

Digital Transformation Team

13 regional broadcasters in The Netherlands

RTV NOORD



Omrop Fryslân



rtv Oost



RTV Utrecht



Landelijk
gemiddelde
2022
80%
2021 80%



2022 80%
2021 82%



2022 78%
2021 77%



2022 68%
2021 69%



2022 78%
2021 78%



2022 75%
2021 73%



2022 78%
2021 76%



2022 86%
2021 88%



2022 84%
2021 83%



2022 84%
2021 84%



2022 82%
2021 81%



2022 90%
2021 89%

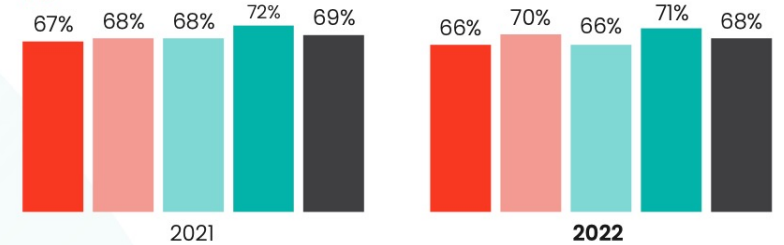


2022 83%
2021 83%

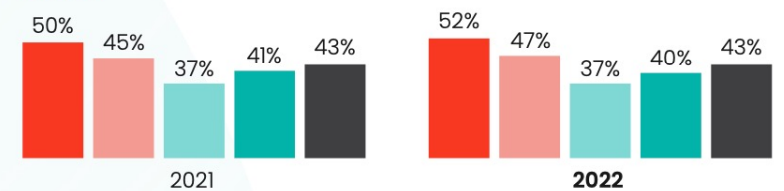


2022 78%
2021 80%

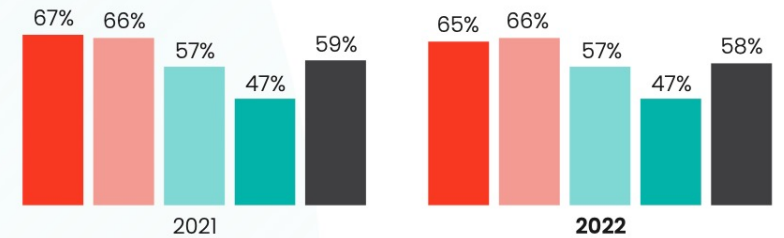
TV



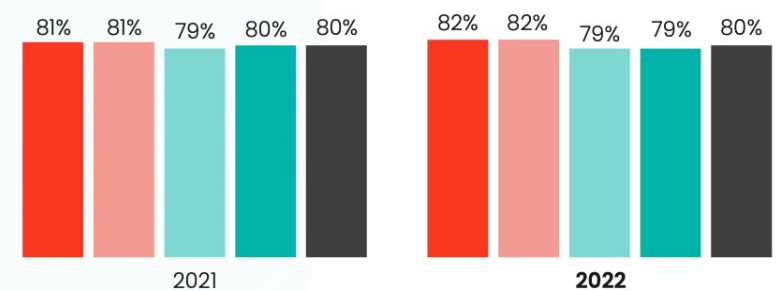
Radio



Online



Totaal



● 18-30 ● 31-44 ● 45-59 ● 60-75 ● 18-75 (totaal)

**How can you digitally transform
13 regional media organizations
at the same time?**



By working together!





COLLECTIVE GENIUS

No one can do things on their own anymore



Digital Transformation Team =

20 participants on behalf of the RPO and 13 regional public broadcasters

Long term strategy 2022-2025

Digital Transformateam Team
is working on two out of seven
strategic priorities in total

- 1  Improve quality of our journalism
- 2  Collaborate extensively and intensively
- 3  Embrace the digital transformation
- 4  Organize innovation collectively
- 5  Work on our diversity and inclusion
- 6  Attract and retain talent
- 7  Broaden and deepen our reach

Focus in our long term strategy

How do we stay relevant to our regional public? What type of journalistic content leads to new growth? How can we digitally transform as a collective?

2022-2025

NOS

2026-2030

How can we **become and remain** digitally agile media organizations?



One clear goal



AGES **15-45**

INCREASE OUR REACH



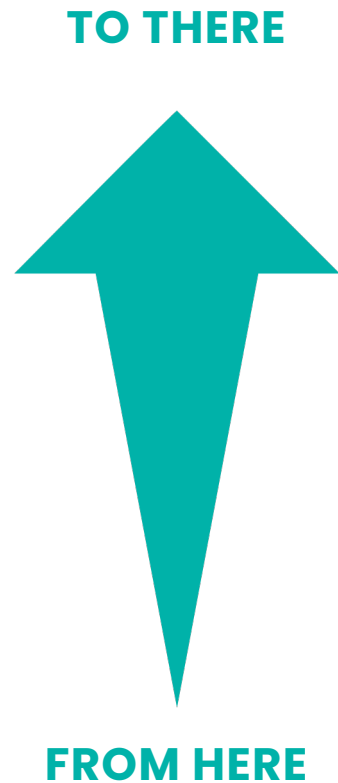
AGES **45-65+**

CONSOLIDATE OUR REACH

COST EFFECTIVELY



One clear need



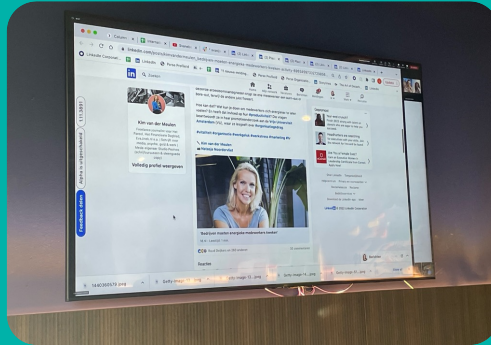
	Journalistieke capaciteit	Data-geïnspireerd werken	Gezamenlijke innovatie en technologie	Adaptieve platformdistributie	Leiderschap en wendbaarheid
Niveau 5	Digitaal functionarische functionarische is ingericht voor een digitaal platformomroepde omgeving Jonge mediaprofessionals omroep is aantrekkelijk voor jonge professionals mediaprofessionals Kennistruïvereniging structureel kennisuitwisseling tussen alle vertegenwoordigers van journalistiek Digitale competenties 100% van de mediaprofessionals is digitaal vaardig, 25% digitaal professional en 25% digitaal vaardig Digitale journalistieke strategie adaptieve journalistieke digitale strategie	Datageïnspireerde journalistiek redacties nemen vooruitstapende rol in op het gebied van datageïnspireerde journalistiek Data-analyses het verzamelen, analyseren en gebruiken van data vindt volledig plaats in de gezamenlijkheid met alle regionale omroepen Publieksovername wordt gebruikt voor het beter leren van de publieksovername	Centraliseren technologie technologieën zijn zo veel mogelijk gecentraliseerd Collectieve innovatie innovaties altijd in gezamenlijkheid ontwikkeld met een collectief innovatieproces van de 13 regionale omroepen Gezamenlijke financiering innovatieve projecten worden volledig vanuit het collectief gefinancierd	Adaptieve platformdistributie sterke onafhankelijkheid van distributiekanalen van dörden Strategische focus eigen digitale distributiekanalen inhoud van platformen door directe contact van eigen digitale distributiekanalen	Digitale mediaaard hoog niveau van digitale kennis, competenties en vaardigheden in de mediaaard Digitale red van leiderschap hoog niveau van digitale kennis, competenties en vaardigheden in de red van leiderschap Digitaal leiderschap hoog niveau van digitale kennis, competenties en vaardigheden bij de directieuren, hoofdredacteurs en MT van de regionale omroepen
Niveau 4	Digitaal functionarische verspreid digitaal functionarische Jonge mediaprofessionals omroep is aantrekkelijk voor jonge professionals mediaprofessionals Kennistruïvereniging structureel kennisuitwisseling tussen alle vertegenwoordigers van journalistiek Digitale competenties 100% van de mediaprofessionals is digitaal vaardig, 25% digitaal professional en 25% digitaal vaardig Digitale journalistieke strategie adaptieve journalistieke digitale strategie	Datageïnspireerde journalistiek data-analyses zijn geïntegreerd in het journalistieke proces Data-analyses het verzamelen, analyseren en gebruiken van data vindt volledig plaats in de gezamenlijkheid met alle regionale omroepen Publieksovername wordt gebruikt voor het beter leren van de publieksovername	Centraliseren technologie technologieën zijn gecentraliseerd Collectieve innovatie innovaties altijd in gezamenlijkheid ontwikkeld met een collectief innovatieproces van de 13 regionale omroepen Gezamenlijke financiering innovatieve projecten worden volledig vanuit het collectief gefinancierd	Adaptieve platformdistributie distributie infrastructuur aangepast aan de behoeften van regionale omroepen Strategische focus eigen digitale distributiekanalen inhoud van platformen door directe contact van eigen digitale distributiekanalen	Digitale mediaaard hoge digitale competenties in de mediaaard Digitale red van leiderschap hoge digitale competenties in de red van leiderschap Digitaal leiderschap hoge digitale competenties bij de directieuren, hoofdredacteurs en MT van de regionale omroepen
Niveau 3	Digitaal functionarische verspreid digitaal functionarische Jonge mediaprofessionals gezamenlijke arbeidsmarktcampagne digitaal Kennistruïvereniging incidentele uitwisseling individuele talenten en kennis Digitale competenties structureel opleidingsprogramma voor digitale competenties van journalisten Digitale journalistieke strategie occasionele journalistieke digitale strategie	Datageïnspireerde journalistiek data-analyses zijn geïntegreerd in het journalistieke proces Data-analyses het verzamelen, analyseren en gebruiken van data vindt volledig plaats in de gezamenlijkheid met alle regionale omroepen Publieksovername structureel gezamenlijk onderzoek met alle regionale omroepen geïntegreerd	Centraliseren technologie technologieën zijn gecentraliseerd Collectieve innovatie innovaties altijd in gezamenlijkheid ontwikkeld met een collectief innovatieproces van de 13 regionale omroepen Gezamenlijke financiering innovatieve projecten worden volledig vanuit het collectief gefinancierd	Adaptieve platformdistributie distributie infrastructuur aangepast aan de behoeften van regionale omroepen Strategische focus eigen digitale distributiekanalen inhoud van platformen door directe contact van eigen digitale distributiekanalen	Digitale mediaaard voldoende digitale kennis en competenties in de mediaaard Digitale red van leiderschap voldoende digitale kennis en competenties in de red van leiderschap Digitaal leiderschap voldoende digitale kennis en competenties bij de directieuren, hoofdredacteurs en MT van de regionale omroepen
Niveau 2	Digitaal functionarische actieve digitale talenten en kennis Jonge mediaprofessionals actieve digitale talenten en kennis Kennistruïvereniging periodieke uitwisseling individuele talenten en kennis Digitale competenties structureel opleidingsprogramma voor digitale competenties van journalisten Digitale journalistieke strategie occasionele journalistieke digitale strategie	Datageïnspireerde journalistiek data-analyses zijn geïntegreerd in het journalistieke proces Data-analyses het verzamelen, analyseren en gebruiken van data vindt volledig plaats in de gezamenlijkheid met alle regionale omroepen Publieksovername structureel gezamenlijk onderzoek met alle regionale omroepen geïntegreerd	Centraliseren technologie technologieën zijn gecentraliseerd Collectieve innovatie innovaties altijd in gezamenlijkheid ontwikkeld met een collectief innovatieproces van de 13 regionale omroepen Gezamenlijke financiering innovatieve projecten worden volledig vanuit het collectief gefinancierd	Adaptieve platformdistributie distributie infrastructuur aangepast aan de behoeften van regionale omroepen Strategische focus eigen digitale distributiekanalen inhoud van platformen door directe contact van eigen digitale distributiekanalen	Digitale mediaaard voldoende digitale kennis en competenties in de mediaaard Digitale red van leiderschap voldoende digitale kennis en competenties in de red van leiderschap Digitaal leiderschap voldoende digitale kennis en competenties bij de directieuren, hoofdredacteurs en MT van de regionale omroepen
Niveau 1	Digitaal functionarische functionarische is niet ingericht voor een digitaal platformomroepde omgeving Jonge mediaprofessionals omroep is niet aantrekkelijk voor jonge professionals mediaprofessionals Kennistruïvereniging geen structureel kennisuitwisseling tussen alle vertegenwoordigers van journalistiek Digitale competenties ongeïntegreerd competentieprofiel met onvoldoende digitaal experts, digitaal professionals, digitaal vaardig Digitale journalistieke strategie geen digitale journalistieke strategie	Datageïnspireerde journalistiek redacties maken geen gebruik van data Data-analyses het verzamelen, analyseren en gebruiken van data vindt niet volledig plaats in de gezamenlijkheid met alle regionale omroepen Publieksovername data wordt niet gebruikt om de publieksovername te verbeteren	Centraliseren technologie geen gezamenlijkheid bij het inbrengen van innovaties en technologieën Collectieve innovatie geen gezamenlijkheid in de ontwikkeling van innovaties en technologieën door de regionale omroepen Gezamenlijke financiering geen gezamenlijkheid in de financiering van innovaties en technologieën door de regionale omroepen	Adaptieve platformdistributie volledige afhankelijkheid van de distributiekanalen van dörden Strategische focus eigen digitale distributiekanalen inhoud van platformen door indirecte contact van eigen digitale distributiekanalen Algoritmische aanpak geen aanpak voor gebruikers	Digitale mediaaard onvoldoende digitale kennis, competenties en vaardigheden in de mediaaard Digitale red van leiderschap onvoldoende digitale kennis, competenties en vaardigheden in de red van leiderschap Digitaal leiderschap onvoldoende digitale kennis, competenties en vaardigheden bij de directieuren, hoofdredacteurs en MT van de regionale omroepen Bestuurlijke wendbaarheid digitaal leiderschap volledig gebaseerd op

Digital digitality



Way of working Digital Transformation Team

Guest speakers from tech platforms like LinkedIn



"Het inzetten van platforms zoals LinkedIn kan regionale omroepen helpen om nieuwe doelgroepen te bereiken door regiospecifieke content te plaatsen over nationaal relevante onderwerpen."

Door Liza Jansen en Sherida IJselmuiden van LinkedIn

Key take-aways

Platformen zoals LinkedIn vereisen een eigen content strategie om traffic te genereren. Het doorplaatsen van een artikel zorgt niet voor engagement, een betoog wat reacties uitlokt daarentegen wel. Het creëren van waarde voor gebruikers op dit soort platforms wordt gedaan door discussies te faciliteren rondom relevante onderwerpen en experts een platform te geven om kennis te delen.



"Het wantrouwen in de media dat o.a. door fake news ontstaat, kan worden tegengegaan door de onderliggende, impactvolle thema's bloot te leggen en hier vragen over te blijven stellen."

Door Ico Maly van de Universiteit van Tilburg

Key take-aways

Regionale publieke omroepen kunnen hun eigen narratief creëren door te focussen op inhoudelijke, kwalitatief hoogstaande verhalen over regionaal relevante onderwerpen. Daarbij kunnen zij met hun nichepositie tegenwicht bieden tegen het negatieve geluid van nationale omroepen door te focussen op positief nieuws over de regio.

Knowledge sharing with other media organizations



"Bij innovaties is het essentieel om ademruimte in te bouwen voor medewerkers, wat betekent dat structureel tijd vrij wordt gemaakt voor het uitwerken en implementeren van ideeën."

Door Elger van der Wel

Key take-aways

De media is onlosmakelijk verbonden met het maatschappelijk speelveld en moet een rol spelen in het oplossen van maatschappelijke problemen, in plaats van het neer te leggen bij politici of economen. Ook het belang van controle over distributiekanaal is essentieel voor regionale omroepen, vanwege het risico van onvoorspelbare grote internationale tech-bedrijven die weinig belang hebben bij kleine omroepen.



"Het faciliteren van natuurlijke gedrag van gebruikers op digitale wijze (overleggen, kennisdelen) helpt om groepsverbinding te creëren."

Door Finus Tromp van AVROTROS

Key take-aways

Het analyseren van de doelgroep en het testen van formats, ideeën en innovaties is essentieel om te zorgen dat de innovatie aanslaat bij doelgroep. Het is belangrijk om een stap verder te gaan dan enkel te zenden, door bijvoorbeeld de interactie op te zoeken met feedbackloops in apps.

Inspiration from innovators on new platforms



"Op opkomende platformen zoals TikTok gelden andere regels wat betreft content die een groot bereik realiseren. Content waarbij in korte tijd de belangrijkste boodschap op een persoonlijke manier aan de kijker wordt getoond doet het daarbij vaker goed."

Door Maya-Nora Saaid van Middle East Eye

Key take-aways

Regionale omroepen kunnen wanneer zij de regels van nieuwe platformen eigen maken nieuwe doelgroepen bereiken. De belangrijkste vraag die hierbij voortligt is of de regionale omroepen wel op deze platformen aanwezig willen zijn en welke voorwaarden zij hierbij stellen.



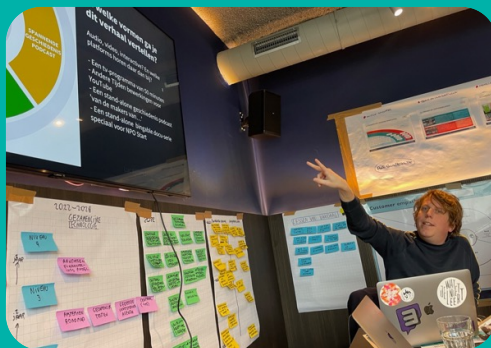
"Federatieve platformen zijn een nieuw type platform, waarbij de gebruikers zelf de regels bepalen in plaats van dat de macht ligt op een centraal punt. Daarnaast hebben deze platformen de potentie om enorme netwerkeffecten te realiseren door de verbinding tussen meerdere platformen."

Door Djoerd Hiemstra van de Radboud Universiteit

Key take-aways

Regionale omroepen zullen zich bewust moeten zijn van de ontwikkeling van een nieuwe type digitaal platform en de mogelijke kansen (beperkte afhankelijkheid van grote commerciële bedrijven) en bedreigingen (ontstaan filterbubbels door digitale afzondering) die hiermee zijn verbonden.

Sharing success stories and celebrating failures

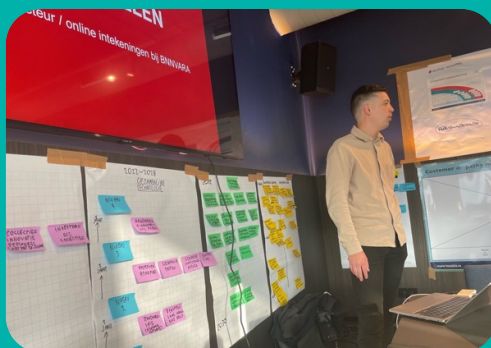


"Een integrale contentstrategie kan worden gerealiseerd door het geven van een antwoord op een paar simpele vragen over de boodschap die we willen vertellen, het publiek dat we willen bereiken en de plek waar we het publiek gaan bereiken."

Door Sander Nieuwenhuijsen van de NTR

Key take-aways

Het laagdrempelig experimenteren met nieuwe platformen is enorm waardevol en mediamakers van regionale omroepen zullen hierbij een steile leercurve ervaren. Hierbij is het maken van fouten niet te voorkomen en niet bepalend in het succes, zeker omdat het publiek op deze nieuwe platformen veelal vergevingsgezind is.



"Bij BNNVARA denken we continu na over hoe lineaire content kan worden vertaald naar een digitale vorm om bestaande kijkers beter te bedienen en nieuwe kijkers te bereiken. We kijken hierbij nadrukkelijk per digitaal platform welk type content wel en niet werkt"

Door Samuel Hartman van BNNVARA

Key take-aways

De regionale omroepen kunnen door samen te werken een beter digitaal product realiseren. Door gebruik te maken van elkaars kennis en door het opereren op een grotere schaal ontstaan er meer mogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige content.

All looking for ways to reach younger audiences

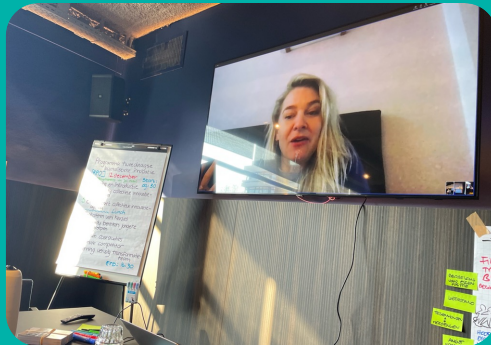


"Bij de NPO gaan we vanuit de innovatieagenda de interactie aan met verschillende mensen buiten de media om uit onze bubbel te stappen."

Door **Simone Mutsaers** van de NPO

Key take-aways

De afdeling NPO Innovatie helpt bij het innoveren via een aangepaste lean start-up methode, bestaande uit drie fasen: een idee indienen, valideren en groeien. Alle omroepen kunnen een idee aandragen, waarna dit idee verkend of bewezen wordt. Als hieruit blijkt dat een idee potentie heeft, wordt het gekoppeld aan een aanbodkanaal. Hierbij wordt altijd vanuit de eindgebruikers onderzoek gedaan naar hoe zij met media omgaan.



"Om de jonge doelgroep te bereiken willen we daar zijn waar het publiek is. Daarnaast zijn we steeds meer de vertaling gaan maken van nieuwsbehoefte naar formats om sterker de verbinding met de doelgroep te maken."

Door **Gonnie Spijkstra** van NOS Stories en NOSop3

Key take-aways

NOS Stories en NOSop3 hebben hun eigen format, doelgroep en functie. NOS Stories zijn korte, actuele video's voor op platformen zoals Instagram en TikTok. Dit sluit goed aan op de hele jonge doelgroep, die vooral snel relevante content willen ontvangen. NOSop3 duikt dieper in verhalen, dit vervult een andere behoefte. Hierbij is een bedreiging dat je als organisatie overgeleverd bent aan het algoritme van zo'n platform.

With common challenges like responsible AI



"Technologie is niet neutraal en het vormt niet de oplossing voor veel problemen – in tegenstelling tot wat velen geloven. Vaak ligt de oplossing simpelweg in het aangaan van het gesprek met elkaar."

Door Oumaima Hajri van de Hogeschool Rotterdam

Key take-aways

Het gebruik van kunstmatige intelligenties in mediaorganisaties is een onderwerp waar nog weinig wet- en regelgeving voor is. Het doel van het DRAMA-project is om organisaties te ondersteunen en begeleiden bij het ontwerpen en inbedden van verantwoorde AI-toepassingen. Bewustzijn hieromtrent is belangrijk omdat technologie ondersteunend moet blijven aan de mens, in plaats van een vervanging te worden.



"Je kunt door middel van design thinking beter in kaart brengen wat de behoefte is van de doelgroep dan door vanuit de technologie te beredeneren. Vaak wordt een mooie technologische toepassing bedacht, simpelweg omdat het kan. De toepassing lost dan geen bestaand probleem op en ontbreekt daardoor aan functie – dit heet engineer thinking."

Door van de Daniëlle Arets van Fontys Hogeschool in Tilburg

Key take-aways

Eén manier om design thinking toe te passen is door de doelgroep te ondervragen op frustraties die bij hen heersen. In plaats van gelijk in oplossingen te denken, probeer je eerst de frustratie zo goed mogelijk in kaart te brengen door zoveel mogelijke verdiepende vragen te stellen. Wanneer de frustratie zeer duidelijk in kaart is gebracht, kan op effectieve wijze gezocht worden naar een toepassing die het probleem daadwerkelijk oplost.

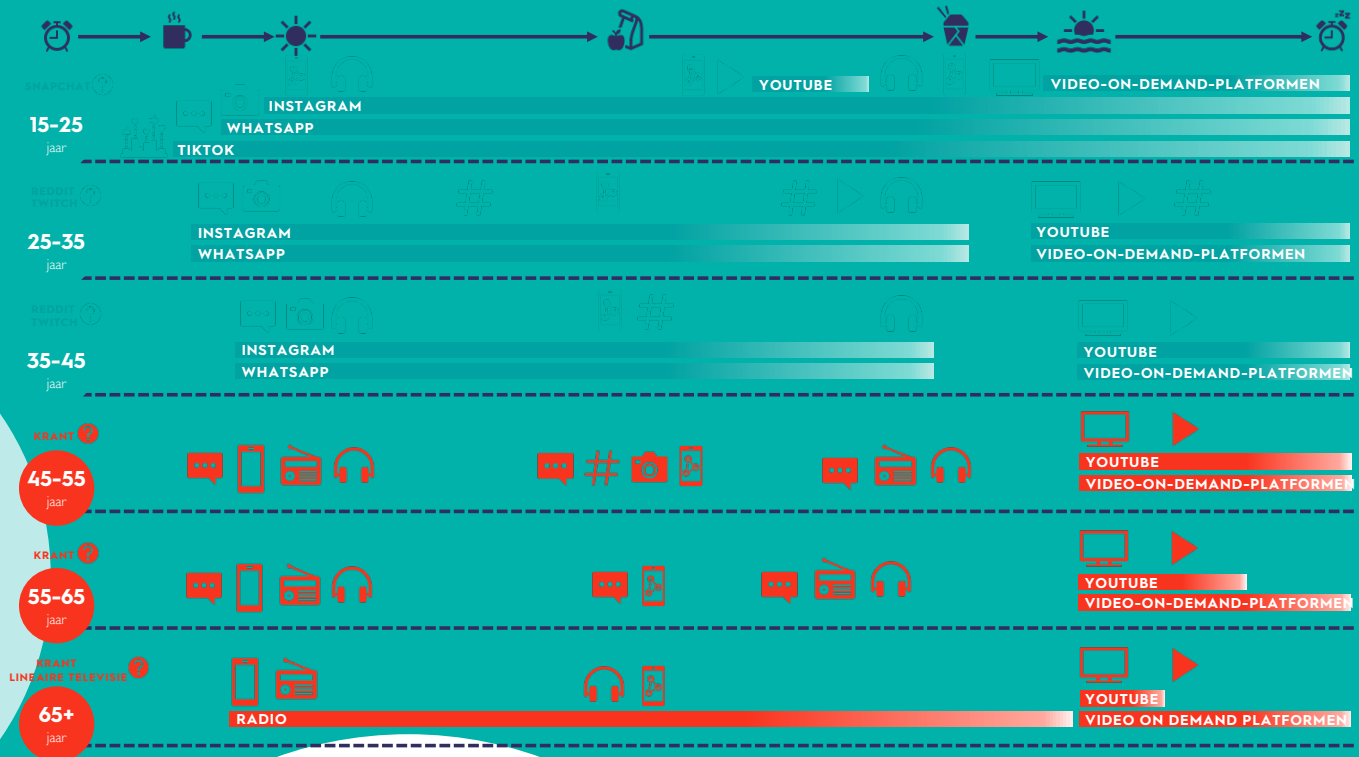


Deliverables Digital Transformation Team

A shared vision on how to evaluate digital platforms



A shared vision on how to cater to media behaviour



After first two months

Explainer video



Two-pager

Regionale Publieke Omroep
Stichting RPO en regionale publieke omroepen
1 februari 2023

"Alle lampjes branden en je weet niet hoe hard je gaat"

De in een uitbreidende media voor de digitale transformatie van de RPO en de regionale publieke omroepen. Dit artikel gaat in op de huidige situatie en de uitdagingen die er zijn. Het artikel is bedoeld om de lezers te laten zien hoe de RPO en de regionale publieke omroepen aan de slag zijn met de digitale transformatie.

DIGITALE TRANSFORMATIE EN INNOVATIE
Op weg naar digitale wendbaarheid om steeds daar te kunnen zijn waar ons publiek is

Strategy, roadmap and way of working

ROADMAP OP HOOFDLINIEN

ROADMAP ONTWIKKELTHEMA 1
JOURNALISTIEKE CAPACITEIT: VOLOP INVESTEREN IN DIGITALE COMPETENTIES EN GERICHT DIGITALE CAPACITEIT MOGELIJK MAKEN

ROADMAP ONTWIKKELTHEMA 2
DATAGENSPIREERD WERKEN: VAN VERKLEEND LEREN NAAR VOORTSCHRUVEND LEREN, WAT WERKT EN WAT NIET

ROADMAP ONTWIKKELTHEMA 3
GEZAMENLIJKE INNOVATIE EN TECHNOLOGIE: SLIM INVESTERINGSRUIMTE CREËREN VOOR STRUCTURELE GEZAMENLIJKE

ROADMAP ONTWIKKELTHEMA 4
ADAPTIEVE PLATFORMDISTRIBUTIE: STRATEGISCH EVENWICHT TUSSEN EIGEN DISTRIBUTIEKANALEN EN NIEUWE MOGELIJKHEDEN

ROADMAP ONTWIKKELTHEMA 5
LEIDERSCHAP EN WENDBAARHEID: EEN DIGITALE CULTUUR OP DE REDACTIES EN BIJ HET BESTUUR

DIGITALE TRANSFORMATIE EN INNOVATIE

Deliverables strategie, roadmap en werkwijze

RPO en regionale publieke omroepen

WWW.THAESIS.NL



After five months

Pilot projects

AI in
journalism
research

Cross regional
rural youth
brand

Experimental
teams young
media makers

Digital
knowledge
sharing tool

Support projects

Standardized
innovation
method

Digital
skills
academy

Digital
leadership
program

Shared
public youth
research panel



For example

AI in journalism research

Built in AI-integrations into CMS (f.e. GPT-3, Dall-e2)

Suggestions for titles based on articles

Create tekst drafts based on a few keywords

Generate subtitles, audio, translations, images

Recommend related articles and images to editors

Empower low literacy visitors (reading help 'tolkie')

Working on:
Predictions and advise
during content creation

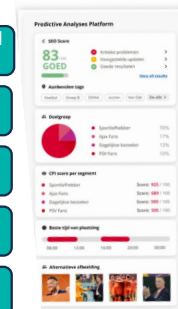
Predicted SEO-score and
actionable advise

Predicted reach per
visitor segment

Predicted engagement
score

Recommended time for
article publication

Advise on text structure,
article length, content



For example

Digital knowledge sharing tool

Thaesis + 8 + 15 uur

AI in het journalistieke proces

Licht bij iedere AI-tool of AI-toepassing toe hoe de regionale omroepen dit zouden kunnen gebruiken.

Informatie-verzameling

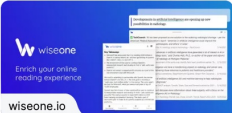
Feitenvalidatie

Contentcreatie

Distributie

Opinie over AI

WiseOne

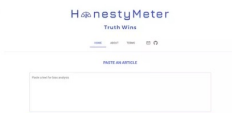


wiseone.io

Wiseone - Enrich your online reading experience

Niet vergeten dat ook onze bezoekers AI gaan gebruiken. Deze browser extensie vat teksten voor je samen. Mogelijk de nieuwe manier om nieuwsberichten te lezen.

HonestyMeter




honestymeter.com

Honesty Meter

Een tool om te checken of een tekst vooroordelen of andere bias bevat.

Dé AI oplossing voor Omrop Fryslân




techcrunch.com

'Universal translator' dubs and lip-syncs speakers - but Google warns against misuse

Of: 13 omroepen straks allemaal ook in het Fries ;)

Smartocto



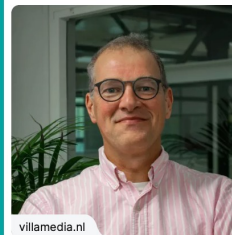
journalistiek-en-ai.nl

Welk onderwerp, welke vorm, welke behoefte? AI geeft raad - Journalistiek & AI

AI-tool voor het bepalen van de optimale titel en het beste plaatsingstijdstip

<https://journalistiek-en-ai.nl/koppen-vergelijken-met-smartocto/>

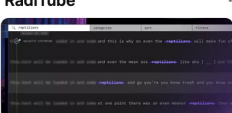
AI: 'Tussen utopie en dystopie ligt een wereld van journalistiek realisme: ons werktein'



villamedia.nl

AI: 'Tussen utopie en dystopie ligt een wereld van journalistiek realisme: ons werktein' / Villamedia

RadiTube



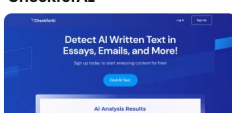
raditube.com

RadiTube — A Search Engine for Radical Content on YouTube

AI-tool voor het indexeren van radicalisering en samenzwering

<https://www.raditube.com>

CheckforAI




checkforai.com

CheckforAI

AI-tool voor het herkennen van AI-gegenereerde content.

<https://checkforai.com/?ref=thesanaiforthat>

Wonder studio

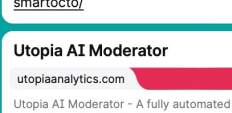


wonderdynamics.com

Wonder Dynamics

Tool om snel VFX toe te voegen aan video. Sneller explainers maken etc.

Utopia AI Moderator




utopiaanalytics.com

Utopia AI Moderator - A fully automated content moderation tool

AI-tool om reacties te modereren

<https://utopiaanalytics.com/utopia-ai-moderator/>


Goed overzicht




volkskrant.nl

AI in de journalistiek: de strijd om de waarheid verheft

AI Art Generator - Adobe Firefly




Perspective



perspectiveapi.com

Reclames gemaakt door AI



For example

Standardized innovation method



For example

Shared youth research panel



PRODUCER



MEDIA PARTNERS



nederlandse
publieke
omroep



FOUNDER



**Thank
You!**



Bezoekadres

Joop van de Endeplein 1
1217 WJ Hilversum

Postadres

Postbus 913
1200 AX Hilversum

Contact

035-625 80 70
contact@stichtingrpo.nl

