Regionale Publieke Omroep

De regio verbindt



Begroting **2027**

Start met lezen



Inhoud

Voorwoord **3**

Activiteitenplan **4**

1. Media-aanbod 4

2. Bereik, doelgroepen en distributie 13

3. Innovatie en ontwikkeling 17

4. Samenwerking 20

RPO-organisatie **24**

Begroting **28**

Bijlagen **34**

Leeswijzer

Waar het in deze begroting gaat over de regionale publieke omroepen (meervoud) bedoelen we RTV Noord, Omrop Fryslân, RTV Drenthe, RTV Oost, Omroep Gelderland, Omroep Flevoland, RTV Utrecht, NH Media, Omroep West, Rijnmond, Omroep Zeeland, Omroep Brabant en L1. Niet het samenwerkings- en coördinatieorgaan 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.

Voorwoord

- Voorwoord
- Activiteitenplan
  1 Media-aanbod
  2 Bereik, doelgroepen en distributie
  3 Innovatie en ontwikkeling
  4 Samenwerking
- RPO-organisatie
- Begroting
- Bijlagen

Voor u ligt de begroting van de Regionale Publieke Omroep (RPO) voor 2027. Deze begroting sluit aan op de ambities en doelstellingen van het concessiebeleidsplan *Alles wat ons verbindt 2026-2030*. De dertien regionale publieke omroepen geven ieder op hun eigen manier invulling aan deze gezamenlijke koers. Dat gebeurt vanuit verschillen in regio, publiek, organisatie en ontwikkeltempo. Zo werken we vanuit het adagium ‘eenheid in verscheidenheid’.

2027 wordt een belangrijk jaar voor de regionale journalistiek. Met de Provinciale Staten- en Waterschapsverkiezingen in maart staan onderwerpen als woningbouw, bereikbaarheid, landbouw, stikstof, waterbeheer en natuur in de spotlights. De regionale publieke omroepen bieden hierover nieuws, duiding en debat en laten zien wat politieke keuzes betekenen voor het dagelijks leven van alle inwoners van Nederland. Met interactieve formats zoals *Stemmenjacht* van Omroep Zeeland, wordt het publiek bovendien actief betrokken bij deze verkiezingen.

Naast actuele journalistiek maken we ruimte voor onderzoeks-journalistiek, cultuur, educatie en verhalen die de rijke diversiteit van onze regio’s zichtbaar maken. Via onder meer regionale publieks- en jongerenpanels en samenwerkingen met lokale omroepen en de NOS wordt geluisterd naar wat er in de samenleving leeft. Initiatieven als *NoordNext*, *Hasans Wereld*, *Windstreken* en *De Dag van de Zachte G* laten zien hoe regionale omroepen verschillende doelgroepen en perspectieven bereiken en met elkaar verbinden.

De veranderende manier waarop mensen media gebruiken vraagt om wendbare organisaties en voortdurende ontwikkeling. Technologie is een middel om de kwaliteit, toegankelijkheid en maatschappelijke waarde van het aanbod te vergroten. In 2027 worden alle regionale omroepen aangesloten op het gezamenlijke Technologisch Ecosysteem, met als doel een stevige, toekomstbestendige digitale basis te creëren waarmee we onze publieke opdracht ook digitaal waarmaken. Door technologie slimmer te organiseren, kennis te delen en gezamenlijk te innoveren, versterken we niet alleen onze digitale slagkracht, maar ook onze legitimiteit als publieke omroepen.

We zetten in 2027 onze ontwikkelingen en experimenten op het gebied van nieuwe digitale formats, data-analyse en kunstmatige intelligentie voort. Daarbij blijven journalistieke onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, transparantie en menselijke verantwoordelijkheid leidend.

Samenwerking vormt daarbij een belangrijke basis. Regionale omroepen werken met elkaar samen, maar ook met de NOS, de NPO, landelijke en lokale omroepen, veiligheidsregio’s en maatschappelijke, culturele en educatieve partners. De RPO ondersteunt deze samenwerking door kennis, expertise en voorzieningen te bundelen en zo bij te dragen aan een sterke, wendbare en toekomstbestendige regionale publieke omroep.

Dat gebeurt in een financieel uitdagende context. De begroting vraagt daarom om zorgvuldige keuzes en doelmatige inzet van middelen. Met deze begroting geven de RPO en de dertien regionale publieke omroepen invulling aan hun gezamenlijke publieke opdracht: dichtbij, betrouwbaar en herkenbaar voor iedereen in de regio.

Hilversum, september 2026

Jan Müller
Directeur-bestuurder RPO



Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Activiteitenplan

1. Media-aanbod

De dertien regionale omroepen zorgen ervoor dat inwoners van hun provincie goed geïnformeerd zijn over ontwikkelingen in hun eigen leefomgeving en dragen bij aan een sterke regionale democratie en samenleving. In een tijd waarin vertrouwen in nieuws onder druk staat en maatschappelijke tegenstellingen toenemen, blijft onafhankelijke, betrouwbare en toegankelijke regionale journalistiek van groot belang.

Daarnaast hebben we een belangrijke publieke functie als verbinder binnen de samenleving. Door ruimte te bieden aan verschillende perspectieven, cultuur, achtergrondverhalen en maatschappelijke thema's dragen we bij aan begrip, herkenning en sociale samenhang. We zetten in op journalistiek die zichtbaar aanwezig is in de regio, aansluit bij wat leeft onder inwoners en relevant is voor verschillende doelgroepen.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

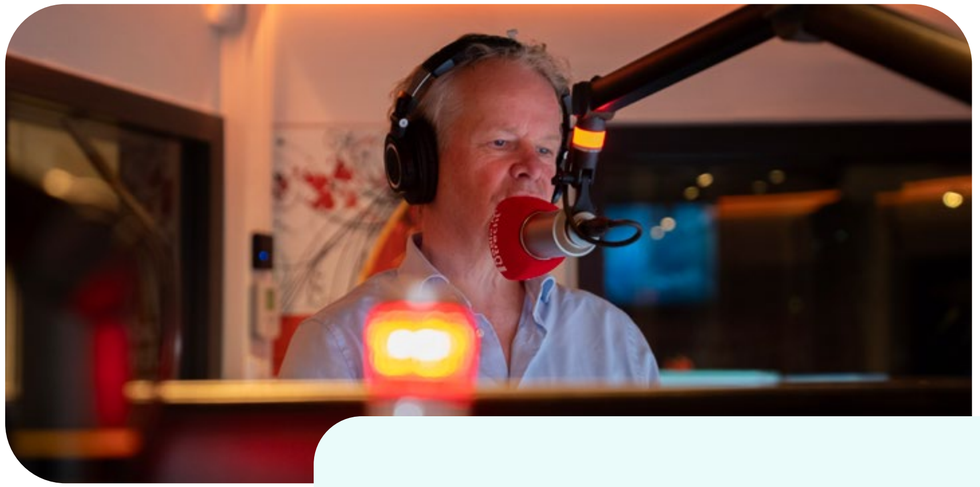
Bijlagen

RTV Oost • Vandaag in Overijssel

RTV Oost brengt nieuws uit alle regio's van Overijssel. Het dagelijkse nieuwsprogramma wordt in 2027 breder getrokken in een nieuw programma genaamd *Vandaag in Overijssel*. Dit is gebaseerd op ons format *Zomer in Overijssel*. Dit format biedt ons de ruimte om meer en gevarieerde content uit Overijssel te kunnen brengen. Denk aan langere nieuwsinterviews, aanwezigheid op locatie of ook ruimte voor varia-onderwerpen.

In 2027 gaan we voor televisie ook een nieuw programma ontwikkelen gericht op achtergronden bij het nieuws. Er wordt gekeken hoe politiek, innovatie, economie en misdaad hierin een plek in kunnen krijgen. Idee is om een stevig, positief kritisch programma te ontwikkelen. Een journalistieke denktank is hier nu al voor aan het werk gezet.





RTV Utrecht • Een vast nieuws- en actualiteitenaanbod

Het nieuwsaanbod van de RTV Utrecht redactie is ook in 2027 te volgen op al onze kanalen: online berichtgeving in de vorm van artikelen en video's, via sociale media in de vorm van video's en explainers (uitlegvideo's), elk uur op werkdagen de regionale nieuwsbulletins op Radio M Utrecht en op televisie is het gepresenteerde nieuwsprogramma *UVandaag* op alle werkdagen te bekijken en online terug te kijken.

Onze regioverslaggevers. De provincie Utrecht is geen grote provincie qua oppervlak; toch heeft elk gebied een duidelijk eigen profiel. De fysieke kenmerken (b.v. stedelijk gebied, plassengebied en de Utrechtse Heuvelrug), de sociale kenmerken (b.v. leefbaarheid, bevolkingssamenstelling en achtergrond), cultuur (zoals historie, dialecten en godsdienstbeleving) en bestuurlijke kenmerken (coalities van politieke partijen) tekenen de verschillen tussen de diverse regio's. Deze diversiteit komt in onze content naar voren.

Onze regioverslaggevers hebben vaste regio's vanuit waar ze werken en waar ze hun netwerk hebben opgebouwd om zodoende de diversiteit en identiteit van de gebieden in de berichtgeving te waarborgen.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

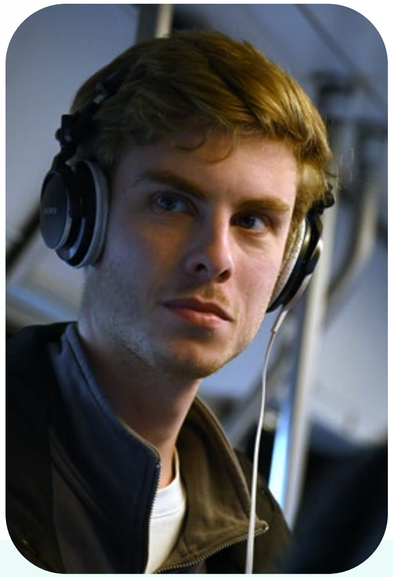
3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Omroep West • Journalistiek

Luisteren is onderdeel van onze journalistiek. Dat maakt ook dat we oog hebben voor alle feiten, ook als de interpretatie complex is. In onze journalistiek belichten we niet een kant, maar schetsen we een compleet beeld. Dat betekent: wij bieden context en duiding. Zodat feiten in een breder maatschappelijk verhaal worden geplaatst. Dit maakt de journalistiek van Omroep West relevanter, completer en minder kil of *te feitelijk*. Het voorkomt een vorm die ook wel *pingpongjournalistiek* wordt genoemd: een quote van partij A, een quote van partij B en de volger moet zelf maar uitzoeken hoe het zit. Wij doen het anders en bieden reportage, context en duiding.

Omroep Zeeland • Stemmenjacht

Omroep Zeeland zal in 2027 ruim aandacht besteden aan de Provinciale Statenverkiezingen. Omroep Zeeland heeft speciaal voor deze verkiezingen het concept *Stemmenjacht* ontwikkeld waarbinnen specifieke content via radio, televisie, online en socialmediakanalen gepubliceerd en ontsloten wordt. Juist deze herkenbare en crossmediale distributie resulteerde bij eerdere provinciale verkiezingen in een groot bereik van media-aanbod en versterkte betrokkenheid van ons publiek. Dit concept is landelijk onderscheiden met een award voor de beste producties van de regionale omroep omdat het de ogenschijnlijk taaie verkiezingen toegankelijk maakte voor een breed publiek. Tijdens en na verkiezingen op 17 maart 2027 zal Omroep Zeeland haar publiek informeren over de opkomst, uitslag, stemgedrag, zetelverdeling en de verwachte gevolgen.



Regionale omroepen delen de ambitie om:

- Met journalistieke activiteiten bij te dragen aan meer onderling begrip voor elkaars mening. We vervullen een voorbeeldfunctie door betrouwbaar en feitelijk te zijn en vanuit een open houding naar mensen te luisteren.
- Een constructieve bijdrage te leveren aan het regionale publieke debat door in interactie met ons publiek relevante maatschappelijke thema's te belichten. Zo stimuleren we ons publiek om elkaar in én buiten dat debat weer vaker te vinden.
- Midden in de samenleving te staan. We zijn een afspiegeling van de maatschappij. We verbinden mensen weer - of meer - door onderling begrip te vergroten, te luisteren en te stimuleren zich in een ander te verplaatsen.

In het CBP *Alles wat ons verbindt* zijn de volgende uitgangspunten geformuleerd voor het mediabeleid:

- Onafhankelijke en op feiten gebaseerde journalistiek;
- Versterken van regionale identiteit;
- Digitalisering en innovatie;
- Promoten van mediawijsheid;
- Ondersteuning van sociale cohesie;
- Cultureel en educatief media-aanbod.

Elke regionale publieke omroep geeft hieraan op eigen wijze invulling en beschrijft dat in de eigen bekostigingsaanvraag voor 2027. De kennis van het publiek en van de onderwerpen die in de regio spelen, zijn daarbij leidend. Vanuit die kennis zoekt de redactie naar de meest geschikte kanalen en platforms om het publiek te bereiken met content die aansluit bij hun informatiebehoefte. Verbinding in de regio en het bieden van een tegengeluid tegen de toenemende polarisatie zijn hierbij belangrijk en voor elke omroep terugkerende drijfveren.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Op 17 maart 2027 zijn de verkiezingen voor de Provinciale Staten en de waterschapsverkiezingen, voor elke regionale omroep een belangrijk thema. Uiteraard wordt er verslag gedaan van het verloop van de verkiezingsdag en van de uitslagen. In aanloop naar de verkiezingen komt een aantal omroepen, zoals NH Media en Omroep Zeeland met een speciaal opgezet interactief format waardoor het publiek zich goed kan oriënteren op de standpunten van de verschillende partijen bij deze verkiezingen. Alle omroepen bieden debat, achtergrondinformatie en verhalen van inwoners over de thema's die regionaal spelen, zoals de toenemende druk op de ruimte in Nederland, watermanagement en woningbouw. Maar ook de stikstofplannen van het kabinet en de uitwerking die deze voor de regio hebben, staan bij veel omroepen op de agenda.

Omroep Brabant • De Dag van de zachte g

Omroep Brabant besteedt structureel aandacht aan de culturele rijkdom van Brabant, waaronder (vanzelfsprekend) carnaval, dialecten, (volks)cultuur, muziek, erfgoed, tradities, stedelijke en landelijke gemeenschappen en de verschillende leefwerelden binnen de provincie. Dit doen we door informatieve programma's met een onderhoudend karakter te ontwikkelen en uit te zenden op onze kanalen. Voor Brabant+ en televisie maken we spraakmakende series en documentaires die een beeld geven van Brabant en de Brabanders. Ook is de omroep elk jaar opnieuw de belangrijkste partij als het gaat om het breed neerzetten van evenementen. Denk daarbij aan Carnaval, Paaspop, het bloemencorso en de Brabantse Dag. Maar we creëren ook zelf momenten voor verbinding. In 2026 organiseerden we voor het eerst een grootschalige *Dag van de Zachte G* met onder andere de *Brabantse Top 100*. In 2027 zetten we deze lijn door. *De Dag van de Zachte G* is door Omroep Brabant bedacht en uitgewerkt als volledig campagneconcept met activatie, branding, social formats, evenementen, contentformats en partnerschappen.

OMROEP BRABANT





Omrop Fryslân

Omrop Fryslân • Transparantie

In 2026 is Omrop Fryslân gestart met een nieuwsbrief waarin iedere week de hoofd-/eindredactie inzicht geeft bij wat er die week specifiek heeft gespeeld op de redactie, hoe bepaalde keuzes tot stand gekomen zijn en soms ook een reflectie. We zijn hiermee begonnen omdat we weten dat het publiek die vragen heeft en we transparant willen zijn. Inmiddels hebben we ook iedere week een verslaggever die vertelt wat hij/zij deze week achter de schermen heeft meegemaakt, hoe een reportage tot stand is gekomen en welke dilemma's er soms zijn. In 2027 willen we deze verhalen ook op andere platforms gaan gebruiken.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Onze journalistiek heeft ook een controlerende functie, die wij onder meer invullen via gerichte onderzoeksjournalistiek. De gezamenlijke onderzoeksredactie van de regionale publieke omroepen (Bureau Regio) en de NOS vervult daarbij een belangrijke rol. Regionale publieke omroepen werken in 2027 mee aan de journalistieke projecten van deze gezamenlijke onderzoeksredactie. Een groot deel van de omroepen heeft redacteuren aangesteld die onderzoeksjournalistiek in gang zetten, soms aangevuld door een representatief publiekspanel in de eigen regio. Onderzoek vormt de basis voor onder andere documentaires, podcasts, reportages en andere contentproducties en wordt gedeeld met het publiek via verschillende kanalen (web, app, social media, radio, televisie).

Met ons media-aanbod zijn we maatschappelijk relevant. In 2026 hebben we onze publieke waarden opnieuw gedefinieerd. Op basis hiervan zullen we in 2027 onderzoek doen naar de ervaren waarde en impact van ons aanbod, in het bijzonder op het gebied van verbinding, dialoog en onderling begrip, zoals verwoord in het CBP. Deze kwalitatieve inzichten gebruiken we om waar nodig onze content- en distributiestrategie bij te sturen.

Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

NH Media • Windstreken

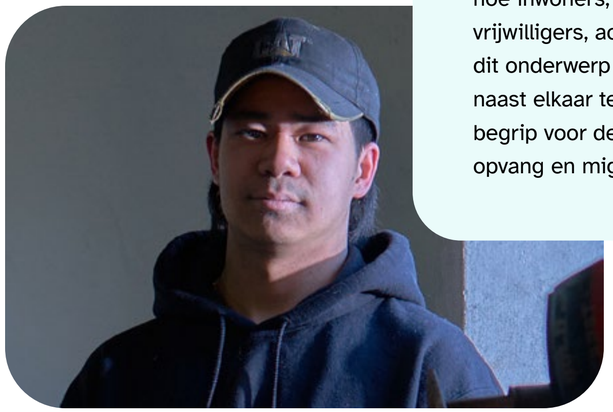
NH Media besteedt in de podcastserie *Windstreken* aandacht aan streektalen in de provincie en de verschillende Kerkstraten in Noord-Holland. De lopende succesvolle videoformats rond lokale geschiedenis worden voortgezet met daarbij een prominentere vertaling naar de online- en sociale platformen.





Omroep Gelderland • Hasans Wereld

In 2027 brengt Omroep Gelderland een nieuwe serie van *Hasans Wereld*. In deze reeks staat het vluchtelingendebat centraal. Presentator Hasan Yildirim onderzoekt hoe inwoners, bestuurders, asielzoekers, statushouders, vrijwilligers, actievoerders en andere betrokkenen naar dit onderwerp kijken. Door uiteenlopende perspectieven naast elkaar te zetten, willen we bijdragen aan meer begrip voor de maatschappelijke dynamiek rondom opvang en migratie, zonder daarbij een oordeel te vellen.



L1 • Limburgs dialect en cultuur

Limburg is gezegend met een eigen dialect, gesproken door driekwart van de bevolking. Het is identiteit pur sang, en komt terug op L1 Radio (waar bijna louter dialect gesproken wordt), in het muziekaanbod (Limburg kent veel dialectmuziek, regulier en in extreme mate met carnaval), in dagelijkse variaprogramma's op televisie als *Ongerwaeg*, in laagdrempelige reportages op social media en in het verslag van tientallen traditionele evenementen als de Oud Limburgse Schuttersfeesten (OLS) en Vastelaovend (carnaval). L1 overweegt een kinderprogramma in dialect te gaan uitzenden.

De lijst van evenementen waar L1 aandacht aan besteedt is lang. We verwachten in 2027 op 45 evenementen aanwezig te zijn. De provincie kent een breed scala aan evenementen, van traditioneel (OLS, Wereldmuziekconcours) tot eigentijds (Pinkpop, Cultura Nova, Amstel Gold Race). *Vastelaovend* is een verhaal apart. L1 verslaat het niet, maar L1 is het! L1 bereikt honderdduizenden Limburgers via al onze kanalen vanaf de elfde van de elfde, via het LVK (jaarlijkse verkiezing van het carnavalsliedje, een mega-event) tot en met carnaval zelf. Carnaval festivaliseert en concentreert zich in een paar grote steden: L1 houdt het levend voor heel Limburg.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Divers en inclusief: de mens centraal

Inclusiviteit vormt een integraal uitgangspunt voor al ons handelen en komt terug in alle plannen van de regionale omroepen voor 2027. 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 behoefte aan samenhang. Onze redacties streven naar een brede en herkenbare afspiegeling van de samenleving in de content en zorgen ervoor dat ons aanbod begrijpelijk en toegankelijk is - ook voor mensen met beperkte taalvaardigheid of digitale vaardigheden. AI wordt ingezet om content in verschillende talen te bewerken.

De regionale publieke omroepen zijn omroepen waar verschillende stemmen klinken en waar alle inwoners van de regio zich gezien, gehoord en verbonden voelen. Het produceren en aanbieden van content in de eigen (streek)taal en passende tone of voice is daarbij van groot belang.

Daarnaast bieden we een tegengeluid tegen de toenemende polarisatie. We proberen het brede midden aan het woord te laten en niet alleen de uitersten in de samenleving. We vinden het belangrijk dat de verschillende perspectieven, gemeenschappen en regio's zich kunnen herkennen in ons aanbod. Diversiteit in brongebruik en perspectieven staat voor ons voorop. We zoeken actief naar de verschillende verhalen. Daarbij is de input van ons publiek onmisbaar. We halen input zowel digitaal als fysiek op: bij evenementen, in sessies met specifieke doelgroepen, via de mediaraad en in samenwerking met scholen en maatschappelijke partners.



Regionale Publieke Omroep

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



omroep flevoland

Omroep Flevoland • Calamiteiten

Omroep Flevoland is goed ingericht om snel te kunnen handelen wanneer de Veiligheidsregio Flevoland de omroep verzoekt te functioneren als calamiteitenzender. Bij een calamiteit kan de redactie snel opschalen. De nieuwsredactie werkt crossmediaal, waardoor informatie via radio, televisie, website, app en social media - indien beschikbaar - snel en eenduidig kan worden verspreid. Radio speelt daarbij een belangrijke en cruciale rol, omdat dit medium bij verstoringen van andere communicatiekanalen hét kanaal voor de crisiscommunicatie is en blijft. De redactie zorgt ervoor dat officiële informatie van de Veiligheidsregio, gemeenten, politie, brandweer of andere bevoegde instanties zo snel mogelijk wordt doorgegeven aan het publiek. Binnen de redactie is - ook in crisissituaties - aandacht voor snelheid én betrouwbaarheid. Informatie wordt niet alleen snel gepubliceerd, maar ook zorgvuldig geverifieerd. Berichten worden waar nodig voortdurend aangevuld of gecorrigeerd, zodat inwoners steeds beschikken over actuele en betrouwbare informatie. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om waarschuwingen, handelingsperspectief, instructies, bereikbaarheid, afsluitingen, opvanglocaties en andere informatie die voor inwoners direct van belang is. Ook in 2027 zullen we ons protocol blijven testen, toetsen en updaten in goede samenwerking met de Veiligheidsregio.

In 2026 hebben we bij Omroep Flevoland op onze online platformen aandacht besteed aan de landelijke campagne over de calamiteitenfunctie van alle regionale omroepen. Onder meer door het weggeven van noodradio's van Omroep Flevoland. Ook in 2027 zullen we via onze radio- en televisiekanalen aandacht blijven vragen voor onze calamiteitenfunctie.

Calamiteitenzender of rampenzender

Bij uitval van kritieke infrastructuren zijn de maatschappelijke gevolgen aanzienlijk. In dergelijke situaties moeten de regionale publieke omroepen hun wettelijk vastgelegde rol als calamiteitenzender vervullen. In lijn met het overheidsbeleid rond noodsituaties streven de regionale omroepen ernaar deze rol tot 72 uur te kunnen blijven vervullen. Daarvoor worden aanvullende maatregelen genomen, zoals noodvoorzieningen bij de studio's en voldoende brandstof voor de zendmasten.

Bij een ramp kan de overheid informatie via de radiokanalen van de regionale omroep verspreiden. Met onze eigen infrastructuur waarborgen wij de continuïteit van betrouwbare nieuws- en informatievoorziening aan inwoners. In nauwe samenwerking met de veiligheidsregio's en rijksoverheid geven we invulling aan de rol als calamiteitenzender. Alle regionale omroepen hebben regelmatig overleg met de veiligheidsregio's in hun werkgebied, waarin werkafspraken worden gemaakt en protocollen worden doorgenomen. In 2027 staan bij alle regionale omroepen simulaties en oefeningen gepland voor rampensituaties, waarbij niet alleen naar techniek wordt gekeken, maar ook naar de journalistieke invulling en de ondersteuning. Dit gebeurt in samenwerking met andere spelers in de veiligheidsregio. Met gerichte content via alle regionale kanalen wordt de aandacht van het publiek gevraagd voor de communicatie in geval van rampen of crises. Een aantal regionale omroepen organiseert net als in 2026 winacties voor noodradio's.

Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

Gerelateerde doelstellingen CBP m.b.t. media-aanbod

- Adequate, onafhankelijke en feitelijke nieuws- en actualiteitenvoorziening in de provincie.
- Versterking van regionale identiteit, maatschappelijk debat en dialoog via nieuws-, cultuur- en educatief aanbod.
- Divers en inclusief media-aanbod dat de regio weerspiegelt en herkenbaar is voor verschillende groepen inwoners.
- Structurele inzet op onderzoeksjournalistiek (eigen en gezamenlijk).
- Betrouwbare informatievoorziening tijdens rampen en crisissituaties (calamiteitenfunctie).

Gerelateerde prestatieafspraken

- MA1 Media-aanbod
- MA2 Impactvolle onderwerpen
- MA3 Diversiteit in brongebruik en perspectieven
- MA4 Publiekswaardering en publieke waarden



Prestaties 2027

1 De dertien rpmi's bieden in 2027 dagelijks onafhankelijk, feitelijk en pluriform nieuws- en actualiteitenaanbod, met structurele aandacht voor duiding en debat in regionale context. De Provinciale Statenverkiezingen en Waterschapsverkiezingen krijgen bij alle rpmi's volop aandacht. Naast debatten en verkiezingsuitslagen wordt ook aandacht besteed aan onderwerpen die regionaal spelen en voor inwoners van belang zijn bij het bepalen van hun stem.

2 De dertien rpmi's versterken in 2027 de regionale identiteit en maatschappelijke dialoog door een herkenbaar aanbod aan nieuws, cultuur, educatie en evenementen, aansluitend bij de maatschappelijke uitdagingen uit het CBP. De dertien regionale omroepen verslaan in 2027 ruim 260 evenementen.

3 De dertien rpmi's zorgen in 2027 voor een divers en inclusief media-aanbod, waarin verschillende perspectieven, gemeenschappen en regio's in de provincie herkenbaar zijn. Alle omroepen besteden extra aandacht aan het bereiken van jongeren door gerichte content voor – en meestal ook samen met – hen te maken. Maar ook specifieke doelgroepen worden bewust opgezocht, zoals voetbalfans, arbeidsmigranten en groepen met een gedeelde culturele achtergrond.

4 De dertien rpmi's borgen in 2027 een vaste plek voor onderzoeksjournalistiek (eigen en in samenwerking met de gezamenlijke onderzoeksredactie/Bureau Regio) in het aanbod. Een aantal omroepen heeft een eigen representatief publiekspanel dat input levert voor en/of feedback geeft op de content. AI wordt toegepast voor het analyseren van grote datasets. De verhalen die uit deze vorm van journalistiek voortkomen worden op allerlei platforms naar content vertaald: van langere documentaires en reportages voor televisie en radio, naar korte TikTok filmpjes, van artikelen tot explainers en nieuwsflitsen.

5 De dertien rpmi's zijn in 2027 aantoonbaar voorbereid op de calamiteitentaak en leveren tijdens rampen en crisissen betrouwbaar, tijdig en begrijpelijk nieuws en informatie via passende kanalen. Rpmi's staan in nauw contact met de veiligheidsregio's hebben protocollen en oefenen de wijze waarop ze ook bij een ramp of crisis kritisch en betrouwbaar de inwoners in hun regio kunnen informeren.

6 De dertien rpmi's rapporteren over de koers, ontwikkeling en groei van het dagelijks nieuws- en actualiteitenaanbod, het cultureel en educatief media-aanbod en onderzoeksjournalistiek in 2027 en over de diversiteit van de culturele achtergronden en perspectieven in het media-aanbod, inclusief:
a. aandacht voor regionale diversiteit (o.a. taal/dialect, regionale cultuur etc.);
b. aandacht voor verschillende culturele, sociaaleconomische en levensbeschouwelijke achtergronden.

7 De RPO rapporteert jaarlijks over programma's/items van de regionale omroepen die impact hebben gehad in de maatschappij en hoe de gebruikers ervaren dat de omroep hen waarde brengt en impact heeft.

8 De dertien rpmi's behouden en versterken in 2027 de gemiddelde waardering op de kernwaarden regionaal, actueel, informatief, onafhankelijk, betrouwbaar, betrokken en professioneel.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

2. Bereik, doelgroepen en distributie

Het mediagebruik van Nederlanders is blijvend veranderd sinds de intrede van nieuwe mediavormen. Technieken, platformen en contentvormen zullen blijven veranderen. De verschuiving van traditionele media naar online, on demand en social media zien we niet meer alleen onder jongeren. Alle leeftijdsgroepen zijn gebruikers van het continue wijzigende aanbod van techniek en vorm om media te consumeren. Regionale omroepen moeten zichtbaar en relevant zijn en blijven op alle platformen en kanalen waar onze inwoners zich bevinden.

De omroepen doen zelf en in RPO-verband continu onderzoek naar doelgroepen, bereik, voorkeursplatforms, tijdsbesteding en interactie. Op basis van deze inzichten worden redactionele keuzes en distributiestrategieën doel- en toekomstgericht gemaakt.

Zo onderscheiden we doelgroepsegmenten, gebaseerd op elementen zoals levensfase, waardenoriëntatie en gebruikersbehoefte naast de gebruikelijke socio-demografische kenmerken. Hiermee kennen we de belangrijkste verklarende factoren achter mediagedrag, behoefte, bereik en waardering. Uitbreiding en verdieping van inzichten komen in 2027 aan bod: geregistreerd mediagebruik zoals bezoeken, pageviews etc. uit digitale meetsystemen of platforms (censusdata) en onderzoek naar additionele inzichten om doelgroepsegmenten in te kleuren. Zo kan steeds middels herijking en actueel overzicht van potentieel bereik en waardering toegewerkt worden naar passende vorm, content en distributiewijze. Dit helpt ons om breed bereik te realiseren, met ook aandacht voor niche doelgroepen zoals laaggeletterden, anderstaligen etc. Het vakoverleg marketing, communicatie en onderzoek, met alle omroepen en RPO, is behulpzaam om in projectgroepen en d.m.v. het delen van kennis en ervaring gericht doelgroepgericht werken te ondersteunen.

In RPO-verband worden regio-overstijgende panels (zoals het Jongerenpanel) gefaciliteerd waarin specifieke informatiebehoeften en mediagebruik voor geselecteerde doelgroepen aan de orde komen. Deze panels worden in 2027 verder opgezet na een inventarisatie en keuze in najaar 2026.

Daarnaast hebben diverse omroepen eigen panels, waar zij specifieke vragen kunnen stellen in het kader van journalistiek onderzoek of feedback kunnen vragen. Omroep Zeeland zet in 2027 een opiniepanel op dat moet gaan functioneren als een ‘schaduwredactie’. Omroep Gelderland, RTV Drenthe en RTV Oost gebruiken input van de community rondom het project Kalm An, gericht op plattelandsjongeren. NH Media zet een *Thuisraad* op, die als klankbord gaat dienen voor redactionele keuzes.

Ook regionale evenementen bieden voor veel omroepen een uitstekende gelegenheid om met doelgroepen, zoals jongeren of groepen met een specifieke culturele achtergrond in gesprek te komen. Dat levert bruikbare input en feedback op. Met name sociale media zijn voor alle omroepen een belangrijk middel om actief naar interactie met hun publiek te zoeken. Dit kan leiden tot verbreding of verdieping van journalistieke onderwerpen, maar soms ook tot input voor de (onderzoeks)redactie voor nieuwe onderwerpen die van belang zijn voor hun publiek.



RTV Noord • NoordNext

RTV Noord besteedt in 2027 nadrukkelijk aandacht aan de positie van jongeren in Groningen. Eind 2026 lanceert RTV Noord *NoordNext*, een nieuw platform voor en door jongeren. Gemaakt door stagiaires van mbo, hbo en wo, onder begeleiding van een medewerker van RTV Noord. Zij krijgen binnen RTV Noord de ruimte om aandacht te besteden aan thema´s en onderwerpen die onder jongeren leven op een manier die deze doelgroep ook aanspreekt. Zij zijn verbonden met de bestaande kanalen van RTV Noord, maar krijgen eigen ruimte, onder de vlag van RTV Noord.

RTV NOORD

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Rijnmond • Diversiteit en Inclusie

Diversiteit is voor Rijnmond geen apart project of thema, maar een manier van werken. Iedere dag opnieuw, in de verhalen die we maken, de mensen die we spreken en de keuzes die we als publieke omroep maken. De Rijnmondregio is een van de meest diverse regio's van Nederland. Die diversiteit willen we iedere dag terugzien in onze journalistiek. Dat begint bij de keuze van onze onderwerpen, maar ook bij de mensen die we aan het woord laten en de plekken waar we verhalen ophalen. We besteden aandacht aan gevestigde inwoners én nieuwkomers, aan verschillende generaties, culturen, religies en sociaaleconomische achtergronden. We streven bewust naar een breed en divers brongebruik, zodat niet steeds dezelfde bestuurders, woordvoerders of experts het verhaal bepalen.

Rijnmond wil niet alleen in haar journalistiek een afspiegeling zijn van de regio, maar werkt ook binnen de eigen organisatie aan een inclusieve cultuur. In de tweede helft van 2026 is een interne Diversiteit & Inclusie-commissie gestart, die medewerkers actief betrekt bij initiatieven om het bewustzijn en de inclusiviteit binnen de organisatie verder te vergroten. Daarnaast is de Mediaraad in 2026 verder doorontwikkeld tot een brede en representatieve vertegenwoordiging van inwoners uit ons verzorgingsgebied, met verschillende leeftijden, culturele achtergronden, woonplaatsen en maatschappelijke ervaringen.

In 2026 stelt Rijnmond een plan van aanpak op voor diversiteit en inclusie dat in 2027 wordt uitgevoerd en verder geborgd binnen de organisatie. Daarbij ligt de focus op inclusieve werving en selectie, gelijke ontwikkelkansen, bewustwording, leiderschap en het versterken van een inclusieve organisatiecultuur. De voortgang wordt periodiek geëvalueerd, zodat diversiteit en inclusie duurzaam worden verankerd in het HR-beleid, de organisatieontwikkeling en de dagelijkse praktijk.

Regionale omroepen spelen voortdurend in op veranderend mediagedrag en nieuwe distributievormen. Elke omroep heeft eigen aanbodkanalen (op web, app, radio, televisie) en is actief op socialmediaplatformen als TikTok, Instagram en YouTube en is aanwezig op de NOS-website en app, NPO Start, NPO Luister en NLZIET. Strategische keuzes rond platforms en vindbaarheid van alle dertien omroepen worden in overleg tussen de regionale omroepen en de RPO gemaakt.

In lijn met het CBP werkt de RPO samen met de regionale omroepen aan een toekomstbestendig technologisch ecosysteem voor journalistiek, productie en distributie via websites en apps. Hierbij wordt toegewerkt naar een gezamenlijke digitale infrastructuur waarin kennis, technologie en innovatie zoveel mogelijk worden gedeeld (zie hoofdstuk innovatie).

Gerelateerde doelstellingen CBP
m.b.t. bereik, doelgroepen en distributie

- Doelgroepgericht werken op basis van gevalideerde doelgroepsegmenten.
- Behoud/verbetering van bereik in kern- en onderbereikte doelgroepen.
- Versterken van publieksinteractie, participatie en ervaren impact.
- Doorontwikkeling en stabiele beschikbaarheid van eigen aanbodkanalen.
- Strategische aanwezigheid op passende platforms van derden.
- Verbeteren van vindbaarheid, toegankelijkheid en gebruik van het aanbod.

Gerelateerde prestatieafspraken

- B1 Doelgroepsegmentatie.
- B2 Bereik in doelgroepen (platformdimensie).
- B3 Beschikbaarheid op eigen en andere platforms.
- B4 Publieksinteractie en participatie.
- B5 Toegankelijkheid en vertaling.

Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

Prestaties 2027

1 De dertien rpmi's werken in 2027 doelgroepgericht op basis van gevalideerde doelgroepsegmenten, data-analyse en publieksonderzoek en vertalen deze inzichten aantoonbaar naar aanbod, formats en distributiekeuzes.

2 De dertien rpmi's behouden en versterken in 2027 het bereik onder bestaande doelgroepen en realiseren groei onder onderbereikte doelgroepen, met specifieke aandacht voor jongeren. Alle rpmi's ontwikkelen specifieke content voor jongeren die wordt aangeboden via social media als TikTok en YouTube.

3 De dertien rpmi's versterken in 2027 de interactie met het publiek door actieve publieksbetrokkenheid, participatie, dialoog en het ophalen van signalen, verhalen en reacties uit de samenleving. Initiatieven als *Goede Buur* van Omroep Flevoland of *Effe Buurten* van Omroep Gelderland zijn gericht op verbinding en interactie en versterken het gemeenschapsgevoel.

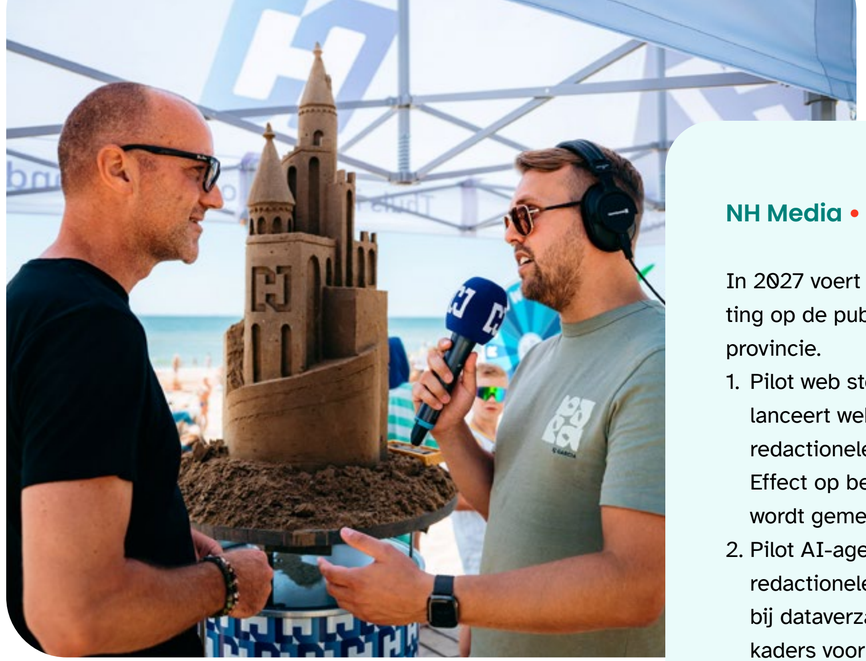
4 De dertien rpmi's ontwikkelen in 2027 de eigen aanbodkanalen (waaronder website, app, radio, televisie) verder door en zorgen voor stabiele, betrouwbare en toegankelijke beschikbaarheid van het media-aanbod.

5 De dertien rpmi's zijn in 2027 strategisch aanwezig op relevante platformen van derden en biedt daar doelgroepgerichte content aan die aansluit bij het gebruik en mediagedrag van verschillende doelgroepen.

6 De dertien rpmi's verbeteren in 2027 de vindbaarheid, toegankelijkheid en gebruikservaring van het media-aanbod, zodat inwoners van de provincie het aanbod eenvoudig kunnen vinden, begrijpen en gebruiken via passende kanalen en apparaten.



Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen



RTV Drenthe • Interactie

In 2027 verschuift RTV Drenthe het accent verder van lineair naar online en on-demand. We breiden verticale video op sociale media uit, onderzoeken nieuwe platformen die passen bij onze publieke waarden en houden de bestaande platformstrategieën kritisch tegen het licht. Interactie en participatie geven we vorm via de rubriek *Zoek het uit!*, waarin het publiek vragen stelt die de redactie beantwoordt. Op onze regioredacties in Emmen, Assen en Meppel zijn de verslaggevers herkenbaar en aanspreekbaar. Daarnaast vindt interactie plaats via sociale media en communitykanalen (zoals rond de podcast *Onze Club*). Mensen kunnen met ons kennismaken via rondleidingen en via de markt in ons pand. Daarnaast zijn we een actieve deelnemer aan de Week van het Nieuws 2027.



NH Media • Innovatieve formats

In 2027 voert NH Media een aantal pilots uit, in aansluiting op de publieksbehoeften en doelgroepen van de provincie.

1. Pilot web stories voor jongere doelgroepen - NH Media lanceert web stories als vast format voor één of twee redactionele domeinen (bijv. wonen en lokale politiek). Effect op bereik en betrokkenheid onder 18-34-jarigen wordt gemeten via het Datateam.
2. Pilot AI-agents in de nieuwsredactie - NH Media test redactionele AI-agents die journalisten ondersteunen bij dataverzameling, feitenchecks en het opstellen van kaders voor complexe verhalen. De pilot loopt gecontroleerd, met bijzondere aandacht voor transparantie en redactionele verantwoordelijkheid.
3. Interactief verkiezingsformat Provinciale Staten - Rond de Provinciale Statenverkiezingen 2027 ontwikkelt NH Media een geïntegreerd digitaal format: een interactieve stemhulp (AI-chat) al dan niet gekoppeld aan kandidaten-web stories, een live verkiezingsblog en een datagedreven rapportage van de uitslag per gemeente. Dit format verbindt informatiebehoefte, publieksinteractie en regionale verankering.
4. Personalisatiepilot nieuwsfeed en nieuwsbrief - NH Media test op beperkte schaal een gepersonaliseerde nieuwsfeed en e-mailnieuwsbrief, op basis van thematische en geografische voorkeuren van gebruikers. Doel is de loyaliteit van vaste bezoekers te vergroten, zonder de breedte en toegankelijkheid van het aanbod te beperken.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

3. Innovatie en ontwikkeling

De mediasector verandert in hoog tempo door digitalisering, technologische ontwikkelingen, AI en veranderend mediagedrag. Innovatie is daarom noodzakelijk om inwoners ook in de toekomst effectief en blijvend te kunnen bereiken. Voor de regionale omroepen staat 2027 in het teken van verdere digitale ontwikkeling en organisatorische wendbaarheid.

Binnen de regionale publieke omroep werken we steeds intensiever samen op het gebied van innovatie, data, technologie en digitale ontwikkeling. Onze publieke opdracht (dichtbij, betrouwbaar en regionaal verankerd nieuws en verhalen brengen) vraagt om een stevige digitale basis. In 2027 worden alle regionale omroepen aangesloten op een gezamenlijk technologisch ecosysteem (TES) welke vanaf dan gezamenlijk verder wordt doorontwikkeld. Het TES is een samenhangend geheel van web- en appplatforms, content-managementsystemen, data, AI en andere innovaties van de dertien omroepen. De samenwerking in het TES is een middel om onze maatschappelijke opdracht beter te vervullen en versnelt de digitale transitie van de regionale omroepen. Bovendien kunnen we door gedeelde ontwikkeling en infrastructuur kostenefficiënter werken. NH Media, Omroep Brabant en Omroep Gelderland nemen het voortouw. Het TES bewaart de (redactionele) autonomie van elke omroep, met ruimte voor eigen tempo en kleur, binnen heldere governance-afspraken. Hierbij wordt er een duidelijk onderscheid gemaakt tussen collectieve innovatie (TES) en individuele innovatie bij de regionale omroepen.

Het werken met AI heeft de aandacht van alle omroeporganisaties. Hoe kan AI bijdragen aan een efficiënter werkproces, aan het analyseren van grote datasets, of aan het bewerken en vertalen van content zodat deze op meerdere kanalen kan worden ingezet? Alle ervaringen worden gedeeld in de AI-club die de RPO faciliteert, zodat de lessen die geleerd worden inzichtelijk zijn en door andere omroepen kunnen worden gebruikt.

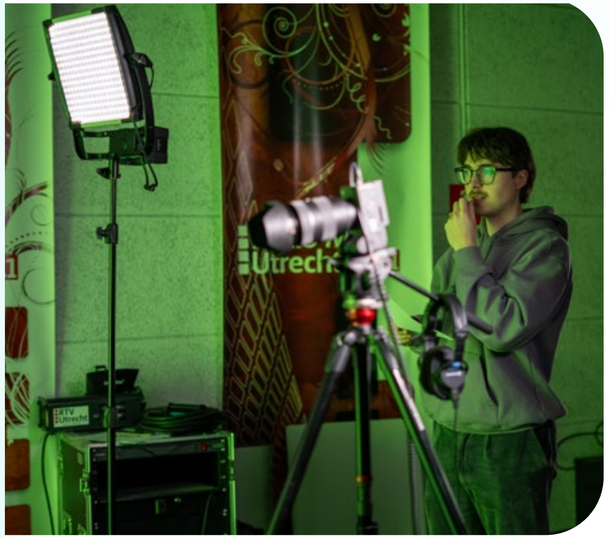
RTV Utrecht • AI Lab

RTV Utrecht neemt deel aan het pilotproject AI Lab. Binnen dit project wordt samen met RTV Oost, Omroep Gelderland, Omrop Fryslân en RTV Noord kennis gedeeld over de AI-ontwikkelingen binnen de eigen omroepen, wat we van elkaar kunnen leren en aan welke projecten we gezamenlijk kunnen werken. Zo wordt er onder meer gekeken of AI kan helpen bij het modereren van reacties op sociale media.

Binnen RTV Utrecht wordt AI ingezet om het publiek beter te bereiken en effectiever te werken. Korte video's worden op app en web automatisch ondertiteld. Dit wordt bij succes ook uitgebreid naar lange video's. Op de redactie wordt transcriptie ingezet om sneller van video- en radio-items ook onlineverhalen te maken. Voor verhalen waarvoor geen passende afbeelding beschikbaar is, kan AI worden ingezet om een afbeelding te genereren. Verschillende AI-agents (digitale assistenten die specifieke taken uitvoeren) worden gebruikt en ontwikkeld om de redactie te ondersteunen, onder meer voor het maken van koppen/titels en het doen van een uitgebreide eindredactionele controle. Alle medewerkers hebben daarbij toegang tot Copilot.

Met behulp van AI-ondersteunde softwareontwikkeling (vibe-coding) worden eigen tools ontwikkeld die naadloos aansluiten op de workflow, onder meer om het binnenkomende nieuws te ontsluiten en te verzamelen. Om AI verantwoord te gebruiken, zijn er eigen richtlijnen ontwikkeld voor redactie en vormgeving. In de richtlijnen staat onder meer dat wij als makers eindverantwoordelijk blijven, transparant zijn over ons AI-gebruik en zelf onze artikelen blijven schrijven. Deze richtlijnen worden nog uitgebreid voor alle afdelingen binnen de omroep. Ook krijgen de medewerkers een cursus AI-geletterdheid, waarin wordt ingegaan op de werking van AI en de geldende wet- en regelgeving.

RTV Utrecht



Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Rijnmond • Innovatieagenda

De strategische innovatieagenda van Rijnmond voor 2027 richt zich onder meer op agentische AI, zero-click search en verder veranderend mediagedrag, kwalitatief datageïnspireerd werken, de groeiende publieksbehoefte aan regionale nabijheid, de verschuiving in het lokale- en streek-medialandschap en hoofdzakelijk de fundamentele impact van nieuwe technologie op functies, werkprocessen en de inrichting van de organisatie. Daarbij stellen we steeds de vraag welke werkzaamheden daadwerkelijk vragen om menselijke creativiteit, journalistieke afwegingen, vakmanschap en persoonlijk contact, en welke verantwoord door technologie kunnen worden ondersteund of volledig kunnen worden overgenomen. Door routinematige werkzaamheden slimmer te organiseren ontstaat in 2027 en navolgende jaren meer ruimte voor werkzaamheden die direct bijdragen aan journalistieke kwaliteit, maatschappelijke impact en publieke waarde binnen de beschikbare capaciteit.

Vanuit deze visie voeren we in 2027 verschillende verkenningen en experimenten uit. We onderzoeken onder meer de automatisering van follow-ups en cliëntbeheer binnen onze B2B-activiteiten, AI-ondersteuning rondom het journalistieke proces zoals automatisch doelgroepgericht editen, ondertitelen, AI-content repurposing, schrijfhulp, AI-persona's en het automatisch genereren van content in meerdere formaten voor verschillende platformen. Daarnaast verkennen we hoe agentische AI complete ondersteunende processen kan uitvoeren, hoe technologie de samenwerking met lokale en streekomroepen kan versterken en hoe onze distributiestrategie zich verder moet ontwikkelen in een medialandschap waarin AI-gedreven informatievoorziening en zero-click search een steeds grotere rol spelen. Ook onderzoeken we hoe AI kan bijdragen aan een betere ontsluiting en vindbaarheid van onze eigen content. AI is daarbij nadrukkelijk een middel om de kwaliteit, efficiëntie en publieke waarde van onze dienstverlening te vergroten, nooit een doel op zichzelf.

Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

Gerelateerde doelstellingen CBP
met betrekking tot innovatie en ontwikkeling

- Aansluiting op het gezamenlijke technologische ecosysteem.
- Toepassing van bewezen technologie en AI in productie en distributie.
- Jaarlijkse gezamenlijke innovatie-experimenten.
- Ontwikkeling en uitrol van regio-overstijgende formats en concepten.

Gerelateerde prestatieafspraken

- IO1 Gezamenlijk technologisch ecosysteem.
- IO2 Gezamenlijke innovatie-experimenten.
- IO3 Regio-overstijgende formats en concepten.

Prestaties 2027

1 De dertien rpmi's sluiten in 2027 allemaal aan op het gezamenlijke technologisch ecosysteem van de regionale publieke omroepen.

2 De dertien rpmi's passen in 2027 bewezen technologie en AI-toepassingen toe ter ondersteuning van journalistieke productie, distributie, data-analyse en publieksbereik, met aandacht voor betrouwbaarheid, kwaliteit en publieke waarden. Bevindingen worden besproken in de AI-club.

3 De dertien rpmi's nemen in 2027 actief deel aan gezamenlijke innovatie-experimenten binnen de regionale publieke omroepsector en vertalen relevante uitkomsten naar de eigen organisatie en het media-aanbod.

4 Elke regionale omroep ontwikkelt en/of implementeert in 2027 minimaal één regio-overstijgend format, concept of samenwerkingsvorm/hackathon. Dat kan een (interactief) format zijn dat speciaal voor de verkiezingen is ontworpen; of een format dat een specifieke groep jongeren bereikt.



Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

4. Samenwerking

Samenwerking binnen het publieke medialandschap wordt steeds belangrijker en draagt eraan bij dat de regionale publieke taak ook in de toekomst goed kan worden uitgevoerd. Regionale publieke omroepen werken intensief samen met elkaar, met de landelijke publieke omroepen, met de lokale omroepen en met (semi)publieke, maatschappelijke en private partners. De samenwerking is gericht op het versterken van journalistieke kwaliteit, innovatiekracht, vergroten bereik, versterken innovatie, doelmatigheid en maatschappelijke impact.

Samenwerking onderling

Op zowel de journalistieke als de niet-journalistieke processen en aspecten werken regionale omroepen samen met de andere regionale omroepen en in RPO-verband. Dat is in het collectief maar ook in kleinere verbanden, met omroepen die gelijksoortig zijn in omvang, geografische ligging of in ontwikkelfase. Zo wordt er bijvoorbeeld intensief samengewerkt tussen de omroepen die actief zijn in de drie noordelijke provincies (Omrop Fryslân, RTV Noord en RTV Drenthe) en tussen de omroepen in het oosten van het land (RTV Oost en Omroep Gelderland). Maar ook Rijnmond en Omroep West en NH Media, RTV Utrecht en Omroep Flevoland werken nauw samen. Dat gaat niet alleen om inhoudelijke samenwerking in content, maar ook op organisatorisch gebied wordt er meerwaarde gevonden in bijvoorbeeld het delen van menskracht en expertise om zodoende efficiënter te (kunnen) werken.

Samenwerking met landelijke omroepen

Bureau Regio

De regionale omroepen werken samen in Bureau Regio. Dit is het journalistieke samenwerkingsverband tussen de dertien regionale omroepen op de redactievloer van de NOS. 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. De blokken met regionale berichten in het NOS Journaal en het NOS Journaal Regio willen we voortzetten in 2027, maar dat is afhankelijk van de aangekondigde wijzigingen en bezuinigingen bij de NPO. Hierover zijn we in gesprek met de NPO. Dat geldt ook voor de programma's Noord Zuid Oost West en Expeditie NL die we maken in samenwerking met Omroep MAX.



Evenementen

Door overleg en uitwisseling van jaarkalenders tussen de regionale omroepen en NOS Evenementen wordt met de NOS gezocht naar samenwerking bij evenementen. Niet alleen door het delen van kennis, informatie en faciliteiten, maar ook door uitwisseling van items en gezamenlijke doorgifte van registraties. In 2027 willen de regionale omroepen en NOS Evenementen daar een volgende stap in zetten door frequent overleg en het afstemmen van projectplanningen.

Rotterdam marathon

NOS Evenementen is een vaste samenwerkingspartner voor Rijnmond. Bij diverse evenementen slaan Rijnmond en de NOS de handen ineen wat leidt tot breder aanbod van content en efficiëntere werkwijzen. Zo 'doen' Rijnmond en de NOS al jaren samen de marathon van Rotterdam op tv; de één volgt de snelste lopers, de ander volgt de recreanten. En dat alles met dezelfde technische ondersteuning. Ook tijdens het Rotterdamse Zomercarnaval is er zo'n samenwerking.

RIJNMOND TV RADIO ONLINE

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Samenwerking met lokale omroepen

Bureau Lokaal

Vanuit het eerder in samenwerking met de NOS en de NLPO ontwikkelde Publiek Journalistiek Huis zijn de proeftuinen Bureaus Lokaal voortgekomen. Dit zijn proeftuinen voor samenwerking tussen lokale omroepen, regionale omroepen en de NOS. Door die samenwerking versterken zij de journalistieke infrastructuur op lokaal, regionaal en landelijk niveau. Bureaus Lokaal zorgen voor verbinding tussen de verschillende lagen van de omroepen én dat men van elkaar kan leren. De ervaringen die zijn opgedaan met de proeftuinen Bureau Lokaal in 2024-2026 zijn de basis voor duurzame verankering in de organisatie. De best practices en feedback uit de proeftuinen zijn daarin meegenomen. In 2027 ligt de focus op de verduurzaming van deze samenwerking.



Omrop Fryslân



Omrop Fryslân • Buro Lokaal Fryslân

De ervaringen die Omrop Fryslân en de lokale omroepen RTV NOF, Omroep Zilt en Radio Spannenburg hebben opgedaan met de proeftuin Buro Lokaal Fryslân in 2025-2026 zijn de basis voor duurzame verankering in de organisaties. De best practices en feedback uit de proeftuinen zoals verdere redactionele samenwerking en afstemming zijn daarin meegenomen. Het samen optrekken bij een groot evenement als de Fietselfstedentocht en de gemeenteraadsverkiezingen zijn daarin van grote waarde geweest. Een mooi voorbeeld is ook de registratie van Koningsdag 2026 in Dokkum, waarbij Omrop Fryslân en streekomroep RTV NOF uitstekend hebben samengewerkt wat resulteerde in een mooie aanvulling op de landelijke registratie. Of de Tallshipsrace in juli 2026 bij Harlingen, waarbij opgetrokken is met Omroep Zilt.

In 2027 ligt de focus op de verduurzaming van deze samenwerking op basis van de goede ervaringen die wij al enige jaren over en weer hebben met RTV NOF, Omroep Zilt en Radio Spannenburg. De wens is er om een provinciedekkende samenwerking te hebben, waarbij wij in grote lijnen facilitair en journalistieke professionalisering leveren en de streekomroepen nieuws. Met de streekomroepen in ontwikkeling Waddenomroep, De Werven, Fryn en Omroep Súdwest Fryslân zijn in dat verband hoopgevende gesprekken gaande.

Voorwoord
Activiteitenplan
1 Media-aanbod
2 Bereik, doelgroepen en distributie
3 Innovatie en ontwikkeling
4 Samenwerking
RPO-organisatie
Begroting
Bijlagen

RTV Noord • Nij Begun

RTV Noord volgt kritisch en zorgvuldig het grootschalige herstelprogramma van het Rijk en de regio dat is opgezet naar aanleiding van de parlementaire enquête: *Nij Begun*. Het programma erkent de ereschuld die de overheid heeft aan de inwoners van Groningen vanwege de jarenlange schade en het vertrouwen dat is geschaad. De redactie belicht niet alleen de financiële inzet, maar vooral de bredere doelstellingen op het gebied van vertrouwen, leefbaarheid en toekomstperspectief voor Groningers. Onderwerpen als gezondheid, woningbouw, onderwijs en economie worden binnen dit kader blijvend gevolgd, waarbij ruimte is voor de stem van inwoners. Daarnaast blijft RTV Noord kritisch en nauwgezet verslag doen van de nasleep van de gaswinning, waaronder de afhandeling van schadeclaims, het functioneren van betrokken instanties en de herinrichting van getroffen gebieden.

RTV Noord werkt voor de uitvoering van drie projecten binnen de sociale agenda van *Nij Begun* nauw samen met RTV Drenthe. *Nij Begun* richt zich op de provincie Groningen en de drie Noord-Drentse gemeenten Aa en Hunze, Noordenveld en Tynaarlo. Als regionale publieke omroepen bundelen RTV Noord en RTV Drenthe hun redactionele expertise, productiecapaciteit en regionale netwerken om inwoners in het gehele werkgebied te bereiken. Gezamenlijk werken de omroepen aan het versterken van de sociale cohesie, het vergroten van de betrokkenheid van inwoners en het zichtbaar maken van initiatieven die bijdragen aan een veerkrachtige regio.



Omroep Gelderland • BuitenGewoon

Op het gebied van natuur en landschap werkt Omroep Gelderland samen met partners als Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, ARK Rewilding Nederland, Geldersch Landschap & Kasteelen, Nationaal Park De Hoge Veluwe, Waterschap Rijn en IJssel, Natuur en Milieu Gelderland, Park Lingezegen en IVN Natuureducatie. Deze samenwerkingen versterken ons aanbod rond natuur, klimaat, landschap en biodiversiteit, onder meer via het platform *BuitenGewoon*.



Samenwerking met (semi)publieke, maatschappelijke en private partners

Als regionale publieke omroepen staan we midden in de samenleving en verbinden we ons met het publiek maar ook met maatschappelijke, educatieve en culturele organisaties en belangenbehartigers. Via bijvoorbeeld gezamenlijke programmering, evenementen of publieksonderzoeken vergroten we onze zichtbaarheid en relevantie. Dat doen we ook in 2027 op verschillende gebieden.

Met name op het gebied van veiligheid investeren alle regionale omroepen in de samenwerking binnen de veiligheidsregio's in hun werkgebied. Er worden regelmatig oefeningen gedaan met de veiligheidsregio en de gemeenten waarbij een calamiteit wordt gesimuleerd. Regionale omroepen vervullen een belangrijke rol als calamiteiten- of rampenzender.

Gerelateerde doelstellingen CBP m.b.t. samenwerking

- Versterken van journalistieke samenwerking met landelijke en lokale omroepen.
- Verbreden van samenwerkingsverbanden met publieke, maatschappelijke en private partners ten bate van diversiteit, bereik en impact.

Gerelateerde prestatieafspraken

- S1 Samenwerking met landelijke en lokale publieke omroepen.
- S2 Samenwerking met andere publieke en private partners.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Prestaties 2027

1 De dertien rpmi's versterken in 2027 de journalistieke samenwerking met landelijke en lokale publieke omroepen.

2 De dertien rpmi's verbreden in 2027 de samenwerking met publieke, maatschappelijke, culturele, educatieve en (waar passend binnen de publieke opdracht) private partners om het bereik, de maatschappelijke relevantie en de diversiteit van het media-aanbod te vergroten.



RTV Oost • Risk factory

Naast Nieuws, Sport en Cultuur is Veiligheid de vierde pijler van RTV Oost. Voor komend jaar staan allerlei samenwerkingen op de agenda. Zo vormt het bestaande veiligheidsconcept 'Risk Factory' van de veiligheidsregio Twente - over allerlei aspecten van veiligheid, gericht op jongeren en senioren - een goed uitgangspunt voor RTV Oost om hierbij aan te haken. Rondom calamiteiten werken we samen met de Veiligheidsregio's, provincie Overijssel, Ontwikkelingsmaatschappij OostNL en Defensie. Komend jaar gaat er ook meer met elkaar geoefend worden en elke maand is er overleg met de veiligheidsregio's.

Redactioneel gezien gaat veiligheid niet alleen over grote of heftige gebeurtenissen, zoals een grote brand, ernstig ongeluk, extreem weer, vermissing, explosie of evacuatie. Het gaat ook over preventie, voorbereiding en de vraag hoe inwoners, organisaties en overheden omgaan met risico's. Grote calamiteiten verdienen speciale aandacht. Verschillende disciplines komen hier bijeen, met online als aanjager en coördinator. Daarom gaan we bij grote calamiteiten werken met een vast calamiteitenoverzicht. Dit overzicht helpt om bij urgent en omvangrijk nieuws snel te schakelen, rollen te verdelen en de berichtgeving op alle kanalen goed op elkaar af te stemmen. We maken onderscheid tussen de eerstelijns aanpak, gericht op snelle en betrouwbare berichtgeving, updates, liveblog, pushberichten, beeld, social media en eventueel livestreams.

In de tweedelijns aanpak is er ruimte voor duiding, vervolgverhalen, betrokkenen, experts, achtergrond en bredere maatschappelijke betekenis. We spreken van een calamiteit wanneer een gebeurtenis acuut, ernstig en ontwrichtend is, of kan worden, en een grote nieuwsbehoefte oproept bij het publiek in Overijssel. Het gaat om situaties met grote impact op veiligheid, gezondheid, openbare orde, bereikbaarheid of maatschappelijke rust. Voorbeelden zijn een groot ongeluk, brand, explosie, geweldsincident, vermissing, extreem weer, grote stroomstoring, evacuatie of andere gebeurtenis waarbij veel mensen direct of indirect geraakt worden.
Een calamiteit van die omvang vraagt om meer dan een regulier nieuwsbericht. De redactie beoordeelt dan direct wat er online nodig is: een eerste betrouwbaar bericht (hoeft niet volledig te zijn, kan vaak ook niet), liveblog, updates, pushberichten, beeld, verwijzingen tussen artikelen, social distributie en later ook duiding en vervolgverhalen. Niet elk incident is een calamiteit.

Doorslaggevend zijn de omvang, urgentie, maatschappelijke impact, informatiebehoefte en de verwachting dat het verhaal zich gedurende langere tijd blijft ontwikkelen. Het submerk Oost Veiligheid kan worden geladen met redactionele formats die laten zien hoe Overijssel zich voorbereidt op crisissituaties, specifiek op situaties waarbij inwoners uren zelfredzaam moeten zijn. Bijvoorbeeld bij een black-out scenario.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



RPO-organisatie

De RPO is het samenwerkings- en coördinatieorgaan van de dertien regionale publieke omroepen. De RPO ondersteunt de gezamenlijke uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau en draagt eraan bij dat de regionale publieke omroepen, ook in een snel veranderend medialandschap, hun maatschappelijke rol kunnen blijven vervullen.

De RPO als verbindende kracht

De kracht van de regionale publieke omroep ligt in de combinatie van sterke regionale merken en een intensieve landelijke samenwerking. Iedere regionale publieke omroep is zelfstandig verantwoordelijk voor haar journalistieke keuzes, programmering en regionale koers. De RPO ondersteunt deze zelfstandigheid door samenwerking te organiseren op onderwerpen waar gezamenlijk optrekken meerwaarde biedt. Hierdoor kunnen kennis, expertise en middelen worden gedeeld, worden schaalvoordelen benut en kunnen gezamenlijke voorzieningen worden ontwikkeld die voor individuele omroepen moeilijk zelfstandig te realiseren zijn.

De dertien regionale publieke omroepen delen dezelfde publieke opdracht en gezamenlijke ambities zoals geformuleerd in het concessiebeleidsplan *Alles wat ons verbindt*, maar verschillen in omvang, achtergrond, doelgroepen en organisatie. De RPO ondersteunt deze diversiteit door gezamenlijke kaders te ontwikkelen, met ruimte voor maatwerk in de uitvoering door de afzonderlijke omroepen.

De rol van de RPO is de afgelopen jaren verbreed. Waar de nadruk eerder vooral lag op de uitvoering van wettelijke taken en bestuurlijke coördinatie, ontwikkelt de RPO zich steeds meer tot een organisatie die gezamenlijke innovatie, kennisontwikkeling en sectorbrede samenwerking stimuleert. Thema's als digitalisering, AI, doelgroepgericht werken, distributie, cyberveiligheid en maatschappelijke impact vragen om gezamenlijke expertise en gezamenlijke investeringen. De RPO brengt de regionale publieke omroepen hierin samen en ondersteunt de ontwikkeling van een toekomstbestendige publieke media-infrastructuur.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Kerntaken

Regie op de publieke mediaopdracht

De RPO ondersteunt de gezamenlijke uitvoering van de publieke mediaopdracht en draagt zorg voor de beleidsmatige en bestuurlijke samenhang. Hieronder vallen onder meer:

- het opstellen en uitvoeren van het concessiebeleidsplan inclusief uitvoeringsagenda;
- de voorbereiding en monitoring van de prestatieovereenkomst;
- het opstellen van de gezamenlijke begroting;
- de jaarlijkse verantwoording aan het ministerie van OCW en het CvdM;
- beleidsontwikkeling op onderwerpen die de gehele sector raken;
- voorbereiding van gezamenlijke standpunten en consultaties.

Samenwerking, kennisdeling en belangenbehartiging

De RPO stimuleert samenwerking tussen de regionale publieke omroepen en vertegenwoordigt de gezamenlijke sector richting landelijke en maatschappelijke partners. Daarbij werkt de RPO onder meer samen met OCW, CvdM, NPO, NOS, NLPO, Beeld & Geluid, onderwijs- en kennisinstellingen, veiligheidsorganisaties en andere publieke en maatschappelijke partners.

Naast belangenbehartiging organiseert de RPO afstemming en kennisdeling op uiteenlopende onderwerpen, waaronder distributie, HR, marketing, communicatie, onderzoek, innovatie, financiën, data en techniek. Door kennis en ervaring actief te delen ontstaat een lerende organisatie waarin regionale publieke omroepen elkaar versterken. De verschillende vakoverleggen komen minimaal vier keer per jaar bijeen.

Innovatie en digitale transformatie

De mediasector verandert in hoog tempo. Nieuwe technologieën, veranderend mediagedrag en AI vragen om voortdurende ontwikkeling. De RPO stimuleert daarom gezamenlijke innovatie en ondersteunt de regionale publieke omroepen bij hun digitale transformatie. De RPO is ook verantwoordelijk voor de uitvoering van het programma ter verbetering van de publieke dienstverlening Werk aan Uitvoering (WaU). De RPO faciliteert onder meer:

- gezamenlijke innovaties zoals het ontwikkelen van nieuwe werkwijzen, innovatieve formats en digitale producten die aansluiten bij de behoeften van verschillende doelgroepen;
- een breed scala aan trainingen en opleidingen die de digitale transformatie ondersteunt;
- technologische ontwikkeling;
- de aansluiting van de omroepen op TES, het technologisch ecosysteem;
- het Datateam;
- de AI-club;
- de Social Club;
- het leiderschap in media programma;
- de ontwikkeling van digitale competenties voor de regionale journalistiek;
- het Jongerenpanel Media;
- diverse onderzoeken, onder andere op het gebied van verkrijging en verrijking van publieks- en doelgroepinzichten.

De RPO stimuleert verder datageïnspireerd werken, kennisontwikkeling rond AI en gezamenlijke experimenten met nieuwe technologieën. Daarbij staan publieke waarden zoals betrouwbaarheid, transparantie, onafhankelijkheid en menselijke controle altijd centraal.

Gezamenlijke voorzieningen

De RPO ondersteunt de ontwikkeling en het beheer van gezamenlijke voorzieningen die door meerdere regionale publieke omroepen worden gebruikt.
Hieronder vallen onder andere:

- gezamenlijke distributie;
- gezamenlijke onderzoeken (waaronder bereik, waardering en inzichten in doelgroepen);
- data- en analysetools;
- gezamenlijke communicatiecampagnes zoals over de rol als calamiteitenzender;
- gezamenlijke AI-richtlijnen;
- gezamenlijke inkoop van trainingen, tools, systemen.

In lijn met het CBP werkt de RPO samen met de regionale publieke omroepen aan het TES. Hierbij wordt toegewerkt naar een gezamenlijke digitale infrastructuur waarin kennis, technologie en innovatie zoveel mogelijk worden gedeeld.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Weerbaarheid, continuïteit en maatschappelijke verantwoordelijkheid

Regionale publieke omroepen vervullen een belangrijke maatschappelijke rol, onder meer als calamiteitenzender bij een ramp of noodsituatie. Om daar meer bekendheid aan te geven, coördineert de RPO opnieuw een gezamenlijke campagne in 2027.

De RPO ondersteunt de regionale publieke omroepen ook bij het versterken van hun organisatorische en digitale weerbaarheid. De werkzaamheden richten zich onder meer op:

- cyberveiligheid;
- informatiebeveiliging;
- privacy;
- continuïteit van werkzaamheden;
- crisisvoorbereiding;
- samenwerking met veiligheidsregio's en andere partijen binnen de overheid.

De regionale publieke omroep is in toenemende mate afhankelijk van veilige en betrouwbare digitale systemen voor de journalistieke processen, productieomgevingen en uitzendinfrastructuur. In 2026 is onder regie van de RPO een gezamenlijke nulmeting uitgevoerd op basis van de CIS Controls. De uitkomsten hiervan vormen de basis voor de verdere versterking van onze informatiebeveiliging in 2027. Daarbij ligt de nadruk op het verder ontwikkelen van processen voor incidentresponse en herstel, het versterken van de beveiliging van kritieke systemen, het verbeteren van monitoring en incidentrespons, het vergroten van de cyberbewustwording onder medewerkers en het structureel toetsen van onze digitale weerbaarheid.

Daarnaast ondersteunt de RPO gezamenlijke trajecten op het gebied van sociale veiligheid, goed werkgeverschap, diversiteit en inclusie, leiderschap, talentontwikkeling en duurzame bedrijfsvoering. Hiermee draagt de RPO bij aan sterke, veilige, wendbare en toekomstbestendige organisaties.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



RPO-bureau

Voor de RPO staat in 2027 een organisatie centraal die wendbaar, professioneel en maatschappelijk betrokken is. Onze governance is professioneel geregeld met een raad van toezicht die toezicht houdt op het bestuur. Onze statuten zijn actueel, evenals de reglementen en HR-regelingen.

Goed werkgeverschap is essentieel voor een veilige, inclusieve en productieve werkcultuur binnen de RPO. Goed werkgeverschap helpt ons wendbaar te blijven. Het gaat verder dan het naleven van regels en richt zich op het creëren van een omgeving waarin onze medewerkers zich gewaardeerd, gerespecteerd en betrokken voelen. We stimuleren medewerkers om zich gedurende hun hele loopbaan te blijven ontwikkelen en persoonlijk leiderschap te tonen. Wanneer ruimte ontstaat voor nieuwe instroom, hebben we daarbij ook aandacht voor jong talent en een meer diverse samenstelling van het bureau. Vertrouwen en transparantie vormen de basis: geloofwaardig en eerlijk handelen staat centraal. De ontwikkelmogelijkheden van onze medewerkers krijgen prioriteit, net als inclusiviteit, het welzijn en een veilige werkomgeving.

Met de regionale publieke omroepen werken we gezamenlijk HR-thema's uit. Het trainingsaanbod van de RPO is gebundeld in de RPO Hub (binnen het ontwikkelplatform c.q. het learning-managementsysteem). We investeren structureel in de ontwikkeling van onze medewerkers, met specifieke aandacht voor digitale en AI-vaardigheden en diversiteit en inclusie. Ook versterken we de bewustwording over cyberveiligheid en privacy op basis van de in 2026 uitgevoerde nulmeting.

De uitvoering van het concessiebeleidsplan is ondergebracht in een programma. De programmamanager geeft richting en samenhang, zonder de autonomie van de omroepen en journalistieke onafhankelijkheid van de redacties uit het oog te verliezen.

Focus 2027

In 2027 richt de RPO zich op de verdere uitvoering van het CBP en het realiseren van de gezamenlijke prestatieafspraken. Daarbij ligt de nadruk op het versterken van de samenwerking tussen de regionale publieke omroepen en het realiseren van maatschappelijke impact.

Belangrijke punten daarbij zijn:

- verdere concretisering en monitoring van de gezamenlijke doelstellingen;
- versterking van doelgroepgericht werken;
- versterking maatschappelijke impact;
- verdere ontwikkeling van gezamenlijke digitale voorzieningen;
- verantwoord en effectief gebruik van AI;
- versterking van cyberveiligheid en digitale weerbaarheid;
- implementatie van het technologisch ecosysteem;
- gezamenlijke innovatie en kennisontwikkeling;
- versterking van de samenwerking binnen het publieke bestel;
- gezamenlijke marketing- & communicatieagenda;
- gezamenlijke onderzoeksprojecten en data-analyses

Begroting

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Begroting van de RPO

De begroting van de RPO als bedoeld in artikel 2.169a lid 1 van de Mediawet is de begroting voor de uitvoering van de publieke mediadienst op regionaal niveau. Op basis van artikel 2.170 lid 2 van de Mediawet en artikel 4a van het Mediabesluit wordt de regionale publieke omroep bekostigd met publieke inkomsten. Daarnaast heeft de regionale publieke omroep eigen inkomsten, waarvan de inkomsten uit reclame de belangrijkste zijn. De begrote baten van regionale publieke omroepen zijn hier geconsolideerd. De begrote lasten van regionale publieke omroepen zijn opgenomen en toegelicht in de separate bekostigingsaanvragen. De begroting van de RPO-organisatie is hier opgenomen en vormt samen met de bekostiging van regionale publieke omroepen het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau.

De RPO koppelt hierbij inzichtelijk activiteiten en doelstellingen aan de inzet van middelen en doet dit via de indeling van het voorgeschreven handboek financiële verantwoording regionale publieke media-instellingen en de RPO 2024 en via een toelichting op de WaU-middelen. Aanvullend is een financiële vertaling ontwikkeld voor de ambities en doelstellingen uit het concessiebeleidsplan 2026 - 2030 *Alles wat ons verbindt*. Zo hebben activiteiten en concrete doelstellingen in het betreffende begrotingsjaar - als afgeleide van het CBP - een zichtbare koppeling tussen (eigen) middelen en concrete doelstellingen. De te sluiten prestatieovereenkomst 2026-2030 biedt hierbij duidelijke kaders en verdere concretisering.

Samenvatting

De totale begroting van de regionale publieke omroepen neemt in 2027 met € 6,9 miljoen toe tot € 226,1 miljoen. Dit is exclusief de begroting van de RPO. De baten zijn ingedeeld in drie inkomstenstromen: publieke inkomsten, reclame-inkomsten en overige inkomsten.

De publieke inkomsten betreffen de bekostiging van het ministerie van OCW voor de regionale publieke mediaopdracht. In 2027 is met een geraamde verhoging van 2,5 procent voor prijsindexatie gerekend (€ 4.818.225). Daarnaast is een huishoudenindex toegekend van € 1.020.000 en wordt rekening gehouden met taakstelling per 2027 op de Rijksmediabegroting van € 1.744.000. De publieke inkomsten nemen € 3,9 miljoen toe, tot € 197,5 miljoen.

De reclame-inkomsten worden geraamd op € 18,0 miljoen. Dit is iets hoger dan de begroting van 2026. Regionale publieke omroepen geven een eigen raming voor de eigen verkoop van reclame en de centrale landelijke verkoop. De gezamenlijke verkoop is voor lineaire aanbodkanalen ondergebracht bij de Ster en is inmiddels deels aangevuld met onlineaanbodkanalen. Coördinatie van de centrale verkooporganisatie Omroep Reclame Nederland (ORN) is in 2026 afgebouwd. De raming voor 2027 door Ster is beschikbaar gesteld, maar regionale omroepen ramen op basis van eigen regionale inschattingen en verwachtingen.

De overige inkomsten worden geraamd op € 10,6 miljoen. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met toegekende subsidies. Omroepen hebben bij het vaststellen van de begroting niet altijd zekerheid over aangevraagde bedragen, waardoor deze niet meegenomen worden in de begroting. Deze subsidies worden ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van de tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale journalistiek en andere projecten met een specifiek thema.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bekostiging uit de rijksmediabijdrage

De rijksmediabijdrage dient ter dekking van de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art. 2.146 van de Mediawet, onderdeel b). De bekostiging van de regionale publieke omroep die hieruit voortkomt wordt jaarlijks met een prijsindexatievergoeding en een huishoudenindex verhoogd. De huishoudenindex voor 2027 is voor de regionale publieke omroepen vastgesteld op € 1,02 miljoen. Daarnaast is een taakstellende korting doorgevoerd van € 1,744 miljoen. De prijsindexatie voor 2026 is vastgesteld op 2,271 procent (begroot: 2,5 procent). Bij het vaststellen van de begroting 2027 is voorzichtigheidshalve gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,5 procent (de indexering voor 2027 van het CPB in de augustusraming, cMEV, bedraagt 2,8 procent). Regionale omroepen houden dezelfde methodiek van indexeren als in 2026 aan. Het ministerie van OCW stelt de prijsindexatievergoeding voor 2027 medio 2027 vast. In overleg met CvdM en het ministerie van OCW is de indexatie echter wel opgenomen in de begroting. Op deze wijze wordt voor de begroting uitgegaan van een reëler prijspeil. Het ministerie van OCW kan bij de begrotingsbehandeling deze raming nog niet direct meenemen in de bekostiging. De aanvullende bekostiging van de prijsindexatievergoeding volgt na de voorjaarsnota van 2027. De raming bedraagt totaal € 4,82 miljoen en is door alle regionale publieke omroepen op gelijke wijze toegepast.

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

Regionale publieke omroepen bieden adverteerders een landelijk bereik met een regionaal karakter. Met combinaties van online, televisie- en radio-advertenties worden miljoenen mensen per dag bereikt. Adverteerders dragen op die manier mede bij aan de financiering van de regionale publieke omroepen.

Deze bijdrage staat al jaren onder druk doordat steeds meer adverteerders focussen op gerichte onlinecampagnes bij big tech-bedrijven en het totaalaandeel lineair kijken (tv) en luisteren (radio) daalt. De verkoop vindt op twee manieren plaats: via regi¬onale publieke omroepen zelf en via een samenwerkingsverband van de regionale publieke omroepen gericht op centrale landelijke verkoop voor de regionale aanbodkanalen en ondergebracht bij Ster. Ster signaleert ook een sterke afname van de zogenaamde blokkijkdichtheid en verwacht dat dit samenhangt met uitgesteld kijken.

Voor 2027 gaat Ster uit van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Ten aanzien van radio geeft Ster aan last te hebben van de structuur van vergoedingen aan mediabureaus. Dit wordt zelf bewust niet gedaan omdat dit niet in het belang is van adverteerders. Ten behoeve van online is Ster voorzichtig in de prognose en wordt uitgegaan van een gelijke beschikbaarheid in capaciteit als in 2026. Die capaciteit is echter onzeker omdat regionale publieke omroepen de eerste verkooprechten hebben bij de eigen regionale verkoop.

De inschattingen passen bij de trends en de samenhangende distributiestrategie voor online, radio en tv. Digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale publieke omroep. Het opgeteld aantal bereikte personen via de verschillende kanalen stijgt. Ondanks de lagere meeropbrengsten op online ten opzichte van de dalingen bij radio en televisie, wordt een redelijk stabiele commerciële omzet geprognoticeerd. Regionale publieke omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van eigen regionale inzichten, analyses en trends opgesteld. In totaal betreft dit € 18,9 miljoen voor 2027.

Naast de rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten uit nevenactiviteiten en programmagebonden bijdragen uit onder meer fondsen van coproducenten of overige derden. Voor 2027 ramen de regionale publieke omroepen een gezamenlijke opbrengst van € 10,6 miljoen. Dit is een hoger niveau ten opzichte van vorig jaar (2026 € 8,1 miljoen). Deze stijging is incidenteel en hangt met name samen met de verwachte boekwinst op onroerend goed bij Omroep Zeeland en de inzet van reserve media-aanbod door NH Media. Beide bewegingen zijn het gevolg van verhuisbewegingen. Additionele subsidies zijn niet in de begroting opgenomen als deze niet definitief zijn toegekend.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (rpmi's)

Voor 2027 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale publieke omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale publieke omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten. Alle inkomsten staan ten dienste van uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau. Per 2027 is een generieke taakstelling toegepast van € 1,744 miljoen. Het deel van de RPO bedraagt € 70.811. De korting volgt de wijze van verdeling van het totaalbudget rpmi's.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2026-2031)

x € miljoen	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Publieke inkomsten	193,6	197,5	199,0	201,0	203,0	205,0
Reclame inkomsten	17,6	18,1	18,1	18,0	18,1	18,2
Overige inkomsten	8,1	10,5	9,3	9,3	9,3	9,3
Totaal	**219,3**	**226,1**	**226,4**	**228,3**	**230,4**	**232,5**

Basisbekostiging regionale publieke media-opdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2026 zijn ten opzichte van de begroting 2026 bijgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2026). De bekostiging 2027 is inclusief indexering (2,5 procent) en huishoudenindex. De bekostiging 2027 houdt rekening met de taakstelling per 2027 op de Rijksmediabegroting.

Begroting RPO-organisatie

De bekostiging van de stichting RPO maakt sinds 2018 onderdeel uit van de Rijksmediabegroting en is onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Het budget voor stichting RPO is bestemd voor de uitvoering van de wettelijke taken en activiteiten van de RPO zoals vermeld in de RPO-begroting en het activiteitenplan.

Vanwege de dubbele transmissiekosten voor radio (FM en DAB+) en vergunningsverplichtingen is de bekostiging van DAB+ aangehouden. De reguliere bekostiging is voor 2027 na indexering vastgesteld op € 2.150.000. Dit bedrag vormt de basis voor de reguliere bekostiging van 2027, waarna indexering in de loop van 2027 zal plaatsvinden. De regionale publieke omroepen dragen bij aan de bekostiging van de RPO voor de uitvoering van de niet-wettelijke taken van de RPO. Hiervoor is in 2026 een nog te indexeren bedrag begroot van € 356.878. Dit bedrag is op basis van een procentuele verdeling opgenomen in de begroting van alle regionale publieke omroepen. Voor 2027 is geen raming van een prijsindexatievergoeding meegenomen. Op basis van artikel 2.169a lid 3b van de Mediawet worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO begroot.



Het programma Werk aan Uitvoering (WaU)

Met behoud van en respect voor de journalistieke onafhankelijkheid van de regionale publieke omroepen regisseert de RPO de thema's digitale transformatie en innovatie uit het verdiepte en aangescherpte concessiebeleidsplan 2022-2025 en het nieuwe concessiebeleidsplan 2026-2030. De RPO heeft, als zelfstandig bestuursorgaan (ZBO), een aanvraag mogen doen voor het programma WaU van OCW Open en zich hierbij gericht op gezamenlijke thema's waarvoor niet of nauwelijks middelen beschikbaar waren. Dit is ook beschreven in het hoofdstuk RPO-organisatie. Het overheidsbrede programma stelt zich over een langere periode ten doel om de dienstverlening aan burgers en ondernemers in alle domeinen te verbeteren.

De RPO kan zo samen met de regionale publieke omroepen invulling geven aan twee zogenoemde handelingsperspectieven van WaU: toekomstbestendige dienstverlening en versnelling van de digitale agenda. Dit draagt bij aan de verbreding en verdieping van bereik en verhoging van de journalistieke kwaliteit. De doelstelling van de RPO voor dit programma luidt: 'de informatie- en nieuwsvoorziening verbeteren en, als gevolg daarvan, het contact met de burger op een hoger niveau brengen door middel van een goede, toekomstbestendige digitale infrastructuur en de inzet van data-analyse en AI'.
Het programma is eind 2022 gestart waarbij initieel gewerkt is met een projectsubsidie. Vanaf 2023 maakt het onderdeel uit van de bekostiging, waarbij jaarlijks de activiteiten en de begroting worden afgestemd, passend binnen de toegekende beschikbare WaU-middelen.

Met de aanvullende activiteiten gestart via dit programma, wordt per onderdeel opname in de bekostiging van regionale publieke omroepen planmatig doorgevoerd. Zo worden deze activiteiten op termijn verduurzaamd en onderdeel van de reguliere bedrijfsvoering van regionale publieke omroepen als onderdeel van digitale transformatie en innovatie. Deze afspraken worden bij aanvang van de activiteit in gezamenlijkheid gemaakt. Voor 2027 betreft dat het vervolg van te verduurzamen onderdelen van het RPO Datateam. De verdere verduurzaming is meerjarig afgesproken.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Het programma loopt tot en met 2031, waarna de bekostiging stopt en de activiteiten die door de transformatie zijn opgezet, structureel en duurzaam worden geïntegreerd in de reguliere bekostiging van de regionale publieke omroepen. Aan de hand van concrete deelplannen wordt de algemene doelstelling van de RPO voor dit programma gerealiseerd, in samenhang met de doelstellingen op het gebied van digitale transformatie en innovatie uit het eerdere CBP alsook de ambities en doelstellingen in het nieuwe CBP.

Daarnaast versterkt dit de regiefunctie van de RPO, zodat zij een aantal niet-journalistieke processen en aspecten voor de regionale publieke omroepen effectief kan coördineren en optimaliseren, gericht op een efficiënte inzet van middelen en menskracht.

Voor 2027 kennen de activiteiten van het programma WaU bij de RPO een vervolg op data en digitale transformatie. Ook krijgt de digitale archief-functie bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, gestart in 2025, een vervolg en wordt de content van meer regionale publieke omroepen duurzaam gearchiveerd en centraal beschikbaar voor het publiek. Per eind 2027 is voorzien in een uitbreiding met drie omroepen naar negen omroepen.

Met behulp van dezelfde software wordt het trainingsaanbod vanuit WaU (gericht op digitale transformatie en innovatie) samengevoegd met ander regulier journalistiek trainingsaanbod en beschikbaar gesteld aan de medewerkers van regionale publieke omroepen. Hierbij is ook een samenwerking met de NOS mogelijk. Aanvullend zijn een aantal ambities en doelstellingen uit de financiële vertaling van de uitvoeringsagenda van het CBP opgenomen aansluitend op de doelstelling en handelingsperspectieven van WaU.

De RPO heeft hierbij te maken met afhankelijkheden. Zo kunnen aspecten van schaarste op de arbeidsmarkt in samenhang met het zeer specialistische karakter van benodigde functies, beschikbare personele capaciteit voor diverse pilotprogramma's en verduurzaming bij de regionale publieke omroepen zorgen voor vertraging in uitvoering of besluitvorming. Als gevolg hiervan kunnen verschuivingen van de inzet van benodigde middelen per tijdvak aan de orde zijn. De aanvraag voor de WaU-middelen als onderdeel van de bekostiging bedraagt voor 2027 € 6,1 miljoen en is inclusief eerdere indexering, maar zonder indexering over 2027. De begroting van het onderdeel Werk aan Uitvoering en de koppeling van de doelstellingen aan ingezette middelen is onderstaand opgenomen.

Begroting WaU-programma 2027

Bedragen in €

Lasten	**2027**	**2026**
Datateam	1.220.000	2.088.000
Algemeen & onderzoek	691.000	883.000
Digitale transformatie	938.000	1.230.000
Communicatieplatform	181.000	309.000
Opleidingen	331.000	312.050
Redactietrainingen HRO	-	100.000
Archief NIBG	458.000	373.529
Cyberveiligheid en AI	-	652.000
Onderdelen CBP:		
- Doelgroepgericht werken	750.000	
- Effectieve contentstrategie en ontwerp TES	675.000	
- Redactionele transitie	75.000	
- Aanvulling elementen TES	785.000	
Totaal lasten	**6.104.000**	**5.947.579**



Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen



Begroting RPO 2027

Bedragen in €	2027	2026
Baten		
Media-aanbod - OCW	2.150.000	2.102.128
Media-aanbod - OCW WaU bekostiging	6.104.000	5.947.579
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	356.878	348.953
Totaal baten	**8.610.878**	**8.398.660**
Lasten		
Lonen en salarissen	755.039	685.218
Sociale lasten	230.518	192.965
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	21.000	21.000
Directe productiekosten, facilitaire lasten:		
- transmissiekosten DAB+	799.945	782.182
- WaU middelen digitalisering en data-analyse	6.104.000	5.947.579
Overige bedrijfslasten	700.376	769.716
Totaal lasten	**8.610.878**	**8.398.660**

Meerjarenraming RPO-organisatie 2028-2031

Bij de meerjarenraming van de RPO-organisatie gaat de RPO uit van voortzetting van de wettelijke taken en levering van diensten aan regionale publieke omroepen zoals voorzien voor 2028. Voor de inzet van de WaU-middelen is rekening gehouden met een indexering van 1 procent en een lichte afbouw vanaf 2028.

x € 1.000	2028	2029	2030	2031
Baten				
Media-aanbod -OCW	2.172	2.193	2.215	2.237
Media-aanbod -OCW WaU bekostiging	6.065	5.520	5.373	5.427
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen RPMI	360	364	368	371
Totaal Baten	**8.597**	**8.077**	**7.956**	**8.035**
Totaal Lasten	**8.597**	**8.077**	**7.956**	**8.035**
Resultaat	**-**	**-**	**-**	**-**

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Budgetaanvraag 2027

In tabel hiernaast/onder is het toegekende budget 2026 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2027 opgenomen. Het budget 2026 is voor de bijgestelde indexatie geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2027 bedraagt € 200.983.000 en is exclusief de indexatie van 2027, maar inclusief de al vastgestelde huishoudenindex (€ 1.020.000). In het totaalbudget is de WaU-aanvraag 2027 en de bijdrage aan de RPO opgenomen.

De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen is conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.



Bekostiging

	2026		2027
Omroep	Bedrag €	%	Bedrag €
RTV Noord	12.294.446	6,35%	12.238.292
Omrop Fryslân	13.552.932	7,00%	13.491.030
RTV Drenthe	12.319.616	6,36%	12.263.346
RTV Oost	14.249.941	7,36%	14.184.855
Omroep Gelderland	21.760.201	11,239%	21.660.812
Omroep Flevoland	10.668.094	5,51%	10.619.368
RTV Utrecht	12.739.756	6,58%	12.681.568
NH Media	18.856.002	9,739%	18.769.877
Omroep West	13.630.377	7,04%	13.568.122
Rijnmond	13.920.798	7,19%	13.857.215
Omroep Zeeland	11.616.799	6,00%	11.563.740
Omroep Brabant	22.728.267	11,739%	22.624.457
L1	15.276.093	7,89%	15.206.318
Totaal omroepen	**193.613.323**	**100%**	**192.729.000**
RPO inclusief WaU*	9.789.033		8.254.000
Totaal	**203.402.356**		**200.983.000**

* inclusief kasschuif uit 2025 van € 1.535.000

De begrotingen van de regionale publieke omroepen zijn sluitend of licht positief. Uitzondering is Omroep Zeeland met een positief resultaat van € 487.214 in verband met een boekwinst op onroerend goed. Omroepen ervaren druk op de bedrijfsvoering vanwege transitiekosten als gevolg van aanvullende ambities uit het CBP, de taakstelling op de mediabegroting en meer personeelslasten vanwege aanpassingen in relatie tot de wet DBA.

Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid en doeltreffendheid. Zo worden aanbestedingen en gezamenlijke inkoop georganiseerd voor onder meer onderzoek, mediatechniek, adviesdiensten en opleidingen. Dit is ook van toepassing op de WaU-middelen.

Personeel

In 2027 willen regionale publieke omroepen opnieuw meer mensen in vaste dienst nemen in plaats van via freelance-overeenkomsten. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden. In totaal bieden de regionale publieke omroepen in 2027 117 stage- en werkervaringsplekken aan.

	realisatie 2025	verwacht ultimo 2026	verwacht ultimo 2027
Personele bezetting FTE	1.423,02	1.477,1	1.533,3
Verschil t.o.v. voorgaand jaar		**+ 54,08**	**+ 56,2**

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage I

Concessiebeleidsplan 2026-2030 ‘Alles wat ons verbindt’

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

Ambities

Maatschappelijke impact

- Bijdragen aan meer onderling respect en meer begrip voor elkaars mening. We vervullen een voorbeeldfunctie door betrouwbaar en feitelijk te zijn en vanuit een open houding naar mensen te luisteren.
- 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.
- 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 (social media en apps). Ze weet onze eigen platforms te vinden en te gebruiken. Ook na 2030 zien wij de meerwaarde van eigen platforms voor video, audio en tekst. Waar die tegen die tijd aan moeten voldoen, wordt in deze concessieperiode steeds duidelijker. De technologie ontwikkelt continu door; dus moeten wij onze eigen platforms ook blijven verbeteren. Onze ontwikkelcapaciteit groeit. Dat is noodzakelijk, omdat de snelheid waarmee het medialandschap verandert niet afneemt.
- Onze regionale doelgroepen kennen en gebruiken onze eigen aanbodkanalen en/of vinden en gebruiken ons via de platforms van derden.

Redactionele transitie

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

Afspiegeling van de samenleving

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

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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 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.

Doelstellingen

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 (social media 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.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage II

Aanbodkanalen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omrop Fryslân www.omropfryslan.nl Omrop Fryslân	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 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)
	Alles Frysk (www.omropfryslan.nl/allesfrysk). Audiostream met muziek van Friese bands.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
	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 program- maka-naal)
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 socialmediaplatforms.		

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Noord **www.rtvnoord.nl** RTV NOORD	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 program- makanaal)
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 socialmediaplatforms.		

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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

RTV Oost is actief op socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/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 programmakanaal)
Radio Gelderland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

Omroep Gelderland is actief op socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Flevoland **www.omroepflevoland.nl** omroep flevoland	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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Utrecht **www.rtvutrecht.nl** RTV Utrecht	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)
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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
NH Nieuws **www.nhnieuws.nl**	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van NH Media, 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 Media 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 Media 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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West **www.omroepwest.nl** west	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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Rijnmond **www.rijnmond.nl** RIJNMOND TV RADIO ONLINE	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)
	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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland **www.omroepzeeland.nl**	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en 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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Brabant www.omroepbrabant.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non-lineaire media-aanbod van Omroep Brabant, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non-lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Brabant is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en 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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 **www.l1.nl** LIMBURG	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 verzor- gingsgebied. 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 inter- actieve 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)
	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)

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
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 socialmediaplatforms.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

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

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Bijlage III

Aanvraag beëindiging en start aanbodkanalen L1

L11Alaaf

1. Aanvraag

Stichting Omroep Limburg (SOL), kantoorhoudend te Ambyerstraat-Zuid 77B, 6226 AW Maastricht, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Limburg. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming om het aanbodkanaal L11Alaaf te beëindigen vanaf 1 januari 2027 of zoveel eerder als de minister dit toestaat.

2. Korte omschrijving van de dienst

L11Alaaf is een internetplatform dat informatie geeft over carnaval.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

L11Alaaf geeft het hele jaar informatie over carnaval. SOL wenst dit niet langer als zelfstandig, permanent aanbodkanaal te voeren en is voornemens om met het aanbodkanaal L11Alaaf te stoppen. De content van het huidige aanbodkanaal L11Alaaf wordt geïntegreerd binnen het bestaande Plat-eweg, passend binnen de programmatische uitgangspunten van dat aanbodkanaal. De informatievoorziening op het gebied van carnaval blijft hiermee gewaarborgd in het media-aanbod van L1. Het samenvoegen van beide bestaande themakanalen is een logische en inhoudelijk goed te onderbouwen ontwikkeling. Plateweg.nl en L11Alaaf.nl kennen in de praktijk een aanzienlijke inhoudelijke overlap. Beide kanalen richten zich in belangrijke mate op Limburgse dialectmuziek en aanverwante regionale muziekcultuur.

Bovendien is het onderscheid tussen traditionele carnavalsmuziek en dialectmuziek in Limburg de afgelopen jaren steeds minder scherp geworden. Muzikale stromingen, artiesten en publieksgroepen bewegen zich in toenemende mate over deze grenzen heen. Hierdoor sluiten de bestaande themakanalen inhoudelijk steeds dichter op elkaar aan.



Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

Poppodium Limburg

1. Aanvraag

Stichting Omroep Limburg (SOL), kantoorhoudend te Ambyerstraat-Zuid 77B, 6226 AW Maastricht, is de door het Commissariaat voor de Media aangewezen regionale publieke media-instelling voor de provincie Limburg. De RPO doet een aanvraag voor ministeriële instemming met het verspreiden van een aanbodkanaal Poppodium Limburg (werktitel) met aandacht voor de Limburgse popcultuur, met ingang van 1 januari 2027 of zoveel eerder als de minister dit toestaat. De naamgeving van dit kanaal is nog niet definitief. In deze aanvraag wordt van de werktitel Poppodium Limburg uitgegaan. Deze kan in een later stadium nog gewijzigd worden.

2. Korte omschrijving van de dienst

Internetplatform (Aanbodkanaal overig) dat informatie biedt over Limburgse popmuziek en aanverwante culturele podcasts, opnames en activiteiten. Alles onder dezelfde titel, programmatische uitgangspunten en vormgeving.

Bij het media-aanbod van dit kanaal staan de volgende uitgangspunten centraal:

- Zichtbaarheid vergroten van Limburgse artiesten en muziekinitiatieven, van opkomend talent tot gevestigde namen.
- Talentontwikkeling ondersteunen door podiumruimte te bieden voor nieuwe muziek, live-registraties, interviews en achtergrondverhalen.
- Verbinding versterken tussen makers, podia, publiek en partners binnen de provinciale muziek-infrastructuur.

Op basis van deze uitgangspunten bestaat het media-aanbod uit een samenhangend geheel van redactionele en audiovisuele producties. Denk hierbij o.a. aan: Muziek van Limburgse bodem (in welke taal dan ook); Registraties van optredens van Limburgse artiesten (live-sessies, festivals, showcases); Interviews met artiesten, producers en programmeurs; Reportages over poppodia, festivals en talentontwikkeling; Achtergrondverhalen over de Limburgse popcultuur en Podcasts of audioreeksen over muziek en cultuur.

3. Omgevingsfactoren en aanleiding

Naast de lineaire radiozender ontwikkelt L1 Radio zich verder via themakanalen die inspelen op specifieke muziek- en belevingswerelden. Poppodium Limburg is hier één van. De Limburgse popmuziek en de bredere Limburgse popcultuur vormen een belangrijk en zichtbaar onderdeel van de Limburgse samenleving. Limburg kent een rijke pophistorie, een actieve muziekscene, talrijke makers, podia, festivals en culturele initiatieven. Deze culturele dynamiek weerspiegelt de veelzijdigheid van de provincie en draagt bij aan de regionale identiteit en culturele participatie.

Tegelijkertijd is dit deel van de Limburgse cultuur momenteel naar verhouding beperkt vertegenwoordigd binnen het thematische aanbod van de regionale publieke media. Een belangrijke oorzaak daarvan is dat een aanzienlijk deel van de Limburgse popmuziek zich niet binnen het traditionele dialect- of carnavalsgenre bevindt. Daarmee blijft een substantieel en relevant deel van de Limburgse muzikale en culturele identiteit buiten beeld.

Poppodium Limburg biedt de mogelijkheid om deze lacune gericht op te vullen. Het kan worden ontwikkeld tot een volwaardig podium voor Limburgse popmuziek en popcultuur, met ruimte voor zowel gevestigde namen als nieuwe en opkomende artiesten. Daarbij kan aandacht worden besteed aan verschillende muziekstijlen, generaties en culturele stromingen die gezamenlijk het hedendaagse Limburgse poplandschap vormen. Door een apart kanaal in te zetten voor Limburgse popmuziek en popcultuur, ontstaat een duidelijker onderscheid tussen de verschillende thematische kanalen én wordt een tot op heden onderbelicht onderdeel van de Limburgse cultuur structureel een eigen plek binnen het regionale publieke media-aanbod gegeven. De Mediaraad heeft door het vaststellen van het Activiteitenplan L1 2027 en het onderschrijven van de Kanalenstrategie L1 2027, waarin het voornemen dit aanbodkanaal te starten is verwoord, het belang hiervan bevestigd.

4. Publiek

Het kanaal richt zich op het bereiken van een nieuwe en specifieke doelgroep: jonge en cultureel geïnteresseerde luisteraars, makers en liefhebbers van Limburgse popmuziek. Dit sluit goed aan bij de doelstellingen inzake doelgroepen en cultuurdragerschap uit het concessiebeleidsplan *Alles wat ons verbindt (2026-2030)*. Door Poppodium Limburg kan L1 zijn kracht als verbinder in de samenleving inzetten.

Voorwoord

Activiteitenplan

1 Media-aanbod

2 Bereik, doelgroepen en distributie

3 Innovatie en ontwikkeling

4 Samenwerking

RPO-organisatie

Begroting

Bijlagen

5. De relatie met het andere media-aanbod

Het kanaal vervangt geen bestaande nieuws- of radio-aanbodkanalen, maar vormt een thematisch digitaal aanbod binnen de culturele taakstelling van L1. Door aandacht te geven aan makers uit de hele provincie en verschillende muziekstromingen zichtbaar te maken, draagt het popkanaal bij aan een divers en toekomstbestendig cultureel ecosysteem. De beste momenten uit dit kanaal kunnen worden doorvertaald naar onze andere kanalen (radio, tv, online, sociale media en YouTube), zodat de verbinding tussen niche en breed publiek behouden blijft.

Het bestaande aanbod op de markt

Er bestaat nog geen volwaardig Limburgs popmuziekkanaal in onze provincie. Ook binnen L1 Radio is dit thema tot nu toe onderbelicht gebleven, terwijl de provincie een rijk en groeiend poplandschap kent. Met dit nieuwe kanaal willen we die ontwikkeling zichtbaar en hoorbaar maken. Daarbij zoeken we actief samenwerking met externe partners zoals Pop in Limburg, regionale poppodia, festivals, onderwijsinstellingen en de universiteit. Het sponsoring- en dienstbaarheidsverbod uit de Mediawet worden hierbij in acht genomen. Deze samenwerking moet leiden tot een ecosysteem waarin talentontwikkeling, programmering en educatie elkaar versterken. Denk aan live-opnames, interviews, sessies met artiesten en gezamenlijke projecten waarin de Limburgse popscene structureel wordt versterkt. Het gaat hierbij nadrukkelijk niet om samenwerking op financieel vlak, maar om kennisuitwisseling en het gebruik van elkaars netwerk. De inhoudelijke onafhankelijkheid van L1 is gewaarborgd.



6. De wijze(n) van distributie en financiering

a. Distributie

Het betreft het toevoegen van een online aanbodkanaal met content die nauwer aansluit bij een cultuur en doelgroep die nu niet of nauwelijks aandacht krijgt bij L1, maar die sterk vertegenwoordigd is in onze provincie. Het gaat om een lineair online kanaal, waarop in een latere fase ook on demand onderdelen worden aangeboden. Denk hierbij aan live sessies, podcasts en playlisten voor specifieke muziekgenres. Deze content is af te spelen middels diverse apparaten zolang deze de mogelijkheid hebben om internetkanalen af te spelen. Het voordeel van een online aanbodkanaal is dat we toch een interessegroep kunnen bereiken zonder dat we hiervoor een zender of andere dure apparatuur hoeven te huren of aan te schaffen. Met de huidige beschikbare infrastructuur (wifi, 4G en 5G) is het mogelijk om overal ter wereld dit online kanaal te kunnen gebruiken.

b. Financiering

De kosten die gemoeid gaan met dit platform zijn vooral redactionele kosten. Een aantal programmamakers radio en enkele technici krijgen de ruimte om binnen hun bestaande uren mee te werken aan het creëren van content voor dit kanaal. Op technisch gebied hoeft er geen aanpassing te gebeuren omdat er gebruik wordt gemaakt van een bij L1 reeds bestaand online aanbodkanaal (overig). Dit kanaal komt vrij door het samenvoegen van de twee reeds bestaande themakanalen, Plateweg.nl en L11Alaaf.nl. Om het kanaal in de markt te zetten zal er ook een marketingbudget worden vrijgemaakt.

7. Publieke taak

Met de introductie van Poppodium Limburg wordt ons media-aanbod gevarieerder, evenwichtiger en sluit beter aan bij de publieke media-opdracht die wij op basis van de Mediawet hebben. Dit kanaal richt zich specifiek op pop- en aanverwante muziekcultuur in Limburg.

Regionale Publieke Omroep

Stichting RPO
Mediacentrum, derde verdieping
Joop van den Endeplein 1
1217 WJ Hilversum

Volg ons op

www.stichtingrpo.nl