waardering sinds het begin op vergelijkbare manier gerapporteerd kunnen worden. Het onderzoek bestaat uit een steekproef van 1.560 respondenten per jaar per verzorgingsgebied, zodat er betrouwbare gegevens zijn per gebied over doelgroepen, zoals jongeren. De totale steekproef voor het hele land bestaat jaarlijks uit 20.280 respondenten. Het bereik en de waardering van de omroepen worden sinds 2019 continu gemeten. De nieuwe opzet is in 2020 gemonitord en waar nodig bijgesteld. Het jaar 2021 is de nulmeting voor de bereiksdoelstelling.

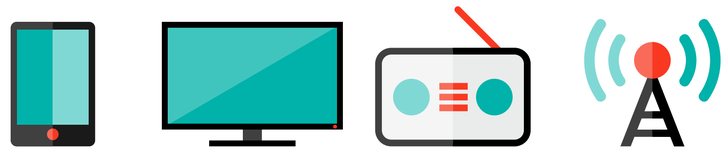
Per 1 januari 2021 maken alle regionale omroepen gebruik van de meetsoftware van AT Internet om het bezoek (pageviews) op de website en in de app te registreren. Tot 2021 maakten de regionale omroepen gebruik van de meetsoftware van Google. Door de meetsoftware van AT Internet te gebruiken vindt de regionale omroep aansluiting bij het onderzoek van de NPO, dat ook gebruik maakt van deze meetsoftware. Door de onderlinge uitwisseling van nieuwsberichten tussen de regionale omroepen en de NOS, zorgt het gebruik van dezelfde meting voor vergelijkbare resultaattypes. De pageview van een bericht van een regionale omroep op de website van de NOS wordt op dezelfde wijze geregistreerd als een bericht van de NOS in de app van een regionale omroep.

Per 1 januari 2022 neemt de regionale omroep deel aan het Online Bereiksonderzoek van het Nationaal Media Onderzoek (NMO). Dit onderzoek biedt inzicht in het gebruik van de websites en apps van de regionale omroepen in verschillende doelgroepen op basis van leeftijd, bijvoorbeeld jongeren. Naast het online bereiksonderzoek gaan ook het televisie-onderzoek (Stichting Kijkonderzoek (SKO)) en het radio-onderzoek (Nationaal Luisteronderzoek (NLO)) deel uit maken van het NMO waaraan de regionale omroep deelneemt.

Bereik

De regionale omroep bereikte in 2020 met zijn kanalen gemiddeld 80% van het publiek in het verzorgingsgebied. Voor 2022 is de doelstelling tenminste 80%.

Bereiksdoelstelling regionale omroep



Online kanalen	TV-zenders	Radiozenders	Totaal bereik
59%	69%	43%	80%

Bron: Bereiksonderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar.
Online kanalen zijn website, app en sociale media

De regionale omroep realiseerde in 2020 1,5 miljard online bezoeken aan de eigen web- en app-platformen. Voor 2022 wordt uitgegaan van een stabilisatie op 1,5 miljard, ook rekening houdend met mogelijke effecten uit de nieuwe meetsoftware.

De regionale omroep wordt door een ruime meerderheid van het publiek ervaren als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel, zo wijst het Motivaction onderzoek naar het bereik en de waardering uit. De RPO zet ook in 2022 in op behoud van zijn sterke regionale, betrouwbare en betrokken profiel en zal hierover verantwoording afleggen in haar jaarverslag.

De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op het bereik van de regionale omroep.

Afspraak

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

Jaarlijks wordt voor de RPO-begroting een samenhangende distributiestrategie opgesteld. De rpmi's nemen deze distributiestrategie over in hun eigen begroting en maken deze 'op maat' voor de eigen situatie.

Afspraak

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

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

Afspraak

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

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

Afspraak

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

De regionale omroep wordt door de gebruikers herkend als regionaal, actueel, informatief, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

Afspraak

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

De RPO streeft naar een gemiddelde waardering van de aanbodkanalen van de regionale omroepen van tenminste een 7,1 per kanaal (radio, tv en online) in 2022, zoals gemeten in het continu onderzoek dat Motivaction uitvoert.



Distributiestrategie

Het realiseren van de bereiksdoelstellingen hangt samen met een aansprekend media-aanbod en de distributie ervan. Er wordt rekening gehouden met de veranderende mediaconsumptie en met name met de verschillen in het mediagebruik onder een jong(er) en oud(er) publiek in de verzorgingsgebieden van de regionale omroepen

Ontwikkelingen bij de regionale omroepen

De regionale televisie blijft een sterk medium en behoudt het grootste bereik onder het totale publiek in de regio met 69%. In 2020 is het bereik van de online kanalen onder de 18-30 jarigen (66%) wel hoger dan dat van televisie (64%). Ook het totale bereik van alle kanalen van de regionale omroep is in deze jonge leeftijdsgroep gestegen, namelijk van 77% in 2019 naar 79% in 2020.

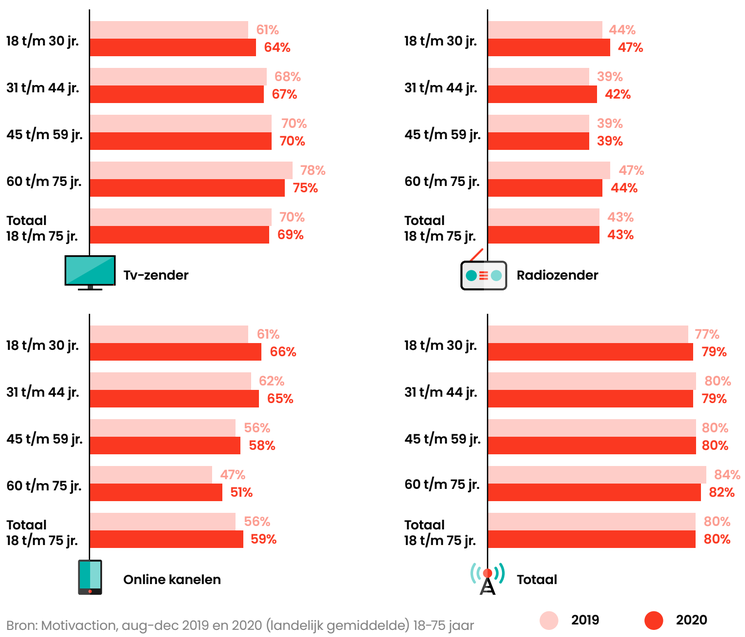
Het vertrouwen in de regionale omroep is groot. Gemiddeld beoordeelt 86% van het publiek de regionale omroep als betrouwbaar, informatief en actueel en benoemt 83% deze als dé nieuwsbron voor het regionale nieuws.

Deze gegevens blijken uit het Motivaction onderzoek naar bereik en waardering van regionale omroepen. Dit onderzoek wordt verricht onder de leeftijdscategorie 18-75 jaar, als groep met belangstelling voor informatie en nieuws uit de eigen regio; een groep waarop regionale omroepen zich primair richten.

Jaarbereik

De regionale omroepen bereiken in 2020 gemiddeld 80% van de inwoners in hun verzorgingsgebied. Dat is voor een belangrijk deel toe te rekenen aan het bereik van tv (69%) gevolgd door online (59%) en radio (43%).

Jaarbereik kanalen uitgesplitst naar leeftijd 2019 en 2020



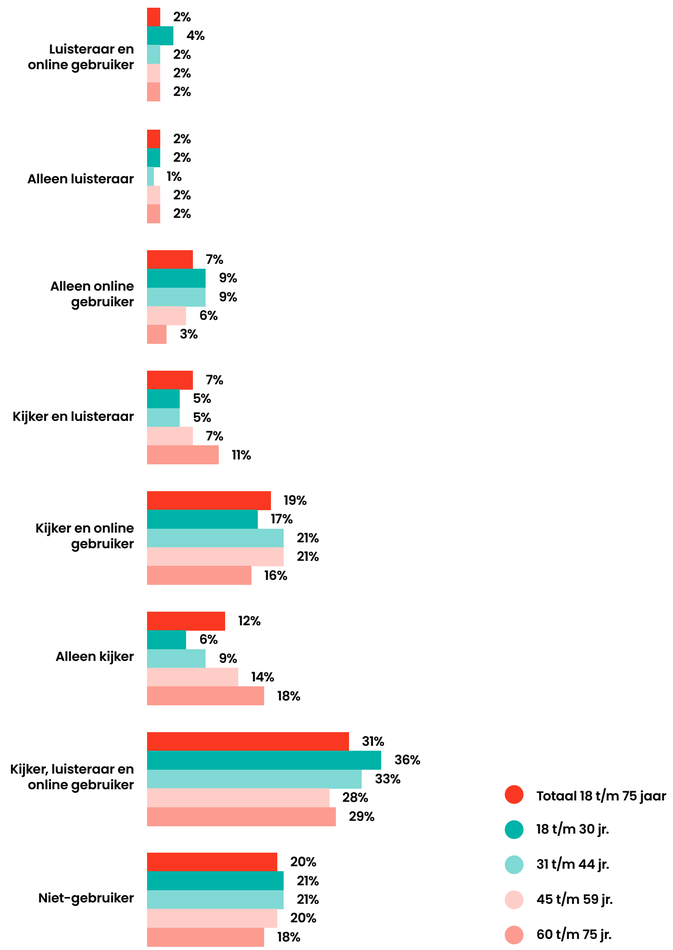
Bron: Motivaction, aug-dec 2019 en 2020 (landelijk gemiddelde) 18-75 jaar

Crossmediaal gebruik regionale kanalen

Ondanks het toegenomen bereik van de online kanalen, is het bereik van de televisiekanalen onder het totale publiek stabiel en is tv de drijvende kracht voor het bereik van de regionale omroepen. Tv-kijkers en radioluisteraars gebruiken ook de websites, apps en sociale media van de regionale omroepen. De groep die alle regionale kanalen gebruikt, vormt inmiddels gemiddeld 31% van de regionale bevolking van 18-75 jaar.

Bij de jongste leeftijdsgroep (18-30 jaar) lijkt er sprake te zijn van een omgekeerde beweging. Niet de tv-kijkers gaan de online kanalen gebruiken, maar online gebruikers krijgen belangstelling voor de andere regionale kanalen. Uit een uitsplitsing van het crossmediale gebruik naar leeftijdsgroep, blijkt namelijk dat een bovengemiddeld deel van deze groep alleen online kanalen gebruikt, namelijk 9%. Dat geldt zowel voor 2019 als voor 2020. In 2020 stijgt met name de groep 18-30 jarigen die alle regionale kanalen in hun gebied gebruiken. Dat was in 2019 nog 32%. In 2020 is dat percentage gestegen naar 36%. Het totale bereik van de kanalen in deze groep stijgt ook, namelijk van 77% naar 79%. Het lijkt erop dat deze jongste groep via de bij hen populaire online kanalen in aanraking komt met het tv- en radiokanaal van de regionale omroepen.

Crossmediaal gebruik uitgesplitst naar leeftijd 2020

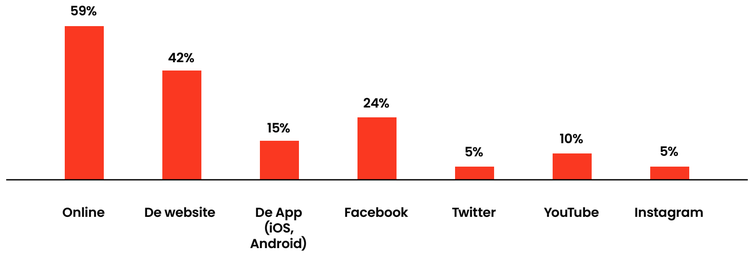


Bron: Motivaction, 2020 (landelijk gemiddelde) leeftijd 18-75 jaar

Online kanalen meer uitgediept

De online kanalen bestaan uit de website, de app en sociale media. Van deze kanalen heeft de website het grootste jaarbereik, gevolgd door de berichtgeving van de regionale omroepen via Facebook en de eigen omroep-app.

Jaarbereik online kanalen 2020



Bron: Motivaction (landelijk gemiddelde) leeftijd 18- 75 jaar

Het verschil in bereik tussen de online kanalen hangt mogelijk samen met het verschil in bekendheid van de afzonderlijke kanalen. Op basis van het landelijk gemiddelde kent 63% van het omroeppubliek de websites van de regionale omroepen en 23% de app. Daarnaast blijkt uit het Motivaction onderzoek dat de meerderheid van de mensen die een kanaal kennen, dat ook gebruiken. Bij de website is dat 85% van die groep en bij de app 81%. De lagere bekendheid van de app is dus een mogelijke verklaring voor het lagere bereik. De cijfers zeggen niets over de frequentie waarmee de kanalen bezocht worden. Google Analytics en AT Internet geven wel deze informatie. Deze cijfers laten zien dat de app vaker bezocht wordt dan de websites van de regionale omroepen.

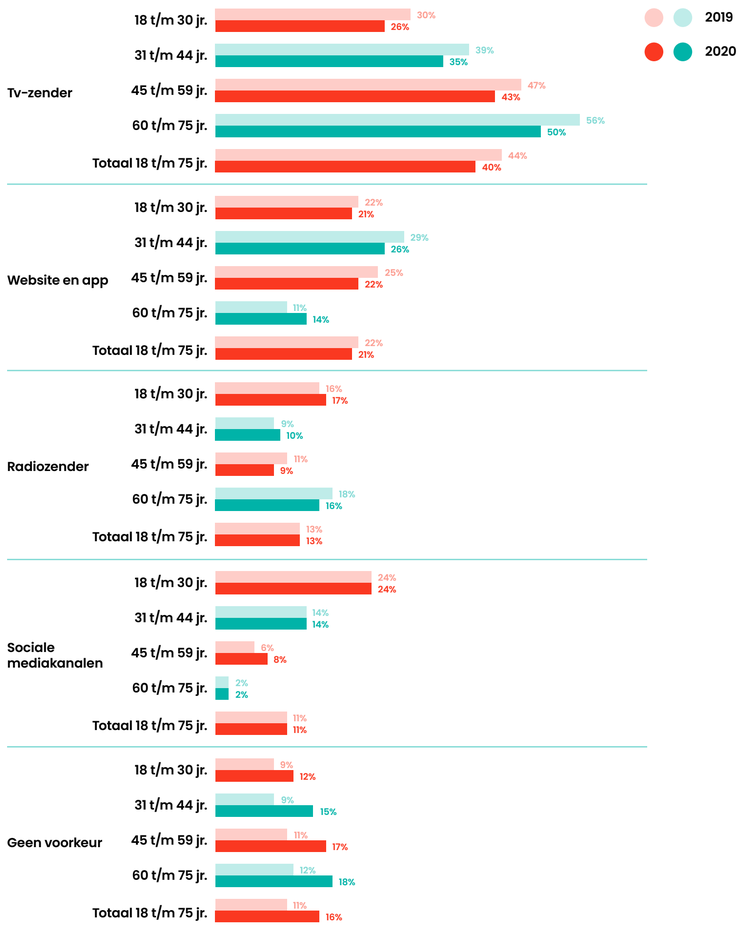
Belang regionale kanalen

Televisie heeft weliswaar een groot bereik, maar het belang dat het publiek aan tv hecht, neemt af. In 2018 vond bijna de helft (47%) van de respondenten tv het belangrijkste kanaal. In 2020 is dat 40%. Het belang van sociale media stijgt daarentegen van 7% in 2018 naar 11% in 2020. Het belang van de website en app is stabiel met 21%. Ook het belang van radio blijft redelijk stabiel met 14% in 2018 en 13% in 2020.

Een uitsplitsing naar leeftijdsgroep laat zien dat de sociale mediakanalen met name belangrijk zijn voor het publiek van 18-30 jaar. Voor 24% van deze groep vormen de sociale media van de regionale omroep in 2020 het belangrijkste kanaal. Daarmee wordt de televisie op de voet gevolgd, want voor een groot deel van deze groep (26%) blijft tv het belangrijkste medium in 2020.



Belangrijkste kanaal van regionale omroepen uitgesplitst naar leefijd 2019 en 2020



Bron: Motivaction, aug-dec 2019 en 2020 (landelijk gemiddelde) 18-75 jaar

Het opvallendst in alle groepen is de stijging van het aantal mensen dat geen voorkeur heeft voor een bepaald kanaal. Dat was in 2018 en 2019 11% van het totale publiek. In 2020 is dat 16%. De groep die geen voorkeur heeft voor een specifiek kanaal is in alle leeftijdscategorieën gestegen.
Het lijkt erop dat de voorkeur van het publiek voor één bepaald kanaal voor bijvoorbeeld nieuws afneemt. Samen met de ontwikkeling dat een grote groep mensen alle kanalen van de regionale omroepen gebruikt, betekent het dat de kanalen meer aanvullend aan elkaar ingevuld kunnen worden.

Uitvoering distributiestrategie

De regionale omroep richt zich op de burgers die in de eigen regio en delen ervan geïnteresseerd zijn. De distributiestrategie houdt rekening met de gesignaleerde ontwikkelingen in de markt.

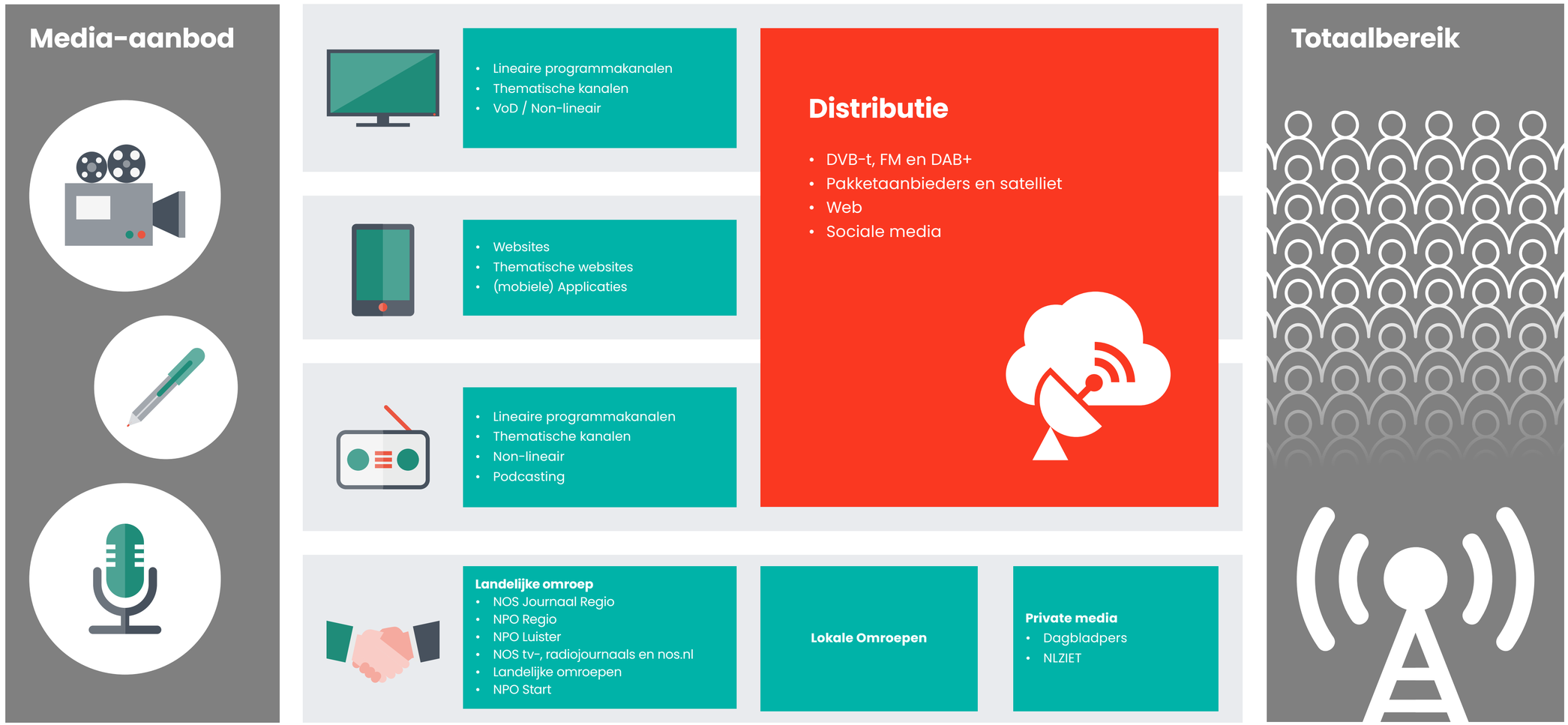
De crossmediale benadering werpt zijn vruchten af en blijft belangrijk in de samenhangende distributiestrategie. Binnen die benadering is er steeds meer ruimte om het aanbod op de verschillende kanalen te differentiëren; rekening houdend met de sterke kanten van het kanaal. Zo worden de online kanalen gebruikt om het nieuws snel en adequaat naar het publiek te brengen. Deze kanalen worden ook ingezet om het jongere publiek te trekken en in aanraking te laten komen met andere kanalen van de regionale omroepen.
Het televisiekanaal is een anker voor het publiek. Het biedt een venster op de regionale samenleving en geeft duiding. Sociale media worden onder meer ingezet om de band met de jongere groepen te versterken en voor de interactie met het publiek met name voor de groep 18-30 jaar. Radio biedt informatie over de regio, gezelschap en ontspanning. De radiodocumentaire en verdiepende gesprekken worden ook steeds vaker aangeboden als podcasts die mensen op ieder gewenst moment kunnen beluisteren.

Zo spelen de podcasts in op de behoefte van publiek aan on-demand-aanbod. Dat gebeurt op meerdere manieren. De radio- en televisieprogramma's worden on demand aangeboden via de eigen kanalen. Ook is het tv-aanbod beschikbaar op NLZIET en vanaf 2022 op NPO Start. Tevens wordt er gewerkt aan het aanbieden van podcasts van de regionale omroep via NPO Luister.

De strategie is er tevens op gericht dat het media-aanbod van de regionale omroep te vinden is daar waar het publiek het verwacht en aanwezig is.
De distributiestrategie is de leidraad voor de regionale omroep voor de inzet van radio, tv, online en sociale media.
De regionale omroep verspreidt het media-aanbod via de eigen kanalen en via de kanalen van anderen. De eigen aanbodkanalen zijn online (web, app en sociale media), radio en televisie. Via de samenwerking met onder meer de NOS en de NPO wordt regionale content ook op de landelijke publieke kanalen aangeboden. Regionale omroepen zijn een belangrijke verbindende schakel in het publieke bestel. Daarom is hun nieuwsaanbod ook te zien op kanalen van de lokale omroepen waarmee ze samenwerken. De kanalen van anderen zijn dus belangrijk om op een doelmatige manier een zo groot mogelijk publiek te bereiken met het publieke media-aanbod.

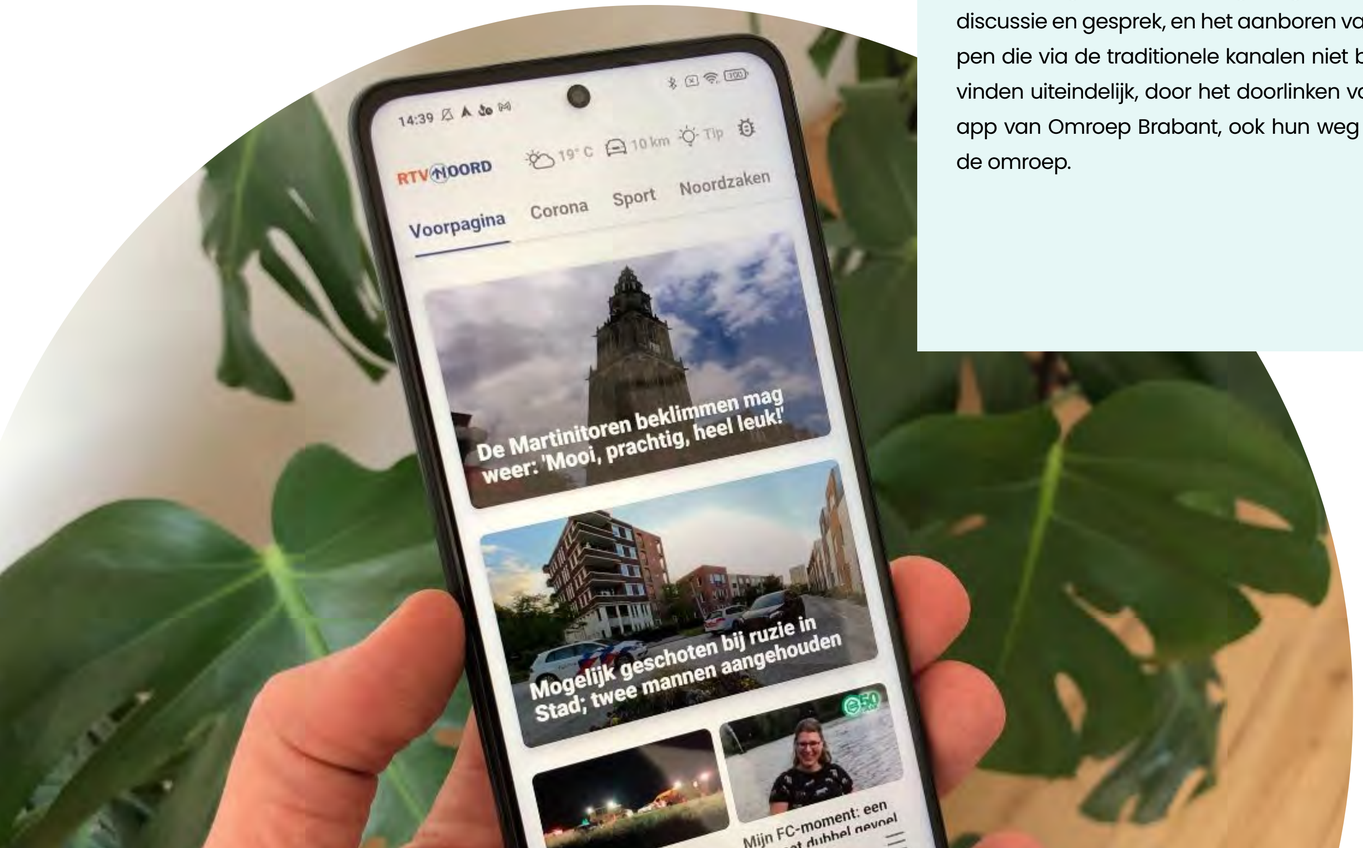
De distributiestrategie laat een zekere spagaat zien. Er kunnen geen kanalen afgestoten worden zonder bereik te verliezen. Aan de andere kant neemt het online aanbod en het aantal te bedienen sociale media in belang toe. Met op zijn best dezelfde financiële middelen moeten steeds meer kanalen worden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

De veelheid aan kanalen die de regionale omroep gebruikt voor de distributie van content is terug te zien in de onderstaande distributiematrix.



Online

De online kanalen bieden het meest actuele nieuws en recent beschikbaar gekomen informatie. Sociale media lenen zich bij uitstek voor meer (directe) participatie, interactie met het publiek en het bereiken van jongere doelgroepen. Deze kanalen zijn voor jongeren belangrijke nieuwsmedia. De regionale omroep voorziet hierin met een nieuwsaanbod dat door alle leeftijdsgroepen vertrouwd wordt.



Online en sociale media

Omroep Brabant voorziet in de nieuwsbehoefte van jongeren op sociale media met een nieuwsaanbod dat door alle leeftijdsgroepen vertrouwd wordt. Doordat de omroep al enkele jaren met een gericht aanbod actief is op de sociale platforms, is het bereik van de omroep bijzonder hoog. Omroep Brabant blijft dit bereik inzetten voor verdere verspreiding van de berichtgeving, het bieden van een platform voor discussie en gesprek, en het aanboren van nieuwe (jongere) doelgroepen die via de traditionele kanalen niet bereikt worden. Deze jongeren vinden uiteindelijk, door het doorlinken van content van de website en app van Omroep Brabant, ook hun weg naar de eigen platforms van de omroep.

De inzet is om nog meer jongeren te bereiken. Dit wordt gedaan door een dedicated socialmedia-team dat speciaal voor de sociale media gemaakte content verspreidt. Voorbeelden hiervan zijn het gebruik van InstagramTV, Stories op Facebook en de aanwezigheid van Omroep Brabant op TikTok. Ook wordt steeds meer content op maat gesneden of gemaakt voor YouTube.

In 2022 start Omrop Fryslân met Omrop Fryslân Stories op Instagram. Daarin worden thema's uitgediept op een manier die past bij Instagram. Zo wil de omroep het jonge publiek nog beter bedienen.
Alle kinderprogramma's, waaronder SkoalTV, hebben binnen Omrop Fryslân een eigen merk, te weten Omrop Fryslân Tsjil. De programma's die onder deze noemer gemaakt worden, hebben -naast de uitzendingen op televisie- een eigen platform op web en app en soms ook op sociale media, waaronder YouTube, Instagram en TikTok.

Televisie

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



Televisie

RTV Oost verzorgt ten minste een half uur 'verse' televisie per dag. In de doordeweekse carrousel ligt de nadruk op de nieuwsvoorziening in het actualiteitenprogramma Bij Oost Vandaag. In plaats van uitsluitend het nieuws te brengen in een aaneenschakeling van korte video-items, wordt in het tv-programma besproken wat er speelt in de provincie. Dit gebeurt met duiders en opiniemakers. Daarmee wordt voorzien in een inhoudelijk betere afstemming op de nieuwsbehoeften van het televisiepubliek. In Bij Oost Vandaag praat RTV Oost de kijkers bij over wat zij in de loop van de dag wellicht nog gemist hebben aan belangrijke nieuwsontwikkelingen in de app (overzicht). De nadruk ligt daarbij op de relevantie van dit nieuws (duiding). In een weekendeditie maakt RTV Oost de balans op van de nieuwsweek (context en meningvormend). De zondagse variant vangt het weekendgevoel in bijzondere verhalen die verslaggevers optekenen op expeditie langs grote en kleine evenementen kriskras door de provincie.

In de carrousel is verder ingebouwd dat het tweede half uur kan worden benut voor specials, zowel incidenteel als structureel. Zo is er op donderdag tweewekelijks ruimte voor een opsporingsprogramma in samenwerking met politie en justitie: Onder de Loep. Een regelmatig terugkerende serie is het educatieve programma Het Groene Oosten dat aandacht besteedt aan duurzame en innovatieve projecten. Op maandag en vrijdag is het tweede half uur ingericht voor Oosttribune met een kritische bespreking van het profvoetbal in Overijssel. Aanvullend is wekelijks een open podium voorzien voor uitingen op het gebied van kunst en cultuur in Overijssel.

Radio

De radiozender is een belangrijk bestanddeel van het crossmediale aanbod van de regionale omroep en brengt nieuws, informatie, muziek en het geluid van de regio.



Radio en podcasts

Omroep Gelderland is in 2021 gestart met een nieuwe radioprogrammering. Verbinding, regionale klankkleur en Gelders nieuws zijn de ingrediënten. De presentatoren praten de luisteraars bij, zijn in gesprek en nemen ze mee in de muziek van hun leven. In 2022 wordt dit verder uitgerold. Daarnaast maakt Omroep Gelderland ook in 2022 tenminste twee podcastseries vanuit de actualiteit. In 2021 is onder meer de podcast De dood van Robert gelanceerd en Pretpark Veluwe.

RTV Oost zendt in het weekend een breed scala aan radioprogramma's uit met aandacht voor cultuur, dialect, specifieke muziekstijlen en programma's die zijn afgestemd op doelgroepen, waaronder het langstlopende radioprogramma van Radio Oost De Roze Golf. Dit doelgroepenprogramma is gericht op de LHBTIQ+-gemeenschap in Overijssel. Op zondagavond wordt dit programma uitgezonden via de ether en de omroep publiceert De Roze Golf ook als podcast.

Podcasts krijgen een vaste plaats in het audio-aanbod van regionale omroepen. Omrop Fryslân heeft een wekelijkse 'sportcast'. De Friese documentaire afdeling voor radio en tv biedt bij een aantal thema's verdiepende podcasts.
Ook Rijnmond produceert wekelijks podcasts over sport, in dit geval voetbal (Feyenoord, Sparta) en speciale actuele thema's en ontwikkelingen.

RTV Drenthe ontwikkelt eigen podcasts en doet dat ook in samenwerking met derden. Zo is er Praot Drents mit mie, een podcastserie in samenwerking met het streektaalcentrum Huus van de Taol. De Drentse geschiedenis krijgt een plek in de wekelijkse Drenthe Toen-podcast. De Sportcast praat je wekelijks bij over sport in Drenthe. RTV Drenthe gaat in 2022 onderzoeken of er een podcast- en radioaanvulling gemaakt kan worden voor het tv-programma en natuurplatform Roeg!.

Distributie in samenwerking met partners

De samenwerking met de NOS leidt tot een herdistributie van regionaal nieuws. Het nieuws van de regionale omroep is zichtbaar en hoorbaar in het nieuwsaanbod van de NOS op radio, tv en online. Er zijn aparte regioblokken in de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur op werkdagen op NPO 1 en ook is er het NOS Journaal Regio om 18.15 uur op werkdagen op NPO 2. Tevens levert de regionale omroep programma's aan voor het programmablok na het NOS Journaal Regio op NPO 2.

Deze samenwerking draagt bij aan een groter en nieuw bereik van regionaal nieuws en ander programma-aanbod. De samenwerking wordt in 2022 voortgezet, zoals ook toegelicht wordt in het hoofdstuk 'Samenwerking'.

Distributie en toegankelijkheid

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

Er wordt nog steeds het meest naar de radio geluisterd via de FM-kanalen. DAB+ is daarnaast in opkomst en begin 2021 beschikte bijna een kwart van alle huishoudens een DAB+ radio[4]. De regionale omroep beschikt over een frequentievergunning voor FM en voor DAB+, zodat het radioaanbod via de ether zowel analoog als digitaal beschikbaar is. Een goede en vrij toegankelijke ontvangst in het hele verzorgingsgebied is essentieel voor de calamiteitenfunctie van de regionale omroep.

Het simultaan uitzenden via FM en DAB+ leidt tot extra kosten, die minimaal tot 1 september 2022 vergoed worden door de overheid. In september 2022 veranderen in het digitale radio spectrum de grenzen van uitzendgebieden en de frequenties in de vergunning. Via de RPO onderhandelen de regionale publieke omroepen collectief met de radiosector over de gevolgen van deze wijziging.

De meeste pakketaanbieders geven de televisieprogrammering van de regionale omroep door in HD-kwaliteit, dezelfde beeldkwaliteit waarin het geproduceerd wordt. Ook verzorgen de pakketaanbieders doorgifte van de radiosignalen naar abonnees. Rechtstreekse ontvangst van het televisiekanaal van DVB-T is geborgd via de frequentievergunning van de NPO. Bij de pakketaanbieders wordt ingezet op uitbreiding van video on demand (VOD) en replay.



4 https://www.radiofreak.nl/bijna-kwart-van-nederlandse-huishoudens-bezit-dab-radio/

Innovatie en ontwikkeling

Regionale omroepen experimenteren met nieuwe productie- en distributiewijzen. De omroepen innoveren hun distributie om de juiste informatie op het juiste moment bij de juiste doelgroep te brengen. Om innovatie te stimuleren hebben 10 regionale omroepen hun krachten gebundeld in Regiogroei (het Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum). Omroep Brabant, Omroep Flevoland en NH hebben ervoor gekozen om innovatie zelfstandig te realiseren.

Regiogroei zet wel in op een goede relatie met deze 3 omroepen vanuit het streven naar een efficiënte en continue innovatie voor de gehele regionale omroepsector. Ook is het mogelijk voor deze omroepen om zich aan te sluiten bij Regiogroei.

Regiogroei

Met de lancering van het nieuwe app & web platform bij alle deelnemende omroepen in 2021, verschuift de focus van Regiogroei in 2022 volledig naar continuïteit en innovatie.

Continuïteit

Het ontstaan van Regiogroei is gestimuleerd met de Subsidieregeling innovatie en samenwerking rpmi's. Het is van groot belang dat Regiogroei tegen het aflopen van de subsidietermijn volledig op eigen benen staat. Om die reden wordt de bijdrage van de subsidie in de begroting van Regiogroei tot en met 2023 verder afgebouwd, en neemt de bijdrage van de omroepen in de loop der jaren toe. Op deze wijze wordt de begroting van Regiogroei vanaf 2024 volledig door de omroepen zelf gedekt.

Het is hiervoor eveneens belangrijk zo efficiënt mogelijk met deze begroting om te gaan. Daarom is in 2021 een begin gemaakt met het consolideren van alle individuele contracten, met als doel synergie en maximaal inkoopvoordeel te behalen. In 2022 heeft Regiogroei totaalcontracten met alle hoofdleveranciers.

Om duidelijk de gevolgen voor mogelijk nieuwe toetredende regionale omroepen en de bestaande vennoten in kaart te brengen, worden momenteel een toetredingsprocedure en financiële afwikkeling uitgewerkt welke gunstig dienen te zijn voor zowel de toetreder als de bestaande vennoten.

Innovatie

Wat betreft innovatie hebben de vennoten van Regiogroei besloten een aantal themagebieden te benoemen. Deze zullen aansluiten op te verwachten ontwikkelingen binnen de regionale publieke omroepen en worden in de tweede helft van 2021 nader gedefinieerd.

Daarbinnen wil Regiogroei zich richten op onder meer de volgende onderdelen:

Data

Data blijft een speerpunt in 2022. Daarom blijft de focus op dataverzameling binnen de ethische kaders, uniform meten en rapporteren, real-time dataverzameling en datagedreven werken, en sluiten de regionale omroepen zich aan bij het Online Bereiksonderzoek van het Nationaal Media Onderzoek (NMO).

Personalisatie

De afgelopen jaren zijn de eerste stappen gezet om het aanbod van de regionale content aan te bieden naar de wensen en met instemming van de individuele gebruikers. Door middel van zelflerende algoritmes wordt de selectie relevanter voor het publiek.

In 2022 wordt dit uitgebreid met community building, waarbij in plaats van algoritmen ook de gebruiker zelf kan aangeven waar hij of zij meer van wil zien of horen. Daarnaast worden er relevante aanbevelingen toegevoegd

bij videocontent en wordt er gewerkt aan een gepersonaliseerde nieuwsbrief met onderwerpen die de ontvanger interessant vindt.

Video en audio

Het nieuwe app & web platform van de tien deelnemende omroepen krijgt de beschikking over een moderne video on demand functionaliteit. Het wordt met een nieuwe gebruikersinterface nog eenvoudiger om interessante content te vinden.

Zoals eerder aangegeven, zullen de programma's van de regionale omroepen vanaf 2022 ook on demand te zien zijn op NPO Start, naast de reeds bestaande doorgifte via NLZIET.

Tevens wordt er een kwaliteitsslag gemaakt op online video en audio. De beeld- en geluidskwaliteit zal over alle deelnemende omroepen gelijkgetrokken worden naar dezelfde hoge standaard.

Lokale omroepen

Om de samenwerking met lokale omroepen verder te versterken, wordt het mogelijk om lokale omroepen aan te sluiten op de RegioExchange. Daarnaast wordt het voor lokale omroepen mogelijk om via één van de deelnemende regionale omroepen de beschikking te krijgen over een website en/of app op het nieuwe platform.

Interactie met het publiek

Het wordt voor het publiek eenvoudiger om de redactie van een omroep te tippen over actualiteiten, suggesties te doen en interessante content in te sturen. Daarnaast kan het publiek binnenkort via het nieuwe platform reageren op radio- en televisie-uitzendingen, en meedoen aan polls, winacties en zelfs spelletjes.

Overige kanalen

In de tweede helft van 2021 wordt onderzoek gedaan naar de mogelijkheden en vraag naar distributie via nieuwe kanalen als Apple TV, Apple Carplay en Android Auto. Bij voldoende vraag zal dit in 2022 worden getest.

Ontwikkeling talent

De regionale omroep biedt via stageplaatsen mogelijkheden aan talenten om zich verder te ontwikkelen. Ook werkervaringsplaatsen worden waar mogelijk aangeboden. In 2020 is wel gebleken dat het aanbieden van werkervarings- en stageplaatsen bemoeilijkt wordt door de coronacrisis en het advies om thuis te werken. Voor 2022 is de verwachting dat deze restricties verminderd zijn. Samen met de NOS werkt de regionale omroep aan het opzetten van een gezamenlijk opleidings- en trainingsprogramma voor en door regionale en NOS journalisten.

De volgende prestatieafspraken zijn gemaakt die toezien op innovatie & ontwikkeling van de regionale omroep.

Afspraak

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

De regionale omroep biedt het publiek mogelijkheden tot interactie met regionale nieuwsberichtgeving, om nieuwsberichten te delen of anderszins te interacteren, en streeft ernaar de interactie te vergroten.

Afspraak

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

De RPO verwacht dat de regionale omroepen gezamenlijk voor 2022 137 werkervarings- of stageplaatsen aanbieden.

Samenwerking

De regionale omroep zet zich in voor een sterk publiek media-aanbod. Vanuit zijn centrale positie in het bestel werkt de regionale sector samen met de landelijke en lokale omroepen om gezamenlijk te komen tot een goede journalistieke voorziening in heel Nederland en op alle niveaus te werken met een doelmatige inzet van middelen.



Samenwerking tussen regionale omroepen

Regionale omroepen werken samen bij diverse projecten voor een doelmatige inzet van middelen.

Samenwerking tussen regionale omroepen

Voor de verkoop van online reclame starten de regionale omroepen in de tweede helft van 2021 een gezamenlijke verkooporganisatie met alle 13 regionale omroepen en Omroep Reclame Nederland (ORN), het gezamenlijke reclameverkoopbureau, om online ruimte tegen goede prijzen aan nationale adverteerders te kunnen verkopen.

Voor de verkoop van 'bovenregionale' reclametijd in Noord-Holland, Utrecht en Flevoland zetten Omroep Flevoland, RTV Utrecht, NH Media en AT5 een gezamenlijke salesoperatie op onder de naam FUNHA. Deze pilot wordt in 2022 gecontinueerd en geëvalueerd.

Omroep Flevoland en Rijnmond trekken samen op bij de verdere ontwikkeling van hun newsroomsysteem. Beide omroepen gebruikten het systeem NIS. Nu de leverancier is gestopt, zoeken de beide omroepen gezamenlijk naar een vervanging en bieden ze elkaar de noodzakelijke ondersteuning.

Samenwerking met landelijke omroepen

De samenwerking tussen de 13 regionale omroepen en de NOS is sterk en intensiveert. Nu al worden dagelijks nieuwsonderwerpen uitgewisseld via Bureau Regio; de gezamenlijke redactie van de regionale omroepen is gevestigd op de NOS-nieuwsvloer. Ook schrijft de redactie dagelijks artikelen op basis van het regionale nieuwsaanbod voor de NOS-site en app en produceert en presenteert Bureau Regio op werkdagen regioblokken in de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur. Ook levert de redactie audiofragmenten en bijbehorende teksten voor de landelijke en regionale nieuwsuitzendingen voor radio. Voor de NPO en een zevental regionale omroepen wordt 6 dagen in de week het tv-programma RegioNED gemaakt, met de meest opvallende verhalen uit de regio. Ook initieert Bureau Regio gezamenlijk journalistieke researchprojecten. Deze samenwerking krijgt in 2022 een flinke impuls, doordat er een journalist gaat werken aan onderzoeksprojecten voor de NOS en de 13 regionale omroepen gezamenlijk.

NOS Journaal Regio met het nieuws van de regionale omroepen is ook in 2022 op werkdagen om 18.15 uur te zien op NPO 2. Voor de samenwerking met de NPO leveren de regionale omroepen programma's aan voor het blok na het NOS Journaal Regio. Ook worden er co-producties voor dit blok gemaakt tussen landelijke en regionale omroepen. Dit blok heeft hiermee een duidelijk regionale uitstraling.

[18] Brief van ministerie van OCW d.d. 24-06-2019 over Visie toekomst publiek omroepbestel.

Samenwerking met lokale omroepen

De RPO zet zich in voor een goede en doelmatige samenwerking in het publieke bestel. Dat geldt dus ook voor 2022 en de daaropvolgende jaren. Zo zijn de regionale omroepen betrokken bij diverse projecten om de journalistiek in heel Nederland te versterken. Om nog meer op ooghoogte te staan met alle burgers in heel Nederland, ligt de focus vooral op de inzet van meer journalisten. Het gaat daarbij om projecten waarbij direct of indirect alle lagen van het publieke bestel zijn betrokken. Zo hebben Omroep Flevoland, RTV Noord, RTV Drenthe, RTV Oost, RTV Utrecht, L1 en Omroep Zeeland de handen ineen geslagen om intensief samen te werken met lokale omroepen in hun provincie, om nieuws te brengen op locaties die nu matig voorzien zijn, ook wel aangeduid als witte vlekken in de nieuwsvoorziening. Daarnaast hebben NH Media, Omrop Fryslân, Omroep Gelderland, Omroep Brabant, Rijnmond, RTV Utrecht en Omroep West individueel diverse intensieve langjarige samenwerkingsafspraken met lokale omroepen in hun regio gemaakt. In alle gevallen zullen lokale onderwerpen, naast het regionale ook het landelijke nieuws kunnen bereiken door de intensieve samenwerking van regionale omroepen met de NOS. Tevens hebben de NOS, de RPO en de NLPO (Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen) een gezamenlijk project gestart waarbij ook journalisten geplaatst worden bij verschillende lokale omroepen in het land. De optelling van al deze inspanningen resulteert in de inzet van 128 extra journalisten die werken in 139 verschillende gemeenten. Deze journalisten worden gesteund door opleidingen, innovatie en het delen van faciliteiten.



Samenwerking met lokale omroepen

Omroep Flevoland is de coördinator van het project om met 7 regionale omroepen en lokale omroepen de berichtgeving te verbeteren op plekken met een matige nieuwsvoorziening, de zogenoemde witte vlekken. In Flevoland heeft de omroep voor 2022 de volgende voornemens om de regionale en lokale nieuwsvoorziening te versterken.

- Ondersteuning lokale omroepen bij versterking journalistieke basis door uitlenen begeleiders en aanbieden van opleidingen door mensen van Omroep Flevoland.
- Vanaf 4de kwartaal 2021 wekelijks live weekendprogramma vanaf locatie over een actueel onderwerp met journalisten van lokale en regionale redactie.
- Samenwerking in de verschillende projecten met middelen uit de Subidieregeling innovatie en samenwerking rpmi's.
- Huisvesting bieden aan Radio Lelystad.
- Ondersteuning technische infrastructuur voor lokale omroepen.

De omroep zet zich ervoor in dat deze samenwerkingsvormen uiteindelijk leiden tot kleine journalistieke hubs op plekken waar nu nog nauwelijks lokale journalistiek plaatsvindt. Het gaat hier om een strategische prioriteit voor Omroep Flevoland, die zich er sterk voor maakt dat de voornemens ook na 2022 gecontinueerd worden en een structureel karakter krijgen.

NH Media streeft met het oog op het versterken van de publieke nieuwsvoorziening intensieve samenwerking na met lokale omroepen en streekomroepen in de provincie Noord-Holland onder de naam: NH Lokaal. Door op journalistiek niveau samen te werken kan NH het publiek beter informeren over wat er in Noord-Holland gebeurt. Deze samenwerkingen dragen bij aan de controlerende functie van de pers. Door dergelijke samenwerkingen kunnen de beschikbare middelen ook efficiënt(er) worden ingezet.
NH Media heeft voor de lokale partners de NH Academie lokaal opgezet en een opleidingscoördinator aangesteld. Deze zet jaarlijks workshops op, verzorgt persoonlijke coaching voor medewerkers van lokale omroepen en organiseert de avond van de lokale journalistiek voor tientallen medewerkers van lokale omroepen.
NH Lokaal biedt tevens een facilitair centrum waar lokale partners apparatuur kunnen lenen. Hiervoor zijn onder meer twee complete camjo-sets aangeschaft en twee WMT-sets voor het maken van live verbindingen. Voor de lokale partners is eveneens een eigen TV play-out systeem ingericht. Omroep WEEFF (de streekomroep voor West-Friesland) zendt inmiddels uit vanaf dit platform. NH heeft verder een evenementenset gebouwd, waarmee lokale partners zelfstandig kleine evenementen kunnen registreren en streamen.
Online wordt er ook samengewerkt. Binnen het CMS (Content Management Systeem) van NH Media is voor de bestaande lokale partners een eigen deel ingericht. Op de website van NH is er met één van de partners (WEEFF) een regio-editie opgezet. Voor de streekedities heeft NH verder een white label versie van de nieuwsapp van NH ontwikkeld.

Samenwerking met private media

Regionale omroepen werken niet alleen samen binnen het publieke bestel; daarnaast wordt er ook, zij het in mindere mate samengewerkt met private media.

Samenwerking met private media

RTV Utrecht zet zich in voor een goede nieuwsvoorziening in de provincie Utrecht en werkt daarbij samen met verschillende lokale omroepen en private journalistieke partijen.

Nieuw is de samenwerking in Amersfoort met het lokale onderzoeks-collectief De Stadsbron, het huis-aan-huisblad De Stad Amersfoort en de Bibliotheek Eemland. Partijen hebben het initiatief genomen om een onafhankelijk lokaal journalistiek mediaplatform op te richten onder de naam Nieuwsplein33. Nieuwsplein33 heeft een aanwijzing als lokale publieke media-instelling aangevraagd in Amersfoort en Leusden vanaf eind 2021 en is een online platform.

De Utrechtse Internet Courant, kortweg DUIC, is een privaat lokaal nieuwsplatform voor de stad Utrecht. Opgericht in 2011 is het inmiddels uitgegroeid tot een begrip in de stad, met zowel een online platform als een krant, die sinds kort in een wekelijkse frequentie verschijnt. RTV Utrecht, de lokale Omroep Utrecht Stichting (OUS) en DUIC zijn in gesprek over verschillende vormen van samenwerking. Binnenkort start een nieuwe tv-serie over groen in de stad, waarbij DUIC parallel aan de tv-afleveringen artikelen plaatst die verdieping bieden en verwijzen naar de programma's. Daarnaast verkennen de partijen de mogelijkheid om intensiever te gaan samenwerken, door een gemeenschappelijk project op te zetten, gericht op het versterken van de lokale journalistiek in Utrecht. Daarbij wordt gedacht aan de oprichting van een gezamenlijk mediacentrum in het hart van de stad, waar journalisten elkaar fysiek ontmoeten en projectmatig samenwerken, bijvoorbeeld op het gebied van trainingen en cursussen. Het mediacentrum moet heel zichtbaar en toegankelijk zijn voor het publiek, met een kleine studio van waaruit actuele programma's verzorgd kunnen worden. Zo wordt de journalistiek dichter bij het publiek gebracht en het publiek meer betrokken bij het product.

De volgende prestatieafspraak is gemaakt over samenwerking van de regionale omroep met andere partijen.

Afspraak

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

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

Rpmi's en de RPO hanteren de volgende categorieën van samenwerkingsverbanden:
a. tussen rpmi's onderling;
b. tussen rpmi's en lokale publieke media-instellingen;
c. tussen rpmi's en landelijke publieke media-instellingen;
d. tussen rpmi's en private media.



RPO-organisatie

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

De uitvoering van het concessiebeleidsplan Liefde voor de regio, de prestatieovereenkomst en de gezamenlijke begroting zijn daarbij leidend. De RPO voert zijn taken uit in nauw overleg met de regionale omroepen. Voor de RPO-organisatie is het RPO-activiteitenplan 2022, als onderdeel van de RPO-begroting, richtinggevend. In het activiteitenplan is onderscheid gemaakt tussen de activiteiten van de eigen organisatie, de coördinerende & wettelijke taken en activiteiten ter bevordering van de samenwerking tussen de regionale omroepen.

Prestatieovereenkomst en evaluatie van de eerste planperiode

In 2021 hebben de minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media en de RPO een prestatieovereenkomst afgesloten. Alle omroepen hebben de prestatieovereenkomst getekend voor akkoord. In de prestatieovereenkomst zijn prestatieafspraken vastgelegd op de onderwerpen media-aanbod, bereik, innovatie en ontwikkeling en samenwerking. Zo zijn er bijvoorbeeld concrete afspraken gemaakt over het minimaal aantal te verzorgen documentaires, over een toename van het bereik en over de minimale waardering van gebruikers. Ook zijn inspanningsverplichtingen geformuleerd, bijvoorbeeld dat de omroepen streven naar het vergroten van interactie met het publiek. Tot slot zijn er afspraken gemaakt over de wijze van rapportage over de hiervoor genoemde onderwerpen. Een monitoringssysteem wordt ontwikkeld; de verantwoording over de naleving van de prestatieafspraken vindt plaats in het jaarverslag.

In 2022 begint de tweede planperiode (2022-2025) waarin de concessie van de RPO wordt uitgevoerd. De RPO en de regionale omroepen werken op basis van de tussentijdse evaluatie van het CBP over de eerste periode (2017-2021) aan de verdieping van het CBP voor de tweede planperiode en daaropvolgende jaren. Het aangescherpte CBP zal ook een aantal nieuwe thema's bevatten, gebaseerd op een vijftal voorgenomen strategische prioriteiten die de toekomst van de regionale publieke omroepen mede bepalen.

De voorgenomen strategische prioriteiten voor deze planperiode zijn:

1. Versterking en borging samenwerking regionale/lokale journalistiek
2. Digitale transformatie
3. Gezamenlijkheid & Profilering
4. Kennis & Innovatie
5. Diversiteit, Inclusie & Veiligheid

Coördinatie

In 2022 zullen de coördinerende werkzaamheden van de RPO met name betrekking hebben op de volgende onderwerpen:

- Het verdiepen en concretiseren van de ambities en doelstellingen voor de tweede planperiode van de concessie;
- Het coördineren van beleid voor de uitvoering van de strategische prioriteiten voor de planperiode 2022-2025;
- Het monitoren van de uitvoering van de prestatieovereenkomst en deze verantwoorden in het jaarverslag;
- Het stimuleren van innovatietrajecten en initiatieven, zoals uitgevoerd door Regiogroei;
- Het versterken van de samenwerking met de NPO, onder meer in het programmablok NPO Regio, de NOS en landelijke publieke omroepen;
- Het versterken van de onderlinge samenwerking tussen de regionale omroepen;
- Het versterken van de lokale journalistiek en de nieuwsvoorziening door in te zetten op meer journalisten;
- Het coördineren van bestaande en nieuwe beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders;
- Het sluiten en uitvoeren van afspraken met betrekking tot een nieuwe Cao voor het Omroeppersoneel;
- Het vertegenwoordigen van de regionale publieke omroep bij ministeries, toezichthouders en andere partijen.

Het Overleg Regionale Omroepen (ORO) is nauw betrokken bij de uitvoering van deze werkzaamheden. Het ORO dient als platform van overleg tussen de RPO en de regionale omroepen en bestaat uit de bestuurders van de regionale omroepen. Een gedetailleerd overzicht van de coördinerende werkzaamheden is opgenomen in het RPO-activiteitenplan 2022.

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

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





Bevorderen samenwerking

Samenwerking tussen regionale omroepen onderling stimuleert de doelmatige inzet van middelen om de beoogde resultaten te bereiken.

De RPO bewaakt en coördineert de samenhang tussen de uitvoering van de verschillende subsidieregelingen die samenwerking tussen en met regionale omroepen stimuleren. Vanuit die rol draagt de RPO ook zorg voor een evaluatie van de uitvoering van de activiteiten die op basis van die regelingen door de regionale omroepen zijn uitgevoerd.

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

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

In 2022 richt de RPO zich onder meer op:

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

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

Begroting

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

Toelichting

De totale begroting van de regionale omroep neemt in 2022 met € 3,8 miljoen toe ten opzichte van 2021. De geraamde verhoging voor de prijsindexatievergoeding bedraagt € 2,3 miljoen (1,5%). Bij de opstelling van de begroting van 2021 (zomer 2020) was de verwachting van reclame-inkomsten vanwege de markteffecten als gevolg van corona-maatregelen fors lager. Met een eerdere daling van € 3,4 miljoen naar € 14,3 miljoen in de begroting van 2021, schatten omroepen dit voor 2022 positiever in. De stijging van € 2,7 miljoen naar € 17,0 miljoen betreft naar verwachting dan ook vooral herstel van de markt. De dalende meerjarige trend blijft zichtbaar met een daling van bijna 0,7 miljoen ten opzichte van 2020. Andere inkomsten worden lager geraamd. Dit hangt vooral samen met de administratieve scheiding van de lokale publieke omroep en RTV Utrecht. De baten en lasten van de lokale omroep werden in het verleden met de regionale omroep samengevoegd. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording, kent met name deze post een structureel verschil. Dat hangt samen met (door onder meer provincies) toegekende subsidies. Omroepen hebben hierover bij het vaststellen van de begroting nog geen volledige zekerheid voor aangevraagde bedragen, waardoor deze niet worden opgenomen. Dergelijke subsidies worden overigens ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van een tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale media en projecten met een specifiek thema.

De verwachting is dat de reclame-inkomsten in de toekomst onder druk blijven staan. Daarnaast is er zorg over de ontwikkeling van loonkosten en kosten voor pensioenen. Met name door de huidige druk op de arbeidsmarkt is de verwachting dat de inflatiecompensatie die aan de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend, niet toereikend zal zijn. Dit effect heeft inmiddels een meerjarig karakter en het wordt voor regionale omroepen steeds moeilijker dit effect in de eigen bedrijfsvoering op te vangen.

Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage

De Rijksmediabijdrage wordt ingezet voor onder meer de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). De bekostiging van de regionale omroep uit de Rijksmediabijdrage wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding verhoogd. De uiteindelijke prijsindexatie voor 2021 is vastgesteld op 1,86% (begroot: 1,5%). Bij het vaststellen van de begroting 2022 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 1,5%. Hierbij is de methodiek van indexeren gewijzigd. Als gevolg van een wijziging in de Mediawet stelt het ministerie van OCW de prijsindexatievergoeding van 2022 pas in het voorjaar van 2022 vast. In overleg met CvdM en het ministerie van OCW is de raming echter wel opgenomen in de begroting. Op deze wijze wordt voor de begroting de systematiek gehandhaafd en kan reëel begroot worden. Het ministerie van OCW kan bij de begrotingsbehandeling deze raming nog niet direct meenemen in de bekostiging. De aanvullende bekostiging van de prijsindexatievergoeding volgt rond de voorjaarsnota van 2022. De raming bedraagt € 2,3 miljoen, is door alle regionale omroepen toegepast, en bedraagt 1,5% op basis van de raming van het Centraal Planbureau (CPB) in het Centraal Economisch Plan van het voorjaar 2021 (CEP 2021).

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

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

De uitbraak van corona en de maatregelen die hiermee samenhangen blijven grote gevolgen hebben voor de regionale reclame-inkomsten. Dit effect treedt naar verwachting op voor zowel de korte als de middellange termijn. De regionale omroepen kunnen in tegenstelling tot de landelij-

ke situatie hier echter niet steunen op het bestemmingsfonds van het ministerie van OCW en dragen dit risico geheel zelfstandig. Wel is voor regionale omroepen een coulance regeling vastgesteld. In de regeling is het voor een regionale omroep onder voorwaarden toegestaan om, tijdelijk en verband houdend met corona, meer dan de regulier toegestane reserve voor media-aanbod aan te houden. Vanwege de onzekerheid over het herstel van de economie en de advertentiemarkt houden de omroepen en de landelijke verkooporganisatie ORN rekening met verschillende scenario's.

Aangenomen wordt dat de dalende trend van reclame-inkomsten de komende jaren zal doorzetten, ondanks het te verwachten herstel van de advertentiemarkt post-corona. Naar aanleiding van het Onderzoek reclame-inkomsten mediabegroting OCW 2017[5] en de dalende lange termijn ramingen van STER-inkomsten voeren regionale omroepen jaarlijks een vergelijkbaar onderzoek uit om een eigen meerjarige analyse van reclame-inkomsten op te stellen. Bij deze analyse wordt zo goed mogelijk aangesloten bij de gehanteerde landelijke systematiek. Ook de effecten en verdere verwachtingen rondom corona zijn hierbij betrokken. Er wordt uitgegaan van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie.

Voor online wordt uitgegaan van een voorzichtig groeiscenario. Deze trends passen bij de samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep. Het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt. Maar vanwege de lagere opbrengsten via online ten opzichte van radio en televisie, wordt ook een lagere commerciële omzet gerealiseerd. Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze ramingen opgesteld, naast de effecten van het gedeeltelijk wegvallen van de advertentiemarkt als gevolg van corona. Een grote meerderheid van regionale omroepen volgt deze ramingen of licht een afwijking toe.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmagebonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2022 ramen de regionale omroepen een lager niveau ten opzichte van het vorige jaar. Naast de benoemde correctie van RTV Utrecht speelt ook onzekerheid over het doorgaan van evenementen een rol. Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen als deze niet definitief zijn toegekend.



5 https://zoek.officielebekendmakingen.nl/blg-823854.pdf

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2022 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet, betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten. De reclame-inkomsten 2022 worden geraamd op € 17,0 miljoen.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2022-2026)

x € miljoen	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Publieke inkomsten	152,2	154,7	156,3	157,8	159,4	161,0
Reclame inkomsten	14,3	17,0	17,8	17,4	17,0	16,7
Overige inkomsten	11,3	10,0	8,0	8,0	6,3	7,5
Totaal	178,0	181,8	182,1	183,3	182,8	185,3

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2021 zijn ten opzichte van de begroting 2021 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2021).

Begroting organisatie RPO

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan. Voor het begrotingsjaar 2022 wijzigen de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO. Enerzijds vindt meer coördinatie plaats met regionale omroepen op het gebied van (samenwerkings)projecten, dataverzameling en communica-

tie ten gunste van de gehele regionale mediasector. RPO heeft vanwege wijzigingen in beloningsstructuur en samenstelling van bestuur en raad van toezicht ruimte gevonden om deze uitbreiding zelfstandig op te vangen. De in 2021 afgesloten prestatieovereenkomst en de tussentijdse evaluatie van het concessiebeleidsplan 2017-2025 moeten leiden tot andere, nieuwe activiteiten vanaf 2022. Daarvoor is additionele financiering nodig. Dit wordt verder toegelicht in bijlage IV.

De regionale omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Dat zijn de activiteiten die in het activiteitenplan zijn beschreven onder bevordering samenwerking tussen de regionale omroepen. Hiervoor is in 2022 een bedrag begroot van € 289.763,-.

Het budget van de RPO-organisatie is berekend op basis van de gecorrigeerde index in 2021 van 1,86%. Voor 2022 is geen raming van een prijsindexatievergoeding meegenomen. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO als volgt begroot.

Begroting RPO 2022

	2021 Bedrag (€)	2022 Bedrag (€)
Baten		
Media aanbod -OCW	856.048	856.048
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	289.763	289.763
TOTAAL BATEN	1.145.811	1.145.811
Lasten		
Lonen en salarissen	440.553	523.792
Sociale lasten	115.426	145.578
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	29.000	21.000
Overige bedrijfslasten	560.832	455.441
TOTAAL LASTEN	1.145.811	1.145.811

Begroting op basis van MW artikel 2.169 lid 3b

Meerjarenraming RPO-organisatie 2023-2026

Bij de meerjarenraming van de RPO-organisatie gaat de RPO uit van voortzetting van de wettelijke taken en levering van diensten aan regionale publieke omroepen zoals voorzien voor 2022.

Meerjarenraming

(x€ 1.000)	2023	2024	2025	2026
Baten				
Media aanbod - OCW	865	873	882	891
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	293	296	299	302
TOTAAL BATEN	1.157	1.169	1.181	1.192
TOTAAL LASTEN	1.157	1.169	1.181	1.192
RESULTAAT	-	-	-	-

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

Budgetaanvraag 2022

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2021 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2022 opgenomen. Het budget 2021 is voor de bijgestelde indexatie (raming 1,5%, werkelijk 1,86%) ten opzichte van de begroting 2021 geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2022 bedraagt € 153.307.518,- en is exclusief de geraamde indexatie van € 2.286.711 (1,5% CEP 2021) en de nabetaling van € 540.148,- over 2021 als gevolg van de bijgestelde indexatie.

De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen blijft in 2022 ongewijzigd en conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.



Bekostiging	**2021**		**2022**
	Bedrag (€)	**%**	**Bedrag (€)**
RTV Noord	9.680.669	6,35%	9.680.669
Omrop Fryslân	10.671.602	7,00%	10.671.602
RTV Drenthe	9.700.487	6,36%	9.700.487
RTV Oost	11.220.428	7,36%	11.220.428
Omroep Gelderland	17.134.020	11,24%	17.134.020
Omroep Flevoland	8.400.076	5,51%	8.400.076
RTV Utrecht	10.031.306	6,58%	10.031.306
NH	14.847.249	9,74%	14.847.249
Omroep West	10.732.584	7,04%	10.732.584
RTV Rijnmond	10.961.261	7,19%	10.961.261
Omroep Zeeland	9.147.088	6,00%	9.147.088
Omroep Brabant	17.896.278	11,74%	17.896.278
L1	12.028.422	7,89%	12.028.422
	152.451.470	**100,00%**	**152.451.470**
RPO*	856.048		856.048
Totaal	153.307.518		153.307.518

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

De begrotingen van de regionale omroepen zijn positief of sluitend. Uitzondering is Omroep Zeeland, die voornemens is vanwege incidentele aanvullende activiteiten het begrote tekort van € 150.000 te dekken uit de reserve voor media-aanbod. De activiteiten hebben betrekking op de verslaggeving van de gemeenteraadsverkiezingen en de begeleiding in het kader van projecten ten behoeve van de lokale journalistiek en zijn incidenteel van aard. Omroep Zeeland heeft dit in de begroting toegelicht. Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid en doeltreffendheid. Zo worden aanbestedingen en gezamenlijke inkoop voorbereid van onder meer onderzoek, mediatechniek, adviesdiensten en opleidingen.

Personeel

Ultimo 2021 zal het aantal medewerkers (in fte) bij de regionale omroepen naar verwachting met 32,4 fte toenemen tot 1.303,4 fte. Dat overstijgt de verwachting van 1.288,0 fte, zoals vermeld in de RPO Begroting 2021. Voor 2022 wordt een stijging voorzien van 38,8 fte. De stijging van het aantal fte in de opeenvolgende jaren komt voornamelijk doordat flexibele contracten in arbeidsovereenkomsten worden omgezet. De ruimte hiervoor voor het komende jaar is vanzelfsprekend nog afhankelijk van de kostenstijgingen van onder meer personeel, cao-kosten en de beschikbare indexatie van de (publieke) inkomsten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden. Een andere oorzaak voor de stijging van het aantal fte volgt uit additionele subsidies gericht op innovatie en samenwerking, verstrekt door het ministerie van OCW.

Personele bezetting regionale publieke media-instellingen in fte (2021-2022)

	verwacht ultimo 2020	gerealiseerd ultimo 2020	**verwacht ultimo 2021**	**verwacht ultimo 2022**
Personele bezetting fte	1.246,6	1.270,0	1.303,4	1.342,1
Delta met vorig jaar		32,6	32,4	38,8

Bijlage I A Overzicht aanbodkanalen

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

De RPO heeft in de begroting 2021 twee nieuwe aanbodkanalen aangevraagd voor RTV Drenthe, Radio Dreents en Bluesradio Drenthe.
De procedure voor de aanvraag loopt nog. Deze kanalen zijn daarom nog niet vermeld in dit overzicht van aanbodkanalen.

Aangevraagde aanpassingen in de begroting 2021 die wel al door de minister zijn goedgekeurd:
- de beëindiging van het kanaal Klipklar TV van Omrop Fryslân.;
- de naamswijziging van Omrop Nonstop van Omrop Fryslân in Alles Frysk, en
- de beëindiging van de Zeeuwse Top 40 Live Radio van Omroep Zeeland.

Deze goedgekeurde wijzigingen zijn verwerkt in deze bijlage.

In deze begroting vraagt de RPO de beëindiging aan van OverUit, een aanbodkanaal van RTV Oost.
Deze aanvraag is opgenomen in bijlage I B.



Bestaande aanbodkanalen:

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

Omrop Fryslân

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omrop Fryslân www.omropfryslan.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omrop Fryslân en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van de Omrop Fryslân is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger. 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.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omrop Fryslân (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Koperkanaal (http://www.omropfryslan.nl/live/koperkanaal)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Tomke Radio (http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Alles Frysk (https://www.omropfryslan.nl/live/alles-frysk): 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)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)

Omrop Fryslân

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

RTV NOORD

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

rtv drenthe

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

RTV Drenthe is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube, en WhatsApp.

rtv Oost

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

omroep gld

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

Omroep Gelderland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube.

omroep flevoland

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

RTV Utrecht

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

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

west

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

RIJNMOND TV RADIO ONLINE

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

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

OMROEP BRABANT

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

L1mburg

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

L1mburg

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
1limburg.nl (www.1limburg.nl)	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire nieuwsaanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger. De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van L1 en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
L1 App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
1limburg App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuws-aanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als 1limburg).		

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

Bijlage I. B Aanvraag nieuwe en wijziging aanbodkanalen

De RPO vraagt de beëindiging aan van het aanbodkanaal OverUit van RTV Oost

1. Aanvraag

Stichting RTV Oost, kantoorhoudend te Hazenweg 25, 7556 BM Hengelo, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Overijssel. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal OverUit van RTV Oost te beëindigen vanaf 1 januari 2022 of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

OverUit is een cultureel informatieplatform met uitgaanstips in Overijssel

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

RTV Oost en De Twentsche Courant Tubantia zijn in 2012 een crossmediale samenwerking aangegaan. In het kader van deze crossmediale samenwerking is het platform OverUit opgericht waarbij met verschillende partners is samengewerkt. Het platform informeert de gebruikers over het culturele aanbod in Overijssel.
Sinds 2020 is RTV Oost de enige partij die nog betrokken is bij het platform. Daarmee is het niet langer mogelijk om het platform in stand te houden zonder dat het ten koste gaat van het andere media-aanbod van RTV Oost. RTV Oost is dan ook voornemens om volledig met OverUit te stoppen. De informatievoorziening op het gebied van cultuur blijft gewaarborgd in het reguliere media-aanbod, onder meer via de thematische indeling van website en app.

Bijlage II Ambities CBP

Media-aanbod

CBP-doelstellingen

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

Bereik

CBP-doelstellingen

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

Distributie

CBP-doelstellingen

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

Innovatie & ontwikkeling

CBP-doelstellingen

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

Samenwerking

CBP-doelstellingen

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

Organisatie/good governance

CBP-doelstellingen

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

Financiën

CBP-doelstellingen

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



Bijlage III Overzicht activiteiten RPO 2022

In onderstaande tabel zijn - niet uitputtend – de activiteiten van de RPO in 2022 per taak/categorie uitgewerkt.

I. BASISACTIVITEITEN RPO ALS ZELFSTANDIG BESTUURSORGAAN (ZBO)

Toezichthoudende activiteiten

- Bijeenkomsten van de raad van toezicht
- Bestuurlijk overleg OCW
- Bestuurlijk overleg CvdM, Raad voor Cultuur (RvC) en anderen
- Commissies: audit, remuneratie, beleidsontwikkeling & juridische zaken, organisatieontwikkeling & innovatie

Bestuurlijke activiteiten

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

Voldoen aan wet- en regelgeving

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

Controlling

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

Juridische advisering

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

PR, PA en communicatie

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

Bedrijfsvoering

- Interne bedrijfsvoering

II. COÖRDINATIE & ANDERE WETTELIJKE TAKEN

Concessiebeleidsplan
- Vertalen naar jaarplannen
- Uitvoeren en monitoren
- Rapporteren

Prestatieovereenkomst (POVK)
- Overleg met ORO, OCW en CvdM
- Monitoren van en rapporteren over prestatieafspraken

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

Uitvoering nieuwe planperiode 2022-2025 concessiebeleidsplan
- Uitvoeren nieuwe planperiode 2022-2025 incl.verdieping CBP

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

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

(Bijdragen aan) gezamenlijke vertegenwoordiging
- Deelname aan overleggen met ministeries, parlement, toezichthouders, NPO, NLPO, VNG, Stimuleringsfonds voor de Journalistiek, RvC en Nicam

Bevorderen Good Governance
- Jaarlijkse bijeenkomst met raden van toezicht rpmi's

Invulling geven aan bestaande en eventuele nieuwe beleidsregels/regelingen CvdM, RvC en andere mediagerelateerde (zelf)regulerende organen
- Monitoren en rpmi 's informeren

Coördineren beleidszaken vanuit overheid en toezichthouders
- Consultaties, beleidsregels, mediabeleid en onderzoeken

Toepassen en actualiseren samenhangende distributiestrategie
- Monitoren en actualiseren samenhangende distributiestrategie
- Rapporteren over de samenhangende distributiestrategie

Bewaken handleiding voor regionale mediaraden
- Monitoren toepassing handleiding

Bijdragen aan samenwerking met landelijke omroepen door beleid en uitvoering

- Overleg met werkgroep NPO Regio over regionale programma's en bijdragen aan NPO kanalen
- Dagjournaals
- Overname regionale content door andere omroepen

Bewaken procedure aanbodkanalen rpmi's

- Bewaken aanbodkanalen

Bijdragen aan samenwerking met lokale omroepen door beleid en uitvoering

- In samenspraak met NLPO en NOS bevorderen samenwerking tussen regionale, lokale en landelijke omroepen
- Monitoren en coördineren samenwerking
- Communiceren over resultaten samenwerking

Bereik- en waarderingsonderzoek

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

Media-onderzoek en onderzoek

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

Distributiebeleid

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

Bevorderen van doelmatigheid, waaronder de doelmatige inzet van publieke middelen

- Stimuleren vergelijkbare jaarverslaggeving en gebruik verantwoordingsmodellen
- Regiogroei (Gemeenschappelijk Regionaal Online Expertise en Innovatiecentrum)
- Operationeel beheer contracten en distributieovereenkomsten DAB+
- Begeleiden van de totstandkoming van overeenkomsten namens alle of meerdere rpmi's
- Organiseren en begeleiden van gezamenlijke inkoopprocedures
- Het opstellen en coördineren van het gebruik van modelovereenkomsten
- Inventarisatie mogelijkheden bundelen diensten/dienstverlening/opzetten kenniscentrum
- Inventarisatie mogelijkheden externe financiering

III. BEVORDEREN SAMENWERKING TUSSEN RPMI'S

Bijdragen aan/ gezamenlijke vertegenwoordiging van de sector bij en in besturen van onder andere (niet uitputtend)

- Raad voor de Journalistiek
- Stichting Reclame Code
- NMO (o.a. SKO en NLO via ORN)
- CIRCOM
- Werkgeversvereniging voor de Media en de organen van PNO Media (Pensioenraad)
- PMSE
- Ketenoverleg (overlegorgaan van partijen betrokken bij de Nederlandse televisiedistributieketen)
- De Tegel
- Stichting Thuiskopie
- VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten)

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

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

Communicatie

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

Voeren van gezamenlijke inkoopprocedures waaronder

- Mediatechniek
- Distributie
- Hard- en software oplossingen
- Online functionaliteiten en toepassingen

Organiseren NL Media Event en NL Awards

- NL Media Event en NL Awards

Bijlage IV Toelichting op begroting RPO-organisatie

Baten

De wettelijke taken van de RPO worden bekostigd uit de Rijksmediabijdrage. De niet-wettelijke taken ten behoeve van omroepen worden gefinancierd door de regionale publieke omroepen. Het budget voor de wettelijke taken (Rijksmediabijdrage) is begroot op € 856.048. Het budget voor samenwerkingstaken en additionele activiteiten is begroot op € 289.763. Daarnaast zijn er activiteiten die de RPO op projectbasis organiseert en die ook als zodanig worden bekostigd door de deelnemende omroepen. Deze maken geen onderdeel uit van de structurele begroting.

Lasten

Lonen en salarissen

De personele bezetting van de RPO bedraagt 8,8 fte. Het personeel van de RPO valt onder de Cao voor het Omroeppersoneel. Deze cao loopt van 2019 tot eind 2021. In 2021 zijn de onderhandelingen gestart voor een nieuwe cao.

Sociale lasten

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

Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa

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

Overige bedrijfslasten

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

Niet begroot zijn de activiteiten die op projectbasis gefinancierd worden.

Nieuwe werkzaamheden RPO

Als gevolg van de gesloten prestatieovereenkomst en de uitkomsten van de evaluatie van het concessiebeleidsplan dient de RPO nieuwe werkzaamheden ten behoeve van de uitvoering van de wettelijke taken op te zetten. Hieruit vloeien tal van werkzaamheden rond monitoren, meten, onderzoek, rapporteren en verantwoorden voort. De RPO heeft voor deze werkzaamheden van structurele aard een additioneel budget begroot van € 240.000. De RPO is in overleg met het ministerie van OCW over de wijze waarop deze werkzaamheden kunnen worden gefinancierd.



Bijlage V Definities

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

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

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

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

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

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

Colofon

RPO Begroting 2022
september 2021

Tekst
RPO

Tekstredactie
Rob Wilson

Ontwerp
Jochum de Jong - de Toekomst

Fotografie
OMSLAG:
Fryslanfanemoarn (Erikjan Koopmans)

INLEIDING
Tom Jurriaans, Karin Bloemen, June Hoogcarspel
(Marleen Stoker (Moker Media), NH)
Karin Mulder (RTV Drenthe)

MEDIA-AANBOD
Verslaggever L1 Lex van Moorsel (RPO)
Wateroverlast in Limburg (RPO)
Verslaggever Curtis Fortin (Omroep West)
NH Media (RPO)
Skûtsjesilen (Omrop Fryslân)
Tot op de bodem (Omroep Flevoland)
Roze maandag (Omroep Brabant)

BEREIK
West wordt wakker (Omroep West)

DISTRIBUTIESTRATEGIE
Verslaggever Mark Rijk (Omroep Zeeland)
Mobiele telefoon met app (RTV Noord)
Registraat (L1)
Steven Brunswijk (Omroep Brabant)
Snollebollekes (Omroep Brabant)

SAMENWERKING
Samenwerking met de NOS, Daniel Godinho Veiga (RPO)
Vincent Smit, samenwerking met lokale omroep Almere
(Vincent Smit)

RPO-ORGANISATIE
NL Award (RPO)
Petra Mulder (RTV Noord)
Suzanne Mulder (Rijnmond)

BEGROTING
Zomer in Gelderland (Omroep Gelderland)
RTV Utrecht (RPO)

BIJLAGEN
Utrechts stadsdiner Gabriel Erlach (RTV Utrecht)
Simac Ladies Tour (RTV Oost, Omroep Gelderland en L1)
NHMedia Zomertoer 2021 Edam
(Marleen Stoker (Moker Media), NH)