Concessiebeleidsplan 2026-2030

Alles wat ons verbindt

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

Regionale Publieke Omroep

Start met lezen

Alles wat ons verbindt

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

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

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

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

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

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

Hilversum, 31 maart 2025

Inhoud

Alles wat ons verbindt **2**

Vooraf **5**

Onze positie in de maatschappij **7**
Wat hebben we bereikt in de vorige periode? 7

Samenvatting concessiebeleidsplan 2026-2030 **9**
Ambities 2026-2030 9
Doelstellingen 2026-2030 10

Inleiding **11**
Democratie, media en regionale ontwikkeling. Omgevingsscan. 11
Een regionale publieke omroep die zich richt op grote maatschappelijke uitdagingen 14

1 De publieke mediaopdracht **16**
1.1 Onze positionering 17
1.2 Onze kernwaarden 17
1.3 Onze visie op inclusiviteit en diversiteit 18
1.4 Onze maatschappelijke betekenis 19
1.5 Onze redactionele opdracht 20
1.6 Onze calamiteitenfunctie 22

2 Onze strategische prioriteiten in onze huidige transitie **24**
2.1 Ons doelgroepenbeleid: verbindend, inclusief en divers 27
2.2 Onze samenleving en de afhankelijkheid van platforms: kans of bedreiging 34
2.3 Daar zijn waar onze doelgroepen zich bevinden 35
2.4 Effectieve contentstrategie 37
2.5 Redactionele transitie 38

3 Samenwerking zit in ons dna **43**
3.1 De dertien regionale publieke omroepen 43
3.2 Externe samenwerking 44

4 Impact op onze organisaties en cultuur **48**
4.1 De RPO en de dertien regionale publieke omroepen 48
4.2 Visie op goed werkgeverschap 50
4.3 Cyberveiligheid en privacy 54
4.4 Duurzaamheid 55

5 Financiering van de regionale publieke omroep **57**

Bijlage I
Regioprofielen **60**

Bijlage II **73**
Aard en aantal van de programmakanalen en de daarvoor gewenste frequentieruimte

Bijlage III **75**
Aard en aantal van de overige aanbodkanalen

Bijlage IV **85**
Bronnen & verwijzingen

Vooraf

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

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

Verbindende schakels

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

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

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

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

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

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

Ambities en doelstellingen

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

Gedurende de gehele concessieperiode evalueren we jaarlijks de concrete uitwerking van onze ambities en doelstellingen via onze jaarverslaglegging en actualiseren we deze in onze activiteitenplannen en bijbehorende begrotingen. Dat sluit aan bij de beleidscyclus van het Commissariaat voor de Media[2]. De doelstellingen in dit concessiebeleidsplan zijn het fundament onder onze prestatieovereenkomst 2026-2030.

Bekijk hier het verhaal van Jacky uit Drenthe

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

Onze positie in de maatschappij

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

Wat hebben we bereikt in de vorige periode?

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

- De regionale publieke omroepen ontwikkelden zich van analoge organisaties (qua techniek en cultuur) tot mediabedrijven die op alle platforms hun doelgroepen weten te bereiken. Met een toename van het totaalbereik op onze kanalen, constant hoge scores op betrouwbaarheid en vertrouwen[3] én aantoonbare bijdragen aan sociale cohesie.

- De dertien regionale publieke omroepen en de RPO werken op veel terreinen samen. Zo pakten we onze innovatie en digitale transformatie gezamenlijk op. De oprichting van het Transformatieteam en het Datateam was van groot belang voor de digitale groei. Beide teams komen voort uit de omroepen.

- We sloten journalistieke allianties met de koepel van de lokale publieke omroepen (NLPO) en met de NOS. Daarmee gaven we de journalistieke samenwerking door het hele publieke omroepbestel een kwalitatieve impuls. De allianties vonden een plek in het zogenaamde ‘Publiek Journalistiek Huis’: een virtuele plaats waarin we intensief samenwerken in de drie lagen van de Nederlandse publiek journalistieke infrastructuur.

- Ook de in 2024 opgestarte operatie voor het oprichten van de zogenoemde Bureaus Lokaal is een mijlpaal. Die bureaus volgen het voorbeeld van het succesvolle Bureau Regio, het journalistieke samenwerkingsverband tussen de 13 regionale publieke omroepen en de NOS. De redactie werkt namens de regionale publieke omroepen op de NOS-nieuwsvloer in Hilversum.
- Met de NPO werken we samen op programmatisch niveau. Daarbij belichten landelijke omroepen de regio.

3 Motivaction (2024) Continu onderzoek regionale publieke omroep

- Met NPO Werkstation werken we samen op het gebied van opleidingen en trainingen: Regiostation is beschikbaar voor alle medewerkers van de regionale publieke omroep op het gebied van onder meer persoonlijke loopbaanontwikkelingen, trainingen en e-learnings.

- NPO Start werd voorbereid om ook regionale content te publiceren.

- Met de NOS ontwikkelden we het succesvolle NOS Journaal Regio. Vanuit de journalistieke alliantie werken we ook samen bij opleidingen en techniek. Het nieuws van de regio is inmiddels terug te vinden in de NOS-app en op de voorpagina van nos.nl. Andersom is het nieuws van de NOS zichtbaar in de apps en op de websites van de regionale publieke omroepen.

- We verbeterden het kwantitatieve onderzoek naar bereik en impact van onze regionale journalistiek en culturele activiteiten.

Bekijk hier het verhaal van Piet uit Flevoland

Samenvatting concessiebeleidsplan 2026-2030

Ambities 2026-2030

Maatschappelijke ambities

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

Doelgroepgericht werken

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

Effectieve contentstrategie

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

Redactionele transitie

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

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

Afspiegeling van de samenleving

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

Efficiënt en effectief

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

Doelstellingen 2026-2030

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

Inleiding

Democratie, media en regionale ontwikkeling. Omgevingsscan.

Bij de start van dit concessiebeleidsplan 2026-2030 wilden we meer weten over het (groeiende) belang van de regio en hoe de regionale publieke omroep hierop kan inspelen. Een van de bouwstenen van dit plan is een verkennend onderzoek door Ipsos I&O[4] naar publicaties over de regio's in Nederland. Elke regio en omroep kent zijn eigen kansen en uitdagingen, structuur en achterban. We bekeken met een brede blik zowel de landelijke ontwikkelingen die relevant zijn voor de regionale publieke omroepen als regionale verschillen die daarbij opvallen.

Nederlanders in een globale context

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

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

Ongenoegen in Nederland

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

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

4 Ipsos I&O (2025) Media, democratie en ontwikkeling. Omgevingsscan.
5 Ipsos (2024) Global Trends 'In search of a new consensus: from tension to intention'
6 De Voogd en Cuperus (2019) Atlas van Afgehaakt Nederland

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

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

Verschillen in regionale ontwikkelingen

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

Regionalisering van beleid

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

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

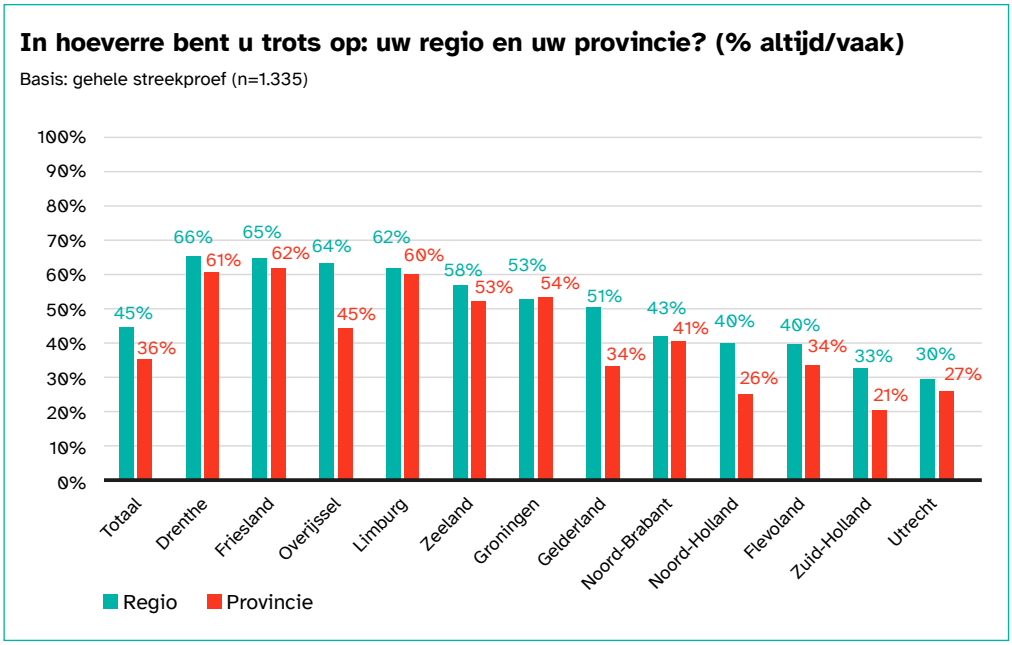
Hoewel deze veranderingen uitdagingen met zich meebrengen, laten lagere overheden steeds meer zien dat ze creatief en effectief met nieuwe verantwoordelijkheden kunnen omgaan. Regionale samenwerkingen en de behoefte aan relevante verslaggeving bieden omroepen de mogelijkheid om dichter bij het besluitvormingsproces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

Regionale (h)erkenning

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

Bekijk hier het verhaal van Louise uit Fryslân

7 Werk aan Uitvoering (2025) www.werkaanuitvoering.nl



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

Democratische functies van media

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

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

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

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

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

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

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

Aandachtspunten voor het concessiebeleidsplan 2026-2030
Regionale publieke omroepen hebben een unieke positie bij het verbinden van het politieke, economische en culturele centrum van Nederland met meer perifere gemeenschappen. Vanuit ‘Den Haag’ naar de regio en andersom.
Het bieden van een specifiek, regionaal perspectief helpt burgers betrokken te blijven en vergroot hun kennis over beslissingen die hun leven beïnvloeden. Dit is de kern van onze missie voor de komende jaren: vanuit onze onafhankelijke regionale nieuws- en informatiefunctie de verbinder zijn tussen verschillende gemeenschappen en de bredere bestuurlijke lagen.

Een regionale publieke omroep die zich richt op grote maatschappelijke uitdagingen

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

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

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

Maatschappelijke ambitie 1: bijdragen aan onderling respect

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

Ambitie 2026-2030

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

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

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

Ambitie 2026-2030

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

Maatschappelijke ambitie 3: verbinden en van mening kunnen veranderen

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

Ambitie 2026-2030

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

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

1 De publieke mediaopdracht

Artikel 2.1 van de Mediawet 2008

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

2. Publieke mediadiensten zijn in overeenstemming met publieke waarden, waarbij zij voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Zij verzorgen daartoe media-aanbod dat:
   a. Evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud;
   b. Op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt;
   c. Gericht is op en een relevant bereik heeft onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling met in het bijzonder aandacht voor kleine doelgroepen;
   d. Onafhankelijk is van commerciële invloeden en, behoudens het bepaalde bij of krachtens de wet, van overheidsinvloeden;
   e. Voldoet aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen; en
   f. Voor iedereen toegankelijk is.

1.1 Onze positionering

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

1.2 Onze kernwaarden

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

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

1.3 Onze visie op inclusiviteit en diversiteit

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

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

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

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

Impact van de regio

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

Luister naar muziek in de streektaal

Lees alles over de Grunneger 1000

Impact van de regio

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

Lees meer op RTV Drenthe **Lees meer op NOS.nl**

1.4 Onze maatschappelijke betekenis

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

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

Impact van de regio

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

Lees meer:

artikel 9 april 2024 **artikel 28 maart 2024**

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

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

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

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

Impact van de regio

OMROP FRYSLÂN

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

Lees meer op omropfryslan.nl

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

1.5 Onze redactionele opdracht

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

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

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

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

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

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

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

Informatie	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend feiten en/of duiding en/of meningen bevat over en/of registratie van thema's in samenleving, maatschappij en/of politiek.
Cultuur	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend bestaat uit of betrekking heeft op: 1. Uitingen van en media-aanbod over creativiteit, voortkomend uit de menselijke verbeelding, waaronder kunst of populaire cultuur. 2. Normen, waarden, tradities en gewoontes en op daarmee verbonden levensstijlen en cultuur van alledag. 3. Levensbeschouwing en religie.
Educatie	Media-aanbod in uiteenlopende vormen dat uitsluitend of overwegend bestaat uit de overdracht van kennis en het bevorderen van interesse in uiteenlopende terreinen waaronder - maar niet uitsluitend - techniek, geschiedenis, producten, diensten, natuur en milieu en persoonlijke ontwikkeling.

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

Impact van de regio

OMROEP BRABANT

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

Lees meer:

6 april 2024 **22 mei 2024** **18 december 2024**

De mediaraad

AANSLUITING BIJ DE BEHOEFTEN VAN ONS PUBLIEK
De regionale mediaraad is de naam voor het representatieve statutaire orgaan dat iedere regionale publieke omroep heeft en dat het media-aanbodbeleid bepaalt. Deze taak is vastgelegd in artikel 2.61 lid 2.c van de Mediawet 2008.
De leden van de regionale mediaraad zijn representatief voor de belangrijkste in de desbetreffende provincie voorkomende maatschappelijke, culturele, godsdienstige en geestelijke stromingen.
De regionale publieke omroepen streven naar verbinding met alle inwoners van hun verzorgingsgebied.

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

1.6 Onze calamiteitenfunctie

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

Binnen de *Agenda risico- en crisisbeheersing 2018-2021* van het ministerie van Justitie en Veiligheid is in 2019 het model samenwerkingsconvenant tussen de RPO en het Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV)[13] herzien. Geconstateerd werd dat de samenleving nog steeds gebaat is bij berichtgeving door de regionale publieke omroepen en dat er een mediakanaal moet zijn dat de berichtgeving verzorgt én goede contacten heeft met de woordvoerder en crisiscommunicatie-organisatie van de veiligheidsregio. In het herziene model samenwerkingsconvenant zijn afspraken gemaakt over de inzet als calamiteitenzender, bereikbaarheid, informatievoorziening, afstemming, samenwerking, oefenen en evalueren. Zeer recent tekenden de veiligheidsregio's IJsselland en Twente en de regionale publieke omroep Oost de samenwerkingsovereenkomst opnieuw[14].

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

13 Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV) (2022) www.nipv.nl/wp-content/uploads/2022/09/20191108-IFV-Model-samenwerkingsconvenant-veiligheidsregio-regionale-omroep-def.pdf
14 Oost (2025) www.oost.nl/nieuws/3457456/calamiteitenzender-actueler-dan-ooit-digitale-kanalen-kunnen-ook-wegvallen
15 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV) (2024) www.nctv.nl/documenten/rapporten/2024/06/25/hoofdrapport-trendanalyse-nationale-veiligheid-2024

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

Impact van de regio

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

Lees meer op rtl.nl

Lees meer op volkskrant.nl

Lees meer op nos.nl

Lees meer op rtvutrecht.nl

Impact van de regio

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

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

Het dossier is ook de komende jaren speerpunt van de berichtgeving op RTV Noord. Het heeft een aparte plek in de app en op de website.
Lees meer op: www.rtvnoord.nl/aardbevingen.

2 Onze strategische prioriteiten in onze huidige transitie

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

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

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

Bekijk hier het verhaal van Leon uit Gelderland

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

Onze digitale transformatie

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

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

De rol van artificiële intelligentie (AI)

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

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

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

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

Bekijk hier het verhaal van Adriaan uit Groningen

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

- **Gezamenlijke richtlijnen voor het toepassen van AI:**
  - menselijke beoordeling blijft een integraal onderdeel van het journalistieke proces
  - transparante communicatie naar het publiek over het gebruik van AI is essentieel
  - AI-toepassingen worden bezien binnen de context van journalistieke waarden
  - verantwoord omgaan met (persoonlijke) data is een must
  - continu testen en monitoren van AI-toepassingen wordt in onze interne processen opgenomen
  - ontwikkelen van specifieke kennis over AI binnen zowel redacties als de rest van de organisatie
  - duidelijke verantwoordelijkheden voor AI-gebruik bij (hoofd)redacties.

- **AI-testkit voor redacties:** de redacties van de regionale publieke omroepen experimenteerden gezamenlijk met AI-toepassingen in verschillende fasen van het journalistieke proces. Dit leidde tot een hoger kennisniveau van journalisten en inzicht in de waarde die AI kan hebben voor de journalistieke praktijk.

- **Ontwikkeling diverse redactionele toepassingen:** de regionale publieke omroepen experimenteren gezamenlijk (via het Transformatieteam) én individueel met nieuwe redactionele toepassingen. Afhankelijk van de doelstellingen dragen deze experimenten bij aan een betere publieksbediening of een hogere doelmatigheid en vinden ze plaats in samenwerking met technische, wetenschappelijke en (publieke) mediapartners.

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

Investeren in verdere digitalisering

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

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

Impact van de regio

INTERACTIE MET PUBLIEK

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

Rijnmond - Openhartig verhaal over het leven als dakloze
Lees meer op Instagram

Omroep West - Crowdfunding na brand
Lees meer op Instagram

RTV Utrecht - Loont boodschappen doen in Duitsland?
Zie meer op TikTok

NH Media - Openhartig verhaal over een verlamming
Zie meer op TikTok

Omroep Brabant - Darmkanker bij jongeren
Zie meer op YouTube

Omroep Flevoland - Statiegeld
Lees meer op Facebook

2.1 Ons doelgroepenbeleid: verbindend, inclusief en divers

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

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

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

Impact van de regio

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

Zie meer op YouTube

De doelgroepen van de regionale publieke omroepen

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

Kenmerken:

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

Strategie:

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

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

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

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

Impact van de regio

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

Lees meer op omroepwest.nl

Volwassenen (36-65 jaar)

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

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

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

Ouderen (65 jaar en ouder)

Kenmerken:

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

Impact van de regio

OOST

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

Lees meer op oost.nl

Strategie:

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

Toegankelijk voor een breed en divers publiek

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

Impact van de regio

RTV UTRECHT

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

Lees meer op rtvutrecht.nl

Strategie:

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

Impact van de regio

MEERTALIG NIEUWS VIA DE VERTAALMODULE

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

Impact van de regio

NH MEDIA

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

Lees meer op nhnieuws.nl

Platformspecifieke distributie

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

Inclusiviteit en diversiteit in programmatische keuzes

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

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

Impact van de regio

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

Lees meer op rijnmond.tv

Ambitie 2026-2030

Met onze redactionele werkwijze zijn we in elke regio voor alle inwoners van betekenis. Wij bereiken en interacteren jaarlijks met minimaal tachtig procent[17] van de Nederlanders. Door onze rol in de gemeenschappen faciliteren we de verbinding tussen mensen onderling, zowel binnen dezelfde levensfase als tussen verschillende levensfasen, op eigen platforms én op platforms van derden.

Doelstelling

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

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

17 Motivaction (2024) Continu onderzoek regionale publieke omroep

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

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

Concretisering 2026-2030

2026

2026
Regionale publieke omroepen onderzoeken veranderingen in het mediagedrag en segmenteren doelgroepen op basis van de uitkomsten van dit onderzoek.

2027

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

2030
op basis van begroting en activiteitenplannen

Impact van de regio

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

Lees meer op gld.nl

Bekijk hier het verhaal Henny uit Noord-Brabant

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

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

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

Impact van de regio

OMROP FRYSLÂN

Omrop Fryslân werkt samen met het mbo aan het project *PRESENT ('Hier Nu!')*, dat studenten meer leert over democratie en maatschappelijke thema's. Het drietalige, interactieve project sluit aan bij de lessen burgerschap en stimuleert studenten om meer te lezen.
Daarnaast biedt de app *Tsjil* een veilige omgeving waarin kinderen tot 12 jaar video's en programma's in het Fries kunnen bekijken. Hiermee wordt de Friese taal op een speelse manier gestimuleerd.

Lees meer op tsjil.omropfryslan.nl

Lees meer op omropfryslan.nl

Onze kritische blik op grote techplatforms

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

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

18 Andree en Thomsen (2020) Atlas der Digitalen Welt

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

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

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

2.3 Daar zijn waar onze doelgroepen zich bevinden

Figuur 4: Samenhangende distributiematrix regionale publieke omroepen

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

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

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

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

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

Ambitie 2026-2030

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

Doelstellingen

Doelstelling #2: Beschikbaarheid eigen aanbodkanalen voor video en audio.
Doelstelling #3: Zichtbaarheid en vindbaarheid op platforms van derden (socials en apps).

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

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

Concretisering 2026-2030

2026
Distribueren media-aanbod.
Eigen platforms: zie bijlage met eigen aanbodkanalen van de regionale publieke omroepen. Onder meer websites, nieuwsapps, radio- en televisiekanalen.
Platforms van derden: publieke mediaplatforms NPO Start en NPO Luister, publiek-private platforms (NLZIET) en commerciële platforms.

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

2030
op basis van begroting en activiteitenplannen

Bekijk hier het verhaal van Dion uit Noord-Holland

Impact van de regio

OMROEP ZEELAND
In de serie *Waar Zee Land Kust* trekt de Rotterdamse zangeres Frédérique Spigt met haar hond Monk en een cameraploeg door Zeeland. In 26 afleveringen ontdekt ze de provincie buiten het bekende beeld van zon, zee en strand. Ze zoekt naar fossielen in natuurgebied Het Zwin, proeft een echte Zeeuwse pasta vongole en ondergaat een zweethutceremonie in Wolphaartsdijk.
De serie draait om regionale identiteit en heeft impact ver buiten Zeeland. Rijnmond zond de serie ook uit, en NPO 2 bracht *Waar Zee Land Kust* landelijk op televisie. Daarnaast is de serie on-demand beschikbaar voor Duitse toeristen en geïnteresseerden, met ondertiteling in het Duits.

Zie meer op omroepzeeland.nl

2.4 Effectieve contentstrategie

Ambitie 2026-2030

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

Doelstelling

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

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

Concretisering 2026-2030

2026
Doelgroepen uit regioprofielen gekoppeld aan eigen platforms en platforms van derden.

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

2030
op basis van begroting en activiteitenplannen

2.5 Redactionele transitie

Verbinding

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

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

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

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

Impact van de regio

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

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

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

Realisme

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

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

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

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

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

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

Ambitie 2026-2030

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

Doelstellingen

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

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

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

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

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

Concretisering 2026-2030

2026
Nieuwe rollen, samenwerking onderling, met de lokale en landelijke publieke omroepen en in publiek-private samenwerkingen, opleidingsinitiatieven, ontwikkel-model digitale wendbaarheid.

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

2030
op basis van begroting en activiteitenplannen

Impact van de regio

L1
In de vierdelige serie *Cas* kookt dove kok Cas Wolters, bekend van *Heel Holland Bakt*, samen met gasten met een beperking. Terwijl ze gerechten bereiden, delen zij openhartig hun verhalen. De serie laat zien hoe veerkracht en doorzettingsvermogen een grote rol spelen in hun dagelijks leven en hoe zij kansen zien waar anderen obstakels ervaren.

Lees meer op l1.nl

Afspiegeling van de samenleving

Ambitie 2026-2030

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

Doelstelling

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

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

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

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

Concretisering 2026-2030

2026

2026
Regionale diversiteit op landelijk niveau behouden, focus op de belangrijkste te versterken aspecten van diversiteit op regionaal niveau.

2027

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028

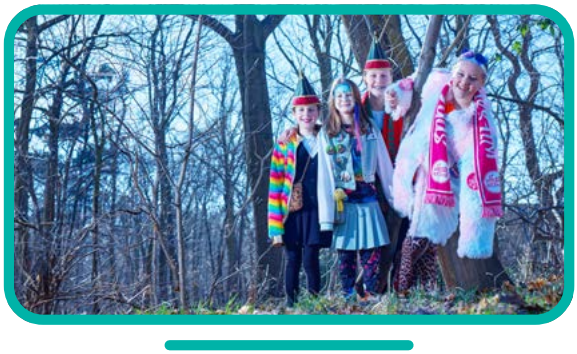
2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

2030

2030
op basis van begroting en activiteitenplannen



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

3 Samenwerking zit in ons dna

3.1 De dertien regionale publieke omroepen

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

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

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

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

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

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

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

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

Samenwerking op diverse andere terreinen

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

3.2 Externe samenwerking

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

Doorontwikkeling Publiek Journalistiek Huis: samenwerken aan journalistieke kwaliteit

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

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

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

Bekijk hier het verhaal van Annelies uit Overijssel

Doorontwikkeling Bureau Regio

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

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

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

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

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

Impact van de regio

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

Lees hier het gehele dossier

Lees meer over de eis van LUMC

Lees meer op nos.nl

Doorontwikkeling Bureau Lokaal

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

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

Publiek-private samenwerking

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

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

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

Bekijk hier het verhaal van Oguzhan en Songul uit Utrecht

4 Impact op onze organisaties en cultuur

4.1 De RPO en de dertien regionale publieke omroepen

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

Artikel 2.60a lid 3 van de Mediawet 2008

De RPO wordt belast met de volgende taken:

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

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

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

De RPO en de regionale publieke omroepen werken intensief samen. Door de groei van het aantal gezamenlijke projecten en processen is er steeds meer behoefte aan regie op de samenwerking. Als samenwerkings- en coördinatieorgaan vervult de RPO een regierol, die in de komende concessieperiode verder wordt uitgewerkt met het ORO. Dit richt zich op niet-journalistieke aspecten van de regionale publieke omroepen[21].

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

Efficiënt en effectief

Ambitie 2026-2030

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

Doelstelling

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

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

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

21 Voor de journalistieke prestaties zijn er voldoende waarborgen aanwezig, zoals het bepalen van het mediaaanbodbeleid door de regionale mediaraden en zelfregulering via de Raad voor de Journalistiek

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

Concretisering 2026-2030

2026
De RPO neemt regie op data-analyse en techniek, (doelgroep)onderzoek, innovatie, ethisch-juridische vraagstukken, kennisuitwisseling, opleiding en (leiderschaps) ontwikkeling, regie op leiderschapsontwikkeling

2027
op basis van begroting en activiteitenplannen

2028
op basis van begroting en activiteitenplannen

2029
op basis van begroting en activiteitenplannen

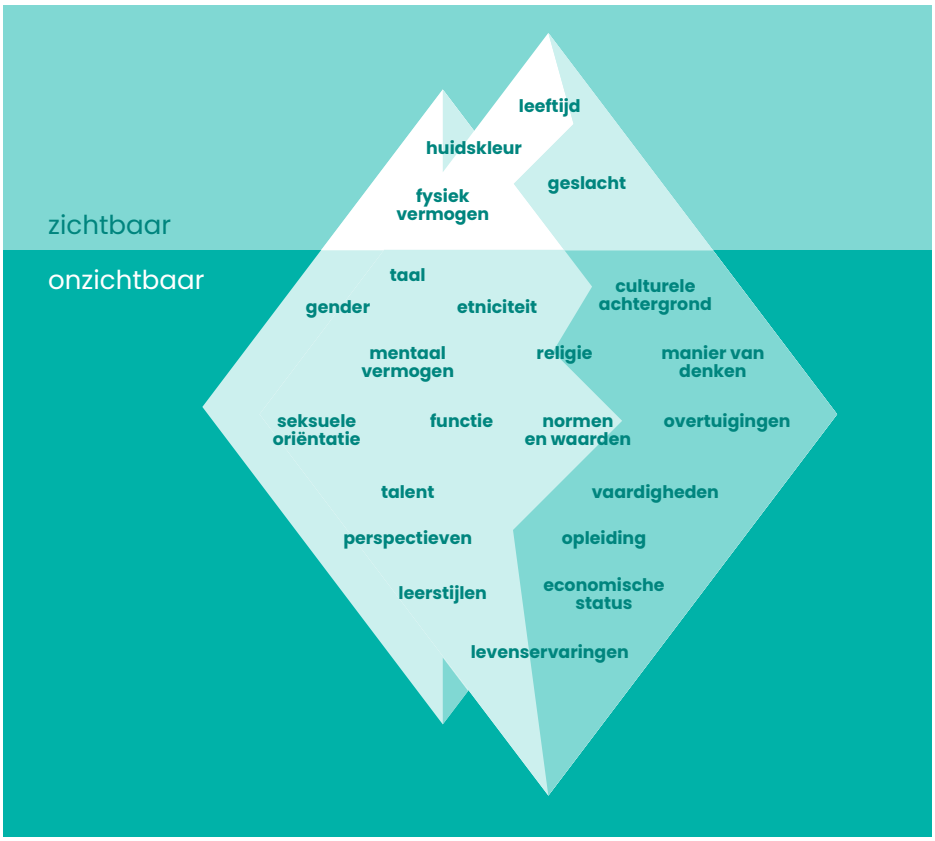
2030
op basis van begroting en activiteitenplannen

4.2 Visie op goed werkgeverschap

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

1. **Vertrouwen en transparantie**: wij bouwen aan een werkomgeving gebaseerd op vertrouwen door geloofwaardig, respectvol en eerlijk te zijn. Geloofwaardigheid ontstaat door onze beloften na te komen en authentiek te handelen. Respect tonen we door oprechte betrokkenheid en eerlijke kansen voor groei en erkenning te bieden.

2. **Welzijn, inclusiviteit en diversiteit**: goed werkgeverschap gaat verder dan het naleven van wetgeving; het betekent actief zorgen voor het welzijn van medewerkers. We bevorderen inclusiviteit en diversiteit, bieden doorgroeimogelijkheden en creëren een positieve en veilige werkomgeving. Onze regionale representativiteit speelt hierin een belangrijke rol; door rekening te houden met de unieke aspecten van elke regio versterken we zowel onze organisatie als onze journalistieke opdrachten.



Figuur 5: De ijsberg van verschillen, zichtbaar en onzichtbaar

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

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

Talentontwikkeling als motor voor inclusiviteit en diversiteit

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

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

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

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

Samenwerking op HR-gebied tussen regionale publieke omroepen

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

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

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

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

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

Impact van de regio

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

HR-thema's en praktische aanpak

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

1. **Positief werkklimaat**: iedere medewerker moet zich veilig, gewaardeerd en gerespecteerd voelen. Daarom zetten we ons o.a in voor sociale veiligheid, generatiemanagement en fysiek en mentaal welzijn. We beschikken over belangrijke regelingen zoals een klachtenprocedure, een klokkenluidersregeling en een gedragscode, die regelmatig worden geëvalueerd en aangepast aan veranderingen in de maatschappij, de regio en de mediasector.

2. **Sterk en toekomstgericht leiderschap**: goed leiderschap draait om eigenaarschap: voorbeeldgedrag, zelfreflectie en verantwoordelijkheid nemen in het belang van de organisatie. We ontwikkelen trainingen en hulpmiddelen om leidinggevenden te ondersteunen in het aansturen van hun teams met speciale aandacht voor digitalisering en innovatie binnen de regionale publieke omroepen. Leiderschapsontwikkeling is gericht op zowel het topmanagement als het middenmanagement. Hier werken onze leiders van de toekomst, die een essentiële rol spelen in innovatie en samenwerking. Door hen goed te begeleiden, bouwen we aan duurzame groei en succesvolle veranderingen.

3. **Een soepele loopbaanontwikkeling**: we verbeteren de ervaring van medewerkers tijdens hun hele loopbaan bij ons. Dit doen we met gezamenlijke opleidingsprogramma's, goed georganiseerde pre-, on- en offboardingprocessen en het bevorderen van doorstroom en wendbaarheid. We zorgen voor een duidelijke loopbaanstructuur met strategische personeelsplanning en gaan regelmatig in gesprek met medewerkers, zodat zij zich kunnen blijven ontwikkelen en op de juiste plek binnen de organisatie kunnen groeien.

4. **Een krachtig werkgeversimago**: om talent aan te trekken en te behouden, zorgen we voor een sterke en herkenbare uitstraling als werkgever. Inclusiviteit en diversiteit zijn belangrijke pijlers in ons wervingsbeleid, en we maken gebruik van moderne en creatieve wervingsmethoden om de juiste kandidaten te bereiken.

5. **Aantrekkelijke arbeidsvoorwaarden**: we bieden goede en moderne arbeidsvoorwaarden zoals mogelijkheden voor thuiswerken en vitaliteitsprogramma's. We bewaken een gezonde werk-privébalans zodat onze medewerkers hun werk en persoonlijke leven optimaal kunnen combineren.

Impact van de regio

PERSVEILIGHEID
De veiligheid van journalisten en het welzijn van medewerkers staan hoog op de agenda. Regionale publieke omroepen werken samen met *PersVeilig* om de risico's in het veld te beperken. Medewerkers volgen trainingen. Protocollen zijn opgesteld volgens de richtlijnen van *PersVeilig* en beschermende middelen zoals steekvesten en bodycams zijn beschikbaar.
Bij risicovolle situaties worden extra maatregelen genomen. Journalisten werken samen, zoeken vooraf contact met wijkagenten of schakelen beveiliging in. Bij evenementen en protesten wordt vooraf een veiligheidsplan opgesteld zodat medewerkers hun werk zonder gevaar kunnen doen. Ook is er aandacht voor opvang en nazorg in samenwerking met andere organisaties.

4.3 Cyberveiligheid en privacy

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

Onze aanpak

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

1. We brengen risico's in kaart en ontwikkelen centraal risicomanagement. We hanteren daarbij de routekaart risicomanagement van het NCSC.

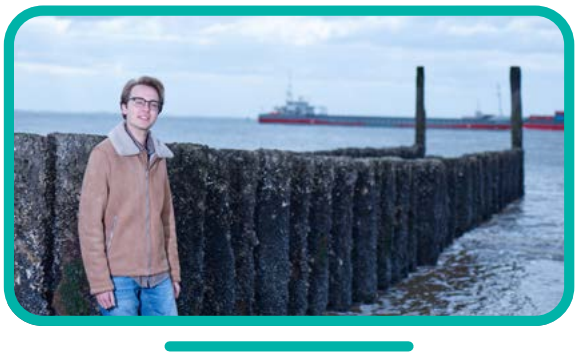
2. We bevorderen veilig gedrag. Via het initiatief *Samen Digitaal Veilig* vergroten we de kennis van onze medewerkers en versterken we de beveiliging van onze systemen. We organiseren minimaal twee keer per jaar trainingen over cyberveiligheid en veilig internetgebruik, waarbij feedback uit deze sessies ons helpt om onze processen voortdurend te verbeteren.

3. We beschermen systemen, applicaties en apparaten. We investeren proactief in geavanceerde cybersecurity-technologieën om onze netwerken te beschermen en cyberaanvallen te voorkomen.

4. We beheren onze toegang tot data. Met de toename van onze activiteiten op dit gebied, zoals via het Datateam, zetten we ons in voor de bescherming van persoonsgegevens en zorgen voor transparantie over hoe we deze gegevens verzamelen en gebruiken. Onze processen voldoen altijd aan de geldende wet- en regelgeving, en we stellen strikte richtlijnen op voor het gebruik van persoonlijke informatie.

5. We bereiden ons voor op incidenten. We ontwikkelen uitwijkplannen voor onze uitzendingen en testen onze back-ups regelmatig. De archivering van onze regionale content brengen we centraal onder bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.

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



Bekijk hier het verhaal van Steijn uit Zeeland

4.4 Duurzaamheid

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5 Financiering van de regionale publieke omroep

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

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

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

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

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

Vooruitblik nieuwe concessieperiode

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

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

Kostenontwikkeling RPO en regionale publieke omroepen

De kosten van de RPO en de regionale publieke omroepen zijn verdeeld over drie hoofdcategorieën: media-aanbod, nevenactiviteiten en organisatiekosten. Onder organisatiekosten vallen administratieve, marketing-, facilitaire, HR- en ICT-gerelateerde activiteiten. De regionale publieke omroepen werken vanuit een journalistieke structuur, met budgetten voor redacties, techniek en ondersteunende diensten. Op basis van ramingen van het Centraal Planbureau wordt verwacht dat de loonkosten tot 2028 jaarlijks met vier procent stijgen[22]. De rijksbijdragen worden geïndexeerd op basis van de consumentenprijsindex en de groei van het aantal huishoudens.

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

Kostenraming RPO CBP periode 2026-2030
x € 1 miljoen

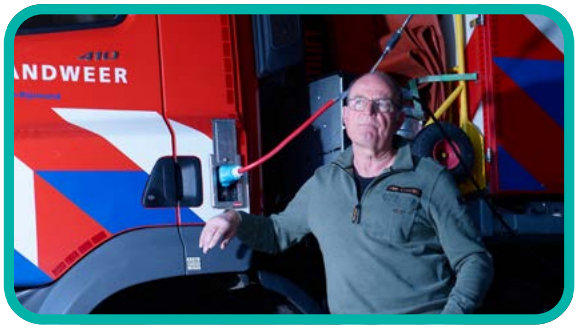
	2026	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**
Kosten RPO	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5
Inzet ambitieontwikkeling via WaU	5,9	6,2	6,3	6,0	6,0
Kosten regionale omroepen	216,9	225,6	234,6	244,0	253,8
Subtotaal	**224,9**	**234,0**	**234,2**	**252,4**	**262,3**
Inzet reclamebaten	-17,5	-17,7	-17,8	-17,1	-17,1
Inzet overige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

Figuur 6 Kostenraming RPO CBP periode 2026-2030

22 www.cpb.nl/actualisatie-verkenning-middellange-termijn-tot-en-met-2028-augustus-2024

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

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

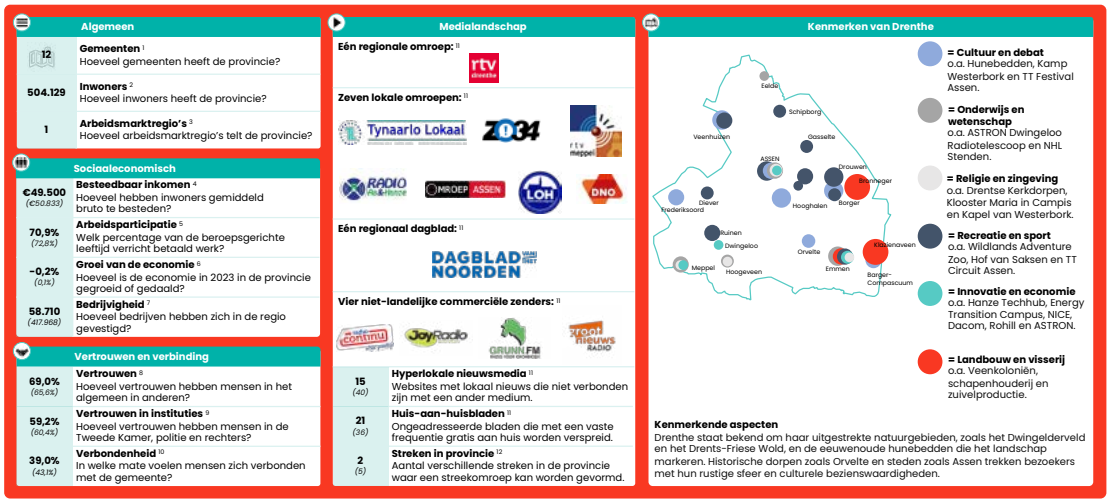


Bekijk hier het verhaal van Piet uit Zuid-Holland • Zuid

Bijlage I: Regioprofielen

Drenthe

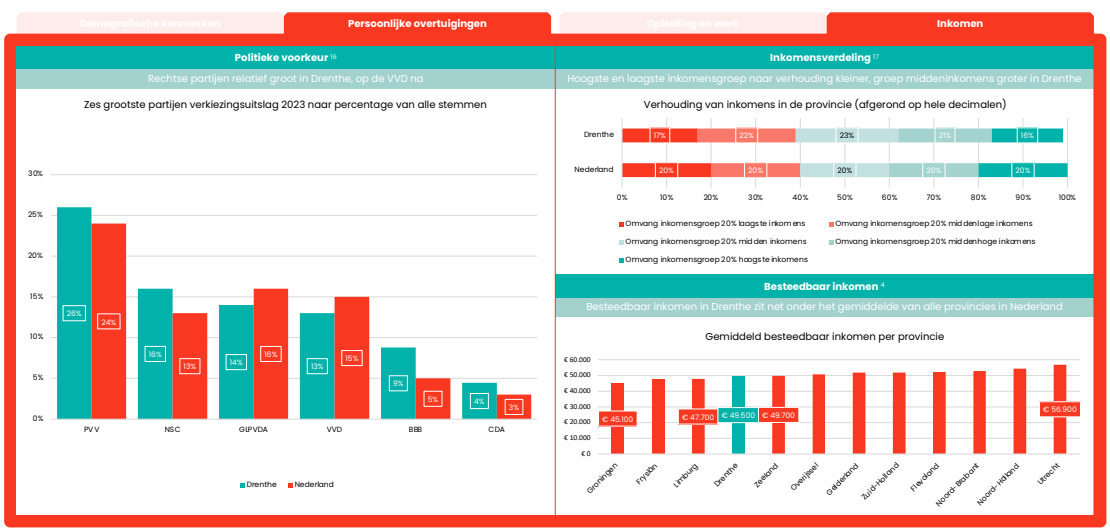
Inzicht in provinciale kenmerken en media



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

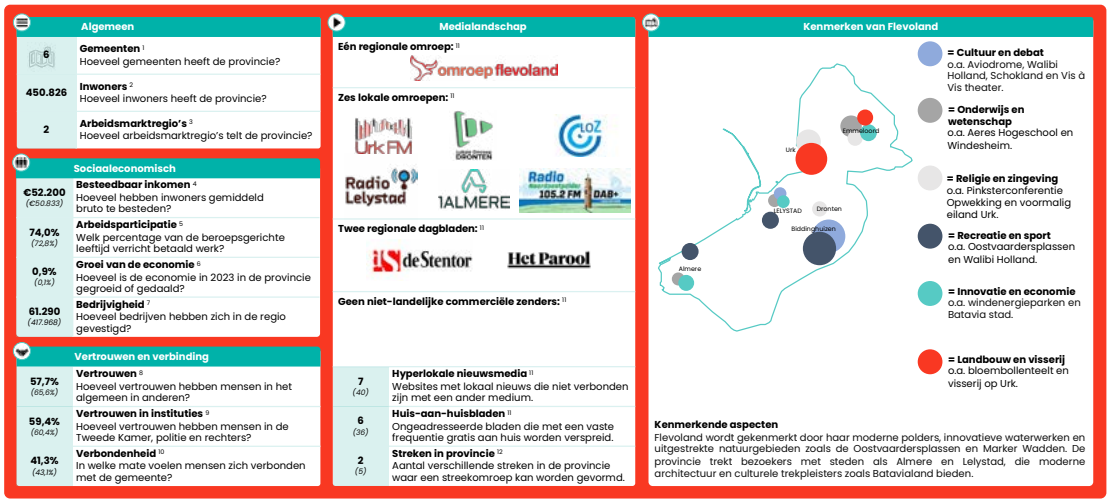
Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



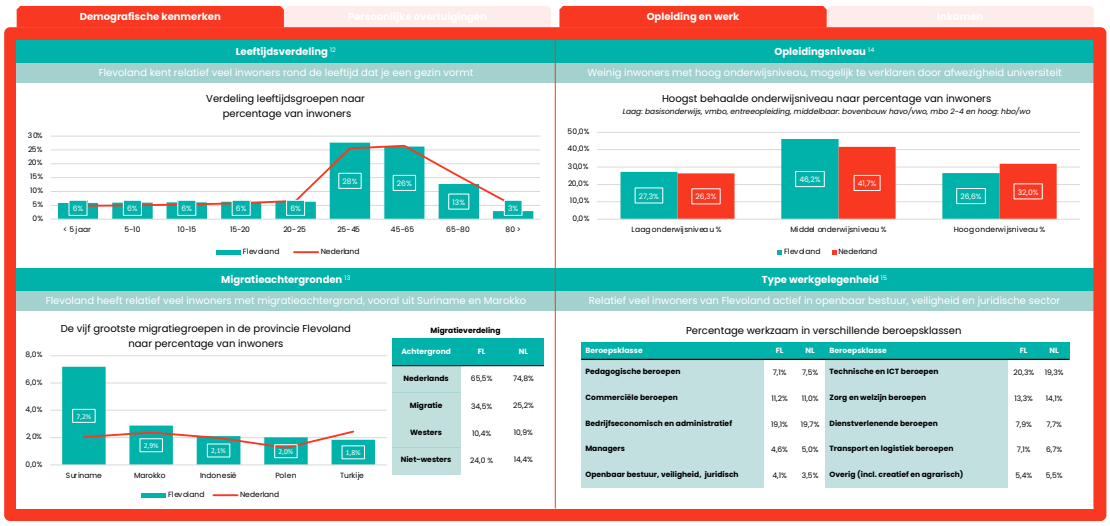
Flevoland

Inzicht in provinciale kenmerken en media



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

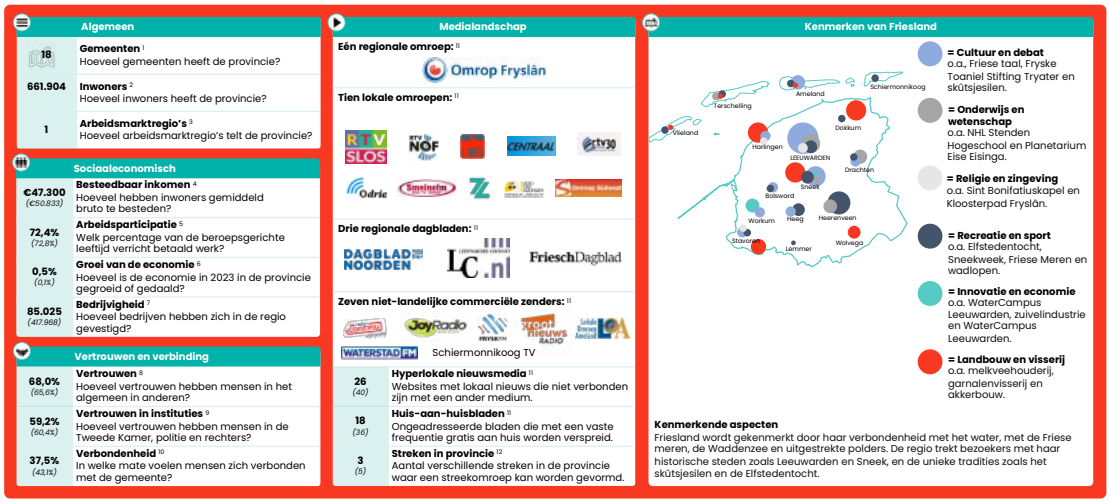
Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

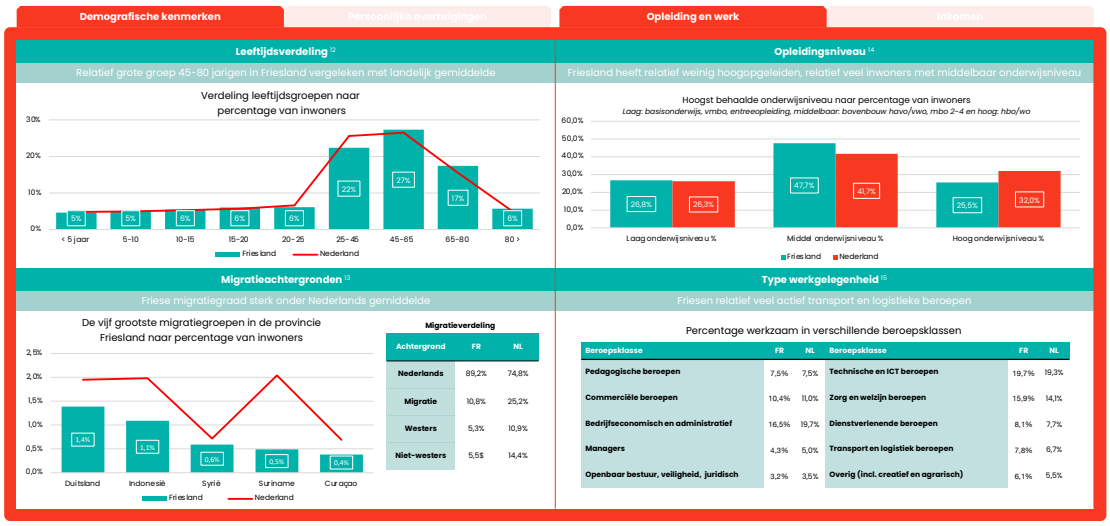
Friesland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

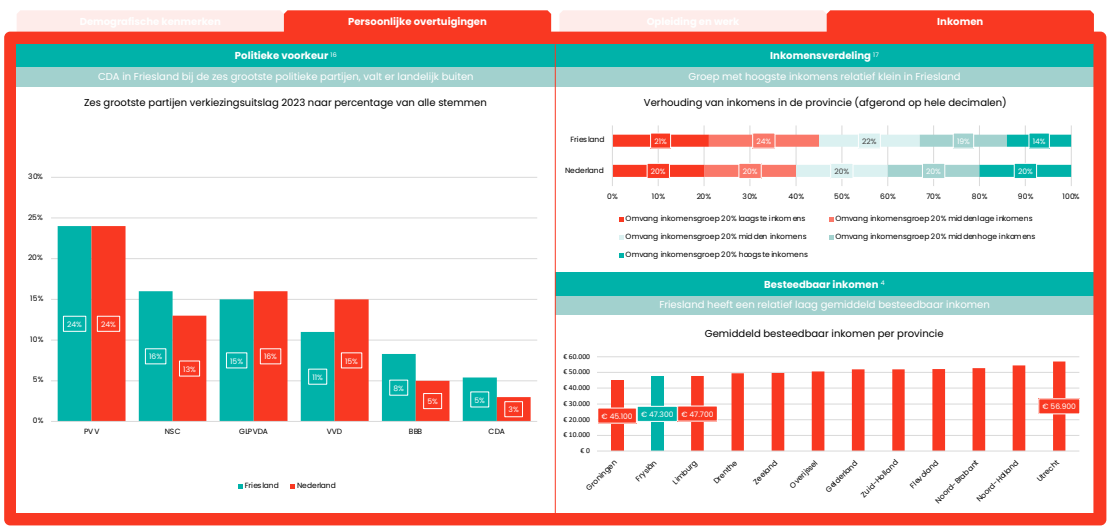


Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

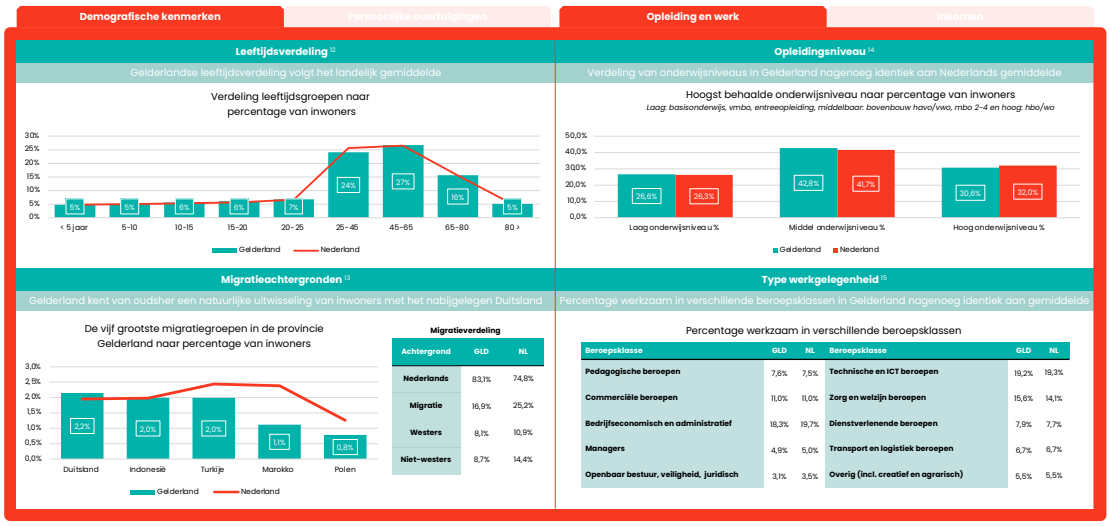


Gelderland

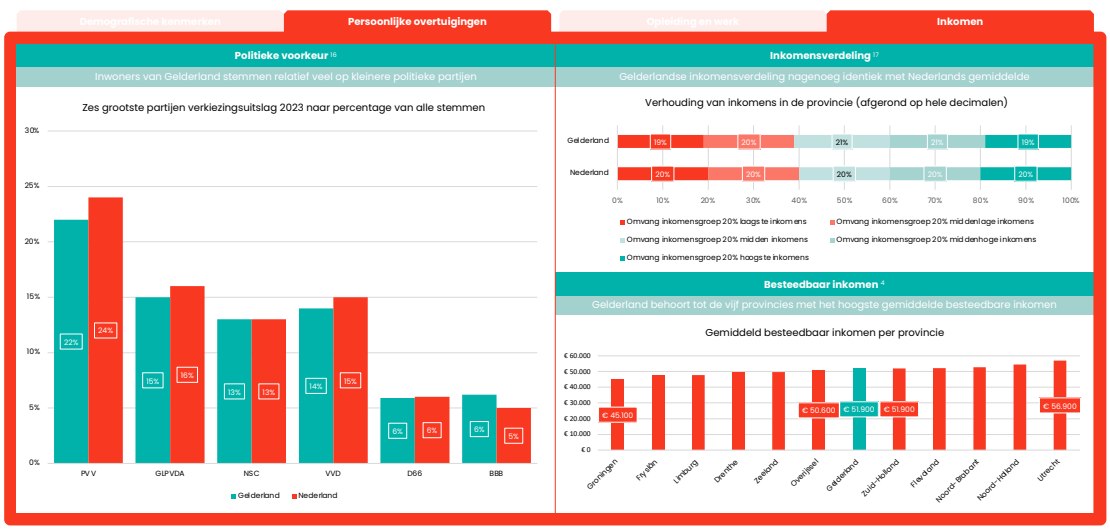
Inzicht in provinciale kenmerken en media

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

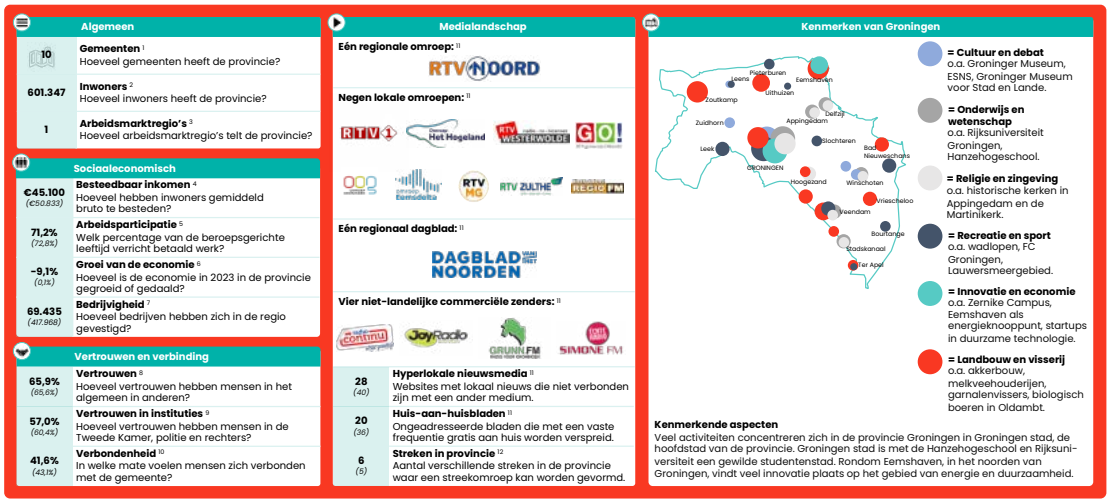


Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



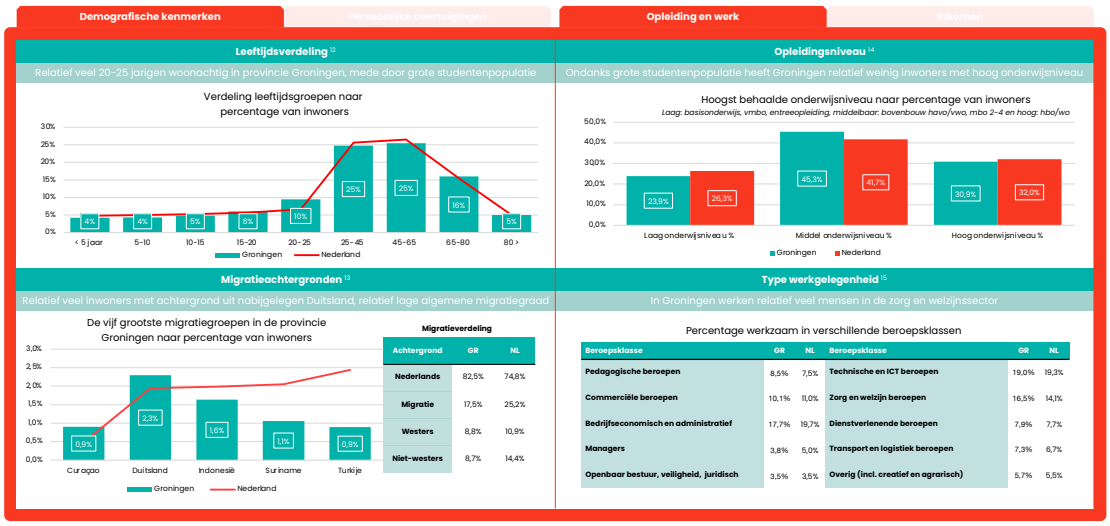
Groningen

Inzicht in provinciale kenmerken en media

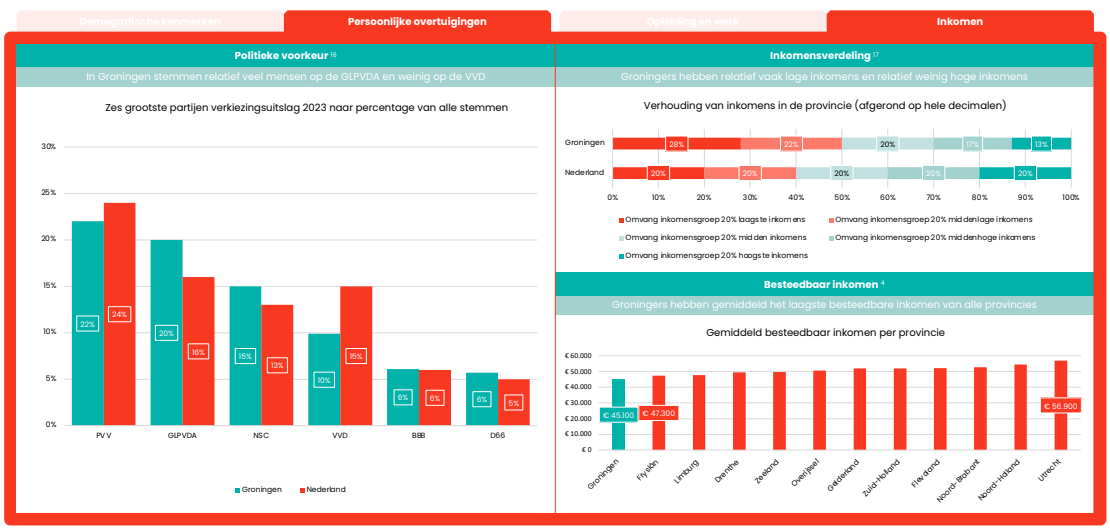


Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

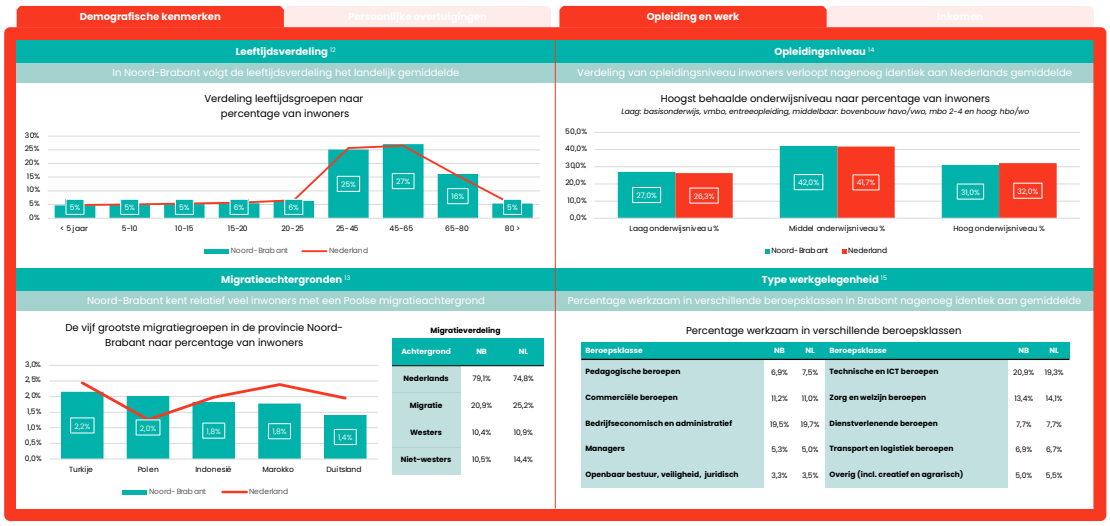


Noord-Brabant

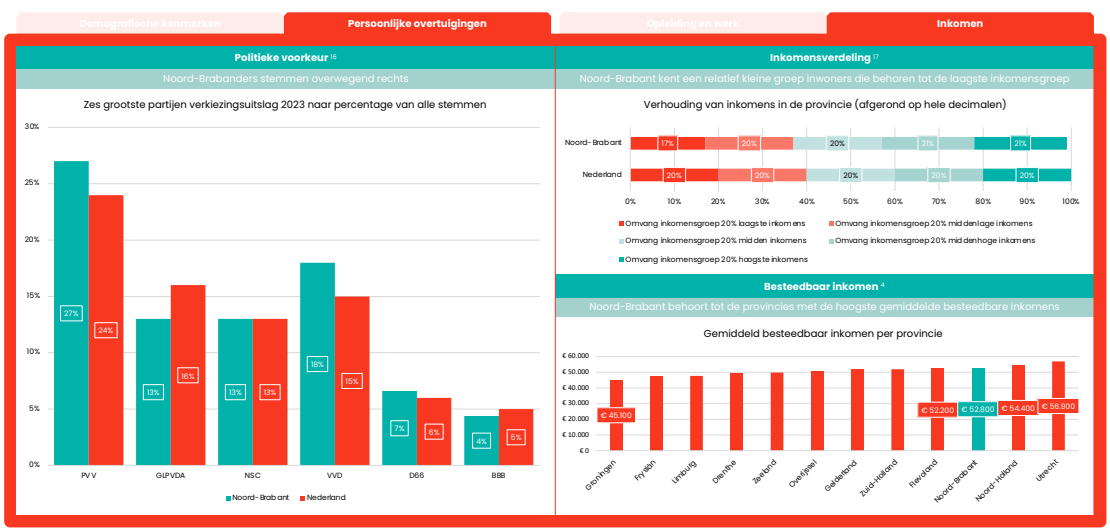
Inzicht in provinciale kenmerken en media

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



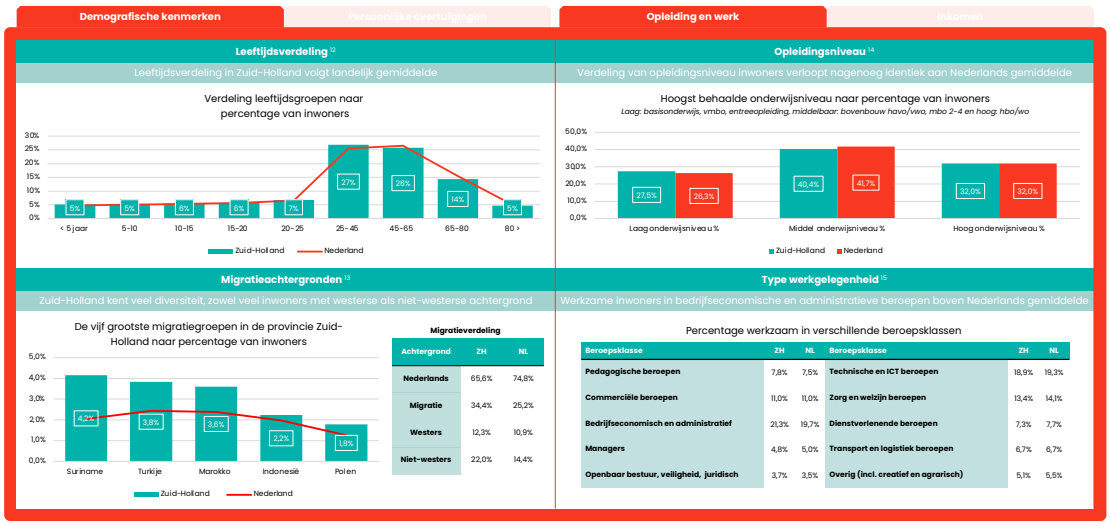
Noord-Holland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

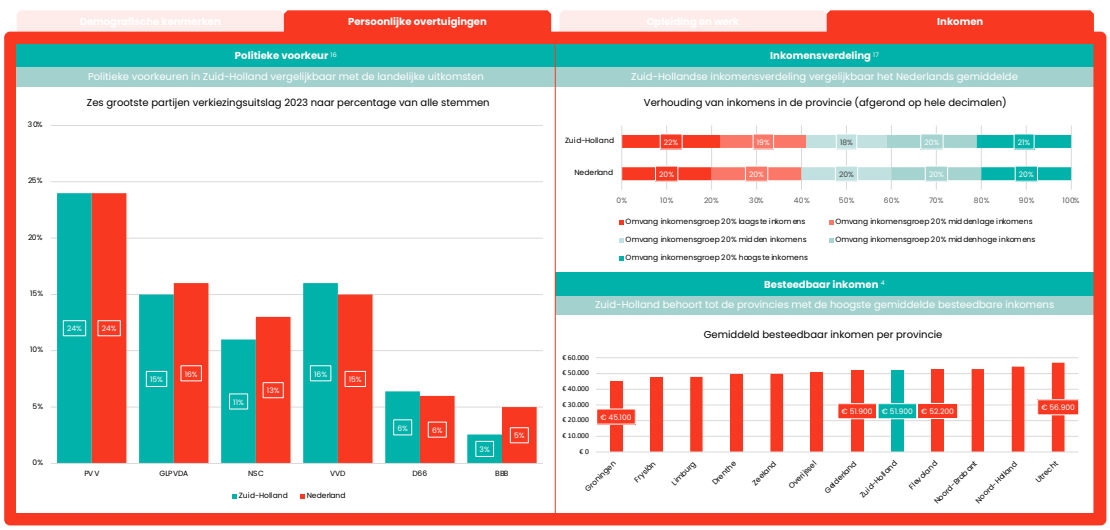
Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

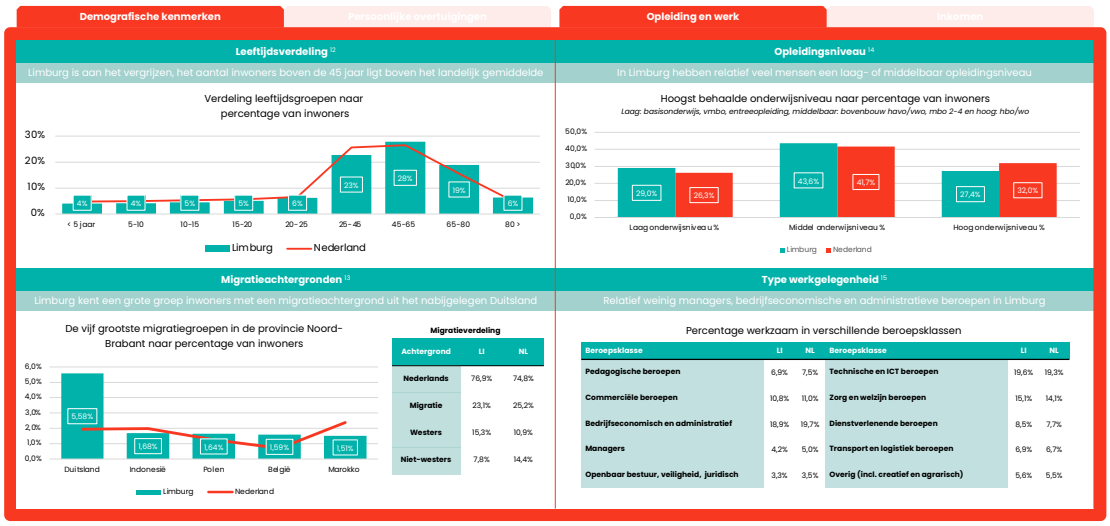


Limburg

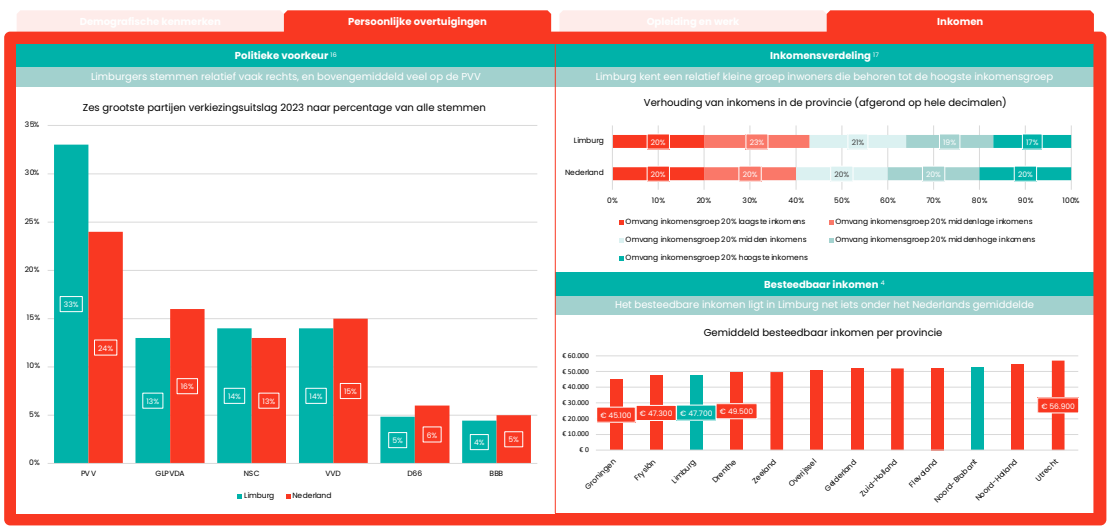
Inzicht in provinciale kenmerken en media

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

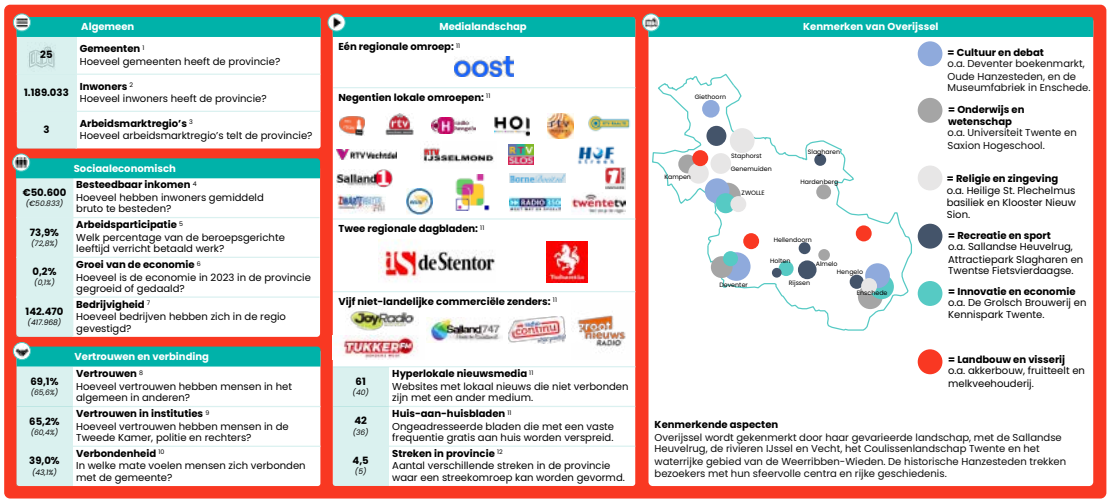


Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



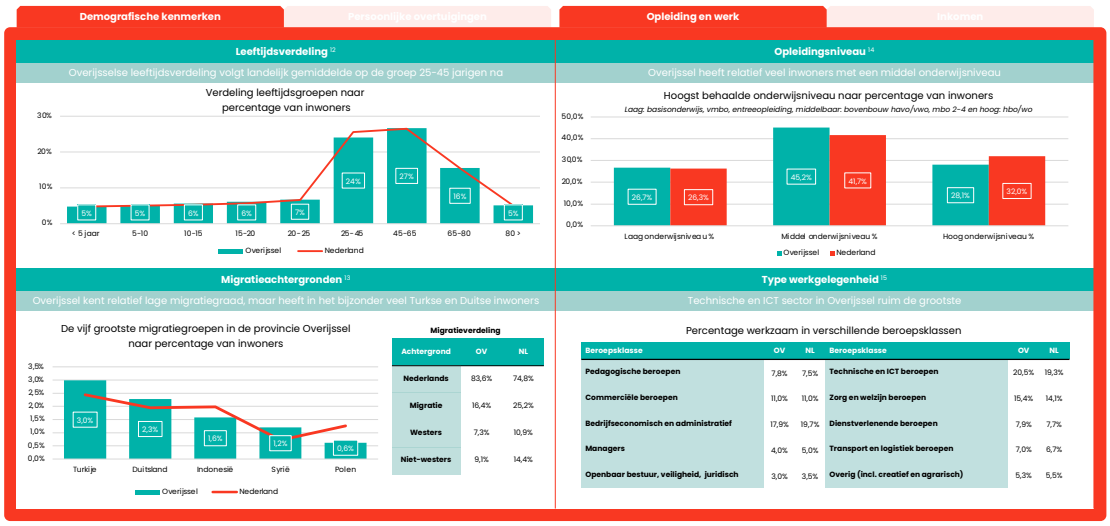
Overijssel

Inzicht in provinciale kenmerken en media

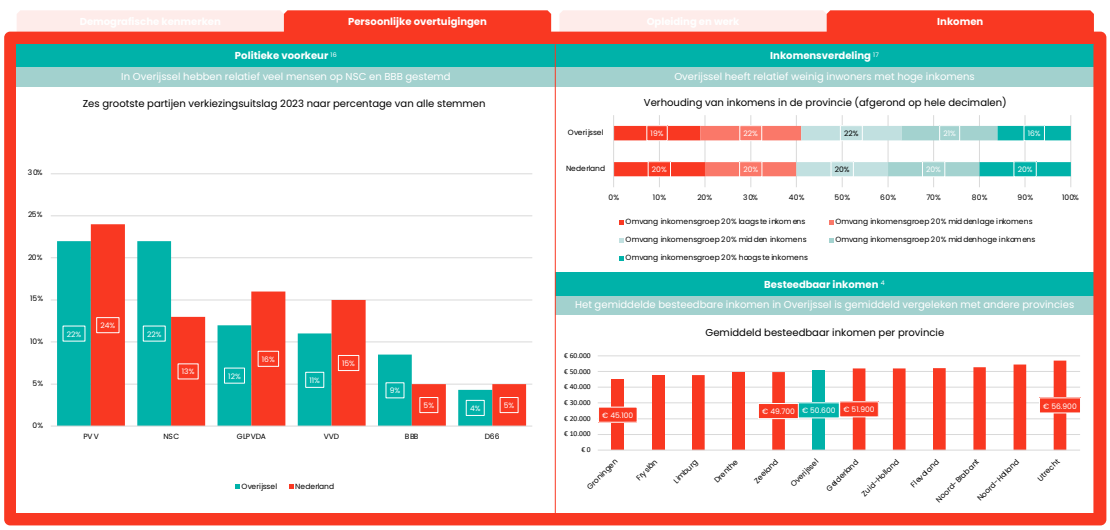


Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

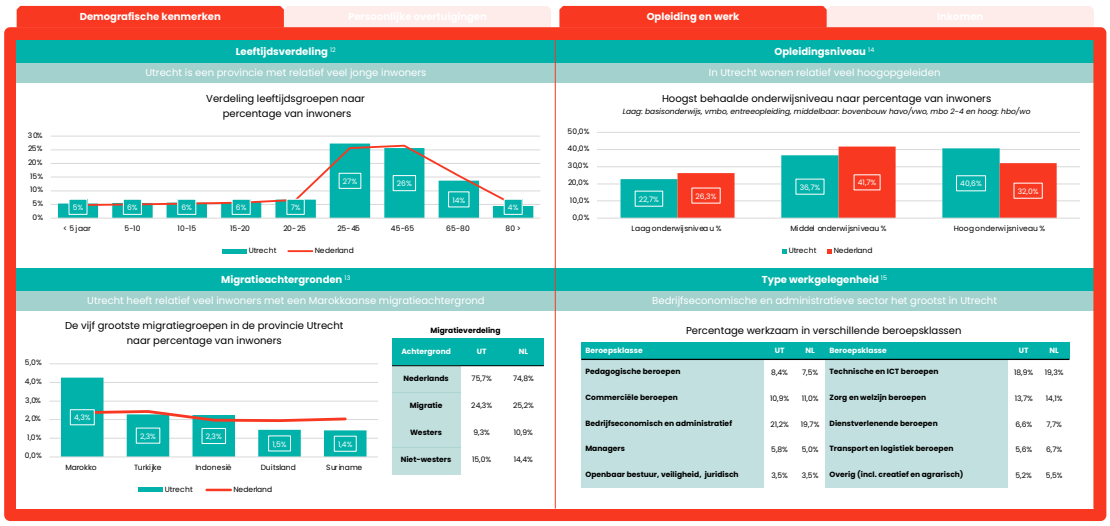


Utrecht

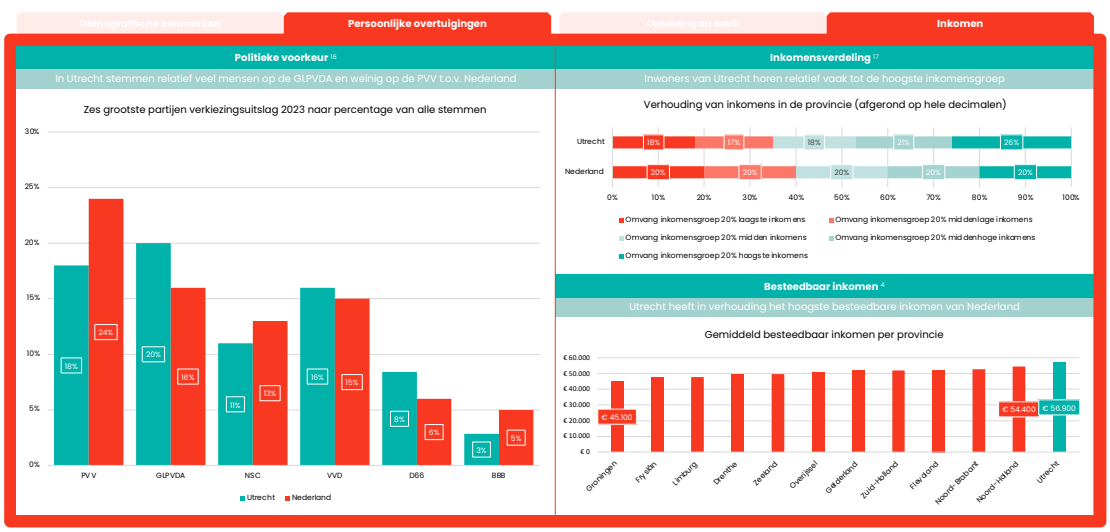
Inzicht in provinciale kenmerken en media

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

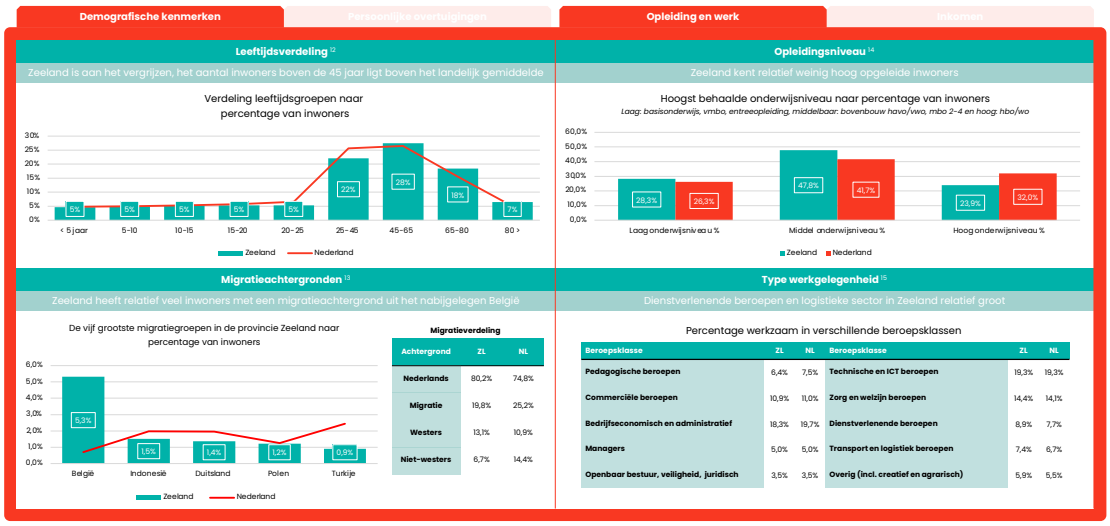


Zeeland

Inzicht in provinciale kenmerken en media

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio

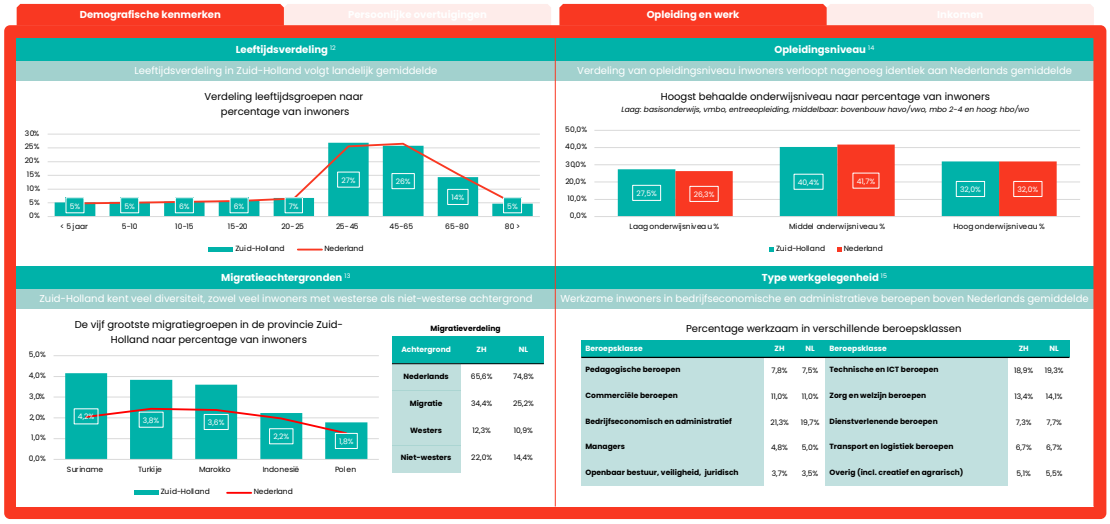
Zuid-Holland (noord)

Inzicht in provinciale kenmerken en media

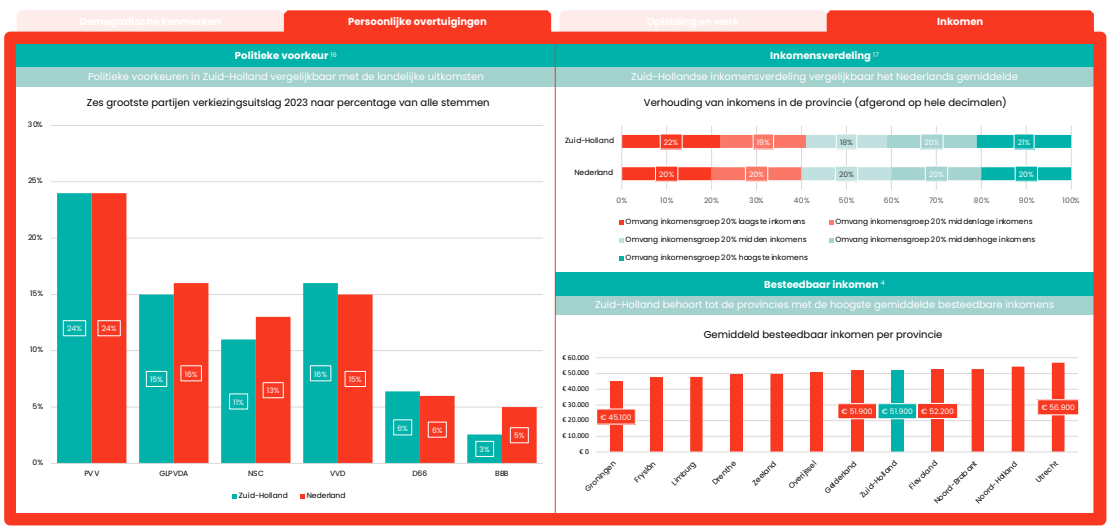
Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



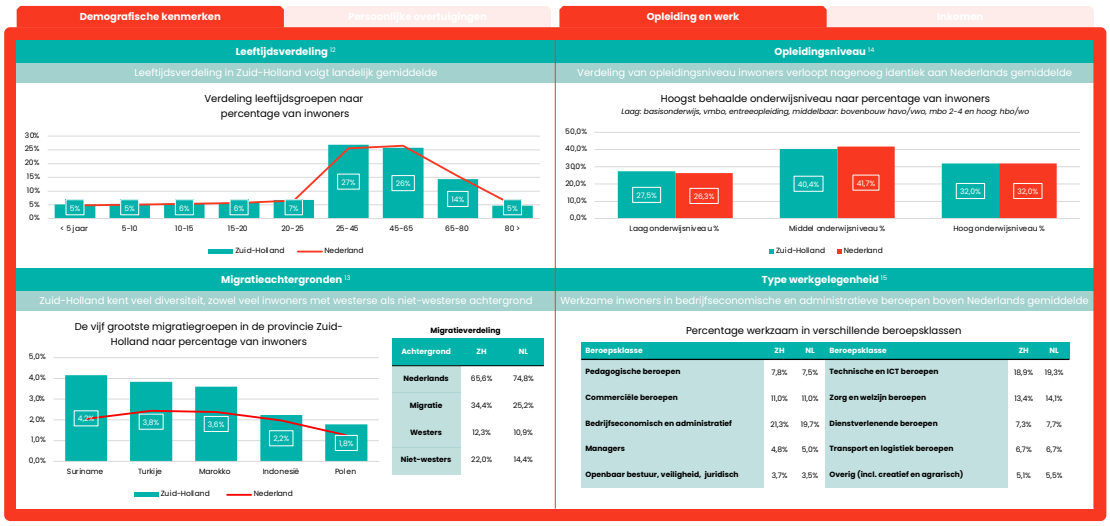
Zuid-Holland (zuid)

Inzicht in provinciale kenmerken en media

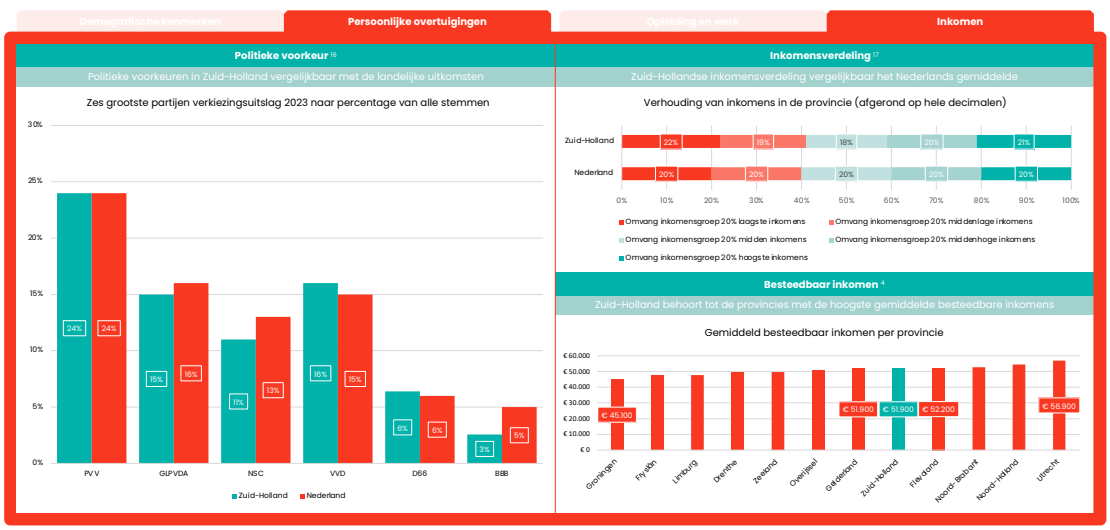
Getallen tussen ( ) geven de verhouding tot het Nederlands gemiddelde weer

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

Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Inzicht in kenmerken van publiek in de regio



Bijlage II

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

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

Programmakanalen radio

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

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

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

Programmakanalen televisie

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

Draadloze audioverbindingen

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

Bijlage III

Aard en aantal van de overige aanbodkanalen

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

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

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
Omrop Fryslân www.omropfryslan.nl	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)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Koperkanaal (http://www.omropfryslan.nl/live/koperkanaal)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Tomke Radio (http://www.omropfryslan.nl/live/tomkeradio)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Alles Frysk (www.omropfryslan.nl/allesfrysk). Audiostream met muziek van Friese bands.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Fryske Top 100 (www.omropfryslan.nl/live/fryske-top-100). Audiostream met Friese popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)

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

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

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

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
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 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 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 Oost en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)

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

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

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

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

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

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

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

Naam kanaal	Omschrijving	Aard kanaal
Rijnmond **www.rijnmond.nl**	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Rijnmond, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Rijnmond is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en 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 Rijnmond en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Rijnmond (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)

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

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

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

Naam kanaal	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 gerela-teerde 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)	Aanbodkanaal (lineaire stream)

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

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

Bijlage IV
Bronnen & verwijzingen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2024)

Motivaction (2024) *Continu onderzoek regionale publieke omroep*

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

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

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

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

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

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

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

Werk aan Uitvoering (2025) www.werkaanuitvoering.nl

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