



Regionale Publieke Omroep

Begroting RPO **2019**

ALS BEDOELD IN MW ARTIKEL 2.169A

HILVERSUM, 13 SEPTEMBER 2018



Inhoud

3	Proloog
5	Inleiding
8	1. Inhoudelijk activiteitenplan
8	Ontwikkelingen
10	Samenhangende distributiestrategie
11	Online
12	Televisie
12	Radio
12	Samenwerking
13	Distributie en toegankelijkheid
14	Meetmethoden
14	Bereikdoelstellingen
16	Uitwerking concessiebeleidsplan
16	Wij, het publiek van de regionale publieke omroep
19	De belofte van de regionale publieke omroep
28	Het versterken van de identiteit van de regio
31	Interactieve regionale publieke omroep
33	Kansen voor samenwerking
39	Goed bestuur en toezicht
40	Aanbodkanalen
41	2. Financiën en budgetaanvraag
42	Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage
42	Reclame-inkomsten en overige inkomsten
43	Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen
43	Begroting organisatie RPO
46	Budgetaanvraag 2019
47	Personeel
48	Handboek Financiële Verantwoording
48	Regeling Friciekosten
50	3. Bijlage: Aanbodkanalen



Proloog


Voor de verwezenlijking van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau zal de RPO een concessie worden verleend op basis van het concessiebeleidsplan Liefde voor de regio dat op 22 mei 2017 is aangeboden aan de staatssecretaris van OCW.

Dit plan is in gezamenlijkheid met de regionale omroepen tot stand gekomen en beschrijft de ambities van de RPO en de regionale omroepen. Mede op basis van dit concessiebeleidsplan (CBP) zal een prestatieovereenkomst worden gesloten tussen de minister en de RPO waarin afspraken worden gemaakt over kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen voor het media-aanbod en het publieksbereik van de regionale publieke mediadienst.

De RPO heeft voor de periode tot aan het moment van het afsluiten van de prestatieovereenkomst voor de begroting gekozen voor een vorm die zo dicht mogelijk aanligt tegen de nu voor handen zijnde bouwsteen in de beleids- en begrotingscyclus: het CBP.

De wettelijke systematiek is zo ingericht dat de RPO in de RPO-begroting het totaalbudget aanvraagt voor de bekostiging van de regionale publieke mediadiensten. Tegelijkertijd vragen de regionale omroepen op basis van de aanwijzing als regionale media-instelling bekostiging van hun eigen omroep aan bij het Commissariaat. De begroting moeten zij afstemmen op de begroting van de RPO. Om deze twee naast elkaar - en deels in elkaar hakende - processen zo goed mogelijk te laten verlopen heeft de RPO input geleverd aan de regionale omroepen ten behoeve van de totstandkoming van hun individuele begrotingen en - vice versa - bij hen informatie vergaard die weer als input heeft gediend voor de voorliggende begroting van de RPO.

Dit is een stap vooruit vergeleken met de voorgaande begroting, maar brengt nog niet de gewenste transparantie en het gewenste overzicht, nodig om de hoofdthema's en prioriteitstelling inzichtelijk weer te kunnen geven. Daarvoor is het nodig dat de concessie is verleend en de prestatieovereenkomst is vastgesteld met de minister.



De RPO heeft een overlegplatform in het leven geroepen om structureel met de regionale omroepen te kunnen overleggen: het ORO. Deze overlegstructuur tussen RPO en regionale omroepen is in de periode tussen nu en het afsluiten van de prestatieovereenkomst de lijn waarlangs de RPO en de regionale omroepen de activiteiten die volgen uit de ambities en doelstellingen van het CBP en de (meerjaren)begrotingen vastleggen, nauwlettend volgen, bespreken, prioriteren en zo nodig inhoudelijk bijstellen.

Voor de begroting van volgend jaar zal worden gestreefd naar een bondige weergave waarin de prioriteitsstelling, de voornaamste thema's en activiteiten waaraan uit hoofde van het concessiebeleidsplan en de prestatieovereenkomst invulling zal worden gegeven, duidelijk naar voren komen. Activiteiten die zoveel mogelijk door de omroepen gezamenlijk zullen worden opgepakt om door bundeling van krachten tot een efficiëntere invulling van de taakstelling te komen - samen sterker.

De voornaamste thema's uit de huidige begroting zijn:

- Toename totaalbereik ($\geq 78\%$) van de regionale omroep via eigen kanalen (online, televisie en radio), (sociale) media en aanbodkanalen van andere (media)partijen.
- Aanpassen van de meetwijze om het totaalbereik adequaat vast te stellen.
- Per regionale omroep een actuele website en app met laatste nieuws en achtergronden, tenminste een half uur verse televisie per dag en 24 uren radioprogrammering.
- Doorontwikkelen van web en mobiele platforms en vergroten interactie met het publiek.
- Realiseren regionale nieuwsvensters rond NOS Journaal op een landelijke televisiezender in samenwerking met de NPO.
- De regionale identiteit uitdragen, aandacht voor evenementen en het vertellen van verhalen uit de regio via 200 evenementen en 70 regionale documentaires.
- Op basis van de frictiekostenregeling B uitvoeren van projecten die de samenwerking binnen de mediasector bevorderen en de regionale publieke omroepen meer toekomstbestendig maken.
- Intensiveren samenwerking met lokale omroepen.
- Onderzoeksjournalistiek op een hoger plan tillen.
- Versterken verantwoording van het media-aanbodbeleid door de regionale mediaraden.
- Jong talent ontwikkelen door het aanbieden van tenminste 100 stage- en werkervaringsplaatsen.

Hierna worden deze meer in detail toegelicht en geïllustreerd met voorbeelden uit de individuele begrotingen.



Inleiding

De regionale omroep in Nederland ziet het als zijn hoofdtaak zich sterk te maken voor een goede, pluriforme, nieuws- en informatievoorziening in de regio.

Het is van essentieel belang voor het goed functioneren van onze regionale en lokale samenleving en voor de controle van het reilen en zeilen van overheid en bedrijfsleven, en het draagt er aan bij dat Nederlanders geïnformeerd zijn en meningen kunnen vormen. De regionale omroep maakt en verspreidt content die uniek, aansprekend en/of urgent is en die een grote diversiteit aan onderwerpen, mensen en geografische spreiding kent.

In totaal bereiken de regionale omroepen via de eigen aanbodkanalen 78% van de Nederlanders van 18 tot 75 jaar [1]. Alhoewel veel mensen het aanbod van de regionale omroep dus al zien, horen of lezen, is de belangrijkste doelstelling van de regionale omroep in het concessiebeleidsplan Liefde voor de regio (het CBP) dat het bereik van de regionale omroep de komende jaren nog verder toeneemt. In de begroting van 2018 werd de hoofdvraag voor de komende jaren al gesteld hoe de regionale omroep relevante content kan maken en hoe die het beste het publiek kan bereiken. Dat groei van het bereik via de eigen aanbodkanalen, in een tijd waarin individueel wordt bepaald hoe in de eigen mediabehoefte wordt voorzien, vooral in het online-domein zit, is inmiddels een open deur. Op die groei zetten de regionale omroepen dan ook al stevig in. Het blijven doorontwikkelen van bestaande web en mobiele platformen en het introduceren van nieuwe en eigentijdse functies en gebruikerservaringen daarop, blijven van groot belang. Dat lijkt de regionale omroep goed te lukken: over de eerste helft van 2018 is het aantal bezoeken aan de online (eigen) kanalen weer verder toegenomen. Televisie en radio zijn ook nog steeds van vaste waarde en kennen een gelijkblijvend bereik. In deze begroting wordt ingegaan op de wijze waarop de regionale omroepen de bereikstoename willen realiseren.

De concessie die de RPO voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau wordt verleend, is nog steeds niet verstrekt. In het najaar van 2016 spraken de toenmalig staatssecretaris van OCW, de regionale omroepen en de RPO af dat de concessie op 1 juli 2017 verleend zou worden. De regionale omroepen en de RPO hebben inmiddels met elkaar afspraken gemaakt hoe ze gezamenlijk de concessie uit zullen voeren en mede op basis daarvan zijn de regionale omroepen en de RPO via de begroting 2018 alvast van start gegaan. Het Commissariaat voor de Media (hierna Commissariaat) legt zelfs al bekostigingsvoorwaarden op, waar de regionale omroepen en de RPO in het kader van de concessiesystematiek aan moeten voldoen. Bij die situatie hoort dat de concessie nu ook echt snel



verleend wordt. Dan kan ook gekomen worden tot de prestatieovereenkomst zoals bepaald op basis van artikel 2.60n van de Mediawet. Door het uitblijven van de concessieverlening wordt de einddatum van de eerste planperiode later. Waar eerst uitgegaan werd dat deze eerste periode eind 2020 eindigt zal dat minimaal een jaar later worden.

Onderdeel van het advies van het Commissariaat over het concessiebeleidsplan en voorwaarde bij de bekostiging 2018 van de regionale omroepen en de RPO is dat er bij de regionale omroepen nog onvoldoende sprake is van een integrale distributiestrategie. In de begrotingsbrief Media 2018 van de minister van OCW is daarom ook opgenomen dat de RPO in 2018 met OCW overlegt over verbeteringen met het oog op de gezamenlijke begroting voor 2019 en dat gekomen wordt tot een integrale distributiestrategie aan de hand waarvan de RPO en de regionale omroepen beschrijven hoe de regionale omroepen invulling geven aan het voorgenomen media-aanbod op de verschillende aanbodkanalen. De Mediaraad (voorheen Programmabeleid Bepalend Orgaan) van een regionale omroep bepaalt wat het media-aanbod beleid per omroep is en de omroepen coördineren zelf het media-aanbod op hun aanbodkanalen. De distributiestrategie is een eigen verantwoordelijkheid van de regionale omroepen, en de omroepen zelf zullen hier dan ook in hun begroting en verantwoording in detail aandacht aan moeten besteden. Het overleg tussen het ministerie van OCW, het Commissariaat en de RPO heeft daarom geleid tot een samenhangende distributiestrategie: in de RPO-begroting wordt, ook omdat de aanvraag aanbodkanalen via de begroting van de RPO plaatsvindt, de 'rode draad' opgenomen als het gaat om aanbod en distributie.

De regionale publieke omroep staat voor zijn journalistieke taak in de regio. Met de overtuiging dat een goede nieuws- en informatievoorziening dicht bij het publiek staat en dat de omroep misstanden aan de kaak stelt. En de regionale omroep is er bij als er iets te vieren is, laat mensen deelnemen aan evenementen met live verslagen en verbindt hen met de regionale maatschappij in al zijn verscheidenheid. Het belang van een onafhankelijke mediavoorziening op regionale schaal staat gelukkig buiten kijf, maar hij staat wel onder druk. Jarenlange vindt er een verschraling plaats als gevolg van dalende budgetten bij publieke en private media terwijl door de decentralisatie van Rijksbeleid de bewaking van het regionale en lokale bestuur belangrijker dan ooit is. Zorgen over de positie van de regionale journalistiek worden met regelmaat door de Raad voor de Cultuur, het Commissariaat voor de Media, de Tweede Kamer en het Kabinet uitgesproken. De aan dit Kabinet gevraagde financiële impuls in de regionale journalistiek, nodig om zijn publieke taak, met een pluriforme, onafhankelijke en toegankelijke nieuwsvoorziening, waar te maken, is uitgebleven. Dat is jammer omdat langzaam maar zeker een verdere verschraling zal plaatsvinden.

De regionale omroepen, klein en groot, ervaren namelijk een continue druk op de financiële ruimte. De door de provinciale en rijksoverheid opgelegde bezuinigingen zijn allemaal verwerkt en hebben samen met de terugloop van de reclame-inkomsten door de jaren heen geleid tot forse afname van budget en personeel. In de komende jaren zullen de publieke inkomsten licht groeien maar zullen de reclame-inkomsten onder druk blijven staan. Zorg is er over de loonkostenontwikkeling nu de loonvraag van vakorganisaties ruim hoger is dan de inflatiecompensatie die de regionale omroep via de Rijksbegrotingssystematiek wordt toegekend.



Een andere zorg die geadresseerd wordt, is de toename van lasten en kosten als gevolg van groeiende regelgeving. De Europese privacyregels, de Beleidsregels Governance en interne beheersing en regels rond financiële verslaglegging en accountancy; bij elkaar leiden ze tot meer werk en hogere kosten en dat heeft behoorlijke impact op de relatief kleine organisaties die regionale omroepen zijn. Vanzelfsprekend moeten de publieke middelen in alle opzichten doelmatig en verantwoord besteed worden en daar hoort een passende verantwoording bij, maar de huidige lastendruk wordt als disproportioneel hoog ervaren en daarover willen we het gesprek voeren met het ministerie van OCW en het Commissariaat.

Met de regionale omroepen, het ministerie van OCW, het Commissariaat en andere betrokkenen bij de regionale omroep wil de RPO de nieuws- en informatievoorziening en het cultuurdragerschap door de regionale omroepen verder versterken. De realisatie van regionale nieuwsvensters rond NOS Journaals en de gerichte inzet van de frictiemiddelen om samenwerking en doelmatigheid te bevorderen hebben daarbij hoge prioriteit en de ontwikkelingen die de minister van OCW daarover in zijn brief [2] aan de Tweede Kamer aangeeft, stemmen hoopvol. We voelen een sterke verantwoordelijkheid om de samenwerking met de lokale omroepen te intensiveren en willen met partners ons ook inzetten om de onderzoeksjournalistiek op een hoger plan te tillen in aansluiting op de mogelijkheden die dit kabinet daarvoor biedt [3].

Op basis van deze begroting voor de regionale publieke mediadienst stelt de minister het totaalbudget voor de bekostiging van de regionale publieke mediasector vast [4]. De begrotingen van de regionale omroepen, waarin door de omroepen zelf in veel meer detail wordt ingegaan hoe de regionale media-opdracht in de dertien verschillende regio's wordt uitgevoerd, zijn financieel en inhoudelijk op de begroting van de RPO afgestemd en worden door de regionale omroep zelf aan het Commissariaat ter beoordeling aangeboden. Deze begroting bestaat uit een inhoudelijk activiteitenplan en een financieel gedeelte. In het activiteitenplan laat de sector zien op welke manier de voornemens uit het CBP opgepakt worden. Voor de helderheid en inzichtelijkheid is de indeling van het CBP aangehouden en worden de activiteiten beschreven op basis van de doelstellingen die zijn verwoord in dit CBP.

Voetnoten

- [1] [Bereikonderzoek regionale publieke omroep Motivaction, leeftijd 18-75 jaar. Jaarverslag RPO 2017.](#)
- [2] [Brief van minister Slob van 25 juni 2018 met kenmerk 32827 nr. 128.](#)
- [3] [Brief van minister Slob van 22 juni 2018 met kenmerk 32827 nr. 126.](#)
- [4] [Mediawet artikel 2.170 lid 1: Onze Minister stelt jaarlijks vóór 1 december het totaalbudget vast dat voor het volgend jaar beschikbaar is voor de bekostiging van de regionale publieke mediadiensten. Onze Minister stelt het totaalbudget ter beschikking aan het Commissariaat.](#)

Inhoudelijk activiteitenplan

De regionale omroep helpt het publiek door naar hen te luisteren en ze te informeren over hun omgeving. Zo ondersteunt de regionale omroep het zelf maken van keuzes, het overbruggen van verschillen en het oplossen van onderlinge problemen.

De regionale omroep moet eraan bijdragen dat het publiek, in een vaak ondoorzichtige informatiemaatschappij, objectief, evenwichtig en zorgvuldig geïnformeerd blijft en zo zelf een eigen mening kan vormen. De onafhankelijke regionale nieuws- en informatievoorziening wordt steeds belangrijker door het decentraliseren van overheidstaken, het steeds meer verdwijnen van zelfproducerende media, de toename van halve waarheden en feitelijke onjuistheden op sociale media, het verzwakken van natuurlijke samenhang in de samenleving en het vervagen van maatschappelijke domeinen. Elke regio heeft daarom onafhankelijke en scherp functionerende journalisten nodig. Een regionale samenleving waarin iedereen zich meer en meer binnen zijn of haar individuele netwerk begeeft, verlangt tegelijkertijd naar een sterke gemeenschappelijke regionale culturele identiteit. In het snel veranderende Nederlandse medialandschap, waarin mondiale, technologische spelers de dienst uitmaken, bestaat lokaal en regionaal grote behoefte aan journalistieke kwaliteit van hoog niveau.

Ontwikkelingen

In 2018 presenteerde het Commissariaat de resultaten van de samenwerking met Reuters Digital News Report. Reuters onderzoekt al enige jaren de media-ontwikkelingen in relatie tot nieuwsgebruik. Het Commissariaat is een samenwerking aangegaan met dit onderzoek en heeft een uitgebreide rapportage opgenomen in de Mediamonitor [5]. Een belangrijke conclusie van het Reuters Digital News onderzoek, is dat Nederlanders een groot vertrouwen in nieuws hebben in vergelijking met andere landen. In het internationale Reuters rapport rekent men dit voor een groot deel toe aan de publieke media. 'High trust figures might be due to a media landscape in which strong public service media set the quality standard for commercial news brands.' [6]



Deventer op stelten - RTV Oost. Fotografie: Daan Obdeijn

Regionale publieke omroepen vervullen, zoals al vermeld, een belangrijke rol in de regionale nieuwsvoorziening door het waarborgen van een journalistieke basisvoorziening in de regio. Het nieuws bieden ze aan via hun eigen kanalen (televisie, radio en online) en via andere (sociale) media. Dit maakt onderdeel uit van de samenhangende distributiestrategie van de regionale omroepen. Een belangrijk uitgangspunt daarbij is dat de omroepen het nieuws aanbieden op de media die het publiek gebruiken, dus zowel eigen kanalen, als sociale media en aanbodkanalen van andere (media)partijen.

Mediagebruik voor nieuws

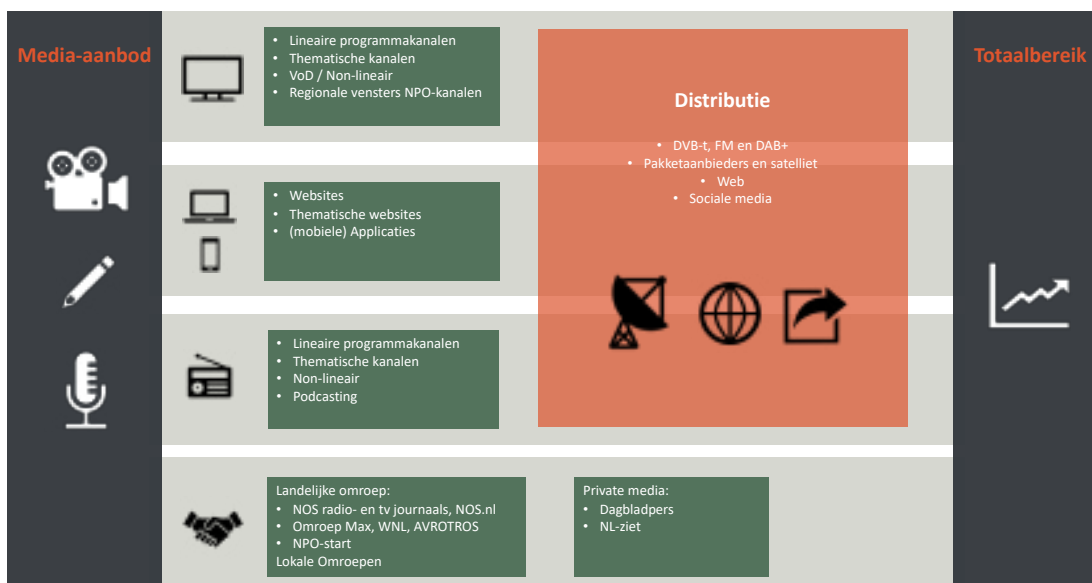
De strategie is gebaseerd op ontwikkelingen in het mediagebruik van verschillende doelgroepen in Nederland. De rapportages van Reuters en de Mediamonitor gaan over mediagebruik voor nieuws. Uit het Reutersonderzoek blijkt dat het weekbereik van televisie als nieuwsbron hoog is, maar wel daalt (van 80% in 2015 naar 73% in 2018). Het nieuwsgebruik van online kanalen met sociale media en blogs, stijgt juist en is in 2018 79%. Dit is voor ongeveer de helft toe te schrijven aan sociale media. Vooral de jongste onderzochte doelgroepen (18-24 en 25-34 jaar) maken veel gebruik van sociale media als nieuwsbron. Facebook is koploper. 29% van de Nederlanders geeft aan wekelijks (of vaker) nieuws op Facebook te raadplegen. Voor WhatsApp is dat 17%, voor YouTube 14%, gevolgd door Twitter (7%), LinkedIn (5%) en Instagram (5%).

Samenhangende distributiestrategie

Op basis van de Mediawet verzorgen de regionale omroepen media-aanbod dat gericht is op de bevrediging van maatschappelijke behoeften die in hun regio leven. Iedere regionale omroep heeft een mediaraad die op basis van artikel 2.61 lid 2c van de Mediawet het media-aanbodbeleid vaststelt. De leden van de mediaraad vormen zoveel mogelijk een representatieve afspiegeling van de inwoners van de regio. Onder verantwoordelijkheid van de hoofdredacteur wordt het, door de mediaraad vastgestelde, media-aanbodbeleid uitgevoerd waarna de mediaraad de uitvoering van dit beleid evalueert en hierover rapporteert in het jaarverslag.

De regionale omroep richt zich op de burgers die in hun regio geïnteresseerd zijn. Geïnteresseerd in de plek waar zij wonen, leven, werken of wellicht vandaan komen. De regionale omroep doet verslag van wat er in zijn regio gebeurt, brengt nieuws, heeft een controlerende taak en zorgt voor een sterkere verbondenheid met de eigen regio. De regionale omroep kent een geïntegreerde nieuwsredactie: het media-aanbod dat door deze nieuwsredactie wordt gemaakt, inclusief media-aanbod van eventuele andere redacties, wordt - onder verantwoordelijkheid van de hoofdredacteur en in overeenstemming met het media-aanbodbeleid - over de verschillende tv-, radio- en onlinekanalen van de omroep verspreid.

De regionale omroep wil zijn content altijd vrij toegankelijk verspreiden via de eigen aanbodkanalen, maar ook via de overige aanbodkanalen die voor het publiek van belang zijn. Met andere woorden: daar waar het publiek het verwacht en aanwezig is, vindt het publiek het media-aanbod van de regionale omroep. De eigen aanbodkanalen zijn online (waaronder ook sociale media), radio en televisie. Via samenwerkingen, waarvan die met de NOS de belangrijkste is, vindt het media-aanbod van de regionale omroep ook via aanbodkanalen van anderen zijn weg naar het publiek. De aanwezigheid van het media-aanbod op kanalen en platformen van derden draagt zo ook bij aan de doelstelling om een zo groot mogelijk publieksbereik te hebben.



Matrix samenhangende distributiestrategie: het media-aanbod van de regionale omroepen bereikt via de eigen televisie-, online-, en radio-aanbodkanalen en via een mix van distributietechnieken het publiek. Door samenwerkingsvormen wordt (extra) bereik buiten de eigen aanbodkanalen om gerealiseerd.



Yakult Havenkom Concert - Omroep Flevoland. Fotograaf: Maarten Feenstra

Online

Voor het vergroten van het bereik richten regionale omroepen zich sterk op online en mobiele kanalen. Er wordt ingezet op een snelle, eigentijdse nieuwsvoorziening via de website en apps. Inzet van de belangrijkste sociale media is eveneens belangrijk om het bereik, de interactie met en de impact van het publieke media-aanbod te vergroten.

Voor 2019 wordt gestreefd naar een hoger bereikcijfer, door via de online kanalen meer bezoekers beter te bedienen en te binden. Dat gebeurt door de publicatiestromen in de app te versnellen waardoor de omroepen het nieuws als eerste brengen, door publiek meer mogelijkheid tot interactie te geven en publiek meer bij de nieuwsvoorziening te betrekken.

In 2019 worden de mogelijkheden tot personalisatie van de website en de app uitgebreid. Aan gebruikers worden opties geboden om hun eigen nieuwsoverzichten samen te stellen op basis van hun voorkeuren. Zij ontvangen hier desgewenst notificaties van. Op deze manier kunnen gebruikers hun nieuws meer op hun eigen behoefte afstemmen en kiezen voor nieuws dat voor hen relevant is. Verder komen er meer mogelijkheden voor gebruikers voor contact met de omroep. Ze kunnen zo aangeven wat zij belangrijk nieuws vinden, nieuwstips geven, reageren op nieuws en het delen met anderen.

De genoemde ontwikkeling voor de personalisatie van de websites wordt voor de nu negen omroepen die het gezamenlijke content managementsysteem RegioGrid

gebruiken gecoördineerd doorgevoerd. Dat geldt ook voor de tien omroepen die gebruik maken van het gezamenlijke format van de app.

Televisie

Regionale omroepen verzorgen tenminste een half uur 'verse' televisie per dag. Binnen die beperkte capaciteit richt de regionale omroep zich geheel op de burger in zijn regio. De waarde van bewegend beeld blijft voor de regionale omroep vooralsnog onveranderd groot. De functie van televisie verandert wel, afgezien van evenementen en andere speciale uitzendingen. Waar televisie voorheen aan het einde van de dag het nieuws van de dag bracht, word je nu vooral bijgepraat over de achtergronden bij het nieuws. Ondanks dat over het algemeen lineaire televisie onder druk staat, blijft televisie voor de regionale omroep een belangrijk nieuwsmedium en blijven bereik en waardering stabiel en onveranderd hoog.

Ingezet wordt op een venster met regionaal nieuws rond een NOS Journaal in de (voor)avond op een landelijke televisiezender. Het zal bijdragen aan het vergroten van het bereik, en daarmee de impact van het regionale nieuws. Begin 2019 moet een pilot daartoe plaatsvinden waarna realisatie in de loop van 2019 het geval is.

Ook de ontwikkeling van apps voor smart-TV's en settopboxen en van Video on Demand (VOD) via pakketaanbieders moet bijdragen aan het vergroten van het televisiebereik. Hoewel het gebruik nog laag is, stijgt volgens de Mediamonitor [7] het aantal huishoudens dat over een smart-TV beschikt (43,5% in 2017). In 2019 krijgen de bestaande apps voor smart-TV een update. Het is ook de bedoeling om deze apps bij pakketaanbieders, te starten bij Ziggo en KPN, te introduceren. Met NL-ziet en NPO-start wordt onderzocht of het rendeert om programmacontent van de regionale omroep via deze platformen te verspreiden.

Radio

Radio is van oudsher de ruggengraat van de regionale omroep en blijft een krachtig medium. Radio heeft een uiterst belangrijke functie: ontspannend in tijden van rust, bovenop het nieuws als daar aanleiding toe is. Ook heeft radio een grote verbondenheid met specifieke luisterplaatsen, zoals de auto. Daarnaast blijft radio het medium waarmee de regionale omroep vanuit de driehoek van burgemeester, hoofdofficier van justitie en korpschef politie hun wettelijk vastgelegde calamiteitenfunctie uitvoeren.

De radiokanalen zijn en blijven voor iedereen toegankelijk en beschikbaar op FM-frequenties. Om de toegankelijkheid en bereik ook in de toekomst te garanderen willen de omroepen ook via DAB+ blijven uitzenden. Dit is nog wel een financieel vraagstuk omdat het simultaan uitzenden via zowel FM als DAB+ tot extra kosten leidt. Via RPO vergoedt de overheid in ieder geval tot en met 2019 de kosten voor de digitale DAB+-uitzendingen [8].

Samenwerking

Ook samenwerkingspartners, zoals de NOS, zijn belangrijk om het totaalbereik van het regionieuws te vergroten. Ruim 2500 verhalen wisselden de NOS en de regionale omroepen met elkaar uit en dat leidt tot zichtbaar en hoorbaar meer regionale verhalen in de tv- en radiojournaals van de NOS. Een selectie van regionale nieuwsitems wordt dagelijks ook op de NOS-site en -app geplaatst en dat draagt sinds oktober 2015 jaarlijks bij aan een hoger bereik en hoger bezoekersaantal bij zowel de NOS als de regionale omroepen. Voor 2019 is het de doelstelling het aantal



Reuzen Leeuwarden - Omrop Fryslân. Fotograaf: Remco de Vries

bezoeken ten opzichte van 2018 weer verder te vergroten. Ook via samenwerking met de lokale omroepen en private media wordt het bereik vergroot.

Distributie en toegankelijkheid

Een goede laagdrempelige toegang tot het aanbod van de regionale omroepen is erg belangrijk. De apps en websites en het gebruik ervan zijn mede daarom - vanzelfsprekend - gratis. Via de ether wil de regionale omroep ook beschikbaar zijn maar kosten spelen daar een belangrijke rol. FM-uitzendingen zijn mede in verband met de calamiteitenfunctie van groot belang. DAB+-uitzendingen feitelijk ook, maar de extra kosten wegen nog niet op tegen de opbrengsten en het is daarom belangrijk dat de overheid de financiering nog op zich neemt in het kader van het digitaliseringsbeleid.

Radio-ontvangst via de ether (FM en DAB+) is gewaarborgd via de frequentievergunningen van de omroepen. Televisie-ontvangst via de ether (DVB-T) wordt via de frequentievergunning van NPO mogelijk gemaakt. Bij pakketaanbieders worden de regionale omroepen nagenoeg altijd doorgegeven in het basispakket. Onderzoek van Kwink [9] bevestigt echter dat dit niet vanzelfsprekend is. Pakketaanbieders hebben een doorgifteverplichting voor de regionale televisie- en radiokanalen vanaf 100.00 huishoudens. Deze verplichting is beperkt tot het lineaire aanbod en omvat nog niet de gangbare mogelijkheden als VOD en replay. Een goede doorgifteverplichting, inclusief vindbaarheid via een eenduidige en lage EPG-voorkeuzepositie bij pakketaanbieders, zal een positief effect hebben op het totaalbereik van de regionale omroepen. De komende periode wordt ingezet op verbetering van de voorschriften met betrekking tot toegankelijkheid, uitzending

gemist-diensten en vindbaarheid. Ook de kwaliteit van de doorgifte is daarbij een punt: doorgifte in HD-kwaliteit zou door alle aanbieders moeten worden gedaan.

Meetmethoden

Een simpele optelling van de landelijke prestatiecijfers televisie, radio en online volstaat niet, mede omdat bestaand landelijk kijk- en luisteronderzoek vaak niet representatief is voor de regio en omdat een totaalbereik niet over alle kanalen (eenduidig) gemeten wordt. Het is niet voor niets dat de reguliere landelijke onderzoeksorganisaties hun bereiksonderzoeken tegen het licht houden en een nieuwe standaard onderzoeken [10]. De huidige onderzoeken leiden tot een vertekend beeld als prestaties van niet vergelijkbare zenders tegen elkaar afgezet worden.

Om het totaalbereik van de regionale omroepen op de juiste wijze in kaart te brengen, wordt sinds 2013 door Motivaction twee keer per jaar onafhankelijk onderzoek gedaan naar het (totaal)bereik en de waardering van de verschillende aanbodkanalen van de regionale omroepen. Omdat totaalbereik niet alleen via de eigen kanalen gerealiseerd wordt en omdat interactie een belangrijke indicator is van betrokkenheid en relevantie, dienen de meetwijzen verbeterd te worden. Momenteel wordt onderzocht welk sectoronderzoek gedaan kan worden, zodanig dat een consistente verantwoording over de ambities uit het concessiebeleidsplan kan plaatsvinden op een wijze die aansluit bij metingen in het verleden.

Bereikdoelstellingen

Het is de doelstelling het totaalbereik te verhogen en daarvoor wordt ook in 2019 het bereiksonderzoek voortgezet. Het bereik via de verschillende platformen, mede opgeteld tot een totaalbereik, dat over de jaren 2015 tot en met 2017 is gerealiseerd dient als te realiseren ondergrens voor 2018 en verdere jaren. Zoals eerder al aangegeven wordt onderzocht hoe het onderzoek beter kan aansluiten bij de ambities en acties uit het concessiebeleidsplan, om te komen tot een hoger totaalbereik.

Bereik regionale omroepen

Uit het onderzoek naar het bereik en de waardering van regionale omroepen [11] blijkt dat het bereik van regionale televisie (71%) en radio (41%) stabiel is, terwijl het bereik van de online kanalen in 2017 (38%) opnieuw is gestegen. Om het bereik te laten groeien is een gebalanceerde mediamix nodig om het media-aanbod naar de consument te brengen. Online, mobiele kanalen en inzet van sociale media zijn de belangrijkste distributiewijzen om het bereik te vergroten.

Bereik regionale kanalen

	2015	2016	2017
Online kanalen	30%	30%	38%
TV-zenders	72%	71%	71%
Radiozenders	38%	41%	41%
Totaal bereik kanalen	77%	78%	78%

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

De resultaten van het crossmediale gebruik laten zien dat de groep mensen die kijkt, luistert en de online kanalen gebruikt groter wordt. Deze groep is toegenomen van 17% in 2015 naar 21% in 2017. De regionale omroepen bereiken met al hun kanalen in 2017 78% van de Nederlanders in de leeftijd van 18-75 jaar.

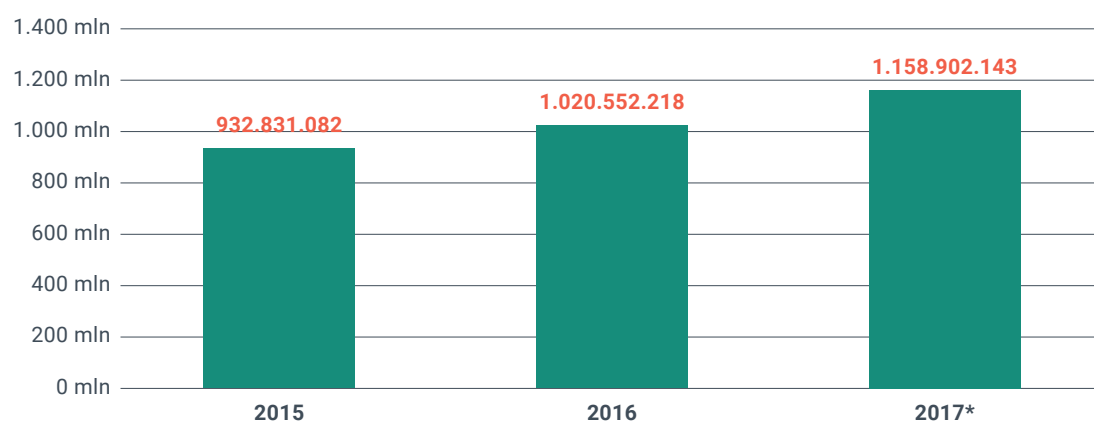
Crossmediaal gebruik

	2015	2016	2017
Alleen tv-kijker	27%	23%	21%
Alleen luisteraar	3%	3%	3%
Alleen online gebruiker	2%	3%	4%
Kijker en luisteraar	18%	18%	17%
Kijker en online gebruiker	11%	11%	13%
Luisteraar en online gebruiker	1%	1%	1%
Kijker, luisteraar en online gebruiker	17%	19%	21%
Totaal bereik kanalen	77%	78%	78%

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

Eerder is aangegeven dat de regionale omroepen zich sterk op online en mobiele kanalen richten om het totaal bereik te vergroten. Dit is ook ingegeven doordat uit de metingen van de online bezoeken blijkt dat het gebruik van de website en de app van de regionale omroepen stijgt. In de laatste drie jaar is het aantal bezoeken toegenomen van 932 miljoen in 2015 tot ruim 1,15 miljard in 2017. Net als bij de bereikcijfers, is ook het aantal bezoeken van 2017 de ondergrens voor 2018 en volgende jaren. Voor 2018 lijkt dit al gerealiseerd te worden met 708 miljoen online bezoeken aan regionale items (regionale omroep site, apps en nos.nl) tot en met juni 2018.

Aantal bezoeken online per jaar (incl. smartphone en tablet apps)



Bron: Google Analytics / Smarterstat / Flurry (2015) / NOS * m.i.v. okt 2017 ook meting NOS app

Uitwerking concessiebeleidsplan

In het Concessiebeleidsplan Liefde voor de Regio hebben de regionale omroepen hun positie in het (publieke) mediabestel opgetekend en de ambities beschreven. In deze begroting wordt beschreven hoe de sector de ambities in en vanaf 2019 wil realiseren. De regionale omroepen zijn gevraagd hun begroting aan te laten sluiten op de ambities van het CBP. In deze RPO-begroting is de rode draad opgenomen hoe de omroepen de doelstellingen, zelf of gezamenlijk, uitvoeren en zijn voorbeelden van omroepen opgenomen over hoe invulling gegeven wordt aan de ambities. De regionale omroepen gaan in de eigen bekostigingsaanvraag gedetailleerder in op de wijze waarop zij uitvoering geven aan de regionale mediadienst in de eigen regio.

Wij, het publiek van de regionale publieke omroep

Ambitie: De regionale omroepen brengen onderscheidende en verbindende regionale journalistiek, zien wat er in de regionale samenleving gebeurt, brengen nieuws, controleren en zorgen voor een sterkere verbondenheid in de regio. Het publiek staat centraal voor regionale omroepen.

Garantie op hoogwaardige journalistiek in iedere regio, met eigen nieuwsproductie en een eigen nieuwsagenda.

Het publiek mag van regionale omroepen nieuws verwachten over hun leefomgeving. Nieuws dat relevant, kritisch en informatief is. Regionale omroepen werken aan een fijnmazig journalistiek aanbod van eigen nieuwsverhalen. Een aantal omroepen maakt daarom gebruik van portefeuillehouders. Verslaggevers krijgen een eigen gebied of een specifiek thema toegewezen. Als thema's kan gedacht worden aan politiek, economie, veiligheid, justitie, zorg, geld, sport, cultuur, werk en verkeer. De verslaggevers die hun lokale kennis en netwerk kunnen uitbouwen zorgen voor meer unieke en diverse nieuwsverhalen en een beter toezicht op de lokale politiek. De regionale omroep kan op deze manier dus ook de functie van waakhond versterken.

Regionale journalistiek heeft veel kanten. Een conflict blootleggen is er een van. Oog hebben voor oplossingen is een andere kant. Omroep West zet in op constructieve journalisten onder de naam CoJo's. Waar veel journalisten stoppen bij het schetsen van een probleem gaan CoJo's een stap verder door oog te hebben voor (mogelijke) oplossingen. Omroep West gelooft dat CoJo kan bijdragen aan groter vertrouwen in de journalistiek door een geschakeerd beeld van de werkelijkheid te geven.

Onderzoeksjournalistiek hoort ook bij de vele kanten van regionale journalistiek. De noordelijke omroepen in Groningen, Drenthe, Friesland en Overijssel versterken deze



VV Katwijk kampioen - Omroep West. Fotograaf: Laurens Lindhout/Soccrates

vorm van journalistiek in een onderlinge nauwe samenwerking. De verwachting is dat met dat initiatief een stap gezet kan worden naar betere achtergrondjournalistiek.

Garantie op onafhankelijke journalistiek in iedere regio, met een eigen redactieraad, eigen redactiestatuut en een eigen regionale mediaraad.

Het publiek moet er op kunnen vertrouwen dat het nieuws dat ze van regionale omroepen krijgen onafhankelijk is van commerciële of overheidsinvloeden. Regionale omroepen hebben onafhankelijkheid dan ook hoog in het vaandel. Omroepen hebben een redactieraad, een redactiestatuut, een hoofdredacteur of andere functionaris die de onafhankelijkheid borgt.

Verantwoording in iedere regio over maatschappelijke relevantie, urgentie en diversiteit van het regionale media-aanbod.

Het publiek wil zichzelf en zijn omgeving herkennen in het aanbod. Regionale omroepen hebben een regionale mediaraad. Deze mediaraden bewaken onder meer de maatschappelijke waarden van het media-aanbodbeleid. De regionale omroepen willen deze raden meer gaan betrekken bij het verantwoorden van hun maatschappelijke en publieke taak in de regio. De hoofdredacteurs hebben daarom eind juni een bijeenkomst georganiseerd voor vertegenwoordigers van de regionale mediaraden en voorbeelden laten zien waarop de verantwoording versterkt

kan worden. De hoofdredacteuren gaan de voorstellen uitwerken met het doel de verantwoording van het media-aanbodbeleid vanaf het 2019 te versterken.

Publiek een stem geven met kwantitatief en kwalitatief data- en publieksonderzoek in iedere regio.

Het publiek kan ook zeggen wat zij van de omroep, het aanbod of specifiek het nieuws vindt. Regionale omroepen doen hier onderzoek naar en streven ook op andere manieren naar meer interactie met het publiek.

Experimenten met nieuwe journalistieke werkwijzen en innovatieve distributiemethoden om aan te blijven sluiten bij de veranderende behoeften van het publiek.

Het publiek verandert, neemt op verschillende manieren het programma-aanbod tot zich, levert commentaar op nieuws en deelt het op sociale media.

Bij televisie is het al langer ingeburgerd dat programma's via diensten als Uitzending Gemist later teruggezien worden. Voor radio wordt dat ook steeds populairder. Dat kan onder meer door podcasts. Die bieden ook de mogelijkheid om unieke regionale radioverhalen te vertellen. RTV Drenthe is één van de omroepen die inzet op podcasts. Verschillende omroepen gebruiken podcasts om radioverhalen te vertellen.

RTV Noord zet voor 2019 in op vernieuwende journalistieke vormen op sociale media. Er wordt gewerkt aan opiniërende bijdragen, sportrubrieken, kunst- en cultuurprogramma's en andere vormen om deze nieuwe mediavormen te benutten en ook via deze nieuwe wegen het publieke media-aanbod aan te bieden aan Groningers. Bij RTV Noord is een speciale afdeling actief die kennis heeft van de specifieke kenmerken van sociale kanalen.

Actieve betrokkenheid van het publiek bij het journalistieke proces.

Het publiek wil niet alleen passief het nieuws tot zich nemen, maar wil op zijn tijd ook zijn zegje doen en gehoord worden. De regionale omroep neemt zijn publiek serieus. Omroepen stimuleren het publiek om mee te denken over interessante onderwerpen. Omroep West bevordert de deelname van kijkers, luisteraars en bezoekers onder meer via Facebook live vergaderingen, Facebook Q/A en de inzet van het Hearken-model [12], waarbij publiek onderwerpen kan aandragen bij de redactie. Ook RTV Drenthe heeft het Hearken-model omarmd. Via de online module Zoek het uit! kan het publiek verzoeken aan de omroepen richten om onderwerpen aan te kaarten.

RTV Rijnmond gaat maandelijks, met het publiek, thema's bespreken waar inwoners in discussie kunnen gaan met overheidsinstellingen en andere betrokkenen. Regionale omroepen zijn laagdrempelig en stellen hun bedrijven open voor het publiek. Omroep Flevoland biedt bijvoorbeeld wekelijks rondleidingen aan zodat de Flevolandse inwoners kunnen ervaren wat er met publiek geld gebeurt. De omroep gebruikt de rondleidingen ook om in gesprek te gaan met de bezoekers en hun meningen te horen.

Ambitie: De regionale omroepen zijn voor het publiek de journalistieke partner die actieve ondersteuning biedt bij keuzes, verschillen en problemen.

Kwaliteits- en onderzoeksjournalistiek bedrijven en regio's versterken door bij te dragen aan de regionale identiteit

De regionale omroepen zetten al hun kanalen in voor nieuws en programma's die bijdragen aan de regionale identiteit. Dat doen ze op basis van een samenhangende distributiestrategie, zoals eerder uitgebreid aan de orde is gekomen.

Televisie is een verbindend medium dat door vrijwel het gehele publiek van regionale omroepen wordt gebruikt. De waarde van bewegend beeld is -zoals eerder vermeld- dan ook groot. De functie van televisie verandert wel. De zenders praten mensen aan het einde van de dag bij en brengen niet alleen de nieuwsfeiten, maar ook de verhalen erachter. Verder plannen de televisiezenders ruimte in voor een scala aan informerende en culturele programma's. Het zijn ook de kanalen om evenementen (belangrijke uitingen van de regionale identiteit) live mee te beleven. De radiozenders zijn belangrijke kanalen om de luisteraars in de loop van de dag op verschillende manieren te bedienen met een mix van nieuws, informatie, service en muziek. Radio is van oudsher een sociaal medium, het biedt gezelligheid en de presentatoren gaan in gesprek met de luisteraars. De online kanalen bieden de kijkers en luisteraars op ieder moment als eerste het laatste nieuws en andere gewenste informatie uit en over de regio. De RPO en de regionale omroepen ontwikkelen een toetsingskader waarmee de regionale omroepen kunnen verantwoorden dat zij de programmavoorschriften op het gebied van informatie, educatie en cultuur (ICE) naleven en ook voldoen aan de aanscherping dat het aanbod van amusement beperkt moet zijn.

In iedere regio 24/7 een actuele site en app met laatste nieuws en achtergronden.

Online voorbeelden

Omroep Zeeland is online het meest relevante nieuwsplatform van én voor Zeeland. Alle journalisten werken voor online waardoor de actualiteit in berichtgeving op een efficiënte manier is gewaarborgd. Berichten worden gedeeld op Facebook, Twitter en Instagram, zodat Zeeuwen ook daar nieuws uit hun regio vinden.

Nieuws (van) dichtbij op het moment dat het actueel is. Daar zetten regionale omroepen zich voor in. Dat vraagt dat er 24/7 nieuws online gepubliceerd kan worden. Redacties zijn erop ingericht om nieuws en achtergronden zo snel mogelijk te publiceren. Dat kan ook van buiten af gebeuren. **Omroep Flevoland** heeft bijvoorbeeld een app waarmee informatie niet-plaatsgebonden gepubliceerd kan worden.

Op de webpagina Zoek het uit! kunnen Drentenaren vragen stellen aan **RTV Drenthe**. De meest interessante vragen worden uitgewerkt in nieuwsreportages.



Marathon - RTV Utrecht

RTV Noord versterkt de nieuws- en opiniewaarde van de site met blogs en commentaren. De oorspronkelijke pool van eigen redacteurs wordt regelmatig uitgebreid met gastcommentatoren.

De website van **Omroep Gelderland** nodigt bezoekers uit om te grasduinen door de Gelderse geschiedenis met de pagina over 75 jaar vrijheid, of een virtuele wandeling te maken door de natuur in Gelderland (Buitengewoon).

In iedere regio 24/7 radio, met overdag zoveel mogelijk live radio met nieuws, achtergrond, cultuur, educatie en muziek.

Het geluid van de regio, een greep uit het aanbod

Radio Oost is live van 6 uur 's ochtends tot 7 uur 's avonds. Het is een onderhoudende zender die de hele dag het geluid van Overijssel laat horen. In de ochtend worden de luisteraars bijgepraat over wat er speelt in hun provincie. Gedurende de dag zijn er regelmatig nieuwsbulletins en na vijf uur is er veel ruimte voor opiniërende programma's.

Radio Drenthe zet ook in de volgende jaren 'naoberradio' voort. Centraal daarin staat wat de Drent bezighoudt. Het publiek meldt de omroep welke onderwerpen er spelen die verslaggevers kunnen oppakken. 'Naoberradio' is gezellig, servicegericht en informatief.

Radio Noord werkt de komende jaren aan een snellere berichtgeving op radio. Door de 'online eerst filosofie' wordt nieuws (veel) sneller gebracht en kan radio niet achterblijven. Door de inzet van geavanceerde techniek is er minder technische ondersteuning nodig, waardoor er meer capaciteit beschikbaar is voor de journalistiek en de inhoud van de programma's. Nieuws, achtergronden, cultuur, muziek; het komt tegenwoordig in alle programma's voor. De combinatie met online/sociale media vergroot de interactie met het publiek.

Radio M Utrecht brengt een mix van regionaal relevant nieuws en informatie uit de provincie Utrecht. De zender biedt een aansprekende en afwisselende programmering die luisteraars uitnodigt om te blijven luisteren. Presentatoren gaan het gesprek aan met hun publiek.

Omrop Fryslân ruimt de zondagmorgen in voor de sfeervolle radioreportages over Friese natuur, cultuur en geschiedenis. De reeks wordt traditiegetrouw uitgezonden onder de naam Buro de Vries en verwierf in de afgelopen jaren verschillende NL Awards en nominaties.

Radio Zeeland verbindt Zeeuwen. De Zeeuwse Top 40 is het platform voor Zeeuwse artiesten. Er is aandacht voor het bedrijfsleven onder meer in programma's over de Zeeuwse Pioniersprijs en de Zeeuwse Innovatieprijs Emergo. Het Zeeuwse verenigingsleven staat centraal in het programma Weekend.

Radio Flevoland is van maandag tot en met vrijdag ook live te bekijken via visual radio op het tv-kanaal. De live verslaggeving is hoorbaar op radio, de verslaggevers zijn zichtbaar op televisie.

De gelauwerde verslaggevers Sinclair Bischoff en Dennis van Eersel (winnaars Theo Koomen prijs) doen met enthousiasme en kennis van zaken live verslag van de 4 betaalde voetbalclubs van Rotterdam en Dordrecht bij **RTV Rijnmond**.

L1 trekt op zaterdagochtend door Limburg met het Cultuurcafé, een radioprogramma vol kunstzinnige en minder zinnige cultuur.

Verhalen van Noord-Hollanders staan centraal bij **NH Radio**, zoals in de rubriek Zeg Het Maar en series als Sterk Verhaal en Waarheen Waarvoor? In Vinyl Vrijplaats vertellen luisteraars het verhaal achter hun eerste plaat.

In iedere regio minimaal een half uur actuele televisie per dag, met nieuws, achtergrond, cultuur en educatie.

De regio in beeld, een greep uit het aanbod

RTV Noord verzorgt elke dag een half uur relevante journalistieke televisie. Televisie staat onder druk door de online-ontwikkelingen. De programmering is aangepast aan de tijd. Een (groot) deel van het publiek is rond uitzendtijd al op de hoogte van het nieuws. De zender besteedt daarom meer tijd aan de achtergronden en duiding van het nieuws. Ook de effecten van het nieuws op het publiek spelen een belangrijke rol. Sport en cultuur maken integraal onderdeel uit van het nieuwsaanbod en hebben daardoor een relevante en nadrukkelijke plek gekregen in de programmering.

Ook **L1** past de televisieprogrammering aan onder invloed van het online aanbod, waardoor



Tacx Pro Classic - Omroep Zeeland

het publiek om 17.30 uur al lang de nieuwsfeiten kent. Met een actueel, dagelijks live magazine wil L1 meer verhalen vertellen op tv. In dit dagelijkse live magazine krijgen debat, duiding en diepgang een structurele plaats. Het programma wordt in 2018 ontwikkeld om vanaf najaar 2018 en de jaren daarna uit te zenden.

RTV Utrecht heeft dagelijks een uurs-programmering. Het eerste half uur is gewijd aan nieuws en achtergronden in het nieuwsprogramma UNieuws dat direct gevolgd wordt door het magazine UVandaag waarin dieper wordt ingegaan op de actuele onderwerpen van die dag. Hiervoor worden speciale gasten uitgenodigd die deze duiding kunnen geven. Het format van de programma's is bestemd voor een breed publiek. Ook wordt content vanuit sociale media geïntegreerd. In het tweede deel van de programmering is ruimte voor programma's over historie, cultuur, natuur en mens & maatschappij. RTV Utrecht laat in alle programma's de inbedding in de regio herkenbaar in beeld zien en geeft duiding waar nodig.

Omroep Brabant breidt in 2019 het project 'Brabants Buske' verder uit. Het publiek kan aangeven wat men belangrijk vindt en stuurt zo via sociale media de verslaggevers aan. De productie van de verslaggevers is dagelijks online en op televisie te zien.

RTV Rijnmond zet vanwege de stagnering van het aantal kijkers in op verdieping en kwaliteit. Het station brengt daarom sinds medio 2018 een halfuurs-programmering op televisie die meer inzet op het gesprek van de dag en de betekenis ervan voor kijkers in de regio. De omroep zal vooral het gesprek met de inwoners van hun regio aangaan en hen een stem geven. Uiteraard komen de nieuwsgebeurtenissen wel aan de orde. Dat gebeurt in een apart nieuwsblok dat ieder uur wordt ververst.

RTV Drenthe heeft een televisieprogramma waarin op een bijzondere wijze wordt samengewerkt. Voor regio's aan de Nederlandse grens is de verbondenheid met het buurland kenmerkend. Het programma *Ohne Grenzen/Zonder Grenzen* wil de grens tussen Duitsland en Drenthe doen vervagen. Er zijn verschillen en overeenkomsten tussen mensen, bedrijven en instellingen in de grensstreek. *Ohne Grenzen* gaat op zoek naar die verschillen en probeert daarbij over en weer begrip te kweken. Want met meer begrip voor elkaars situatie, leer je elkaar beter kennen en begrijpen en kan samenwerking tot succes leiden. Het programma is een samenwerkingsverband tussen het Duitse regionale televisiestation EV1.TV en RTV Drenthe en wordt maandelijks uitgezonden. *Ohne Grenzen/Zonder Grenzen* wordt mede gefinancierd door de Duitse provincie Emsland en de provincie Drenthe.

RTV Oost verzorgt op televisie elke dag tenminste een actueel programma met nieuws, achtergronden, cultuur en educatie van minimaal een half uur. Daarna volgen specifieke programma's van een half uur. Zo is er op donderdag een opsporingsprogramma in samenwerking met politie en justitie. Samen met het nieuwsprogramma worden deze programma's herhaald in een carrousel.

Omroep Flevoland brengt in 2019 onder de naam 'Dit is Flevoland' dagelijks een TV-magazine waarin de elementen nieuws, cultuur en educatie zijn verwerkt. Het is een halfuurs programma dat dagelijks live gepresenteerd wordt met aandacht voor nieuws, achtergrond, cultuur en educatie.

Calamiteitentaak vervullen met een alerte organisatie in iedere regio.

Regionale omroepen fungeren in voorkomende gevallen als calamiteitenzender. Daartoe is er regelmatig contact tussen de omroep en de betreffende veiligheidsregio's, zodat de protocollen en werkwijzen bij alle partijen bekend zijn, en er indien gewenst snel geschakeld kan worden.

Formeel hebben de regionale radiozenders de calamiteitenfunctie. Regionale omroepen gebruiken als het nodig en mogelijk is al hun media bij calamiteiten. Zo kunnen ze in vrijwel alle gevallen aan de snelle behoefte aan informatie voldoen. Een zender als RTV Noord wordt regelmatig geconfronteerd met noodsituaties door de aardbevingsproblematiek. RTV Rijnmond heeft te maken met een calamiteitsgevoelige regio. De omroep heeft een studio bij de veiligheidsregio tot zijn beschikking en heeft voor zijn medewerkers en technici een app ontwikkeld voor snelle communicatie bij een calamiteit.

Voor medewerkers zijn instructies en cursussen beschikbaar over veiligheid bij calamiteiten. De veiligheid van medewerkers bij calamiteiten en de ontwikkeling van (online) cursussen blijft een aandachtspunt voor 2019 en de daarop volgende jaren.

Verslag kunnen doen van evenementen met een nabije organisatie in iedere regio.

Naast het nieuws is het uitdragen van de regionale identiteit een belangrijk speerpunt voor regionale omroepen. De regionale identiteit komt vaak sterk tot uiting bij evenementen. Regionale omroepen verslaan gezamenlijk ook in 2019 ruim 200 evenementen. Een speerpunt voor alle omroepen zijn de provinciale verkiezingen. Ook herdenkingen die bij de Nederlandse en regionale identiteit



TT Assen - RTV Drenthe

horen krijgen aandacht, zoals de nationale dodenherdenking in Westerbork. Verder cultureel aanbod, zoals de zomervoorstellingen van toneelgroep Suburbia in Almere, popfestivals waaronder Retropop en ook sportevenementen, diverse marathons, carnaval en bloemencorso's. Evenementen worden verslagen op radio, televisie, online, mobiele kanalen en streamingdiensten.

Een greep uit de evenementen in Nederland

De zomer is het evenementenseizoen bij uitstek. Zo ook voor **Omroep Gelderland**. Met het programma Zomer in Gelderland bezoekt de omroep 15 Gelderse gemeenten en verslaat de evenementen die bewoners organiseren om mee te dingen naar de titel van Mooiste plaats van Gelderland. In juli doet de omroep prominent verslag van de Vierdaagse in Nijmegen en wordt het festival de Zwarte Cross in beeld gebracht.

RTV Drenthe besteedt volop aandacht aan Dutch TT in Assen, een Drents hoogtepunt dat door mensen uit het hele land en daarbuiten bezocht wordt. De Gouden Pijl in Emmen is een wielercriterium vlak na de Tour de France. In Grolloo de Drentse bakermat van de Nederlandse blues wordt het International Blues Festival georganiseerd. RTV Drenthe is er bij.

In Groningen wordt ieder jaar in oktober de 4 Mijl gehouden: een loopevent waar ruim 20.000 mensen aan meedoen en waar **RTV Noord** al jarenlang live verslag van doet. In 2016 was er Delfsail, Vijf dagen lang is er vanaf locatie op radio, tv en online uitgezonden. In 2022 staat

Delfsail weer op de rol, de tallshiprace in Delfzijl waar ongeveer een miljoen bezoekers op afkomen. RTV Noord is dan opnieuw de mediapartner.

RTV Utrecht brengt in 2019 naast de provinciale verkiezingen, de Wielerronde Veenendaal - Veenendaal, de Wielerklassieker Ronde van Midden Nederland, Live verslag van de Alpe d'Huzes (samen met andere regionale omroepen), Dodenherdenking en het korenfestival Europa Cantat dat in de zomer van 2019 weer in Utrecht wordt gehouden en zo mogelijk het Utrecht Uitfeest.

Omroep Brabant mikt op ongeveer 10 grote evenementen. Denk daarbij aan het Bloemencorso Zundert, Brabantse Dag Gees, Breda Jazz, Marathon Eindhoven en natuurlijk Carnaval. Omroep Brabant heeft ook zelf initiatieven genomen voor evenementen, zoals de verkiezing van de Brabander van het jaar en de verkiezing van een eeuwenoude Brabantse lekkernij, het worstenbroodje. Met deze evenementen draagt de omroep bij aan het Brabant-gevoel.

RTV Rijnmond is erbij als het om belangrijke evenementen in de regio gaat. Voorbeelden zijn Roparun, de Marathon van Rotterdam, Zomercarnaval, de Wereldhavendagen, City Swim en De Nacht van de Kaap.

RTV Oost kiest er voor om evenementen mee te beleven met het publiek. Online en op sociale media, met live-bijdragen op radio en met een ruime compilatie of sfeerreportages op televisie. De omroep verslaat jaarlijks zo'n 25 bovenlokale evenementen, die variëren van de traditionele nieuwjaarsduik, tot de jaarlijkse bloemencorso's, sportmanifestaties, festivals en de Twentse oudejaarsconference.

Omroep Flevoland besteedt geregeld live aandacht aan grote en kleine evenementen in de regio. Dat varieert van NOPPOP in de Noordoostpolder tot het meerdaagse Mud Masters in Biddinghuizen. De mogelijkheden van visual radio om de evenementen op radio en tv te brengen, worden vanaf 2019 nog meer ingezet. Om een greep te doen uit de evenementen die de omroep verslaat: zang met Hemelvaart op Urk, de Dodenherdenking in Dronten, Havenkomconcert uit Almere Haven, Koningsdag, Gezwam rond de dam (het kampioenschap buutreednen uit Kraggenburg), de avond van de Almeerse film en diverse bloemencorso's in samenwerking met andere omroepen.

Omrop Fryslân is een echte (live) evenementenzender. Jaarlijks zijn er met name in de zomer uitzendingen waarin sporten als Skûtjesilen, fierljeppen en kaatsen centraal staan. Maar ook van heel andere zaken wordt verslag gedaan, zoals het Oranjewoud Festival met klassieke muziek; de Fiets Elfstedentocht en de Hynstekeuring (een evenement met Friese paarden met internationale allure dat in vier talen gestreamd wordt).

In 2019 zet **Omroep Zeeland** in op verslaggeving van sportevenementen als de Marathon Zeeuws-Vlaanderen en de Kustmarathon Zeeland; van culturele festivals als Vestrock, Concert at Sea, Film by the Sea en het Zeeland Nazomerfestival; van de herdenking van 75 jaar Slag om de Schelde en van de Provinciale Statenverkiezingen.

Actief de ervaringen van gebruikers, lezers, luisteraars of kijkers gebruiken om te innoveren.

Via de sociale media, online panels en de reacties op uitzendingen zijn omroepen in staat om te bepalen wat er leeft bij het publiek. Ook wordt gemeten waar de



Bloemencorso - Omroep Brabant

aandacht van het publiek naar toe gaat op sociale media. Het streven is om in de komende jaren meer onderzoek te verrichten naar de interactie met het publiek.

Actief bezig zijn met talentontwikkeling door het aanbieden van werkervaringsplekken.

De werkervarings- en stageplaatsen die regionale omroepen aanbieden werpen hun vruchten af. Twee van de drie nominaties voor Jong Talent bij regionale omroepen zijn toegekend aan medewerkers die gebruik maakten van een werkervaringsplaats. Karlijn Houterman, de winnares van de NL Award had haar werkervaringsplaats bij Omroep Brabant ten volle benut en heeft inmiddels de stap gemaakt naar een landelijke omroep. Ook genomineerde Loes Wielheesen maakte gebruik van een werkervaringsplaats bij RTV Oost. De regionale omroepen zetten zich ook de komende jaren in voor jong talent.

Zo heeft Omroep West naast de reguliere stageplaatsen ook plaatsen voor journalisten die hun thuisland ontvlucht zijn. De afdeling Algemene Zaken biedt een aantal 'beschutte werkplaatsen' aan, waarbinnen collega's met een beperking zich kunnen ontwikkelen. De goede contacten van regionale omroepen met diverse onderwijsinstellingen zorgen voor voldoende aanbod van stagiaires. In de snel veranderende mediawereld zijn stagiaires ook belangrijk om feeling te hebben met de belevingswereld van jongeren. Zoals RTV Noord aangeeft: "Stagiaires helpen ons daarbij."

Omrop Fryslân zet het programma voor trainees voort. Jonge professionals krijgen twee jaar lang de kans om ervaring op te doen bij de omroep.

RTV Rijnmond werkt samen met opleidingsinstituten voor stageplaatsen, waardoor permanent aan 6 tot 7 studenten stageplekken ter beschikking worden gesteld, binnen alle disciplines van het bedrijf. Tevens zijn er plannen voor het opzetten van een talentschool in samenwerking met OPEN Rotterdam. Daar is echter nog geen additionele financiering voor gevonden.

Voor 2019 bieden de regionale omroepen gezamenlijk ruim 100 stage- en werkervaringsplaatsen aan.

De mediasector is volop in beweging en dat vraagt van de eigen medewerkers dat zij mee ontwikkelen voor een goede uitvoering van de publieke media-opdracht. Er is een digitaal platform met opleidingen voor medewerkers van regionale omroepen met een breed aanbod aan e-learnings waaronder online cursussen voor regionale journalisten. Het platform wordt in 2019 doorontwikkeld en ingezet door de deelnemende regionale omroepen.

Omroep West zet tevens de senioriteit, kennis en ervaring van de eigen mensen, in voor de ontwikkeling van collega's. Een aantal medewerkers heeft in 2018 een training 'train de trainer' gevolgd om in de volgende jaren hun ervaringen over te dragen op hun collega's.

Ambitie: De regionale omroepen versterken de identiteit van de regio en gebruiken online, mobiele en sociale media om het regionale wij-gevoel te stimuleren en op die manier (gezamenlijk) culturele waarde te creëren. Regionale omroepen zijn de cultuurdragers voor online, sociale en fysieke community's. Daarvoor streven de regionale omroepen de volgende doelstellingen na.

De identiteit in iedere regio versterken door actief bij te dragen aan de regionale samenleving.

De regionale omroep spreekt de taal van zijn regio. De omroep heeft oog en oor voor de gevoelens en beleving van de inwoners. De omroep versterkt de culturele identiteit door middel van een gevarieerd aanbod met aandacht voor thema's als natuur, geschiedenis, cultuur, dialect en mensen in hun regio. Daar zetten de omroepen al hun kanalen voor in, niet alleen radio en televisie, maar ook online, waar RTV Rijnmond een voorbeeld van is. Deze omroep introduceert online en via sociale media een rubriek over uitgaan en culturele activiteiten in de regio.

In iedere regio actief vormgeven van participatie en consultatie van het publiek.

Verslaggevers zijn met name de ogen en oren van de regionale omroepen. RTV Rijnmond streeft ernaar om in 2019 in iedere streek van het uitzendgebied een regioverslaggever te stationeren, die het aanspreekpunt is voor de inwoners van dit specifieke gebied in de regio Zuid-Holland zuid.

In iedere regio vertegenwoordiging van het publiek in een representatieve regionale mediaraad.

Zoals eerder aangegeven heeft iedere regionale omroep een regionale mediaraad. De hoofdredacteurs zullen de bestaande handreiking voor de regionale mediaraden actualiseren. Ook willen ze de manier waarop de mediaraden verantwoording afleggen, versterken.

Jaarlijks wordt in opdracht van de regionale publieke omroepen een kwalitatief sectoronderzoek uitgevoerd.

In het concessiebeleidsplan Liefde voor de Regio is de ambitie opgenomen om het totaalbereik van de regionale publieke media-instellingen (rpmi's) verder te laten stijgen en daarnaast ook een groei te creëren in de interactie met het publiek. Het meten van het totaalbereik van de regionale omroepen kan alleen via een voor de hele sector gelijk kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Eerder is al aangegeven dat de afzonderlijk onderzochte radio, televisie en online cijfers niet opgeteld kunnen worden om het totaal bereik vast te stellen. Zoals in de passage over meetmethode is aangegeven, wordt vanaf 2019 de meetmethode verbeterd om het totaalbereik adequaat in beeld te brengen. Daarbij zal zo goed als mogelijk worden aangesloten bij de onderzoeken die in het verleden zijn gedaan.



4-daagse - Omroep Gelderland

Regionale omroepen zetten zich in voor de productie van regionale documentaires.

Regionale omroepen produceren in 2019 gezamenlijk tenminste 70 regionale documentaires. De regionale omroepen werken aan het verbeteren van het contact met de landelijke omroepen.

Omroep Gelderland wil bijvoorbeeld minimaal 15 documentaires per jaar maken, waarvan 5 zich kenmerken door een diepgravende journalistieke aanpak en produceert en financiert deze zelf, dan wel uit andere financieringsbronnen.

L1 zet zich het komende jaar in om minimaal 6 documentaires te produceren, coproduceren of aan te kopen. Net als afgelopen jaren zal de Stichting Omroep Limburg in 2019 € 75.000 extra beschikbaar stellen voor (mede)financiering van documentaires.

Omrop Fryslân is koploper als het om regionale documentaires gaat. De documentaires worden wekelijks op de NPO uitgezonden en daarmee is de omroep van oudsher het toonbeeld van een geslaagde samenwerking tussen een landelijke en regionale omroep die documentaires oplevert die hooggewaardeerd worden door landelijke en regionale kijkers.

De RPO bevordert het contact tussen vertegenwoordigers van de regionale omroepen en de leden van de NPO Werkgroep Documentaire om te stimuleren dat landelijke en regionale omroepen tot gezamenlijke producties komen. Met

1

de externe financiering van het Mediafonds is in het verleden bewezen dat regionale documentaires een diversiteit aan boeiende verhalen opleveren met een grote regionale spreiding. De middelen voor de productie zijn afgenomen sinds de verdwijning van het Mediafonds. De uitbreiding van landelijk en regionale coproducties zijn een mogelijke oplossing.

Ambitie: De regionale publieke omroep versterkt de communicatie met het publiek door middel van online en mobiele interactie op verschillende kanalen, platforms en momenten. Om deze ambitie waar te maken, streven de regionale omroepen de hierna genoemde doelstellingen na, die voor een belangrijk deel al uitgewerkt zijn in de samenhangende distributiestrategie.

Toename van het totaalbereik van de regionale publieke omroepen.

Om het totale bereik te behouden brengen de regionale omroepen een gebalanceerde media-mix voor radio, televisie en online. Deze doelstelling is uitgewerkt in de samenhangende distributiestrategie die eerder is beschreven.

Verbetering van de kwantitatieve meetwijzen van het totaalbereik.

Zoals ook eerder aan de orde is gekomen zetten de regionale omroepen in op een verbetering van de kwantitatieve meetwijzen om het totaal bereik vast te stellen.

Meer persoonlijke interactie tussen de regionale publieke omroepen en het publiek.

Het vergroten van de interactie met het publiek is een belangrijke doelstelling van de regionale omroepen die daarom een plaats heeft gekregen in de uitwerking van de samenhangende distributiestrategie.

Het regionale publiek bedienen met themaplatforms.

Regionale omroepen ontwikkelen multimediale platforms rond thema's en televisieprogramma's waarop mensen informatie vinden over onderwerpen waar hun belangstelling naar uitgaat.

Omroep Gelderland heeft bijvoorbeeld gekozen voor thema's die aansluiten bij belangrijke pijlers van de regionale identiteit, zoals:

1. Geschiedenis (Ridders van Gelre);
2. Naoberschap (Gelderland Helpt);
3. Natuur (BuitenGewoon);
4. Bevrijden en herdenken (Op weg naar 2020, 75 jaar vrijheid).

Rond de platforms kunnen community's ontstaan, doordat de bezoekers gelijkgestemden ontmoeten en hun eigen kennis en verhalen kunnen delen. Televisie, radio en online media worden ingezet om deze verbinding vorm te geven in documentaires, portretten, muziek en verhalen. Interactie is hierbij het sleutelwoord. Uitgangspunt bij de platforms is dat er altijd samengewerkt wordt met (maatschappelijke) organisaties, bewoners en betrokkenen. Waar mogelijk en haalbaar geeft de omroep samen met de maatschappelijke partners deze community's ook fysiek vorm in bijeenkomsten en publieksevenementen. Omroep Gelderland heeft de ambitie om in de komende jaren een aantal nieuwe



Carnaval - L1

themaplatforms te initiëren, waaronder een themaplatform dat zal gaan draaien rondom (streek)cultuur.

L1 zet het bestaande themaplatform L11 Alaaf voort. Omroep Brabant brengt het komende jaar een themaplatform met het oog op de verkiezingen van de Provinciale Staten met het doel om het publiek te betrekken bij dit belangrijke onderwerp en hen te informeren. Onder de term 'Bruggenbouwers' is Rijnmond een initiatief gestart om thematisch aandacht te besteden aan evenementen en culturele projecten.

Hoge publiekswaardering van de informatieve en verbindende radio van de regionale publieke omroepen.

Uit het onderzoek naar het bereik en waardering van regionale omroepen [13] blijkt dat het publiek de regionale radiozenders gemiddeld met een 7,3 beoordeelt. Het streven is om de publiekswaardering te handhaven.

Hoge publiekswaardering voor het onderscheidende media-aanbod van de regionale publieke omroepen.

Het aanbod op de televisiekanalen is in 2017 opnieuw met een 7,3 gewaardeerd. Daarbij is het belangrijk dat de regionale omroepen gewaardeerd worden als betrouwbaar, actueel, informatief, betrokken, herkenbaar en als dé nieuwsbron van regionaal nieuws. Het meten en monitoren van de waardering wordt meegenomen in de ontwikkeling van het onderzoek.

Ambitie: De regionale omroepen willen in samenwerking met landelijke en lokale publieke omroepen en door onderlinge samenwerking de journalistiek inhoudelijk versterken, innoveren en het bereik vergroten.

In de voorgaande hoofdstukken is aangegeven waar de regionale publieke omroepen nieuwe kansen voor samenwerking zien. In dit hoofdstuk zijn deze kansen nader uitgewerkt in een aantal doelstellingen. De samenwerkingen met de NOS en de NPO zijn belangrijk om het totaal bereik van het regionale aanbod te vergroten. Ook de samenwerking met lokale omroep is erop gericht om het wederzijdse bereik te vergroten. Het lokale aanbod krijgt een extra platform op de regionale kanalen en het regionale aanbod op de lokale.

De belangrijkste pijler in de regionaal-landelijke samenwerking is de samenwerking met de NOS. Deze samenwerking zal ook in 2019 en de daaropvolgende jaren worden voortgezet. De samenwerking is breed: van het uitwisselen van nieuwsitems voor de landelijke en regionale kanalen, het opleiden van medewerkers, tot het opzetten van gezamenlijk journalistiek onderzoek.

Bureau Regio

Bureau Regio, de gezamenlijke redactie van de regionale omroepen die gevestigd is op de NOS-nieuwsvloer, is de spil in deze samenwerking. Dagelijks worden er nieuwsonderwerpen uitgewisseld tussen de regionale omroepen en de NOS, in 2017 in totaal 2500 keer. Ook wordt expertise uitgewisseld en worden redacteurs van NOS en regionale omroepen op onderwerpniveau met elkaar in contact gebracht. Dit leidt er ook toe dat regionieuws een steeds frequentere plaats inneemt in de landelijke berichtgeving via de NOS. Dagelijks zijn er bovendien in de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur afgebakende blokken met regionaal nieuws, geproduceerd door Bureau Regio. Via Bureau Regio vindt bovendien het nieuws van de regionale omroepen zijn weg naar de online-kanalen van de NOS; regionale berichten werden in 2017 ruim 133 miljoen keer via de NOS gelezen.

Bureau Regio en de NOS initiëren gezamenlijk journalistieke research projecten voor het NOS Journaal en het nieuws van de regionale omroepen. Per jaar levert dit ongeveer 12 uitgebreide journalistieke verhalen op en een veelvoud aan nieuwsitems voor de NOS en de regionale omroepen.

De NOS Academy biedt jaarlijks een aantal opleidingen op maat aan voor regionale journalisten. Tevens initieert Bureau Regio tijdelijke detachering van regionale journalisten bij NOS-redacties. De NOS werkt bij evenementen vaak bilateraal samen met een regionale omroep. Een aantal regionale omroepen maakt gebruik van het door de NOS zelf ontwikkelde newsroomsysteem iNOS.

Naast de samenwerking van de sector met de NOS zijn er diverse bilaterale samenwerkingen tussen regionale en landelijke publieke omroepen, zowel op het gebied van nieuws, als van evenementenverslag. Opnieuw vanuit de gezamenlijkheid van de regionale omroepen maakt Omroep MAX, via Bureau Regio, dagelijks gebruik van regionale items in het eigen actualiteitenprogramma Hallo Nederland.



Dam tot Damloop - NH

De regionale publieke omroepen werken samen om de regionale journalistiek te versterken, onder andere met lokale omroepen.

Regionale omroepen doen steeds meer ervaring op met samenwerken met de lokale collega's. De diversiteit in het lokale medialandschap is groot; er zijn behoorlijke verschillen in de mate van (journalistieke) professionaliteit. Op enkele plaatsen verenigen lokale omroepen zich in een streekomroep, in andere gemeenten is een meer of minder journalistieke zelfstandige omroep actief. Ook zijn er gemeenten zonder lokale omroep. Dit maakt dat samenwerking met lokale omroepen maatwerk is.

De regionale omroep voelt de verantwoordelijkheid de lokale omroepen in zijn gebied op te zoeken en samen tot versterking van de lokale journalistiek te komen. Maar lokale omroepen zelf bepalen natuurlijk of ze al dan niet een samenwerking willen aangaan en in welk vorm ze dat willen doen. Daarom zijn richtlijnen of kaders voor die samenwerking niet te geven. We zullen daarom een passende vorm van wederkerigheid in de samenwerking moeten vinden zodat de samenwerking een win-win situatie wordt. De uitwisseling van goede ervaringen en samenwerkingsvoorbeelden tussen andere regionale en lokale omroepen kan daarbij behulpzaam zijn.

Samenwerking regionaal en lokaal

RTV Drenthe organiseert jaarlijks de Lokale Omroepdag. Medewerkers van alle lokale omroepen in Drenthe kunnen allerlei workshops volgen. De dag draagt bij aan de verbondenheid tussen de regionale en lokale omroep en biedt gelegenheid om kennis en ervaringen uit te wisselen.

Omroep West zet de bestaande samenwerkingen met lokale omroepen voort, zoals met Den Haag FM, de Westlandse Omroepstichting (WOS), Studio Alphen uit Alphen a/d Rijn, Unity FM uit Leiden en BO (Bollenstreek). Met partijen worden dagelijks onderwerpen en items uitgewisseld en in een aantal gevallen hebben Omroep West medewerkers bij lokale omroepen een werkplek. De samenwerking vormt een onderdeel van het Regionaal Nieuws Netwerk (RNN-project) dat gesubsidieerd wordt door het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. In 2019 wordt de samenwerking uitgebreid met Delft, Zoetermeer en Gouda.

Omrop Fryslân heeft een samenwerkingsovereenkomst met RTV NOF (RTV Noordoost Fryslân) en RTV Kanaal 30 (Achtkarspelen & Tytsjerksteradiel). De omroep voert gesprekken met meer lokale omroepen om de samenwerking uit te breiden.

RTV Noord onderhoudt met een aantal lokale omroepen samenwerkingsverbanden. Met alle lokale omroepen is in het lopende jaar gesproken over de toekomst en samenwerkingsvormen die voor beide partijen interessant zijn.

De samenwerking van **NH** met lokale omroepen in Noord-Holland leidt ook tot samenwerking met lokale radiostations. NH Gooi, voorheen 6FM, het lokale station voor Hilversum en omgeving maakt voor een deel gebruik van de programmering van de regionale zender en produceert daarnaast lokale programma's.

Omroep Gelderland werkt in 2018 intensief samen met 15 lokale- en streekomroepen. De ambitie is om dit aantal in 2019 verder te laten stijgen. De succesvolle samenwerking met de lokale omroepen tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 (Omroep Gelderland trok samen met de lokale collega's door de provincie met een verkiezingsbus onder de naam Gelderland Stemt) krijgt een vervolg in de vorm van 'de belofte': Samen met de lokale omroepen zal Omroep Gelderland de komende jaren de beloftes volgen die de verschillende politieke partijen die nu in het college zitten hebben gedaan. Als blijkt dat beloften uit collegeprogramma's niet worden nagekomen, zorgt Omroep Gelderland - in samenspraak met de betreffende lokale omroep - voor het journalistieke onderzoek. Bovendien kan zo na vier jaar een betere evaluatie worden gemaakt van het functioneren van de gemeentebesturen en hoeft niet alleen te worden afgegaan op beloften in de verkiezingsprogramma's.

L1 heeft in 2018 de samenwerking met de lokale omroep Venlo versterkt. L1 heeft een kleine redactieruimte in het gebouw van de lokale omroep in gebruik genomen. Najaar 2018 wordt een redacteur benoemd die de coördinatie met meerdere lokale omroepen vorm moet geven. Eén van de plannen voor 2019 is om lokale omroepen een paar keer per dag een lokaal/regionaal nieuwsbulletin aan te bieden (zelfde techniek waarmee regionale omroepen NOS bulletins overnemen). L1 zal onderzoeken of de publieke lokale omroepen behoefte hebben aan deze vorm van samenwerking.

De provincie Utrecht telt 17 lokale omroepen waarvan er maar een handjevol echt actief is. **RTV Utrecht** wil daar verandering in brengen door hulp in de vorm van beeld en geluid.



Wereldhavendagen - RTV Rijnmond

Vijf streekredacties vervullen hierin een belangrijke rol. Op dit moment is er al intensieve en succesvolle samenwerking met Woerden TV, de bibliotheek van Amersfoort en BDU Media uit Barneveld. Op die redacties zijn RTV Utrecht-verslaggevers gehuisvest die op deze manier sneller en beter op de hoogte zijn van de gebeurtenissen in de betreffende gemeenten. Aan de andere kant profiteren die partijen weer van de RTV Utrecht-content. Een dergelijke samenwerking wordt ook opgezet met andere lokale omroepen in de provincie. De streekredacties worden verder uitgebreid. Sinds de fusie van 2002 bestaat er een samenwerkingsovereenkomst tussen de regionale en lokale omroep van Utrecht over de productie en uitzending van de lokale radio- en televisieprogramma's. Hierdoor wordt het publiek in stad en regio uitermate efficiënt bediend met nieuws, actualiteiten en cultuur in stad en provincie Utrecht. RTV Utrecht hecht eraan deze vorm van samenwerking in de toekomst te behouden.

Sinds januari 2017 is de lokale omroep OPEN Rotterdam gehuisvest in het pand van **RTV Rijnmond**. Inmiddels vindt er over en weer uitwisseling van content plaats; is er hoofdredactionele afstemming en intensieve samenwerking bij evenementen. Met andere regionale omroepen wordt de samenwerking gezocht, bij zowel het verrichten van (technische) investeringen, als op redactioneel gebied met betrekking tot evenementen en huur/verhuur van technische mensen/middelen.

Omroep Flevoland werkt samen met diverse lokale omroepen. De studio van Radio Lelystad is gehuisvest in het pand van Omroep Flevoland waardoor er mogelijkheden zijn voor uitwisseling. In 2018 heeft Omroep Flevoland voor specifieke sportuitzendingen samengewerkt met Urk en Noordoostpolder. De lokale omroepen maakten daarbij het

radioverslag en Omroep Flevoland het tv-programma voor de lokale en regionale zenders. Omroep Flevoland wil deze samenwerking het komende jaar voortzetten.

Omroep Zeeland heeft onderzoek laten doen naar de mogelijkheden voor samenwerking met de lokale omroepen in Zeeuws-Vlaanderen. Het onderzoek is begin 2018 afgerond. De omroep wil zich inzetten om te komen tot een streekomroep in Zeeuws-Vlaanderen om de lokale omroep in die streek toekomstbestendig te maken. Daarvoor is naast coördinatie ook projectsubsidie nodig.

De regionale publieke omroepen werken onderling samen op projecten en innovatie.

Op basis van een pragmatische en projectmatige aanpak vindt innovatie in gezamenlijkheid plaats. De kennis en ervaringen die omroepen opdoen met experimenten en andere onderwerpen die van belang zijn voor innovatie worden gedeeld met collega-omroepen, zoals ook belicht is in hoofdstuk 1. Als er meerdere omroepen geïnteresseerd zijn, wordt er voor deze omroepen een projectteam (met bij voorkeur professionals uit de eigen organisaties) gevormd en wordt het project gestart en uitgerold. Collega-omroepen die in een later stadium mee willen doen, kunnen vervolgens alsnog aanhaken.

Op dit moment zijn er meerdere projecten voor innovatie, ontwikkeling van digitale platformen en distributie. Omroep Gelderland heeft het initiatief genomen om de innovatie voor het collectief daadwerkelijk vorm te geven. In 2018 is gestart met het concreet uitvoeren van een drietal belangrijke innovaties die tot doel hebben om het bereik te vergroten. Onder handen zijn innovaties op het gebied van personalisatie van de app, A-B testing en Geo locatie dashboarding. L1 overweegt in 2019 mee te doen aan Regiolab, waarin tot nu toe zeven omroepen samenwerken bij het zoeken naar gezamenlijke innovatiekansen.

Daarnaast is er de voortrekkersrol van RTV Utrecht bij de App-ontwikkeling voor 10 omroepen. Regiogrid, een responsive ontwerp voor de websites met een optimale presentatie voor verschillende weergaves, wordt voor meerdere omroepen ontwikkeld en de hoofden techniek van de regionale omroepen beheren de App-ontwikkeling voor on-demand kijken op smart-tv's en pakketaanbieders. De vele initiatieven die er zijn worden beter op elkaar afgestemd, bijvoorbeeld via een eindverantwoordelijke stuurgroep van de regionale omroepen die meedoen.

Toename van het televisiebereik door voor alle regionale publieke omroepen in 2019 regionale vensters rondom de NOS Journaals op het lineaire kanaal te realiseren.

Televisie blijft een belangrijk nieuwsmedium. Aanvullend op het eigen televisiekanaal zal een venster met regionaal nieuws op een landelijke televisiezender rond een NOS Journaal de impact van het regionale nieuws zeker vergroten. Omdat nieuws bij uitstek een genre is om de burger in een keer in te informeren over de relevante mondiale, landelijke en regionale ontwikkelingen hebben NPO en RPO al in 2015 op verzoek van het kabinet aangegeven mogelijkheden te zien in de -ook door het kabinet gewenste- regionale nieuwsvensters op een landelijk lineair tv-net. "Dergelijke nieuwsvensters stimuleren het bereik van de eigen tv-kanalen van de

regionale omroepen, brengen via een landelijke zender grote groepen (nieuwe) kijkers op de hoogte van het nieuws uit de regio, vergroten het rendement van de regionale nieuwsproductie en vervolledigen het totaalaanbod van de landelijke omroep”, zo schreven NPO en RPO destijds in het voorstel aan het kabinet. We gaven in 2015 al aan snel te willen beginnen met korte regionale nieuwsvensters op een landelijk tv-net.

Er is reeds uitgebreid onderzoek gedaan door regionale omroepen en de NPO naar de manier waarop deze vensters technisch gerealiseerd kunnen worden en op basis van de brief van de staatssecretaris van 22 februari 2017 is een pilot in de maak. In de begroting 2018 gaven we aan dat we vanaf 1 januari 2018 de pilot met drie regionale omroepen (RTV Rijnmond, Omrop Fryslân en Omroep Gelderland) en de NPO gestalte willen geven, en dat vensters vanaf medio 2018 in het hele land gerealiseerd zouden moeten worden. Helaas is deze planning niet gehaald en zoals het er nu naar uitziet loopt realisatie van de regiovensters een jaar vertraging op.

De discussie over vensters duurt al (te) lang en er is (te) veel tijd verloren gegaan. Niet voor iedereen is het een prioriteit en het is zorgelijk dat het regiovenster in het Videoplan 2019 van de NPO niet eens voorkomt. Gelukkig ondersteunt ook het huidige kabinet de komst van regionale nieuwsvensters op een landelijk tv-net. In het regeerakkoord is opgenomen dat samenwerking (publiek en privaat) op lokaal en regionaal niveau wordt bevorderd via bijvoorbeeld de realisatie van regiovensters op de kanalen van de NPO. Voorwaardelijk voor de realisatie van de regionale nieuwsvensters is dat de eenmalige en structurele kosten vergoed worden. Uit bestaande, almaar dalende, budgetten van de regionale omroepen en de NPO is realisatie financieel niet mogelijk. Die duidelijkheid moet er wat de RPO betreft rond de begrotingsbehandeling 2019 komen.

De regioblokken die Bureau Regio maakt voor de NOS Journaals van 12.00 en 15.00 uur en die uitgebreid naar 17.00 uur zouden moeten worden, zijn een belangrijke voorbereiding op de beoogde samenwerking in de vensters. Financiering van deze regioblokken zou ook structureel geregeld moeten worden.

Ambitie: De regionale omroepen zorgen voor een goed bestuur, toezicht op de uitvoering van de regionale publieke media-opdracht en leggen daarover verantwoording af. Daarom stelt de regionale omroep zich als doel:

Goed bestuur en goed toezicht op de uitvoering van de regionale publieke media-opdracht.

De RPO heeft modelreglementen ontwikkeld voor de regionale omroepen en deze ambtelijk afgestemd met het Commissariaat.

De omroepen passen conform de Beleidsregels Governance en interne beheersing de principes van good governance toe in hun organisatie doordat zij hun statuten en reglementen in 2018 hebben aangepast en de voortgang in 2019 monitoren. De financiële verantwoording vindt onder meer plaats op basis van de regeling Financiële Verantwoording.

De in de bijlage opgenomen aanbodkanalen worden vanaf de start van de concessieperiode voor de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau voortgezet op de wijze zoals deze tot aan de begindatum van de concessieperiode zijn aangeboden door de regionale publieke media-instellingen. Regionale omroepen bieden deze kanalen ook in 2019 aan. De beschrijving van de websites van de regionale omroepen is in de bijlage aangepast ten opzichte van de beschrijving zoals die in het concessiebeleidsplan is opgenomen om meer duidelijkheid te geven over de verspreiding van het media-aanbod van de regionale omroepen in het online domein.

Voetnoten

- [5] [Commissariaat voor de Media, Mediamonitor 2018](#)
- [6] [Digital News Report 2018, Analysis by country, The Netherlands](#)
- [7] [Mediamonitor 2018 uitgave Commissariaat voor de Media, p. 18](#)
- [8] [Kamerbrief minister Slob en staatssecretaris Keijzer van 1 mei 2018, kst 24095-435](#)
- [9] [Must carry on, Onderzoek naar aanpassingen van de mediawettelijke doorgifteverplichting, Kwink groep, 15/11/2017](#)
- [10] [Persbericht, Publicatie eisenpakket nieuw crossmediaal bereiksonderzoek, 2 juli 2018](#)
- [11] [Motivaction onderzoek naar bereik en waardering regionale omroepen, 2017](#)
- [12] [Hearken-model](#)
- [13] [Motivaction onderzoek naar bereik en waardering regionale omroepen 2017](#)

Financiën en budgetaanvraag

De begroting van de RPO als bedoeld in artikel 2.169a lid 1 van de Mediawet is de begroting voor de regionale publieke mediadienst. De regionale omroepen kennen publieke inkomsten die op basis van artikel 2.170 lid 2 van de Mediawet en artikel 4a van het Mediabesluit toegekend worden en eigen inkomsten, waarvan de inkomsten uit reclame de belangrijkste zijn.

De totale begroting van de regionale omroepen neemt in 2019 met € 2,7 miljoen toe ten opzichte van 2018. De stijging komt volledig als gevolg van de hogere bekostiging door de Rijksoverheid als gevolg van de toe te kennen prijsindexatievergoeding. De dalende trend van inkomsten uit reclame zet door en lijkt sterker te worden. Waar regionale omroepen in de begroting 2018 de reclame-inkomsten gezamenlijk op € 19,4 miljoen raamden, is de huidige verwachting dat in 2018 € 18,9 miljoen aan reclame-inkomsten gerealiseerd zal worden. Voor 2019 worden de reclame-inkomsten begroot op € 18,1 miljoen. Andere inkomsten worden op ongeveer een gelijk niveau geraamd. Ten opzichte van gerealiseerde cijfers bij de verantwoording kent met name deze post een structureel verschil dat samenhangt met (door provincies) toegekende subsidies. Omroepen hebben hierover bij het vaststellen van de begroting nog geen volledige zekerheid voor aangevraagde bedragen, waardoor deze niet worden opgenomen. Dergelijke subsidies worden overigens ingezet voor specifieke extra doelen, zoals het ondersteunen van een tweede rijkstaal, aspecten van het versterken van regionale identiteit of lokale media en projecten met een specifiek thema.

In de toekomst zullen met name de reclame-inkomsten onder druk blijven staan. Zorg is er over de loonkostenontwikkeling, nu de loonvraag van vakorganisaties ruim hoger is dan de inflatiecompensatie die de regionale omroep via de Rijksbegrotingsystematiek wordt toegekend. Omroepen moeten naast deze loonvraag ook de reguliere kostprijsverhogende cao-effecten opvangen en samen met de dalende reclame-inkomsten leidt dat er toe dat omroepen continue maatregelen moeten treffen om inkomsten en uitgaven in evenwicht te houden. Omdat loonkosten verreweg de grootste kostenpost is, is het een uitdaging om de personele formatie binnen de beschikbare loonsom op peil te houden.

Bekostiging uit de Rijksmediabijdrage

De Rijksmediabijdrage dient ter bestrijding van onder meer de kosten van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau (art 2.146, onderdeel b). Vanaf 2018 is door het ministerie van OCW de methodiek van vaststelling van de hoogte van de prijsindexatievergoeding gewijzigd. De index wordt op twee momenten bijgesteld in het najaar dat voorafgaat aan het begrotingsjaar op basis van de Macro Economische Verkenningen (MEV) van het CBS (najaar 2018) en in het voorjaar van het betreffende begrotingsjaar op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP, voorjaar 2019). De uiteindelijke prijsindexatie voor 2018 is vastgesteld op 1,6%. Bij het vaststellen van de begroting 2019 is gerekend met een prijsindexatievergoeding van 2,4%. Dit cijfer is afgestemd met het ministerie van OCW en de NPO en volgt uit de gehanteerde indexering van de voorjaarsnota (CEP 2018).

Reclame-inkomsten en overige inkomsten

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

De regionale omroepen verwachten dat de dalende trend van reclame-inkomsten de komende jaren zal doorzetten. Naar aanleiding van het onderzoek en de dalende lange termijn ramingen van Ster-inkomsten [14] hebben regionale omroepen een vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd om een eigen meerjarige analyse van reclame-inkomsten op te stellen. Bij deze analyse is zo goed mogelijk aangesloten bij de systematiek die bureau EY hanteerde bij de analyse van de ontwikkeling van de STER-inkomsten. Op deze wijze is per omroep de landelijke omzetprognose op uniforme wijze en kwalitatief gelijkwaardig afgestemd en is gekomen tot een eenduidige begrotingsystematiek. Hierbij wordt uitgegaan van een licht dalende luisterdichtheid voor radio en licht dalende kijkdichtheid voor televisie. Voor online wordt uitgegaan van een voorzichtig groeiscenario. Deze trends passen bij de ambitie van het concessiebeleidsplan, waarbij digitaal en online worden gezien als de toekomst van de regionale omroep en waarbij het aantal bereikte personen via de verschillende media stijgt, maar waarbij, vanwege de lagere opbrengsten op online ten opzichte van radio en televisie, ook een lagere commerciële omzet wordt gerealiseerd. Regionale omroepen hebben de eigen begrotingen aan de hand van deze ramingen opgesteld. Niet iedere regionale omroep volgt deze meerjarige prognose voor de periode 2019-2023. Specifieke regionale ontwikkelingen, zoals ontwikkelingen gericht op samenwerking of een intensievere inzet op reclameverkoop, zijn daar redenen voor.

Naast de Rijksmediabijdrage en de reclame-inkomsten zijn er ook overige inkomsten. Dat zijn inkomsten uit nevenactiviteiten en programmabonden bijdragen uit onder meer fondsen van co-producenten of overige derden. Voor 2019 ramen de regionale omroepen een vrijwel gelijk niveau ten opzichte van het vorige jaar. Hierbij worden provinciale subsidies niet in de begroting opgenomen indien deze niet definitief zijn toegezegd. Omroepen hebben hierover geen zekerheid waardoor ze dit niet altijd kunnen begroten. Dergelijke subsidies overigens worden ingezet voor specifieke doelen die met de provincie worden besproken.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen

Voor 2019 en verder wordt verwacht dat de publieke inkomsten van de regionale omroepen zich volgens onderstaande tabel ontwikkelen. De eigen inkomsten van de regionale omroepen, zoals gevraagd in artikel 2.169a lid 3a van de Mediawet betreffen de reclame-inkomsten en de overige inkomsten. De reclame-inkomsten 2019 worden geraamd op € 18,1 miljoen en wijken in deze begroting af ten opzichte van het CBP en de meerjarige raming in de begroting 2018. De overige inkomsten worden begroot op € 9,9 miljoen en dat is licht hoger (€ 0,1 miljoen) dan in het CBP en de begroting 2018.

Totale inkomsten regionale publieke media-instellingen (2019-2023)

(x € miljoen)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Publieke inkomsten	143,8	147,2	148,7	150,2	151,7	153,2
Reclame inkomsten	18,9	18,1	17,1	16,3	15,7	15,3
Overige inkomsten	9,8	9,9	9,5	8,9	8,9	8,9
Totaal	172,5	175,2	175,3	175,4	176,3	177,4

Basisbesteding regionale publieke mediaopdracht exclusief stichting RPO. De publieke inkomsten 2018 zijn ten opzichte van de begroting 2018 bijgesteld op basis van de laatste Macro Economische Verkenning (MEV) en het Centraal Economisch Plan (CEP/voorjaar 2019).

Toelichting

De opstelling voor reclame-inkomsten is ten opzichte van de begroting 2018 gewijzigd. Daar waar in de begroting 2018 de reclame-inkomsten en de kosten (fees) samenhangend met de landelijke inkomsten gesaldeerd zijn gepresenteerd, wordt bij de begrotingsopstelling 2019 het handboek financiële verantwoording gevolgd. Het verschil, circa 3 miljoen euro, is voor vergelijkingsdoeleinden gecorrigeerd en wordt verantwoord onder de lasten. Desalniettemin is de verwachting dat in 2018 de reclame-inkomsten ca. 0,5 miljoen euro (netto) lager uitvallen ten opzichte van de begroting 2018.

Begroting organisatie RPO

De stichting Regionale Publieke Omroep (RPO) is op basis van artikel 2.60a lid 1 van de Mediawet vanaf 31 mei 2016 het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de regionale publieke omroep in Nederland. Het budget van de RPO is vanaf 2018 onderdeel van de Rijksmediabegroting en onderdeel van de uitgaven voor de regionale publieke omroep. Uit dit budget worden de activiteiten van de RPO bekostigd die volgen uit de wettelijke taken van de RPO. Voor de uitvoering van de wettelijke taken en werkzaamheden van de RPO wordt voor 2019 een bedrag begroot van € 826.932,-. Dit bedrag dekt de structurele kosten voor het bestuur, de raad van toezicht, administratie en juridische zaken, coördinerende taken waaronder die ten aanzien van de frictiekostenregeling, beleidszaken, secretariaat en algemene kosten.

Naast deze wettelijke taken levert de RPO-organisatie diensten aan regionale publieke omroepen. Dit betreft diensten op het gebied van samenwerkings- of collectieve activiteiten, die primair onder de eigen verantwoordelijkheid van de regionale omroepen vallen en niet direct uit het CBP volgen en veelal leiden tot versterking van de samenwerking, efficiency en doelmatigheid. De RPO heeft daarbij een faciliterende rol. De kosten van deze diensten worden door de regionale omroepen apart bekostigd. De hoogte wordt voor 2019 begroot op € 280.708,-.

De belangrijkste werkzaamheden in 2019 zullen liggen op het terrein van de coördinatie en samenwerking tussen de omroepen die volgt uit het CBP en op het volgen en bespreken van de voorkomende beleidszaken vanuit onder andere de overheid en/of toezichthouders. Denk daarbij onder andere aan consultaties en beleidsregels, de cao voor het omroeperspersoneel en aan de prestatieovereenkomst die de RPO met de minister van OCW zal sluiten na het verlenen van de concessie. Nauwe afstemming zal plaatsvinden met de regionale omroepen daar dergelijke beleidszaken hen vooral aangaan. Dat geldt ook voor de gezamenlijke vertegenwoordiging bij de ministeries, parlementen, toezichthouders, NPO en NLPO, en bijvoorbeeld in het bestuur van de Raad voor de Journalistiek, de Reclame Code Commissie, NLO en SKO (via ORN), de werkgeversvereniging voor de Media en de organen van PNO Media.

Bij verschillende activiteiten ter uitvoering van het CBP ondersteunt de RPO de regionale omroepen. Dat geldt bijvoorbeeld voor het ontwikkelen van een samenhangende distributiestrategie, het versterken van de verantwoording door de regionale mediaraden en de verdere ontwikkeling van het bereik- en waarderingsonderzoek van de regionale omroepen. Belangrijke prioriteiten voor 2019, 2020 en 2021 zijn het coördineren van projecten die de samenwerking in de regio bevorderen tussen lokale en regionale media en projecten die de regionale publieke omroepen meer toekomstbestendig maken. Met de coördinatie van deze projecten zal de RPO invulling geven aan de besteding van de 17 miljoen euro die de minister heeft bestemd voor projecten van de RPO en regionale omroepen. **[15]** De nieuwe regeling voor projecten komt in plaats van de frictiekostenregeling B, zoals later nog in een aparte paragraaf wordt toegelicht.

Als onderdeel van de wettelijke taak wordt binnen de RPO samenwerking en overleg georganiseerd tussen de regionale omroepen. Het Overleg Regionale Omroepen (ORO) bestaat uit de bestuurders van de regionale omroepen en heeft een adviesfunctie jegens de RPO, onder andere ten aanzien van het CBP, de begroting en de prestatieovereenkomst. Door nauwe samenwerking tussen het ORO, als vertegenwoordiging van de regionale publieke omroepen, en de RPO wordt uitvoering gegeven aan beider mediawettelijke verplichtingen. Op deze manier vervult de RPO zijn rol als samenwerkings- en coördinatieorgaan, waarbij onder meer samenwerking wordt bevorderd.

Bij deze rol als samenwerkingsorgaan gaat het onder meer om gezamenlijke onderwerpen zoals de overeenkomsten met BUMA-Stemra, Sena, de NOS, het ANP, de FM-distributie, KPN, Ziggo en andere pakketaanbieders, de samenwerking met de landelijke omroep(en), maar ook de uitwisseling van kennis en ervaring. Samenwerking op backoffice terreinen en techniek, of programmatisch, is een samenwerking tussen individuele omroepen onderling (in landsdelen of met landelijke omroep). Daarbij wordt onderling de kennis, ervaringen en plannen direct met elkaar uitgewisseld of via de overleggen tussen de verschillende disciplines van de regionale omroepen gedeeld. Zo nodig worden gezamenlijke inkoopprocedures

voor en namens de regionale omroepen door de RPO gevoerd. De RPO behartigt belangen via organisaties als de PMSE (Nederlandse Belangenvereniging Draadloze A/V Verbindingen) en middels sectorbrede overleggen als het Ketenoverleg (voor Media) en het NFO (Nationaal Frequentiebeleidsoverleg van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat). Ook het jaarlijkse congres voor medewerkers van regionale omroepen NL Media Event en de NL Awards (onderscheidingen voor beste regionale programma's) zijn gezamenlijke projecten die de RPO organiseert.

Het budget van de RPO-organisatie wordt evenals de budgetten van de regionale omroepen uit de Rijksmediabegroting berekend op basis van de gecorrigeerde index in 2018 van 1,6% en een index van 2,4% voor 2019. Op basis van artikel 2.169a lid 3b worden de financiële middelen voor de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de RPO als volgt begroot.

Begroting RPO-organisatie 2019

	2018	2019
Baten	Bedrag (€)	Bedrag (€)
Media-aanbod OCW	794.834	826.932
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen rpmi	274.129	280.708
Totaal baten	1.068.963	1.107.640
Lasten		
Lonen en salarissen	398.734	417.784
Sociale lasten	102.401	103.977
Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa	19.000	29.000
Overige bedrijfslasten	548.828	556.879
Totaal lasten	1.068.963	1.107.640

Begroting op basis van MW artikel 2.169 lid 3b

Baten

De wettelijke taken van de RPO worden bekostigd uit de Rijksmediabijdrage. De niet-wettelijke taken ten behoeve van omroepen worden gefinancierd door de regionale publieke omroepen. Het budget voor de wettelijke taken (Rijksmediabijdrage) is begroot op € 826.932. De eerder beschreven samenwerkingstaken en additionele activiteiten worden bekostigd door de regionale omroepen. Deze zijn begroot op € 280.708. Daarnaast zijn er activiteiten die de RPO op projectbasis organiseert en die ook als zodanig worden bekostigd door de deelnemende omroepen. Deze maken geen onderdeel uit van de structurele begroting.

Lasten

Lonen en salarissen

Met de uitvoering van het laatste deel van de reorganisatie in 2018 is de RPO na de fusie ontstaan van dubbelingen. De personele bezetting van de RPO bedraagt 4,1 fte voor Bestuur, Beleid, Secretariaat en Finance & Control. Het personeel van de RPO valt onder de cao voor het Omroeperspersoneel. De huidige cao loopt tot eind 2018 en dient voor 2019 en volgende jaren verlengd te worden.

Sociale lasten

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

Afschrijvingen op immateriële en materiële vaste activa

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

Overige bedrijfslasten

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

Niet begroot zijn de activiteiten die op projectbasis gefinancierd worden.

Meerjarenraming RPO-organisatie 2020-2023

Bij de meerjarenraming van de RPO-organisatie gaat de RPO uit van voortzetting van de wettelijke taken en levering van diensten aan regionale publieke omroepen op het niveau als in 2018 en 2019.

Meerjarenraming RPO

	2020	2021	2022	2023
Baten	Bedrag (€)	Bedrag (€)	Bedrag (€)	Bedrag (€)
Media-aanbod OCW	835.000	844.000	852.000	861.000
Overige bedrijfsopbrengsten - bijdragen rpmi	284.000	286.000	289.000	292.000
Totaal baten	1.119.000	1.130.000	1.141.000	1.153.000
Totaal lasten	1.119.000	1.130.000	1.141.000	1.153.000
Resultaat	0	0	0	0

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

Budgetaanvraag 2019

In onderstaande tabel is het toegekende budget 2018 opgenomen en is conform artikel 2.169a en artikel 2.170 lid 1 van de Mediawet de budgetaanvraag 2019 opgenomen. Het budget 2018 is voor de bijgestelde indexatie ten opzichte van de begroting 2018 geactualiseerd. Het totaalbudget dat aangevraagd wordt voor de bekostiging van de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau in 2019 bedraagt € 148.048.314,- en is gebaseerd op een indexering van 2,4%. Deze index is gebaseerd op het Centraal Economisch Plan (CEP) van het voorjaar 2018. Het percentage is met OCW en de NPO afgestemd. De indexering is een voorlopig getal, dat zoals eerder aangegeven kan worden bijgesteld op basis ramingen van het CBS van Macro Economische Verkenningen (MEV) (september 2018) en/of het CEP (voorjaar 2019). De onderlinge verdeling van het budget tussen de omroepen blijft in 2019 ten opzichte van 2018 ongewijzigd en daarom conform artikel 4a van het Mediabesluit 2008.

Bekostiging

	2018		2019
	Bedrag (€)	%	Bedrag (€)
RTV Noord	9.129.451	6,350%	9.348.558
Omrop Fryslân	10.063.962	7,000%	10.305.497
RTV Drenthe	9.148.141	6,363%	9.367.696
RTV Oost	10.581.537	7,360%	10.835.494
Omroep Gelderland	16.158.410	11,239%	16.546.212
Omroep Flevoland	7.921.775	5,510%	8.111.898
RTV Utrecht	9.460.124	6,580%	9.687.167
NH	14.001.846	9,739%	14.337.890
Omroep West	10.121.470	7,040%	10.364.385
RTV Rijnmond	10.337.126	7,190%	10.585.217
Omroep Zeeland	8.626.253	6,000%	8.833.283
Omroep Brabant	16.877.264	11,739%	17.282.318
L1	11.343.522	7,890%	11.615.767
	143.770.881	100,0%	147.221.382
RPO*	807.551		826.932
Totaal	144.578.432		148.048.314

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

De bekostigingsaanvragen van de regionale omroepen zijn sluitende begrotingen. Voor een aantal omroepen speelt dat er sprake is van een bescheiden resultaat, dat wordt gedoteerd aan de reserve voor media-aanbod.

Ten aanzien van voorziene investeringen blijven omroepen, waar mogelijk ondersteund door de RPO, streven naar verdere doelmatigheid. Zo wordt een aantal aanbestedingen voorbereid voor gezamenlijke inkoop van onder meer onderzoek, FM en mediadiensten.

Personeel

De regionale omroepen hebben van 2010 tot en met 2017 een forse bezuiniging gerealiseerd. Dat heeft ook gevolgen gehad op de formatie die in die periode met 250 fte is gedaald. De cijfers van 2017 waren nog onderhevig aan de besparingen en zijn daardoor lager uitgevallen dan voor 2017 was verwacht (1.177,3 fte in plaats van 1.189,2 fte zoals verwacht in de RPO-begroting 2018).

In 2018 wordt er naar verwachting voor het eerst sinds lange tijd weer een - minimale - stijging van de formatie gerealiseerd. Naar verwachting zet deze stijging zich door in 2019. De ruimte hiervoor is vanzelfsprekend nog afhankelijk van de kostenstijgingen van onder meer personeel, cao-kosten en de beschikbare indexatie van de (publieke) inkomsten. De extra ruimte in de formatie wordt waar mogelijk ingezet om flexibele arbeid om te zetten in vaste arbeid. Ruimte in de formatie wordt ook ingezet om jong talent aan de organisatie te binden.

Totale personele bezetting regionale publieke media-instellingen in fte (2018-2019)

	2017 begroot	2017 gerealiseerd	2018 begroot	2019 begroot
Personele bezetting fte	1.189,2	1.177,3	1.204,5	1.221,4
Delta met voorgaand jaar	+6,3	-5,6	+27,2	+16,9

Handboek Financiële Verantwoording

In 2017 is een nieuwe ministeriële regeling vastgesteld op grond van de Mediawet. De regeling betreft nadere regels over de inhoud en inrichting van de jaarrekening van de regionale publieke media-instellingen en RPO. Dit Handboek Financiële Verantwoording Regionale Publieke Media-instellingen en RPO [16] is van toepassing vanaf het boekjaar 2016, waarbij bepaalde onderdelen gefaseerd worden ingevoerd. Voor 2019 is aanvullend een verantwoordingsmodel voorgeschreven waarbij de exploitatierekening wordt toegelicht met een specificatie op organisatiekosten. De RPO blijft deze werkzaamheden coördineren met de hoofden financiën van de regionale omroepen om het streven naar vergelijkbare jaarverslaggeving inzake de financiële gegevens tussen de verschillende media-instellingen te bevorderen, waarbij rekening gehouden wordt met het specifieke karakter van de publieke media-instelling. De RPO benadrukt het belang van een evaluatie van het handboek, ook om te komen tot een verlichting van de administratieve lasten. Door aanscherping van diverse regelgeving en de invoering van diverse beleidsregels hebben regionale omroepen te maken met toenemende lastendruk. Hoewel de doelstellingen van deze regelgeving worden onderschreven, geven omroepen aan dat de aanvullende werkzaamheden die hieruit volgen reguliere operationele taken raken. Over de lastendruk willen we het gesprek voeren met het ministerie van OCW en het Commissariaat voor de Media.

Regeling Fricatiekosten

Vanwege de bezuinigingstaakstelling per 2017 zijn Fricatiekosten Regeling A en B opgesteld die enerzijds (Regeling A) voorziet in een financiële bijdrage aan een regionale omroep voor de reorganisatiekosten die voortvloeien uit de realisatie van de bezuiniging en anderzijds (Regeling B) voor bijdragen in de kosten voor het herorganiseren van activiteiten van een omroep, waarbij wordt samengewerkt en waardoor deze activiteiten structureel doelmatiger kunnen worden uitgevoerd.

Vijf regionale omroepen hebben gebruik gemaakt van frictiekostenregeling A voor hun reorganisatie. Dat zijn RTV Utrecht, Omroep Flevoland, Omroep Zeeland, RTV Drenthe en RTV Noord. Voor regeling A verwacht de RPO geen nieuwe aanvragen. Omroep Fryslân heeft aangegeven een aanvraag voor regeling B in voorbereiding te hebben gericht op samenwerking met onder meer NOS en Omroep Zeeland.

De oorsprong van regeling B ligt bij de Motie Mohandis-Elias die voorstelde om 17 miljoen euro uit te trekken voor toekomstgerichte ontwikkelingen bij regionale omroepen die structureel leiden tot een meer doelmatige inzet van middelen. In 2018 is slechts een klein aantal aanvragen ingediend. De regeling is namelijk te rigide waardoor inzet van de beschikbare middelen zo lastig is dat concrete plannen voor samenwerking en innovatie niet goed van de grond kunnen komen en daarover heeft overleg met het ministerie plaatsgevonden. In de brief van minister Slob aan de Tweede Kamer is nu opgenomen dat de middelen toekomstig niet alleen ingezet kunnen worden als reorganisatiebudget maar ook als projectbudget vanuit de Mediabegroting [17]. Daarvoor zal de regeling aangepast worden. De minister zal ook aan deze alternatieve vorm van bekostiging een aantal voorwaarden koppelen.

De voorgenoemde motie van de leden Mohandis en Elias en het regeerakkoord van het kabinet vormen het uitgangspunt daarbij. Er wordt gedacht aan projecten die onder coördinatie van de RPO de samenwerking binnen de mediasector bevorderen, zoals meer samenwerking in de regio tussen lokale en regionale media, en projecten die de regionale publieke omroepen meer toekomstbestendig maken. De minister wil snel met de RPO en de regionale publieke omroepen in gesprek gaan om een selectie te maken van projecten en te prioriteren zodat in de mediabegrotingsbrief voor 2019 de Kamer geïnformeerd kan worden over de projecten die als eerste in aanmerking komen voor een financiële bijdrage.

Voetnoten

[14] [Kamerbrief Mediabegroting 17-11-2017 over de Mediabegroting 2018](#)

[15] [Brief van minister Slob van 25 juni 2018 met kenmerk 32827 nr. 128.](#)

[16] [Handboek Financiële Verantwoording Regionale Publieke Media-instellingen en RPO 2016](#)

[17] [Brief van minister Slob van 25 juni 2018 met kenmerk 32827 nr. 128.](#)

Bijlage: Aanbodkanalen

De in deze bijlage opgenomen aanbodkanalen worden vanaf de start van de concessieperiode voor de uitvoering van de publieke media-opdracht op regionaal niveau voortgezet op de wijze zoals deze tot aan de begindatum van de concessieperiode zijn aangeboden door de regionale publieke media-instellingen. Regionale omroepen bieden deze kanalen ook in 2019 aan. De beschrijving van de websites van de regionale omroepen is aangepast ten opzichte van de beschrijving zoals die in het concessiebeleidsplan is opgenomen om meer duidelijkheid te geven over de verspreiding van het media-aanbod van de regionale omroepen in het online domein.

Omrop Fryslân

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

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.

Omrop Fryslân	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Friesland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omrop Fryslân	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Friesland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

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

RTV Noord

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

RTV Noord App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen, van RTV Noord samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV Noord	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Noord	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Groningen.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

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

RTV Drenthe

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

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

RTV Oost

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

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

Omroep Gelderland

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

	<p>sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Gelderland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	
	Livestreams van Omroep Gelderland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Gelderland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland, van Omroep Gelderland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Gelderland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio Gelderland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Gelderland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

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

Omroep Flevoland

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Flevoland www.omroepflevoland.nl	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Flevoland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Flevoland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	Aanbodkanaal (overig)
	Livestreams van Omroep Flevoland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)

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

RTV Utrecht

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

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

NH

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

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

Omroep West

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep West www.omroepwest.nl	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep West, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op Noord-Zuid-Holland.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep West is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke</p>	Aanbodkanaal (overig)

	<p>sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep West en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.</p>	
	Livestreams van Omroep West (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
TV West App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord, van Omroep West samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
TV West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Radio West	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zuid-Holland noord.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

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

RTV Rijnmond

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
RTV Rijnmond www.rijnmond.nl	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van RTV Rijnmond, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op Zuid-Zuid-Holland.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van RTV Rijnmond is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.</p> <p>De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met</p>	Aanbodkanaal (overig)

de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van RTV Rijnmond en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.

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

Omroep Zeeland

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Zeeland www.omroepzeeland.nl	<p>Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Zeeland, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie.</p> <p>Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.</p> <p>Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.</p> <p>Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen</p>	Aanbodkanaal (overig)

van Omroep Zeeland is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.

De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Zeeland en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.

	Livestreams van Omroep Zeeland (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
	Zeeuwse Top 40 Live radio www.omroepzeeland.nl/dezeeuwsetop40/live#WP4ADcnfMnV audiostream met Zeeuwse popmuziek.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
Omroep Zeeland App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland, van Omroep Zeeland samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Zeeland	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Zeeland.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Zeeland is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Tumblr, Twitter, Youtube en WhatsApp.		

Omroep Brabant

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
Omroep Brabant www.omroepbrabant.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van Omroep Brabant, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams.	Aanbodkanaal (overig)

Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van Omroep Brabant is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.

De interactieve uitingen op sociale media staan altijd ten dienste van de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht. Ze hebben een link met de website en het aanbod op de site. Het publieke media-aanbod wordt geselecteerd, geproduceerd en bewerkt zodat het aanbod via de gebruikelijke sociale media het publiek optimaal kan bereiken en uitnodigt te interacteren en te participeren. Het sterke interactieve karakter van sociale media versterkt de nieuwsvoorziening en culturele functie van Omroep Brabant en verbindt het publiek met de regionale gemeenschap.

	Livestreams van Omroep Brabant (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
Omroep Brabant App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant, van Omroep Brabant samen. Het gidst het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
Omroep Brabant	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
Omroep Brabant	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Noord-Brabant.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)
Omroep Brabant is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Pinterest, SnapChat, Twitter, WhatsApp en Youtube.		

L1

Naam kanaal	Naam/omschrijving	Aard kanaal
L1 www.l1.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire media-aanbod van L1, en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken.	Aanbodkanaal (overig)

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.

	Livestreams van L1 (televisie- en radioprogramma)	Aanbodkanalen (lineaire streams)
	Gemist-dienst	Aanbodkanaal (on demand)
1limburg.nl www.l1alaaf.nl	L11alaaf www.l1alaaf.nl Internetplatform dat informatie geeft over carnaval.	Aanbodkanaal (overig)
	Plat-eweg l1.nl/plat-eweg Internetplatform met dialectmuziek uit Limburg.	Aanbodkanaal (lineaire stream)
1limburg.nl www.1limburg.nl	Op de website komen, ter uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht, het regionale publieke lineaire en non lineaire nieuwsaanbod van L1 en de daaraan gerelateerde sociale media-uitingen, samen. Het regionale publieke media-aanbod heeft tot doel het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie. Het platform versterkt de uitvoering van de regionale publieke mediaopdracht door lineair, non-lineair en interactief media-aanbod samen te brengen en voor het regionale publiek breed, laagdrempelig en langdurig toegankelijk te maken. Het lineaire media-aanbod op de website bestaat uit live audio- en videostreams. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit (audiovisuele) items met nieuws, informatie, cultuur en educatie over en voor het eigen verzorgingsgebied. Het non lineaire media-aanbod bestaat uit een selectie en herschikking van materiaal dat voor andere aanbodkanalen van L1 is gemaakt en uit specifieke producties die voor online zijn gemaakt. Het non-lineaire aanbod kan het publiek gericht en on demand bedienen en blijft langdurig toegankelijk. Daarnaast biedt het interactie- en participatiemogelijkheden aan de regionale burger.	Aanbodkanaal (overig)

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.

L1 App	In deze app komen het lineaire en non lineaire media-aanbod, dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg, van L1 samen. Het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context bij o.a. programma's, en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
1limburg App	In deze app komen het lineaire en non lineaire nieuws-aanbod hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg van L1 samen. Het bieden van (thematische) context en interactie met het publiek zijn belangrijke functionaliteiten.	Aanbodkanaal (overig)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (televisie programmakanaal)
L1	Zender met media-aanbod dat tot doel heeft het publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie hoofdzakelijk gericht op de provincie Limburg.	Aanbodkanaal (radio programmakanaal)

L1 is actief op sociale media platforms waaronder Facebook, Flickr, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter en Youtube (zowel m.b.t tot L1 als 1limburg).

RTV Oost, Omroep Gelderland, RTV Drenthe en RTV Noord

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)

Begroting RPO **2019**

ALS BEDOELD IN MW ARTIKEL 2.169A



Regionale Publieke Omroep