

VOORWOORD

Werken aan een beter geïnformeerde wereld

Terwijl de grenzen in de virtuele wereld geruisloos verdwijnen, hebben militaire conflicten en agressieve nationalistische verschijnselen in de fysieke wereld grote impact op geopolitieke ontwikkelingen. Globalisering en een verhoogd gevoel van machteloosheid en onveiligheid werken fundamentalisme, nationalisme en tribalisme in de hand. Fundamentele vrijheden staan in sommige werelddelen onder druk en democratie is geen vanzelfsprekendheid. Persvrijheid, onafhankelijke berichtgeving en pluriformiteit zijn schaars en maken de noodzaak voor een onpartijdige gesprekspartner groter: een partner die via discussie en dialoog bruggen bouwt. De Wereldomroep werkt altijd vanuit een Nederlands perspectief en probeert een realistisch beeld te geven van actuele ontwikkelingen in Nederland. Daarbij hoort ook het Nederlands cultuurgood onder de aandacht brengen van een internationaal publiek.

Veel mensen kennen Radio Nederland Wereldomroep vooral als 'vakantiezender'. U luistert misschien zelf op de camping in Frankrijk of Italië naar de uitzendingen. De Wereldomroep is er daarnaast ook voor expats, Nederlandse militairen op vredesmissies, emigranten, vrachtwagenchauffeurs en zeevarenden. Minder bekend in eigen land is de rol als internationale omroep. Want behalve in het Nederlands is de organisatie actief in negen andere talen. Met name in die landen waar de persvrijheid, pluriformiteit of de toegang tot de media beperkt is. In Latijns-Amerika, Afrika en Azië voorzien we onze doelgroepen van nieuws en achtergronden. Via kortegolf, satelliet en internet, maar vooral ook via duizenden lokale partnerstations. Op deze manier geven we invulling aan onze missie: het leveren van een bijdrage aan een beter geïnformeerde wereld.

Jan Hoek
algemeen directeur

- Wereldwijd actief in tien talen: Nederlands, Papiamentu, Engels, Spaans, Portugees, Indonesisch, Arabisch, Frans, Sarnami en Chinees.
- Uitvoerend partner betrokken bij de internationale Nederlandstalige televisiezender: BVN.
- Samenwerking met buitenlandse omroepen (zoals BBC World Service, Canadian Broadcasting Corporation, Radio Republiek Indonesia, Radio Cadena Nacional Colombia, SBS Australia en US National Public Radio).
- Laat buitenlandse muzikliefhebbers delen in wat Nederland op muziekgebied te bieden heeft: klassiek, jazz en wereldmuziek.
- Beschikt over een uniek expertisecentrum op het gebied van media, ontwikkeling en educatie.
- Is regelmatig een bron voor buitenlandexpertise voor collega's bij de publieke omroepen, zoals NOVA, Goedemorgen Nederland en Radio 1 Journaal.

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	7
1.1	TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE MEDIA	7
2.	KERNTAKEN EN AMBITIES	11
2.1	KERNTAAK I: VOOR NEDERLANDERS IN HET BUITENLAND	12
2.2	KERNTAAK II EN III: DE DOELGEBIEDEN	14
3.	SPEERPUNTEN REDACTIE	31
4.	BEREIK EN DISTRIBUTIE	35
5.	SAMENWERKING	39
5.1	SAMENWERKING MET DE NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP	39
5.2	INTERNATIONALE SAMENWERKING	41
5.3	PROJECTEN EN SAMENWERKINGEN	41
6.	PERSONEELSBELEID	45
7.	FINANCIËN	47
7.1	EXPLOITATIE NAAR ACTIVITEITEN	48
7.2	TOEWIJZING OMROEPMIDDELEN 2009	50
7.3	BEGROTING 2009 NAAR KOSTENCATEGORIE	51
7.4	MEERJARENRAMING 2010-2013	52
8.	SPEERPUNTEN BELEID, UITKOMSTEN EN ACTIES 2009 - 2013	53
BIJLAGE I	PRESTATIEAFSPRAKEN	57
BIJLAGE II	WERELDKAARTEN	61
BIJLAGE III	ACTIVITEITEN VOOR NEDERLANDSTALIGEN IN HET BUITENLAND	65
BIJLAGE IV	PROGRAMMA-ACTIVITEITEN VAN DE TAALREDACTIES	71
BIJLAGE V	SPEERPUNTEN BELEID, UITKOMSTEN EN ACTIES 2008	99
BIJLAGE VI	UITZENDUREN	103
BIJLAGE VII	AANDEEL BINNENLANDSE OMROEP IN NL-PROGRAMMERING	105

1. INLEIDING

De inzet van media als middel voor het ondersteunen van democratische processen is een van de primaire taken van de Wereldomroep, nu en in de toekomst. Het bevorderen van persvrijheid en pluriformiteit in landen waar dat nodig is, ondersteunt de lokale media bij het creëren van een platform voor het publieke debat. De media kunnen daardoor als waakhond van politieke en economische machthebbers functioneren. Voor de Wereldomroep is het van groot belang de markten waarin zij zich beweegt, blijvend te analyseren en meer dan voorheen met partners samen te werken. Alles vanuit een uniek Europees/Nederlands perspectief en met behoud van de kernwaarden: onafhankelijk, onpartijdig en betrouwbaar.

De verwachting is dat de organisatie de komende jaren verschuift van pure *broadcaster* naar gerespecteerd productiepartner; rekening houdend met de lokale situatie om effectief en efficiënt haar rol in te vullen. Dat kan door het bewerken en hergebruiken van beschikbaar bronmateriaal, door coproducties en waar nodig door het maken van eigen relevante content.

1.1 Trends en ontwikkelingen in de media

De ontwikkeling van de media is in geen enkel land hetzelfde. Om succesvol te zijn in een regio is het van belang de macrotrends in die regio te analyseren en te begrijpen. Vast staat dat het medialandschap overal in de wereld in beweging is en in beweging blijft. Dat vereist grote flexibiliteit en aanpassingsvermogen van mediaorganisaties die effectief en relevant moeten zijn.

Datamining

Het gedrag van het publiek verandert onder invloed van een complexe mix van politieke, economische, technologische en culturele ontwikkelingen. Personalisering, het individu en de eigen identiteit spelen een grotere rol. Voor organisaties wordt directe (via profielen in een database) of indirecte (via bijvoorbeeld cookies) *datamining* – het grondig analyseren van profielen van gebruikers, luisteraars en kijkers - steeds intensiever en in toenemende mate belangrijk om te kunnen vaststellen wie de doelgroepen zijn, wat hen beweegt en hoe in hun behoeften kan worden voorzien.

Connectivity

Een trendwoord van de laatste jaren is *ubiquitous connectivity*. Dat betekent overal en te allen tijde toegang hebben tot relevante informatie om zo de kennis te verdiepen en te vergroten maar ook: interactiviteit die het delen van kennis met elkaar bevordert. Locatie wordt dus irrelevant. Niettemin zal het geruime tijd duren voordat er wereldwijd sprake is van eenzelfde mate van *connectivity*. Een volledig geconvergeerd medialandschap is daarom nog ver weg en voorspellingen daarover zijn evenmin te doen. Zeker is dat de digitalisering voor ingrijpende veranderingen zorgt in de distributiekanaal en het mediagebruik.

Groeiende concurrentie

Het speelveld van mediaorganisaties verandert drastisch. De scheidslijnen tussen sectoren vervagen. Er zijn nieuwe spelers op de mediamarkt zoals telecombedrijven, ontwikkelaars van zoekmachines (Google, Yahoo) en uitgevers, die content beschikbaar maken voor een wereldwijd publiek. Deze dominante spelers opereren op internationale schaal en zetten alle vormen van media in, zowel traditionele als nieuwe. Hun *footprint* gaat over landsgrenzen heen. Daarnaast kan iedere individu zich als *content provider* opwerpen en rechtstreeks een groot publiek bereiken met informatie en opinie. De concurrentie voor de lokale en regionale mediaorganisaties groeit enorm en de kleine en middelgrote (internationale) omroepen komen steeds verder onder druk te staan.

Afrekenmechanismen en controle

Voor publieke omroepen in Europa betekent de sterke nadruk op marktwerking een voortdurende discussie over de verhouding tussen overheidssteun en de rol van de markt in het communicatiebestel. De politiek en dus ook de burger vraagt, terecht, om verantwoording, rekenschap en controle. Voor publieke omroepen betekent dat een scherper beleid op kaders, condities en afrekenmechanismen. Omroepen dienen op overtuigende wijze uit te leggen hoe efficiënt zij hun taken inhoudelijk en bedrijfsmatig invullen en welke doelen zij zichzelf binnen het gestelde kader stellen en hoe effectief zij zijn in het bereiken van deze doelen.

Versnippering

Ook de *value chain* van de media verandert. Waar mensen voorheen in een wereld leefden met een schaarste aan creatie, productie en distributie van informatie en dus een concentratie van aandacht op dit beperkte aanbod, is er nu een overvloed aan creatie, productie en distributiekkanalen. De aandacht is echter versnipperd over meerdere platforms en daardoor schaars.

Interactiviteit en dialoog

Het metier van de journalist wijzigt. Van eenrichtingsverkeer en monoloog naar interactie en dialoog. Contentcreatie wordt steeds meer een interactief proces. In gebieden met een hoge mate van *connectivity* neemt het belang van sociale media (bijvoorbeeld Hyves, Facebook, Twitter) en thematische, op specifieke doelgroepen gerichte programmering toe. Interactiviteit wordt belangrijker en alle mediaorganisaties proberen het publiek zoveel mogelijk bij de programmering te betrekken. Formats veranderen als gevolg van *time shifting* and *space shifting*.

Relevant en onderscheidend

Al deze ontwikkelingen nopen mediaorganisaties zoals de Wereldomroep om nog beter dan voorheen naar de doelgroepen te luisteren, hun feedback te analyseren en in hun behoeften te voorzien. Unicitéit, relevantie en onderscheidend vermogen, zoals verankerd in de missie en doelstellingen, worden in die context alleen nog maar belangrijker. Het aantal distributieplatforms is weliswaar explosief gegroeid, maar grote bevolkingsgroepen van landen in Latijns-Amerika, Afrika en delen van Azië waarop de organisatie haar activiteiten richt, hebben nog altijd beperkte toegang tot betrouwbare informatie. Om effectief als gids, baken, makelaar en productiepartner te kunnen opereren, is het van essentieel belang dat de Wereldomroep voeling houdt met die doelgroepen en doelgebieden waar de Nederlandse opinies en meningen in internationaal perspectief ertoe doen.

2. KERNTAKEN EN AMBITIES

Dit meerjarenplan is een vervolg op het meerjarenplan 2008 –2012 en werkt de daarin aangegeven hoofdlijnen verder uit. De ingezette acties beslaan een periode van vier jaar. Dit plan gaat dieper in op de criteria voor keuzes van doelgebieden, de ambities van de Wereldomroep in de verschillende doelgebieden en de speerpunten voor de redacties.

Beleidscyclus

Met OCW is afgesproken – en inmiddels opgenomen in de nieuwe multimediewet - dat de beleidscyclus op dezelfde wijze wordt vormgegeven als bij de landelijke publieke omroep. Dit betekent dat ook de Wereldomroep een vijfjaarlijks beleidsplan zal opstellen, het eerste voor de periode 2010 – 2015. De Wereldomroep zal ook vijfjaarlijks een onafhankelijke visitatiecommissie instellen. Die zal in juni 2009 het eerste rapport afleveren over de wijze waarop de Wereldomroep uitvoering geeft aan de publieke mediaopdracht. Op basis van dat rapport en het beleidsplan wordt een meerjarige prestatieovereenkomst met OCW afgesloten voor 2010 – 2015.

Kerntaken op een rij

De Wereldomroep kent een breed aanbod van talen: Nederlands, Engels, Frans, Spaans, Indonesisch, Portugees, Sarnami, Papiament, Arabisch en Chinees. De omroep verspreidt een mix van nieuws, informatie, cultuur en verstrooiing en voldoet daarbij aan drie kerntaken:

- I. Het informeren van Nederlanders in het buitenland.
- II. Het voorzien van onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
- III. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.

Doelgroepen

Binnen de doelgroep Nederlanders in het buitenland is de Wereldomroep zich intensiever dan voorheen gaan richten op specifieke niches, met oog voor meer service en informatie-op-maat: vakantiegangers, vrachtwagenchauffeurs, overwinteraars, militairen, expats, emigranten en kinderen van expats (Wereldkids).

In 2007 zijn de belangrijkste doelgroepen van de Wereldomroep voor de anderstalige activiteiten aangescherpt. De anderstalige activiteiten richten zich in hoofdzaak op drie doelgroepen:

- 1) Denkers/opinievormers/vernieuwers.
- 2) Informatiezoekers.
- 3) Mensen in nood.

Voor een uitgebreide beschrijving van de doelgroepen zie bijlage I.

In dit kader is de belangrijkste doelstelling voor 2009 het nog beter verankeren van het doelgroepgericht denken in de redacties. Op basis van onderzoek, reacties en feedback dienen journalisten en programmamakers een gedetailleerd beeld te krijgen van de doelgroep, hun belangstelling en wat de Wereldomroep voor hen kan betekenen. Daarbij wordt gedacht aan het samenstellen van *moodboards* en archetypen per redactie om een gezicht te geven aan de diversiteit aan doelgroepen die de organisatie bedient.

Daarnaast streeft de Wereldomroep naar een verhoogde mate van interactiviteit met de doelgroepen. Door meer service-elementen aan te bieden, door de luisteraar, bezoeker of kijker vaker te betrekken bij de programma's, door de inzet van focusgroepen en panels en door zich nog meer dan voorheen te richten op *communitybuilding*.

2.1 Kerntaak I: voor Nederlanders in het buitenland

De vorming van een sterke *community* onder emigranten & expats en de bediening van specifieke doelgroepen met unieke crossmediale content zijn de komende vier jaar speerpunten binnen de kerntaak 'Informereren van Nederlanders in het buitenland'. De doelgroepen adequaat bedienen, betekent niet dat de Wereldomroep alles zelf produceert. Integendeel, de wens en noodzaak tot intensivering van de samenwerking met de binnenlandse omroepen en andere gerenommeerde partners is evident.

Expats en emigranten

Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek kiezen ongeveer 60.000 Nederlanders per jaar voor een lang of permanent verblijf in het buitenland. Deze 60.000 Nederlanders voegen zich jaarlijks bij de ongeveer 2 miljoen Nederlanders, oud-Nederlanders en hun nazaten die al in het buitenland wonen. Deze doelgroep is minder afhankelijk van de diensten van de Wereldomroep dan vroeger. Door de opkomst van internet en satelliettelevisie kunnen emigranten en expats de nieuwe en oude media in Nederland nu zelf rechtstreeks opzoeken. Niettemin zal, ondanks de toegang tot televisie en internet, radio geruime tijd een rol van betekenis blijven spelen in de distributiemix.

Uit recent onderzoek (via www.wereldpanel.nl) van de Wereldomroep blijkt dat deze doelgroep behoefte heeft aan toegesneden informatie: meer service, sociaal economische thema's en politiek, Nederlandse cultuur en zelfs *gossip* en *royalty*. Daarnaast zijn contacten met andere Nederlanders in het buitenland, cultuurverschillen en gezondheidszorg inhoudelijke onderwerpen. Belangrijk bij alle onderwerpen is identificatie en personalisatie. Oftewel, het nieuws persoonlijk en relevant maken, vertaald naar de belevingswereld van expats en emigranten. Daar ligt voor de Wereldomroep de toegevoegde waarde, nu en in de toekomst.

Nadrukkelijk crossmediaal

Gezien het hoge gebruik van internet en BVN-televisie binnen de groep van expats en emigranten zijn plannen ontwikkeld voor een sterk crossmediale benadering van deze doelgroep. De Nederlandstalige websites zullen worden samengesmeed tot een podium voor een *community* van Nederlandse expats en emigranten, gekoppeld aan een wekelijks televisieprogramma op BVN. Radio zal in de mediamix voor deze doelgroep geleidelijk worden teruggebracht, overeenkomstig het mediagebruik en de behoefte.

Vakantiegangers, vrachtwagenchauffeurs en militairen

Etherradio blijft de komende paar jaar het primaire medium voor nieuws, service-informatie en verstrooiing voor het bereiken van andere, meer mobiele doelgroepen binnen de sector Nederlanders in het buitenland. Onder andere de doelgroepen internationale vrachtwagenchauffeurs, werknemers in de maritieme sector en militairen op vredesmissie. Maar ook de vakantieganger in Europa en elders in de wereld mag blijven rekenen op nieuws, service-informatie en live verslagen van belangrijke sportevenementen, zoals de Tour de France. Geproduceerd in nauwe samenwerking met de binnenlandse publieke omroep. Vakantiegangers worden via hotel en camping ook bereikt met de WereldKrant, een compacte e-mailkrant met voor de radio gemaakte bulletinberichten en webverhalen, herverpakt tot kort en bondige krantenartikelen.

Nieuwe kansen

De Wereldomroep is zich er van bewust dat de snelle groei van internet via mobiele telefoon en de opkomst van openbare draadloze netwerken de rol van etherradio in de toekomst verder zal terugdringen. Vrijgekomen middelen maken daardoor nieuwe doelgroepgerichte activiteiten mogelijk. Zo is de Wereldomroep het afgelopen jaar begonnen met een Nederlandstalig webradiostation met nieuwsbulletins, service-informatie en Nederlands muziek: RNW24. Dit station krijgt in 2009 een Spaanse en Indonesische variant.

2.2 Kerntaak II en III: de doelgebieden

Voor kerntaken II en III - het verstrekken van informatie in landen met een informatieachterstand en het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland – zijn de doelgebieden vaak bepalend omdat die taken in eerste aanleg aansluiten bij situaties en ontwikkelingen die regionaal of zelfs lokaal aan de orde zijn. Vervolgens spelen doelgroepen binnen die regio's een rol bij de invulling van de taken.

De Wereldomroep heeft de belangrijkste criteria die geleid hebben tot de keuze voor doelgebieden, vastgelegd in een aantal wereldkaarten (zie bijlage II). De wereldkaarten bieden belangrijke uitgangspunten op basis waarvan de doelgebieden bepaald worden. De voornaamste criteria zijn: gebrekkige persvrijheid en pluriformiteit, ontheemden in eigen land, regeringsvormen en defensie uitgaven, welvaart en Nederlandse ontwikkelingshulp, geopolitieke en sociaal ethische invloeden die Nederland raken en een historische, culturele en/of economische band met Nederland.

Op basis hiervan heeft de Wereldomroep een model ontwikkeld dat de organisatie in staat stelt op een instrumentele wijze te definiëren in welk gebied de Wereldomroep een betekenisvolle rol kan vervullen in het bestaande medialandschap, gelet op haar missie en taakstelling. Op de volgende pagina's worden de belangrijkste doelgebieden van de Wereldomroep langs deze meetlat gelegd en geanalyseerd.

Achtergronden Midden-Oosten: een ander perspectief

Het Arabische medialandschap is sinds de jaren negentig aanzienlijk veranderd. De door de overheid beheerste staatsradio- en televisie hebben plaats gemaakt voor honderden grensoverschrijdende satellietzenders als al Jazeera en al Arabiya. En hoewel dit, samen met de opkomst van internet, een enorme stimulans was voor de persvrijheid in het Midden-Oosten, hebben dit soort zenders ook te kampen met inperking van de persvrijheid en (zelf)censuur. Daarnaast worden satellietzenders vaak gefinancierd door Arabische overheden en werken ze zonder de bescherming van een redactiestatuut, hetgeen invloed heeft op de berichtgeving. Aan de andere kant biedt deze golf van relatief onafhankelijke media ook een podium voor populistische, anti-westerse, anti-modernistische, conservatieve en islamitische (stemmen in de) media. Deze zijn het duidelijkst vertegenwoordigd op satelliettelevisie. Deze stemmen bevorderen de polarisering tussen het Westen en de Arabische wereld en voeden speculaties over westerse samenzweringen tegen de Islam. Ze vallen niet alleen de westerse politiek aan, maar ook westerse waarden als democratie, vrijheid van godsdienst en vrijheid van meningsuiting.

Sinds de aanslagen van 11 september 2001 is het geopolitieke landschap ingrijpend veranderd. De Arabische en de westerse wereld lijken voornamelijk tegen zichzelf te praten in de eigen media. In het Midden-Oosten krijgen Saoedi-Arabië en de Golfstaten steeds meer invloed op economisch en cultureel terrein en nemen die de rol over van Egypte; op economisch terrein vooral, vanwege de olie, en op cultureel terrein vooral onder invloed van belangrijke media als al Jazeera, al Hayaat en al Sharq al awsat, die zijn gelieerd aan landen uit die regio. Door de immer stijgende energieprijzen zal de politieke en economische rol van olieproducerende landen in het Midden-Oosten op het wereldtoneel alleen maar toenemen. Des te belangrijker is het om begrip te creëren tussen het Midden-Oosten en het Westen in plaats van verdere polarisatie. Daarnaast hecht Nederland veel waarde aan het tegengaan van straffeloosheid in de regio, het bevorderen van het respect voor de mensenrechten en het versterken van de positie van Nederland als centrum van de wereld voor internationaal recht.

Ook is er in het Midden-Oosten, onder meer vanwege de grote groepen Arabischtalige migranten in Nederland en het hier gevoerde Islamdebat veel aandacht voor Nederlandse (ethische) kwesties. In de huidige gepolariseerde wereld waarin de emoties vaak hoog oplopen, is het daarom belangrijk de situatie en het sociaal maatschappelijk debat in Nederland zo helder mogelijk weer te geven en in een context te plaatsen. Binnen de Arabische gemeenschap in Nederland leven veel liberale activisten die zijn gevlucht vanuit de Arabische wereld. Zij spelen een belangrijke rol bij het verspreiden van de meer gematigde ideeën over de Islam, die vanuit Nederland in het Midden-Oosten terechtkomen.

Ambitie voor het Midden-Oosten

De Wereldomroep wil via de website en de hervatte radio-uitzendingen een platform voor dialoog bieden en bruggen bouwen tussen Nederland, Europa, en de Arabische wereld. Het doel is om de Arabische wereld en Europa te voorzien van evenwichtige verslaggeving in en over de Arabische wereld. De redactie probeert daarom met name onafhankelijke, gematigde stemmen aan het woord te laten; deze hebben nauwelijks een podium in de meeste Arabische media. Tevens zal de nadruk liggen op als 'cultureel gevoelige onderwerpen' bestempelde producties, omdat die vaak eenzijdig (negatief) worden belicht in de Arabische media.

De in het najaar van 2008 opgestarte radio-uitzendingen van de Wereldomroep richten zich voornamelijk op Noord-Afrika - vooral Marokko, - de Palestijnse gebieden, Jordanië en Irak. Deze landen kennen al enige mate van persvrijheid en pluriformiteit, wat mogelijkheden biedt voor het aangaan van contacten met partnerstations. Naast de website worden de radioprogramma's via internet, een aantal partnerstations waar dit mogelijk is, en via satelliet in een 24-uurs Arabische programmastroom van internationale omroepen, uitgezonden. Het programma gaat ook via kortegolf naar die landen waar de geringe mate van persvrijheid andere distributiekkanalen onmogelijk maakt. Ook zal in 2009 een pilot worden gedaan in één land voor het laagdrempelig beschikbaar maken van content op mobiele telefoons met UMTS internet toegang.

Achtergronden Afrika: op weg naar een beter leven

De democratische ontwikkelingen in een aantal landen in Afrika zijn onomkeerbaar en de mate van persvrijheid ontwikkelt zich voortdurend verder. Met als gevolg een afname van het aantal gevangen gehouden journalisten, een kritischer toon door de pers ondanks pogingen van de politieke partijen om de media de mond te snoeren en herziening van de mediawetten om meer vrijheden toe te staan. Niettemin is persvrijheid in Afrika nog altijd beperkt en de feitelijke situatie wisselt sterk van land tot land. Een groot aantal landen waarop de Wereldomroep haar activiteiten richt, staat hoog genoteerd in de index van 'Reporters without Borders'. Hoe hoger de notering, hoe penibeler het is gesteld met de persvrijheid.

De pluriformiteit van de media in Afrika uit zich in een groeiend aantal radio- en televisiestations. De geschreven pers (hoewel erg klein), de lokale (commerciële en *community*) radiostations en de commerciële televisiestations kunnen zich in alle vrijheid vestigen en deelnemen aan het publieke leven in het land en de regio. Zij krijgen meer zeggenschap over het beleid rond politieke en sociale kwesties. Het opzetten van behoorlijk bestuur en het versterken van de capaciteit van mensen en organisaties in de betrokken landen hebben de opkomst van honderden, zo niet duizenden lokale, gemeentelijke radiostations tot gevolg gehad. In de komende twee jaar is er een groei te verwachten in het aantal lokale en thematische zenders, zoals radio voor de vrouw, radio voor jongeren, gezondheidsradio, sportradio, theaterradio en culturele radio.

Kranten hebben kleine oplages en zijn alleen in de grote steden beschikbaar. Internet speelt over het algemeen nog geen serieuze rol van betekenis in het Afrikaans medialandschap uitzonderingen daargelaten (zoals in Zuid-Afrika). Internet zou in de toekomst wel eens een belangrijke stimulans voor samenwerking tussen media kunnen worden en een belangrijke rol spelen in de algemene ontwikkeling (bijvoorbeeld door *e-learning*). Er worden steeds slimmere technieken ontwikkeld om sociale mediatrends in Afrika mogelijk te maken. Bijvoorbeeld de ontwikkeling van een communicatiemiddel dat is gebaseerd op een FM-zender met als doel *online communities* als Facebook en My Space voor iedereen bereikbaar te maken.

Sinds een aantal jaar is het Nederlandse geopolitieke beleid voor Afrika geregionaliseerd met de Hoorn van Afrika en het Grote Merengebied als belangrijkste speerpunten. In veel van die landen is de situatie instabiel door gewapende conflicten, slecht bestuur, vluchtelingenstromen, voedselnood, honger en armoede. Maar in meer of mindere mate spelen deze issues ook in andere landen in Afrika. Politieke instabiliteit in landen zonder centraal gezag kan leiden tot internationale instabiliteit en de dreiging van terrorisme. Als toegewijd speler op het internationaal toneel en loyale voorvechter van de Millennium Development Goals speelt Nederland een belangrijke rol in de ontwikkeling van deze landen en in het bewustwordingsproces. Nederland wil een bijdrage blijven leveren aan het bevorderen van vrede, veiligheid en stabiliteit in Afrika.

Ambitie voor Afrika

De Wereldomroep produceert programma's in het Engels en in het Frans voor verschillende delen van Afrika en speelt daarmee een belangrijke rol in het ondersteunen van de onafhankelijke media en het bevorderen van vrede en veiligheid in Afrika. Met name voor een netwerk van zo'n 500 community radiostations is de Wereldomroep een betrouwbare productie- en trainingspartner. Trainingen worden verzorgd in nauwe samenwerking met het Radio Nederland Training Centre en hebben capaciteitsversterking als doel, evenals het bevorderen van de radiopluriformiteit in de regio. Programmering voor Afrika wordt gemaakt onder de vlag van 'design-to-copy': het produceren van thematische programma-onderdelen die rechtstreeks kunnen worden gebruikt in uitzendingen, of items die bewerkt kunnen worden in lokale talen. De komende jaren wil de Wereldomroep inspelen op de groei van het aantal lokale en thematische zenders door relevante content aan te bieden of samen met de stations content te produceren. Daarnaast wordt het partnernetwerk in Engelstalig Afrika sterk uitgebreid.

Alhoewel in veel landen in Afrika het aantal FM stations sterk aan het toenemen is, zijn er toch nog veel mensen buiten het bereik van deze stations. Ook internet en telefoon blijven op het platteland nog sterk achter. Samenwerking met partnerstations is in bepaalde landen zoals bijv. Zimbabwe nog onmogelijk. De Wereldomroep bereikt deze doelgroepen daarom met kortegolf radio. Mobiele telefonie is zich sterk aan het ontwikkelen in Afrika. De aanleg van een gewoon telefoonnet wordt vaak overgeslagen. Zodra de ontwikkelingen dit mogelijk maken, zal worden gekeken of content via de mobiele telefoon kan worden aangeboden.

Achtergronden Indonesië: Nederland is poort tot Europa

De persvrijheid in het huidige Indonesië is groot als we deze vergelijken met de jaren '80 en '90 van het Nieuwe Orde regime. Het medialandschap in Indonesië is pluriform en verdeeld over vele honderden media, waarbij televisie de belangrijkste positie inneemt. Hoewel de rurale bevolking voornamelijk wordt bereikt via de kortegolf, kunnen radiostations in het algemeen steeds moeilijker het hoofd boven water houden. Internet neemt een nog ondergeschikte positie in Indonesië in.

Cultureel en historisch zijn Nederland en Indonesië nauw met elkaar verbonden, hetgeen Nederland een unieke positie biedt als poort tot Europa. Op cultureel gebied vinden er regelmatig uitwisselingen plaats: film, literatuur, theater en muziek, terwijl ook samenwerking met musea en andere culturele en onderwijsinstellingen wordt geïntensiveerd. Economische samenwerking tussen beide landen is groeiende. Indonesië is een van de 36 partnerlanden zoals geselecteerd door de Ministerie van Ontwikkelingssamenwerking; de Nederlandse ontwikkelingshulp besteedt onder andere gerichte aandacht aan onderwijs, goed bestuur, watermanagement en milieubehoud.

Het koloniale verleden speelt een steeds minder belangrijke rol binnen de verhoudingen tussen Nederland en Indonesië. Dit neemt niet weg dat de gezamenlijke geschiedenis nog steeds zorgt voor een nauwere band tussen beide landen in vergelijking met die van Nederland met andere landen in de regio. De Indonesische bestuursstructuur, het ambtelijk apparaat en het rechtstelsel weerspiegelen veelal de Nederlandse oorsprong. Het belang van Nederland voor Indonesië wordt ook weerspiegeld in het feit dat de ambassade in Den Haag een van de grootste Indonesische buitenlandse vertegenwoordigingen is.

Ambitie voor Indonesië

In de afgelopen jaren heeft de Wereldomroep een netwerk van middelgrote partners opgebouwd. Voor de komende jaren ligt de nadruk vooral op 'behoud en verdieping' en wordt slechts waar nodig naar uitbreiding gestreefd. Intensivering van de inhoudelijke samenwerking met meerdere partnerstations zal prioriteit hebben. Interactieve uitzendingen, zowel rechtstreeks met luisteraars alsook met partners, zullen een steeds prominentere plaats in de programmering gaan innemen. Het succes van de sms-dienst laat zien dat de consumenten graag actief betrokken willen zijn bij de producten van de Wereldomroep. Het internet, dat momenteel nog een beperkte rol speelt, zal ook in Indonesië belangrijker worden. Voor de gebieden buiten het bereik van de partnerstations worden als aanvulling kortegolf radio-uitzendingen ingezet. Afhankelijk van de uitkomsten van een distributiemix onderzoek in Indonesië zullen waar nodig aanpassingen plaatsvinden in de samenstelling van de distributiemix.

Achtergronden India: allianties sluiten

India is een opkomende wereldmacht van groeiende economische betekenis voor Europa en voor Nederland. Het is de 'grootste democratie ter wereld', en als relatief stabiel land in een turbulente regio een natuurlijke bondgenoot van westerse democratieën, waaronder Nederland. India is - net zoals buurland Pakistan - een nucleaire macht.

Vergeleken met een aantal andere landen in deze regio, is de persvrijheid in India redelijk. Het medialandschap is sterk in ontwikkeling getuige de groei van vele commerciële media. De populariteit van radio als medium is gestegen als gevolg van het vrijgeven van licenties aan meer dan 300 commerciële FM stations in meer dan 90 steden in India. Desondanks speelt de staatszender All India Radio (AIR) een grote rol in het land. AIR opereert in 22 lokale talen door heel India en is de enige mediaspeler die nieuws en actualiteiten mag uitzenden via de radio. De verwachting is dat de markt voor nieuws en actualiteiten via radio binnenkort ook wordt opengesteld, maar het is de vraag of de mogelijkheden voor internationale omroepen worden verruimd. Een interessante ontwikkeling in de Indiase markt zijn plannen om een netwerk van *community stations* uit te rollen in de rurale gebieden. Ook hiervoor gelden restricties voor het brengen van nieuws en actualiteiten, en licenties mogen alleen aan non-profit organisaties worden verstrekt. De verwachting is dat er rond 300 licenties worden afgegeven in de komende vijf jaar.

India is na China de grootste mobiele markt. Mobiele telefoons zijn een 'must-have' item voor alle geledingen van de bevolking van India en overspoelen dan ook de Indiase markt. In stedelijke gebieden hebben radio-uitzendingen in trams/bussen/autoradio's en radio via de mobiele telefoon enorm aan bereik gewonnen. Vooral muziekzenders zijn zeer sterk in opkomst in de stedelijke gebieden. Gebruik van internet is nog steeds relatief laag met minder dan 100 miljoen gebruikers. Meer dan 34% van de gebruikers komt van internetcafés, 30% van thuis. Het gebruik van internet zal wellicht toenemen nu er *portals* zijn gelanceerd in de Indiase taal door Yahoo en MSN, maar in het medialandschap is internet nog van marginale betekenis. UMTS-ontwikkelingen (altijd aan en een *flat fee service*) zouden in de toekomst met name internettoegang veel eenvoudiger kunnen maken, via welk (mobiel) platform dan ook.

Sinds een aantal jaar krijgt de Nederlandse cultuursector voet aan de grond in India en lijkt er in Nederland meer aandacht te komen voor Indiase cultuur. Naast een groot aantal Nederlandse films op verschillende festivals in India, treden hier steeds vaker Nederlandse jazzmusici, beeldende kunstenaars en dansers op.

De economische banden met de regio zijn belangrijk. De Zuid-Aziatische landen India, Pakistan, Nepal, Sri Lanka, Bangladesh, Bhutan en Nepal zijn verenigd in een vrijhandelszone, the South Asian Free Trade Area (SATA). De SATA bestaat al sinds 2004 en de Europese Unie en Nederland zijn belangrijke economische partners. Voor de VN is het bestrijden van de hoge armoede in deze regio een van de belangrijkste speerpunten van de Millennium Development Goals.

Ambitie voor India

Voor India is het belangrijkste distributieplatform voor de Wereldomroep een netwerk van partnerstations. In 2007 is een regiomanager aangesteld in New Delhi die het netwerk van partnerstations opzet, uitbouwt en versterkt. Omdat het medialandschap in India sterk in beweging is – net als de mediawetgeving – zet de Wereldomroep met haar partnerschappen vooralsnog breed in, teneinde goede relaties op te bouwen met zowel de staatsomroep, de commerciële sector, de universitaire media als de community stations, die zich zodra er zich nieuwe mogelijkheden voordoen, zullen vertalen in concrete levering van programma's. De Wereldomroep distribueert programma's naar India via partnerstations, satelliet, internet en kortegolf en houdt de ontwikkeling van mobiele platforms in India nauwlettend in de gaten. In de nabije toekomst, als UMTS en flat fee beschikbaar en betaalbaar worden, is er de intentie om content ook via mobiele telefoons beschikbaar te maken om een jonge, hoger opgeleide doelgroep te bereiken.

Er is behoefte aan een combinatie van inhoudelijke samenwerking en capaciteitsversterking. Vooral de ontwikkelingen van de community stations houdt de Wereldomroep nauwlettend in de gaten. Aangenomen mag worden dat community stations, in tegenstelling tot de stations in stedelijke gebieden, vooral geïnteresseerd zullen zijn in gesproken woord programmering, met name omdat deze stations weinig tot geen geld hebben om relevante content zelf te maken. Stedelijke stations daarentegen hebben vooral interesse in de muziekopties die de Wereldomroep biedt. Tevens is het uitbreiden van het aantal samenwerkingsverbanden op het web een belangrijk speerpunt in India. Daarnaast wordt de mogelijkheid onderzocht samen te werken met lokale en regionale televisiepartners door het aanbieden van video content.

Achtergronden China: voorzichtig de deur open

Een kwart van de wereldbevolking woont in China. Nederland en Europa kunnen niet meer om China heen omdat het land zich razendsnel ontwikkelt tot een van de belangrijkste spelers in de wereld op economisch en op politiek vlak. De Olympische Spelen in 2008 waren voor China een soort 'coming out party' op het wereldpodium.

In China bestaat een zeer geringe mate van persvrijheid. Informatie op televisie, radio, websites en in kranten en tijdschriften wordt gescreend en gefilterd door de overheid. Alleen amusement mag zonder al te veel restricties worden verspreid. Chinese journalistieke organisaties krijgen dagelijks instructies hoe ze met nieuws en ontwikkelingen moeten omgaan. Aan de top van journalistieke organisaties staat over het algemeen iemand die door de regering is benoemd. Er is sprake van pluriformiteit maar de informatiestroom is gecontroleerd.

Op het web zijn interessante ontwikkelingen gaande. Daar wordt hevig gediscussieerd op webfora en bloggers zoeken de grenzen op. Iedereen kent de 'great firewall of China', weet dat er censuur is, maar sommigen gaan daar creatief mee om. Veel censuur is geautomatiseerd. Dat betekent dat automatisch gezocht wordt naar woorden als 'mensenrechten', 'Tibet', 'falungong'. Pagina's waar die woorden op voorkomen, worden geblokkeerd. Sommige bloggers typen vraagtekens in plaats van de juiste karakters, waardoor ze niet opgepikt worden door de censoren. Inmiddels zijn Chinezen zeer ervaren geraakt in het tussen-de-regels-door-lezen. Als gevolg van de uitgebreide censuur spelen internationale media een bescheiden maar - met name door internet - toenemende rol.

China heeft een eigen kijk op de wereld ook op bijvoorbeeld mensenrechten en internationaal recht. Het niet-mengen-in-andermans-aangelegenheden staat hoog in het vaandel. En de sociaal-economische rechten, recht op voedsel, onderdak en onderwijs, worden als belangrijker gezien dan de politieke burgerrechten, of de mensenrechten die voor westerse landen bovenaan staan. China zal als gevolg van haar groeiende invloed de geldende interpretatie van het internationale recht de komende jaren ter discussie stellen.

Handel tussen Nederland en China is intensief. Er zijn verscheidene Nederlandse handels-vertegenwoordigingen in China en Rotterdam is een belangrijke doorvoerhaven voor Chinese producten naar Europese markten. Nederlandse steden als Amsterdam en Rotterdam hebben stedenbanden met Chinese steden, respectievelijk Peking en Shanghai. China is officieel geen ontwikkelingsland meer, maar er zijn nog steeds talloze (particuliere) milieu-, water- en energieprojecten in China waar Nederlandse expertise wordt ingebracht.

Ook op universitair en onderwijsgebied is er sprake van wederzijdse interesse. Nederland heeft een universitair verbindingskantoor geopend in Peking. Ieder jaar komen enkele duizenden studenten uit China in Nederland studeren. Nederland biedt veel universitair onderwijs in het Engels en is goedkoper en toegankelijker dan universiteiten in de VS en Groot-Brittannië. Daarnaast studeren honderden Nederlandse studenten in China.

Op cultureel gebied zijn er vele, zeer uiteenlopende contacten met China: een Rembrandt tentoonstelling in Shanghai, een China tentoonstelling in Groningen en Assen, Nederlandse grafische vormgevers en architecten vinden hun weg naar China, diverse Chinese muziek- en theaterfestivals zijn in Nederland. Ook doen honderdduizenden Chinezen jaarlijks Amsterdam aan, en voor Nederland is China een van de meest populaire toeristische bestemmingen. In 2010 vindt de Wereldexpo plaats in Shanghai waar Nederland acte de présence zal geven met een groot paviljoen.

Ambitie voor China

De Wereldomroep richt zich met haar Chineestalige website met name op die Chinezen die geïnteresseerd zijn in Nederland en Europa. De doelgroep betreft vooral zakenlieden, studenten en toeristen. Om die groep goed te bedienen, biedt de Wereldomroep dagelijks nieuwsberichten, een krantenoverzicht, achtergronden bij het nieuws en verhalen over ontwikkelingen die relevant zijn voor China en Nederland. Doel is om verschillende opvattingen en inzichten te presenteren en daarmee mensen aan het denken te zetten. De Wereldomroep is voornemens waar mogelijk de activiteiten in China uit te breiden met muziekproducties, uitwisseling van stageplaatsen, reportages in het Engels en uitwisselingen en samenwerkingsverbanden op het web, onder andere specifiek met de Nederlandse Programma Stichting (NPS). De distributiemix is komende jaren met name via het internet en muziekproducties via partnerstations. Ook programma's in het Engels zijn via satelliet en kortegolf te beluisteren. Hoewel de mobiele markt in China omvangrijk is en een snelle groei doormaakt, lijkt het bereik van de doelgroep via dit kanaal voorlopig niet mogelijk.

Achtergronden Nederlandse Antillen en Aruba: verbondenheid

De Nederlandse belangen in deze regio zijn en blijven groot, ook in het licht van de aanstaande staatkundige veranderingen. Een belangrijk deel van de oorspronkelijke bevolking woont in Nederland, waar zij een wederkerend onderdeel zijn van het multiculturele debat. Positief of negatief, of er sprake is van stigmatisering of van discriminatie en of er niet meer succesverhalen te vertellen zijn – dat zijn allemaal onderwerpen van heftige discussie op de overzeese eilanden van het Koninkrijk der Nederlanden. Met informatie en duiding over en weer slaan Wereldomroep programma's en websites een essentiële brug tussen de eilanden en het Europese deel van het koninkrijk.

Ook bij de intense en gevoelige discussie over de staatkundige toekomst van de eilanden is aanvullende en relativerende journalistieke informatie een belangrijk instrument voor een goed verloop. De sociaal-economische band is intensief, al was het alleen maar door het drukke verkeer van mensen en goederen binnen het koninkrijk. Hetzelfde geldt voor de culturele (taal, literatuur, podiumkunsten) en historische band (koloniaal verleden, geschiedenis van de slavernij).

Geopolitiek gezien is vooral de invloed van Venezuela op Curacao, Aruba en Bonaire aan de orde. Er is sprake van wederzijdse economische afhankelijkheid (olie) en er ligt nog een oude territoriale claim van Venezuela op dit deel van het Caribische gebied, die voor spanningen kan zorgen. Ethisch gezien speelt de discussie over de vraag of de Staat der Nederlanden onderscheid mag maken tussen Nederlanders en Antillianen bij het toelatings- en veiligheidsbeleid een grote rol. Ook het slavernijverleden ligt bij vlagen gevoelig tussen Nederland, de Antillen en Aruba.

Op de Nederlandse Antillen en Aruba heerst persvrijheid volgens de Nederlandse grondwet, waardoor in theorie ook de pluriformiteit is gegarandeerd. Kranten en radiostations van verschillende signatuur berichten over de plaatselijke ontwikkelingen. Daar zijn wel een paar kanttekeningen bij te plaatsen. Met name bij de media in het Papiamentu spelen belangengroeperingen op de achtergrond een rol. Die media worden vaak gezien als de spreekbuis van een bepaalde politieke of maatschappelijke stroming. Wat betreft de internationale mediaconsumptie zijn de eilanden gericht op Amerikaanse netwerken (vooral sport) en de Venezolaanse tv (vooral soaps). Ook hier is sprake van een informatieachterstand, die door de Wereldomroep goeddeels wordt gedicht.

Ambitie voor de Nederlandse Antillen en Aruba

De Wereldomroep is de enige publieke omroep in die regio, de andere media zijn commercieel. Daarmee kan de programmering onder invloed staan van commerciële belangen. Voor nieuws en beschouwingen, ook over de lokale situatie, speelt de Wereldomroep daarom een onafhankelijke en aanvullende rol, zowel in radio als op het web als in print door samenwerking met lokale kranten.

De komende jaren zijn belangrijke speerpunten het vervullen van enerzijds de brugfunctie tussen de Nederlandse Antillen en Aruba en hun achterban in Nederland en anderzijds het verzorgen van de berichtgeving van de politieke besluitvorming in Den Haag, en op de Antillen/Aruba inzake het proces van staatkundige herstructurering. De nadruk komt te liggen op de community, onder andere door meer ruimte te bieden voor interactiviteit, discussie en dialoog in de programmering. De redactie slaat een brug tussen de communities door middel van interactieve programma's en is voornemens de nieuws- en informatievoorziening in het Papiamentu uit te breiden. Daarnaast is er een samenwerkingsverband tussen de Wereldomroep en de NPS gesloten dat uitwisseling van programmering en expertise nog verder intensiveert. De distributie naar de Nederlandse Antillen is met name via lokale partnerstations en kabelnetwerken en via internet en satelliet.

Achtergronden Suriname: band met Nederland

De Nederlandse belangen in Suriname zijn groot: op historisch gebied spelen het slavernijverleden en de postkoloniale losmaking nog steeds en vinden weerklank bij de Surinaamse gemeenschap in de lage landen. Ook op het culturele vlak zijn er duidelijke banden - de gedeelde taal met *crossovers* in de literatuur, de uitwisseling van culturele gezelschappen en de muziek. Sociaal economisch is de Surinaamse economie nog steeds sterk afhankelijk van de band met Nederland. Zowel formeel (handel) als informeel (zenden van pakketten vanuit Nederland naar familie). Op het vlak van de ontwikkelingshulp bouwt Suriname nog voort op de toezeggingen die Nederland in 1975 heeft gedaan bij de onafhankelijkheid. De ontwikkelingssamenwerking stoelt hier dan ook meer op overheidssubsidies en –projecten dan op samenwerkingsverbanden met NGO's, zoals elders gebruikelijk.

Geopolitiek gezien is de strakke band met Nederland op bovenstaande punten weliswaar historisch te verklaren, maar in geografisch opzicht een abnormaliteit. Met uitzondering van een korte 'revolutionaire' periode aan het begin van de jaren tachtig, waarin het land zich richtte op linkse regimes in Cuba en Nicaragua, heeft het land altijd de blik naar Nederland/Europa gericht en de rug naar de rest van Zuid-Amerika. Er is nauwelijks infrastructuur naar de grotere buurlanden.

De laatste jaren lijkt daar een kentering in te komen en het ziet ernaar uit dat Suriname zich economisch en politiek meer gaat richten op de rest van Zuid- en Midden-Amerika. Wat betreft de ethische discussie liggen er historische gevoeligheden tussen de twee landen, die zich concentreren rondom de thema's slavernij en kolonialisme. De Wereldomroep volgt niet alleen die discussie, maar biedt er ook een podium voor.

De Surinaamse media zijn zeer pluriform, maar er is geen publieke omroep, alleen een staatsomroep. Vooral in print en op de radio kent het land, ondanks een kleine bevolking van iets meer dan een half miljoen, een breed scala aan uitingen. Door de daaruit voortvloeiende kleinschaligheid leiden veel media een moeizaam economisch bestaan. Dat betekent dat zij afhankelijk zijn van adverteerders of belangengroeperingen die aan hun gerelateerde media financieel ondersteunen.

Suriname kent persvrijheid, hoewel die in het recente verleden zwaar onder druk heeft gestaan en er journalisten zijn vermoord om hun kritiek op het toenmalige militaire bewind. De speelruimte van de journalisten op dit moment is ruim, maar niet onbegrensd. De keerzijde van een relatief kleine gemeenschap is dat sociale en politieke druk snel voelbaar kan zijn voor de media.

In de moeilijk bereikbare binnenlanden van Suriname is van pluriformiteit nauwelijks sprake, om de eenvoudige reden dat de meeste media geen geld en infrastructuur hebben om deze mensen te bedienen. De Wereldomroep bereikt deze mensen via de kortegolf en is daarmee een onmisbare informatiebron.

Ambitie voor Suriname

De Wereldomroep verzorgt als geen ander medium de band met Nederland, een brug met de grote Surinaamse gemeenschap overzee. Suriname kent grote behoefte aan nieuws en achtergronden over de Surinaamse gemeenschap in Nederland, aan algemeen Nederlands nieuws én aan internationaal nieuws. Daarnaast biedt de Wereldomroep een podium voor gevoelige ethische kwesties. Veel media kunnen zich eenvoudigweg geen buitenlands correspondentennetwerk of een duur abonnement op buitenlandse persbureaus veroorloven. Mede om deze redenen zenden alle grote Surinaamse radiostations de Wereldomroep uit. In tijden van spanningen en crisis fungeert de omroep dan ook als belangrijkste onafhankelijke en neutrale bron van informatie. De Wereldomroep bereikt haar doelgroepen in Suriname voornamelijk via partnerstations, satelliet en internet en voor de moeilijk bereikbare binnenlanden via de kortegolf. Het speerpunt zal de komende jaren liggen op de voorziening van onafhankelijke berichtgeving aan partnerstations in de moeilijk bereikbare binnenlanden van Suriname en het uitwisselen van content op het web. Daarnaast is er een samenwerkingsverband tussen de Wereldomroep en de NPS gesloten dat uitwisseling van programmering en expertise tussen redacties nog verder intensiveert.

Achtergronden Brazilië: verbetering persvrijheid en pluriformiteit

De Federale Republiek Brazilië, zoals het land formeel heet, is een redelijk goed functionerende democratie met een gemiddeld inkomen dat het niveau van een ontwikkelingsland net is ontstegen. Dat gemiddelde camoufleert een sterke scheiding tussen een aantal zeer welvarende, moderne miljoenensteden en uitgestrekte, arme binnenlanden. Die tweedeling is terug te vinden in de feitelijke beoordeling van de persvrijheid. Brazilië kent weliswaar overheidsbemoeienis met de media (volgens bron Freedomhouse vergelijkbaar met bijvoorbeeld een land als Italië), maar in de praktijk is er met name in de miljoenensteden een grote mate van persvrijheid. Alle meningen en ideologieën kunnen daar verkondigd worden zonder dat dit leidt tot repressie van de overheid.

Dat ligt anders in de uitgestrekte binnenlanden. Landelijke kranten komen daar niet of zijn voor een groot deel van de bevolking niet betaalbaar. Plaatselijke kranten, maar ook radio- en tv-stations in deze streken, kunnen onder druk komen te staan van plaatselijke machthebbers en grootgrondbezitters. Die druk is zowel economisch (intrekken van advertenties of investeringen), als fysiek (dreigen met knokploegen). In deze gebieden kunnen audioprogramma's van de Wereldomroep een aanvullende informatieve rol spelen. De verwachting is dat met de verdere ontsluiting van het binnenland de grip van de overheid en de wetshandhaving toeneemt wat ook daar zou moeten leiden tot verbetering van de persvrijheid.

Met de pluriformiteit is het minder goed gesteld. Zoals ook in een aantal Westerse landen worden de particuliere media meer en meer de speelbal van economische krachten. Krantenfusies, steeds grotere netwerken van zenders en mediaconcentraties leiden tot verschraling van het aanbod.

Brazilië is voor Nederland de belangrijkste handelspartner in Zuid-Amerika, door de EVD aangeduid als 'economisch belangrijk'. Dat belang is terug te vinden in de vestiging maar liefst vijf Netherlands Business Support Offices, slechts één minder dan in de Verenigde Staten. De verwachting is dat de economische banden tussen Brazilië en de rest van Latijns-Amerika, maar ook die met Europa, en dus ook Nederland, alleen maar zullen groeien de komende jaren. Nederland en Brazilië kennen geen intensieve officiële ontwikkelingsrelatie. Nederlandse NGO's zijn wel actief, met name in de vele en grote sloppenwijken en in het achtergebleven achterland. De laatste jaren is er sprake van een groeiende Nederlandse betrokkenheid bij de (zorgen om) het Braziliaanse milieu, zowel op activistisch als wetenschappelijk niveau.

Geopolitiek gezien gaat Brazilië door een proces van groeiend zelfbewustzijn, zowel op het economische als wereldpolitieke vlak. Temidden van populistische en vaak de internationale confrontatie zoekende burens als Bolivia, Ecuador en Venezuela, neemt het Brazilië van president Lula tegenwoordig een matigende houding aan. Dat vertaalt zich in een groeiend internationaal aanzien en een evenwichtige band met Nederland.

Ambitie voor Brazilië

De activiteiten van de Wereldomroep richting Brazilië zijn na een positieve evaluatie eind 2007 gericht op het bevorderen van de pluriformiteit in Brazilië, met name in de binnenlanden. Het uitbreiden van het aantal samenwerkingsverbanden met partnerstations, het aanleveren van relevante audioproducties waaruit partnerstations kunnen kiezen en eigen programma's samenstellen en het uitbreiden van samenwerking op het web zijn speerpunten voor de komende jaren. Daarbij wordt gedacht aan onderwerpen en thema's die relevant zijn voor de doelgroep en een podium bieden voor discussie en dialoog. De distributie van programma's gaat veelal via internet of op cd's.

Achtergronden Latijns-Amerika: dialoog bevorderen

De persvrijheid en pluriformiteit in Latijns-Amerika is tweeslachtig. Enerzijds is er formeel persvrijheid en vrijheid van meningsuiting in landen als Chili, Uruguay, Costa Rica, Paraguay en Guatemala. Anderzijds zijn de media in veel gevallen eigendom van een of twee families. Dat heeft tot gevolg dat die vrijheid zeer beperkt is. Chili heeft bijvoorbeeld geen kranten die het standpunt van de regering vertegenwoordigen; alle kranten zijn eigendom van de oppositie. Van een democratische dialoog is dus geen sprake.

In landen als Ecuador, Bolivia, Venezuela, Nicaragua, en Argentinië, zijn de confrontaties tussen de overheid en de pers vaak zeer heftig. De overheid wil de media controleren en die zoveel mogelijk het zwijgen opleggen. Een efficiënt middel daartoe is het 'economisch of discriminerend' omgaan met het geven van officiële informatie. Soms worden er ook directe bedreigingen geuit aan het adres van de media die het regeringsbeleid bekritisieren. Zoals in Argentinië waar overheden worden ondermijnd door gerichte campagnes, georganiseerd door politieke en economische oppositiemachten. Of in Mexico en Colombia waar veel journalisten zijn uitgeschakeld (letterlijk en figuurlijk) als gevolg van de interne conflicten en de drugshandel. Voorbeelden die aantonen dat de situatie in Latijns-Amerika tweeslachtig is.

Latijns-Amerika en de Cariben worden beschouwd als een regio met een middelmatig inkomen. Het is de regio met de grootste ongelijkheid wat betreft inkomensverdeling in de wereld volgens de Wereldbank. 36,5% van de bevolking leeft in armoede en 13,4% in extreme armoede. Deze gegevens zijn belangrijk, omdat die hun weerslag hebben op het gebied van communicatie. Een marginaal deel van de bevolking heeft toegang tot de media. De overgrote meerderheid van de bevolking van Latijns-Amerika wordt niet gehoord. Dit is een van de belangrijkste schaduwzijden van de democratie aldaar.

Nederland zet zich in voor de integratie van Latijns-Amerika in de internationale gemeenschap, waar de regio een positieve bijdrage kan leveren aan de totstandkoming van de wereldvrede. Eerder dit jaar verklaarde minister Verhagen (Buitenlandse Zaken) in een topconferentie tussen de landen van de Europese Unie, Latijns-Amerika en het Caribisch gebied dat Nederland in internationaal verband vaker samen wil optrekken met de landen van Latijns-Amerika. De historische, culturele en economische banden tussen de twee continenten werd onderstreept. En er werd ondermeer gesproken over onderwerpen als migratie, de drugsproblematiek, de mensenrechtensituatie en de regionale integratie.

Ambitie voor Latijns-Amerika

Een curieus aspect van het medialandschap in Latijns-Amerika is de bijna totale afwezigheid van internationaal nieuws. De regio is in dit opzicht naar binnen gekeerd. Nationale en regionale aangelegenheden voeren de boventoon. Omdat ook de meerderheid van de burgers niet aan de communicatie kunnen deelnemen, is er weinig sprake van dialoog en echte vrijheid van meningsuiting. De Wereldomroep vult op dit gebied een leemte door het organiseren en faciliteren van discussie en debat dat onmogelijk is door de lokale media vanwege financiële, logistieke of politieke redenen. Door in de uitzendingen aandacht te besteden aan de achtergronden van het internationale en regionale nieuws worden de internationale en regionale ontwikkelingen in een breder perspectief geplaatst, een perspectief dat in de lokale media ontbreekt. Ook wordt het beeld van Nederland, een land dat de mensenrechten verdedigt, versterkt.

Het streven is het netwerk van partnerstations in Latijns-Amerika nog intensiever bij de programmering te betrekken en producties in samenwerking te maken. Als pilot wordt een aantal partnerstations actief benaderd om deel te nemen aan het opzetten van een community van partnerstations om de actieve uitwisseling tussen partners onderling en met de Wereldomroep te faciliteren. Dit betreft alle vormen van multimediale content. Daarnaast is de Wereldomroep actief in het organiseren van discussies en debatten in de regio over belangrijke grensoverschrijdende thema's.

Internet is sterk in ontwikkeling in Latijns-Amerika. Met name partnerstations in de grote steden kunnen content in plaats van via de satelliet, vaak al via internet betrekken.

In 2009 zal een proef plaatsvinden met IP over Satelliet waarmee content meer modulair en laagdrempelig aan partnerstations kan worden aangeboden. Het zeer uitgebreide partnerstation netwerk is verreweg het belangrijkste onderdeel van de distributiemix, daarnaast is de content beschikbaar op internet en via satelliet en kortegolf. Dit laatste met name voor de bevolking op het platteland en op Cuba. Naar verwachting zal het aandeel van de kortegolf uitzendingen in de distributiemix naar Latijns-Amerika in de toekomst verder kunnen afnemen.

Achtergronden Verenigde Staten: een invloedrijke speler

Van de westerse democratieën is de VS de meest invloedrijke speler op het geopolitieke toneel – het zet zich actief in voor het bevorderen van wereldwijde democratie, en heeft in die zin duidelijke overeenkomsten met de Nederlandse buitenlandse politiek. De VS is een natuurlijke politieke bondgenoot van Nederland. Beide landen spelen een belangrijke rol in de VN en de NAVO en zetten zich in voor internationale instellingen zoals de Wereldbank en het Internationaal Monetair Fonds. De VS is een permanent lid van de VN-veiligheidsraad, en alhoewel Nederland dat niet is, speelt het als gastland van o.a. het Internationale Gerechtshof en het Internationale Strafhof een belangrijke rol. Nederland mag dan klein zijn, het denkt en opereert groot. In dit opzicht zijn de banden met de VS van vitaal belang. De VS is nu nog de enige supermacht ter wereld (ondanks de groeiende invloed van China en India). De sociale en economische betekenis van het land is evident.

In het algemeen is er in zowel de VS als in Canada sprake van een vrije pers en van pluriformiteit. Recent onderzoek onder verschillende mediatypen wijst uit dat er minder aandacht is voor internationaal nieuws. Lokaal en regionaal nieuws wordt belangrijker. In de eerste plaats omdat het gedrag van de consument verandert en omdat het goedkoper is om te maken.

Ambitie voor de VS

De Wereldomroep programmering in het Engels biedt een alternatief geluid uit Europa en sluit aan bij de behoefte aan een internationaal/Europees perspectief op de algemene berichtgeving. De ambitie in het Engels ligt voornamelijk in het consolideren van de bestaande relaties en producties zoveel mogelijk – modulair - via internet beschikbaar te stellen voor partners. En alleen dat te doen wat onderscheidend en relevant is. De Engelstalige uitzendingen zijn ook beschikbaar via Sirius, het satelliet radiokanaal en in Canada via het Canadian Broadcasting Corporation landelijke FM-net. Het gebruik van kortegolf als distributiewijze naar de VS en Canada wordt in de loop van 2009 volledig afgebouwd.

De grootste potentiële groeiemarkt in de VS zit in de Spaanstalige radiomarkt. Het aantal Spaanstalige radiostations met Spaanstalige programmering is sinds 2002 met 24 % gestegen. In 2007 sloot de Wereldomroep een contract met de National Public Radio (NPR), waardoor de complete Spaanstalige programmering in grote delen van de VS wordt uitgezonden. In 2009 gaat de Wereldomroep het aantal samenwerkingsverbanden met Spaanstalige radiostations verder uitbreiden. Er blijkt behoefte te zijn aan een mix van Spaanstalige programma's en klassieke muziek.

Muziek: de lingua franca

De muziekprogramma's spelen een rol in alle regio's waarin de Wereldomroep actief is, en vallen onder taakstelling III 'het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland': culturele uitingen weerspiegelen het wezen van een land en plaatsen sociaal-maatschappelijke en politieke ontwikkelingen in een breder context.

De muziekprogramma's van de Wereldomroep ondersteunen in hoge mate het culturele Nederlandse belang. Door niet-commerciële muziek internationaal te verspreiden, verhoogt de Wereldomroep het cultureel imago van Nederland, en indirect kunnen bijvoorbeeld de uitzendingen van in Nederland uitgevoerde muziek tevens op geopolitiek vlak een ondersteunende rol spelen. Net zoals de belangstelling in de jaren negentig voor de Cubaanse muziek in Nederland een enorme stimulans was voor de culturele uitwisselingen tussen Nederland en Cuba, zorgen bijvoorbeeld concertregistraties uit het Koninklijk Concertgebouw voor grotere belangstelling voor de Nederlandse cultuur in het algemeen. Muziek is daartoe een buitengewoon geëigend middel, omdat daarmee taal- politieke- en culturele barrières makkelijk worden geslecht. Welke muziek er door de Wereldomroep verspreid wordt, is ondermeer bepaald op basis van de belangstelling en culturele voorkeuren van de beoogde doelgroepen. Door het zwaartepunt te leggen op registraties van in Nederland gehouden concerten en festivals op het gebied van klassieke muziek, jazz en wereldmuziek wordt tegelijkertijd recht gedaan aan de voorbeeldfunctie van Nederland op het culturele podium.

Ambitie voor muziek

De Wereldomroep heeft een sterk partnernetwerk op het gebied van muziek – zowel met jazz als klassiek en in mindere mate met wereldmuziek. De muziekproducties worden in samenwerking met de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) geproduceerd en ook uitgezonden via Radio 4. Muziekproducties worden vooral ingezet om relaties met internationale partners op te bouwen en zijn vaak een belangrijk middel gebleken om journalistiek inhoudelijke producties te verspreiden. Deze 'koppelverkoop' speelt een belangrijke rol in alle doelgebieden. Een positie die de Wereldomroep wil versterken omdat muziek in positieve zin de beeldvorming rondom Nederland ondersteunt.

3. SPEERPUNTEN REDACTIE

Information you must know – bestaande uit nieuws, achtergrondinformatie en thematische informatie – heeft jarenlang in een belangrijke behoefte voorzien van de doelgroepen die de Wereldomroep wil bereiken. De organisatie blijft dan ook orde scheppen in de chaotische werkelijkheid van alledag door middel van nieuws, achtergronden, opinie en analyses. Ook de journalistieke aandacht voor trends en de thematische behandeling van onderwerpen die een belangrijke rol spelen in de internationale samenleving spelen daarin een belangrijke rol.

Behalve op de categorie *information you must know* zal de Wereldomroep zich de komende jaren moeten toeleggen op de categorie *information you can use*. Informatie waarmee de Wereldomroep haar veeleisende luisteraars, webgebruikers en kijkers aan zich bindt.

Information you can use is informatie waar de mediaconsument in zakelijk en/of persoonlijk opzicht iets aan heeft en dient als belangrijke aanvulling op de categorie *information you must know*. Deze informatie zal een gelijkwaardige plaats moeten innemen in het totale informatieve aanbod van de Wereldomroep en helpt haar doelgroepen bij het maken van keuzes in een steeds complexere wereld. Het betreft hier onderwerpen als gezondheidszorg, huisvesting, onderwijs, financiën, reizen en zelfs een onderwerp als de wereldkeuken.

Onder *information you must know* vallen de vier centraal aangestuurde themaprogramma's, waarmee de Wereldomroep in 2009 haar journalistieke profiel verder verscherpt en zich onderscheidt van andere internationale omroepen. Het is de bedoeling dat de organisatie zich op deze speerpunten een positie verwerft als centrale spil, als kennis- en informatiecentrum in de verschillende talen. De programma's, waarin het menselijk perspectief centraal staat, geven een actueel beeld van de betreffende onderwerpen maar hebben ook oog voor trends (voortuitlopend op komende discussies en ontwikkelingen) en voor de geschiedenis (vanuit welke achtergrond wordt de huidige discussie gevoerd). Daartoe wordt per programma en per taal gezocht naar inhoudelijke duurzame samenwerkingsverbanden en strategische partners.

De vier thema's:

Nederland - Een programma vanuit Nederland over alles wat de Nederlandse samenleving bezig houdt en interessant is om te delen met de doelgroep. Daarbij krijgt de 'buitenlandse' blik op Nederland, al dan niet verwoord door collega's van de taalredacties van de Wereldomroep, een prominente plaats.

Europa - Een programma over hoop, zorgen en verwachtingen van de Europese burger; over de hobbels naar verdere eenwording binnen de Europese Unie en de spanningen met nationale identiteiten, over de EU-instituties en de controle daarop. Daarbij zal ook hier de buiten-Europese blik op de roerselen van de Unie een belangrijke plaats krijgen.

Duurzame wereld - Over de zorg voor de wereld. Trefwoorden daarbij zijn ontwikkelingssamenwerking, globalisering, milieu, energie en grondstoffen, verantwoord ondernemen en goed bestuur.

Internationaal recht, Vrede en Veiligheid - Een programma over de zoektocht naar een rechtvaardigere wereld. Mensenrechten, Den Haag als wereldhoofdstad van het internationaal recht; overige tribunalen, vrede, veiligheid en verzoening.

Uitbreiden met video

De Wereldomroep heeft komend jaar wederom een scherpere focus op multimediale (één journalistiek item kent meerdere uitingen) en crossmediale (de verschillende uitingen verwijzen naar elkaar en haken op elkaar in) *formats*. Journalisten van de Wereldomroep moeten bij al hun producties oog hebben voor geluid, beeld en tekst. Video wordt belangrijker in de multimediale mix. In 2009 zal speciale aandacht worden besteed aan het incorporeren van camjo-journalistiek in de redactionele organisatie. Publicatie in bewegend beeld zal in de eerste plaats via de eigen websites en een eigen tv-programma op BVN-televisie plaatsvinden. Tegelijk zal actief gezocht worden naar vergroting van het bereik door uitzending via tv- en webkanalen van partnerstations in alle doelgebieden.

Interactief

Speerpunt voor het komend jaar is de betrokkenheid van de doelgroep nog verder vergroten. Daar waar mogelijk worden de doelgroepen met allerlei vormen van interactiviteit geprikkeld om te reageren (sms, chat, online, quiz, polls, fora, telefoon, e-mail) en mee te denken. De websites worden aangepast aan de toekomst: meer interactieve functies, inspelen op *user generated content*, het ontwikkelen van sociale netwerken en het uitbreiden van samenwerkingsverbanden op het web.

À la carte

Een modulaire aanpak van werken biedt veel mogelijkheden voor een slimmer (her)gebruik van alle producten. Dat geldt zowel voor de traditionele distributiekanaalen (kortegolf, satelliet en partnerstations) als ook voor nieuwe media (internet, webradio, wifiradio, podcasting). Bij een modulaire aanpak worden brokken informatie à la carte aangeboden of samengesteld tot (nieuwe) programma's naar gelang de behoefte van de doelgroep. Zo kan per doelgebied en per doelgroep een aantal satelliet- en of webkanalen in verschillende formules worden aangeboden. Daarnaast wordt altijd – in het kader van kerntaak I (het informeren van Nederlanders in het buitenland) - meer gebruik gemaakt van bronmateriaal van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en individuele publieke omroepen. Omgekeerd gebruiken de NPO en andere mediapartners kennis en bronmateriaal van de Wereldomroep. Deze efficiënte werkwijze leidt tot een groeiende productie, bij een gelijkblijvend aantal fte's.

Meer op maat

De trend om meer multimediaal, crossmediaal en vaker modulair te gaan werken, versterkt de behoefte aan samenwerking met partners in binnen- en buitenland. Deze productiewijze vergemakkelijkt de verspreiding van programmatische producten aan partners. Daarnaast is een belangrijk onderwerp van onderzoek voor de komende jaren de optie om een deel van de productiekraft naar het doelgebied te verplaatsen. Er kan meer en op maat worden geleverd door de Wereldomroep zelf en er kan eenvoudiger worden ingespeeld op verzoeken van partnerstations. Op termijn dient het modulair werken een vanzelfsprekend onderdeel van het hele productieproces te worden.

Websites

De websites vormen in toenemende mate een volwassen kanaal, zowel naar consumenten als naar (distributie)partners. Een alternatief voor kortegolf, ook in delen van de Derde Wereld. En een steeds betrouwbaarder alternatief voor distributie naar partners. De content van de Wereldomroep is al in brede vorm voorhanden op de websites in de vorm van nieuws, actualiteiten, achtergronden, service, *streaming audio, podcasts* en in toenemende mate video. In 2008 is gestart met het beter zichtbaar maken van deze bronnen met als doel het bezoek van de verschillende websites substantieel te vergroten. Navigatie, multimedia, interactie en mogelijkheden voor *social media* moeten aan de nieuwe standaard worden aangepast – daar waar relevant. Uiteindelijk zullen de websites een volwaardige plek moeten innemen in de wereld van internet en dienen als volwassen distributiekanaal van alle media van de Wereldomroep waarmee ook niche-doelgroepen efficiënt kunnen worden bediend.

Video zal ook op de websites een prominentere plaats gaan innemen. Interactiviteit met luisteraars en webbezoekers wordt verder uitgebouwd, met name op het gebied van de vier thema's (zie begin van dit hoofdstuk), waaromheen *communities* en kennispleinen gecreëerd worden.

Voor een uitgebreid overzicht van alle programma-activiteiten van de redacties van de Wereldomroep zie bijlage III Activiteiten ten behoeve van Nederlanders in het buitenland en bijlage IV Activiteiten van de taalredacties.

4. BEREIK EN DISTRIBUTIE

Vaak is het nodig om een combinatie van distributiemiddelen in te zetten om de doelgroepen adequaat te bereiken. Het hangt van veel factoren af welk distributiemiddel geschikt is en ieder doelgebied en/of doelgroep vereist een eigen specifieke benadering. Voor de Wereldomroep is het partnernetwerk veruit het belangrijkste distributiekanaal. Daarom blijft de organisatie zich komende jaren inzetten op versterking van de samenwerking met mediapartners. De trend van vooral radiopartners naar meer multimediale samenwerkingsverbanden zal worden voortgezet.

Partnernetwerk

Partnerstations opereren temidden van de doelgroepen en hebben een bereik dat niet of slechts met grote moeite en middelen op eigen kracht te evenaren is. Hierdoor is het verkrijgen van kwalitatieve feedback op programma's, producten en diensten goed mogelijk. In 2008 is het proces voor het verkrijgen van kwalitatieve feedback van partners verder gestructureerd en gestandaardiseerd, waardoor de uitkomsten per periode en tussen regio's in de komende jaren vergelijkbaar worden en het makkelijker wordt het aanbod te optimaliseren.

Door de relaties met de partners te verdiepen (o.a. via coproducties en interactieve projecten) komt de Wereldomroep dichter bij de luisteraar en webbezoeker te staan. Idealiter is er sprake van tweerichtingsverkeer met het internationale netwerk van partnerstations, waarbij de bijdrage van partnerstations voor een belangrijk deel het unieke karakter van de Wereldomroep vormt. Eind 2008 is een project gestart om zowel in organisatorisch als technisch opzicht een *community* te ontwikkelen voor coproducties en uitwisseling tussen de Wereldomroep en haar partners. Door een meer generieke omgeving hiervoor te creëren, verdwijnt de noodzaak voor het afsluiten en onderhouden van veel individuele samenwerkingsverbanden waardoor de drempel voor intensievere samenwerking wordt verlaagd.

Daarnaast zal het CRM-gekoppelde (customer relationship management) internetportal voor bestaande en potentiële mediapartners verder worden uitgebreid en voor meer partners toegankelijk worden gemaakt. Dit is een belangrijk hulpmiddel voor het realiseren van een solide partnernetwerk.

Distributiekkanalen

In 2008 is in samenwerking met TNO een model ontwikkeld om de distributiemix per doelgroep, taal en regio in kaart te brengen. Hiervoor wordt zoveel mogelijk informatie ingewonnen over het mediagebruik van doelgroepen in de regio's, het mogelijke bereik enzovoorts. Ook de kosten en de robuustheid van de diverse opties zijn van belang voor het bepalen van de toekomstige dienstverlening en distributiewijzen. Strategisch onderzoek per taal, doelgroep en regio is omvattend en kostbaar. Daarom is besloten, in aanloop naar de prestatieovereenkomst, versneld onderzoek te doen in vier doelgebieden, om een basis te creëren waarop de Wereldomroep haar ambities per doelgroep en doelgebied scherper kan formuleren. Voor deze nulmeting vraagt de Wereldomroep eenmalig extra budget aan.

In 2008 vinden pilot-onderzoeken plaats in Indonesië en Ghana. In 2009 wordt gedacht aan onderzoek in de doelgebieden Midden Oosten, Afrika, India en Latijns-Amerika. Bij systematische uitvoering van onderzoek, verspreid over aantallen jaren, worden trends en ontwikkelingen geanalyseerd waardoor een nauwkeuriger analyse van de distributiemix per regio te maken is.

Verwacht wordt dat in de toekomst het aandeel kortegolf in de distributiemix geleidelijk verder zal afnemen. Een voorbeeld hiervan is de staking van de Engelse kortegolf uitzendingen naar de VS vanaf eind 2008. Voor andere regio's en doelgroepen, in met name Afrika, Azië en - in iets mindere mate in Latijns-Amerika, - zullen kortegolf radio-uitzendingen echter naar verwachting nog geruime tijd nodig zijn.

Mobiele platforms

Binnen de distributiemix van de Wereldomroep verdient de mogelijke rol van mobiele telefonie (en andere mobiele platforms) speciale aandacht. Moderne mobiele telefoons worden steeds vaker uitgerust met een ingebouwde FM radio. Hiermee kunnen lokale FM stations worden ontvangen. Een gebruiker dient hiervoor binnen het bereik van een lokale FM zender te zijn, welke een partnerstation van de Wereldomroep is en de wereldomroepprogramma's, of onderdelen daarvan, uitzendt.

Moderne telefoons worden ook steeds vaker uitgerust met mogelijkheden om het internet te benaderen. De Wereldomroep zal speciale internetpagina's gaan ontwikkelen die geschikt zijn voor de vaak kleine schermjes van mobiele telefoons. Er zijn inmiddels bedrijven die zich specialiseren in het maken van software die automatisch de content aanpast aan de mogelijkheden van de zeer uiteenlopende modellen en merken mobiele telefoons. Voor afname van internetcontent via de mobiele telefoon moet nu meestal apart per afgenomen megabyte worden betaald. In een aantal landen wordt het echter ook al mogelijk om een abonnement af te sluiten met binnenlandse *flat fee* internet toegang. Hierop is meestal echter wel een *fair user policy* van kracht.

Als men zich met de telefoon in het buitenland bevindt, wordt er een (hoge) vergoeding per megabyte in rekening gebracht. De verwachting is dat op den duur, ook voor gebruik in het buitenland, er *flat fee* abonnementen gaan komen die betaalbaar zijn. Via een mobiele telefoon met internet mogelijkheid kan nu al worden geluisterd naar programma's van de Wereldomroep. Zowel live als *on demand* (o.a. podcasts) zijn alle programma's te beluisteren in een aangepaste lage *bitstream* geschikt voor mobiele telefoons. In veel telefoons moet er voor dit laatste nog wel een aparte applicatie voor worden geïnstalleerd. Dit zal binnenkort ongetwijfeld niet meer nodig zijn. Nokia rust zijn nieuwe telefoons met internettoegang inmiddels al uit met een goede mediaspeler.

De Wereldomroep zal eerdergenoemde ontwikkelingen nauwlettend volgen en bekijkt momenteel de mogelijkheid om in een bepaald land via een *provider* een contract af te sluiten zodat het voor gebruikers via slechts één keuze op de mobiel mogelijk wordt Wereldomroep programma's te bekijken of te beluisteren.

De sms-functie van alle mobiele telefoons zal ook benut worden door internationale omroepen. Via een sms-service kunnen gebruikers informatie ophalen over een bepaald onderwerp of feedback geven op de programmering. Mobiele telefoons zouden met deze ontwikkelingen wel eens kunnen uitgroeien tot een krachtig medium voor internationale omroepen.

5. SAMENWERKING

Het verdiepen van de samenwerkingsverbanden met partners en het verbeteren van de informatievoorziening over de bereikte resultaten draagt in belangrijke mate bij aan het effectief invullen van de rol van de Wereldomroep. De organisatie werkt op tal van terreinen samen met anderen. Hierdoor kunnen de doelgroepen van de Wereldomroep van een breed pakket aan relevante producten en diensten worden voorzien. Daarnaast wordt gebruikgemaakt van de specifieke deskundigheid van organisaties en wederzijdse kennis gedeeld. Blijvend speerpunt voor 2009 – 2012 is het intensiveren van de bestaande samenwerkingsverbanden. En waar relevant, nieuwe samenwerking aangaan zowel in Nederland als daarbuiten.

5.1 Samenwerking met de Nederlandse Publieke Omroep*

Radio

De samenwerking tussen de Wereldomroep en de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) zal de komende jaren verder worden geïntensiveerd, op basis van gelijkwaardigheid en erkenning van ieders rol in het gehele publieke bestel. Waar mogelijk zal worden gestreefd naar integratie van organisatieonderdelen. In principe vindt deze op alle platforms plaats, de nadruk ligt echter op radio en televisie.

Ten aanzien van de Nederlandstalige radio-uitzendingen van de Wereldomroep betekent dit het continueren en uitbreiden van de samenwerking met, respectievelijk van het overnemen van programma's van de landelijke omroep. Het gaat daarbij om een groot scala aan programmasoorten: documentaires, sportieve evenementen, informatieve programma's, lichte muziekprogramma's, etc. Andersom kunnen de binnenlandse publieke omroepen in toenemende mate gebruikmaken van de internationale specialisten van de Wereldomroep. In navolging van de totale integratie van het onderdeel sport van de Wereldomroep in de NOS sportredactie – op basis van detachering - wordt de komende jaren gewerkt aan een nauwere samenwerking op nieuwsgebied.

Op nationaal niveau sloten de NOS en de regionale omroepen, verenigd in Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking (ROOS), begin 2006 een strategieovereenkomst op het gebied van tv, radio en internet ter versterking van de publieke nieuwsvoorziening, zowel op landelijke, internationale als regionale schaal. Met behoud van ieders onderscheidende, zelfstandige positie is zo een efficiëntere en effectievere inzet van publieke omroepmiddelen mogelijk. In de planperiode zullen deze intenties verder worden geoperationaliseerd. Vooralsnog ligt de nadruk daarbij op de uitwisseling van nieuws tussen NOS, de Wereldomroep en de dertien regionale omroepen via de Radio Nieuws Centrale (RNC) die onder ROOS ressorteert en die sinds begin 2006 is gehuisvest nabij de NOS redacties.

* tekst over radio, televisie en internet is afgestemd met de NPO en integraal opgenomen in beider meerjarenplannen.

Als eerste stap naar een verregaande redactionele samenwerking bij de productie van radionieuws uit binnen- en buitenland hebben de regionale omroepen en de Wereldomroep –met steun van de NOS- het streven uitgesproken om vanaf 2009 met één radioredactie meerdere malen per dag een gezamenlijk actualiteitenprogramma te produceren. In deze actualiteitenprogramma's zal geput worden uit radiobijdragen van de NOS, de Wereldomroep en de regionale omroepen.

Zolang er sprake is van de aanwezigheid van Nederlandse troepen in Afghanistan blijven 3FM, de Wereldomroep en vijftien lokale omroepen samenwerken in het radioprogramma Uruzgan.FM. Verder wordt op radioterrein de uitwisseling voortgezet van (vooral klassieke) muziek in het kader van de European Broadcasting Union.

Televisie

De in 2008 tien jaar bestaande gezamenlijke satellietzender BVN blijft het belangrijkste samenwerkingsverband wat betreft televisie. BVN is nu wereldwijd te ontvangen met een in carrousel uitgezonden programmablok van twaalf uur, dat vrijwel geheel bestaat uit programma's van Nederland 1, 2 en 3 en de VRT-netten Eén en Ketnet/Canvas. Gestreefd wordt naar een nog betere dekking (met verschillende afspeelmomenten in tijd per gebied) en een continue aandacht voor marketing. Ook in productionele en programmatische zin wordt verder gewerkt aan een zo groot mogelijke synergie met de NPO, onder meer op het terrein van de eindregie.

Internet

Op het gebied van internet wordt op hardwaregebied in toenemende mate gebruik gemaakt van dezelfde technische diensten, wordt het gebruik van software en contentmanagementsystemen van beide organisaties verder gecoördineerd, verzekert de NPO de internetbandbreedte voor de verbinding tussen Europa en de Verenigde Staten voor de Wereldomroep, wordt over en weer gebruik gemaakt van elkaars programmamateriaal en zullen er incidenteel gezamenlijke websites worden geproduceerd.

Bedrijfsvoering

Bedrijfsvoering omvat interne dienstverlening op het gebied van automatisering, facilitaire dienstverlening en financiële administratie. Hoewel ook hier reeds werd samengewerkt met de binnenlandse collega's, is de beleidsintentie verder aangescherpt: de Wereldomroep doet alleen dát zelf wat niet elders beter, goedkoper, sneller en/of flexibeler kan worden gedaan. De rest kan worden uitbesteed en/of ondergebracht in een samenwerkingsverband met derden.

Een eerste stap in de implementatie van dit aangescherpte beleid is reeds gezet en wel doordat met de directie bedrijfsvoering van NPO vergaande gesprekken plaatsvinden over intensieve samenwerking, inclusief detachering van medewerkers, op het gebied van automatisering. De te behalen voordelen worden fifty-fifty verdeeld over beide organisaties. Het samenwerkingsproces wordt stapsgewijs vormgegeven waarbij er scherp gekeken wordt naar de specifieke expertise van elke van de twee partners en hoe deze het best in beider belang kan worden ingezet. De verwachting is dat er in nog in 2008 vergelijkbare trajecten kunnen worden opgestart inzake productieautomatisering (met de NOS) en facilitaire dienstverlening (met NPO).

5.2 Internationale samenwerking

De Wereldomroep is vertegenwoordigd in een aantal overkoepelende internationale organisaties zoals de European Broadcasting Union, de Asian Broadcasting Union, de Association for International Broadcasters en Digital Radio Mondiale. Daarnaast zijn er prominente organisaties waarmee wordt samengewerkt:

- Organisaties van de Verenigde Naties zoals UNDP, UNESCO en de WHO.
- Regionale instellingen op het gebied van ontwikkeling, media en onderwijs in de voornaamste doelgebieden van de Wereldomroep.
- Instellingen van de Europese Unie.
- De International Telecommunication Union en de World Radio Conference.
- NGO's als Oxfam Novib, Stichting Doen, Het Internationale Rode Kruis, Cordaid, Human Rights Watch en NCDO.
- Collega internationale omroepen waaronder Deutsche Welle, Radio France International, Radio Australia, Radio Canada International, Swiss Info, BBC World Service en Voice of America.

5.3 Projecten en samenwerkingen

De Wereldomroep werkt aan een aantal projecten met nationale en internationale partners. Hier volgt een selectie van een aantal projecten dat komende jaren prioriteit heeft.

Digitaal Archief: www.wereldomroep.nl/audiosite

De Wereldomroep heeft in de 60 jaar van haar bestaan een imposant archief van muziek en gesproken woord opgebouwd, alsmede een beeldarchief vanuit de tv-activiteiten. Voor het audio-gedeelte is in 2008 een project gestart om het gesproken woordarchief volledig digitaal te ontsluiten, deels voor hergebruik in eigen uitzendingen, voor publicatie naar het publiek en voor uitzendingen via partners. Het gesproken woord archief heeft een bredere betekenis en is een waardevolle toevoeging aan het collectief historisch en cultureel erfgoed. Het Nederlandstalige materiaal is vaak geproduceerd vanuit het perspectief van Nederlanders die vanuit het buitenland naar Nederland kijken. Het anderstalige materiaal schetst een uniek beeld van Nederland door de ogen van buitenlanders. Ter verrijking van de nationale collectie en vanwege de bijzondere cultureel-historische waarde is de Wereldomroep voornemens samen te werken met o.a. de Stichting Beeld en Geluid.

Euranet: www.euranet.eu

Het nieuwe Europese radio- en internetproject, dat 31 maart 2008 is begonnen met uitzenden, heet Euranet. Een samenwerkingsverband voor 5 jaar tussen zestien radiostations uit 13 EU landen, waaronder de Wereldomroep, Deutsche Welle en Radio France International. Ook de nieuwe EU landen doen mee met bijvoorbeeld Radio Slovenië Internationaal en het Poolse Polskie Radio. Het doel is jongeren vanaf 25 jaar te informeren over de Europese Unie. Euranet zendt uit in het Engels, Spaans, Frans, Duits en Pools.

Het *format* van Euranet ziet er als volgt uit:

- Elke werkdag een half uur Europees nieuws.
- Op zaterdag en zondag een Europees magazine met cultuur en achtergronden.
- Een Internetsite met elke dag nieuwe programma's, audio en couleur locale van inwoners uit Europa.
- Drie keer per jaar wordt een groot evenement live via internet en radio uitgezonden. Bijvoorbeeld een cultureel evenement of zoals in 2008 de viering van zestig jaar Europese samenwerking.

De zender wordt betaald met Europees geld en kost elk jaar ruim vijf miljoen euro. De redactionele onafhankelijkheid is beschermd door een redactiestatuut. Na een positieve evaluatie eind 2008, komt er vanaf 2009 nog een aantal talen bij, waaronder het Nederlands. Uiteindelijk moet Euranet uitzenden in alle 23 talen van de Europese Unie.

Post Disaster Media Initiative

In een aantal doelgebieden waar de Wereldomroep haar activiteiten op richt, zijn natuurrampen een reëel risico. In 2004 toen grote delen van Azië waaronder ook Indonesië door de tsunami werden getroffen, heeft de Wereldomroep een drietal mobiele studio's met uitzendfaciliteiten laten bouwen en verscheppen naar het rampgebied. Niet alleen de kortegolfzenders van de Wereldomroep bleken van evident belang, ook waren de tijdelijk beschikbaar gestelde informatiedragers in de vorm van een mobiele radiostudio in een container ('radio-in-a-box') essentieel in het communiceren van betrouwbare informatie in het rampgebied.

Informatie is net zo belangrijk als elke andere vorm van eerste hulp, vooral in de eerste 6 maanden na de ramp. Mensen moeten weten waar ze heen moeten voor hulp, eten, onderdak en nieuws over familieleden. Vanuit de ervaringen rond de tsunami bleek dat deze informatievoorziening in dergelijke gebieden heel slecht is. De Wereldomroep gelooft dat er behoefte is aan gecoördineerde media-expertise en –assistentie onmiddellijk na het voltrekken van een natuurramp. Daarom is besloten om samen met andere organisaties het Post Disaster Media Initiative (PDMI) op te zetten.

De ontwikkeling van nog twee containerstudio's en een aantal 'flight cases' (draagbare satellietfaciliteit die het mogelijk maakt uit te zenden in een rampgebied) vormt nu een onderdeel van PDMI – een initiatief dat bedoeld is om de informatievoorziening in rampgebieden aanzienlijk te verbeteren en op die manier zelfs levens te redden. Er liggen plannen voor verdere uitwerking en detaillering van het project PDMI in samenwerking met partners als het Internationale Rode Kruis, Deutsche Welle, Cordaid en het RNTC, het aan de Wereldomroep verbonden training- en expertisecentrum.

The Hague Justice Portal & The Hague Debates

Internationaal recht en mensenrechten zijn onderwerpen waarmee Nederland zich over de hele wereld profileert. Met nagenoeg alle instituten rond internationaal recht in Den Haag heeft Nederland een vooraanstaande positie. Het is dan ook logisch dat de Wereldomroep internationaal recht als een van de speerpunten aanmerkt.

De Wereldomroep werkt samen met de Hague Justice Portal (HJP), een samenwerkingsverband tussen de gemeente Den Haag, het Asser Instituut, Instituut Clingendael, HIIL, ISS, Grotius Centre en de Carnegiëstichting (Vredespaleis). Het doel van de website is de wereld van het internationale recht in brede zin toegankelijk te maken voor een groot publiek.

De website van de HJP www.haguejusticeportal.net biedt vooral academische content en bronmateriaal over de Haagse instanties. De Engelstalige International Justice website www.internationaljustice.rnw.nl van de Wereldomroep die in 2008 is gelanceerd, sluit daar goed bij aan. De *portal* biedt onafhankelijke berichtgeving op het gebied van internationaal recht, vrede, veiligheid en mensenrechten en richt zich op een internationaal publiek van onder meer juristen, journalisten, politici en studenten.

De Wereldomroep werkt ook samen met de gemeente Den Haag om een reeks debatten te organiseren over internationaal recht. Deze *The Hague Debates* reeks bestaat uit een aantal debatten over uiteenlopende onderwerpen zoals klimaatveranderingen en migratie, terrorisme en humanitaire interventie.

6. PERSONEELSBELEID

Het ondersteunen en faciliteren van de organisatie bij het bereiken van de gestelde doelen is de basiswaarde van het personeelsbeleid. De gestelde uitdaging om als organisatie nog dichter dan voorheen bij de doelgroepen te opereren en het aanbod van de Wereldomroep nog meer op multi- en crossmediale wijze aan te bieden, vereist niet alleen nieuwe vaardigheden. Het vereist ook een verder aangescherpte focus op de manier waarop de verschillende media ondersteunend dan wel complementair aan elkaar kunnen worden ingezet, afhankelijk van de doelgroep, het doelgebied en de meest optimale distributiemix.

De consequenties van deze ontwikkelingen voor het personeelsbeleid zijn als volgt geformuleerd:

Korte termijn (1 jaar)

- Trainen van vaardigheden voor multi- en crossmediaal werken (o.a. camjo-cursussen). Managementinformatie beter ontsluiten. Dit is van belang om ook binnen de organisatie te kunnen monitoren welke resultaten worden behaald en waar bijsturen nodig is.
- Waar nodig het ondersteunen van de afdelingen bij het initiëren van en vormgeven aan samenwerking met partners, binnenlandse publieke omroepen, doelgroepen (uitwisseling van stagiaires, aangaan van samenwerkingsverbanden), ontsluiten van aanwezige kennis binnen de Wereldomroep ten behoeve van andere mediaorganisaties, etc.
- Borgen en verder ontwikkelen van de bereikte resultaten: resultaatgericht werken, bredere inzetbaarheid van medewerkers en het flexibiliseren van arbeid door efficiënt en effectief gebruik te maken van de mogelijkheden die de Jaarurennorm biedt. Het resultaatgericht werken wordt ondersteund en gestimuleerd door het beoordelingssysteem FOCUS dat in 2007 is ingevoerd. Aan de hand van deze, volledig gedigitaliseerde, wijze van beoordelen, worden SMART-geformuleerde afspraken ('kpi's') gemaakt en gemonitord.

Middellange termijn (1-3 jaar)

Management development-traject. Leidinggevendenden zijn de cultuurdragers van de organisatie. Zij moeten het voortouw nemen in het stimuleren van de aangescherpte focus op multi- en crossmediale werkwijze. Bovendien wordt er voortgeborduurd op het resultaatgericht werken aan de hand van prestatie-afspraken. Dit betekent dat ook de leidinggevendenden zich verder moeten bekwamen in het maken en nakomen van resultaatgerichte afspraken naar externe stakeholders maar ook naar hun medewerkers toe.

Lange termijn (3-5 jaar)

Continuïteit in de organisatie optimaliseren. Dit kan onder andere door de aanwezige kennis te borgen en te delen (bijv. door kennismanagement), en door een evenwichtige leeftijdsopbouw in het personeelsbestand.

7. FINANCIËN

De in het vorige meerjarenplan aangekondigde “lucht” als gevolg van de toekenning van extra omroepmiddelen aan de landelijke publieke omroep was in 2008 in Hilversum merkbaar. En dat was nodig, de landelijke publieke omroep is in rustiger vaarwater terechtgekomen en de resultaten zijn zichtbaar.

In het vorige meerjarenplan heeft de Wereldomroep aangegeven vooralsnog geen beroep te doen op de extra beschikbaar komende omroepmiddelen, ondanks dat er in de jaren daarvoor bij de Wereldomroep sprake was van forsere bezuinigingen dan elders.

Op basis van de ambities, zoals in dit meerjarenplan beschreven, ziet de Wereldomroep af van het doen van een beroep op een deel van €100 miljoen extra omroepmiddelen, anders dan een eenmalige aanvraag voor €0,5 miljoen ten behoeve van onderzoek in het kader van de eerder genoemde prestatieovereenkomst. Daarnaast gaat de meerjarenraming ervan uit dat ook na 2009 de €0,75 miljoen extra bijdrage voor Arabisch zal worden gecontinueerd.

In afstemming met NPO is voor 2009 een accres van 3,25% gehanteerd. Een verdere verlaging van de kosten voor verspreiding en een terughoudend investeringsbeleid hebben extra ruimte gecreëerd voor ambities op crossmediaal en programmatisch gebied.

De presentatie van de begroting is gebaseerd op de financiële modellen zoals deze in het Handboek Financiële Verantwoording zijn voorgeschreven en op aanvullende aanwijzingen van het Commissariaat voor de Media. Ter vergelijking zijn de begroting van het lopende jaar en de werkelijke cijfers uit de twee voorafgaande jaren opgenomen. In de cijfers zijn toerekeningen verwerkt in de kosten voor verzorging en verspreiding van programma's, voor de kosten van automatisering, publiciteit, huisvesting en afschrijvingen op investeringen. De toerekeningmethodiek is voor 2009 niet gewijzigd.

In de cijfers worden de exploitatiekosten voor BVN niet gepresenteerd. Hiervoor wordt door de uitvoeringsorganisatie de Wereldomroep een aparte begroting bij het bestuur van BVN ingediend. Evenmin is het RNTC hier opgenomen. Het aan de Wereldomroep verbonden mediatraining en – expertisecentrum is de facto een eigenstandige organisatie met eigen financiering anders dan uit omroepmiddelen.

7.1 Exploitatie naar activiteiten

(x € 1.000)	2009 begroting	2008 begroting	2007 werkelijk	2006 werkelijk
BATEN				
Omroepmiddelen	46.403	43.506	42.653	43.123
Niet-programmagebonden opbrengsten	972	1.126	1.005	1.947
Bedrijfsopbrengsten	47.375	44.632	43.658	45.070
LASTEN				
<i>Kosten voor verzorging van programma's</i>				
Personele kosten eigen personeel	16.350	14.973	14.776	14.854
Personele kosten inhuur	1.606	1.547	2.980	1.883
Facilitaire kosten	1.377	1.440	1.401	1.625
Overige programmakosten	9.443	8.856	10.650	8.338
Afschrijvingen	<u>1.375</u>	<u>1.472</u>	<u>1.497</u>	<u>1.086</u>
	30.151	28.288	31.304	27.786
<i>Kosten voor verspreiding van programma's</i>				
Personele kosten eigen personeel	3.188	2.649	2.769	2.779
Personele kosten inhuur	502	292	347	240
Zender- en satellithuren	3.535	4.464	3.926	6.428
Zender-/overige kosten	3.665	2.944	3.290	2.039
Afschrijvingen	<u>881</u>	<u>885</u>	<u>767</u>	<u>839</u>
	11.771	11.234	11.099	12.325
<i>Kosten niet rechtstreeks toerekenbaar aan programma's</i>				
Personele kosten eigen personeel	2.330	2.342	2.029	1.867
Personele kosten inhuur	160	161	268	806
Overige algemene kosten	2.248	1.841	2.145	1.971
Afschrijvingen	<u>715</u>	<u>766</u>	<u>749</u>	<u>746</u>
	5.453	5.110	5.191	5.390
Bedrijfslasten	47.375	44.632	47.594	45.501
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	-3.936	-431

Toelichting op de begroting 2009 naar activiteiten

BEDRIJFSOPBRENGSTEN

Omroepmiddelen

De aanvraag voor de omroepmiddelen is als volgt opgebouwd:

(x € 1.000)	grondslag 2008	accres 3,25%	2009
Omroepmiddelen	44.482	1.421	45.903
Extra aanvraag onderzoekskosten prestatieovereenkomsten/distributiemix	0	0	500
Totaal	44.482		46.403

De grondslag voor de aanvraag omroepmiddelen is de begroting van het voorgaande jaar aangepast aan het gecorrigeerde accres voor 2008 (2,53% i.p.v. 2,0% o.b.v. opgave OCW), plus de voor 2008 verleende bijdrage Arabische radio. De toegekende bijdrage voor twee jaar bedraagt in totaal €1,5 miljoen en is exclusief accres.

Onderzoek in de, wereldwijde, doelgebieden van de Wereldomroep is een kostbare operatie. Voor 2009 doet de Wereldomroep een eenmalig extra beroep op de omroepmiddelen ter grootte van € 0,5 miljoen in verband met de noodzakelijke extra onderzoeken vanwege de prestatieovereenkomst die met het ministerie van OCW zal worden aangegaan.

Niet-programmagebonden opbrengsten

De niet-programmagebonden opbrengsten bestaan uit verhuur, opbrengst van diensten aan gelieerde organisaties (BVN, BFN en RNTC), vergoeding voor de overgenomen activiteiten van de Netherlands Information Services (NIS) en een opbrengst uit deelneming (BFN).

De daling van de niet-programma gebonden opbrengsten wordt veroorzaakt door het wegvallen van de inkomsten uit royalty's, omdat in 2008 deze inkomsten, samen met de uitbesteding van de uitvoering, zijn overgedragen aan de NPO.

De inkomsten uit verhuur, doorbelasting van diensten en NIS stijgen met het accres. In 2009 is een positief resultaat van € 52.000 voorzien vanuit de deelneming in Broadcast Facilities Nederland B.V.

BEDRIJFSLASTEN

Kosten voor verzorging van programma's

Aan deze kostengroep worden alle kosten toegerekend die nodig zijn voor de vervaardiging van radio-, televisie- en internetproducties. De kosten voor automatisering, publiciteit, huisvesting en afschrijvingen worden evenredig toegerekend.

Voor 2009 zijn extra kosten begroot voor de Arabische radiouitzendingen (personele kosten en programmakosten).

Kosten voor verspreiding van programma's

Aan deze kostengroep worden alle kosten toegerekend die nodig zijn voor de verspreiding van de radio-, televisie- en internetproducties. De kosten voor automatisering, huisvesting en afschrijvingen worden evenredig toegerekend.

Door extra kosten voor onderzoek zijn de kosten voor eigen personeel, inhuur en zender-/overige kosten gestegen ten opzichte van 2008.

Door verschuivingen binnen de distributiemix, waaronder het afnemen van kortegolfuitzendingen in Noord-Amerika dalen de kosten voor zender- en satellithuur. Dit ondanks de extra kosten als gevolg van de activiteit Arabische radiouitzendingen.

Per saldo stijgen de kosten van verspreiding, inclusief eenmalige onderzoekskosten, ten opzichte van de begroting 2008.

Het valutarisico wordt afgedekt, getracht wordt hetzelfde te realiseren voor het risico dat de olieprijs voor de Wereldomroep vormt, helaas wel op basis van de huidige hoge olieprijsen.

Kosten niet rechtstreeks toerekenbaar aan programma's

In 2009 stijgen de kosten met meer dan het accres. Dit komt vooral door de rentelasten als gevolg van de verhoging van de kredietfaciliteit.

7.2 Toewijzing omroepmiddelen 2009

De Mediawet wijst omroepmiddelen toe voor 3 soorten activiteiten:

- Kosten voor verzorging van programma's.
- Kosten voor verspreiding van programma's.
- Kosten niet rechtstreeks toerekenbaar aan programma's.

De eigen middelen, bestaande uit niet-programma gebonden opbrengsten worden als volgt toegerekend aan de drie activiteiten:

- Rentebaten, voor zover van toepassing, komen ten goede aan de kosten die niet rechtstreeks samenhangen met programma's.
- Alle overige opbrengsten komen ten goede aan de kosten voor verzorging van programma's.

Onderstaand overzicht geeft de bedragen weer, waarvoor aan de Minister van OCW wordt verzocht deze ter beschikking te stellen op grond van de Mediawet:

(x € 1.000)	Kosten	Overige Opbrengsten	Aanvraag Omroepmiddelen 2009
Verzorging van programma's	30.151	972	29.179
Verspreiding van programma's	11.771	0	11.771
Algemeen Beheer	5.453	0	5.453
Totaal	47.375	972	46.403

7.3 Begroting 2009 naar kostencategorie

(x € 1.000)	2009 Begroting	2008 Begroting	2007 Werkelijk	2006 Werkelijk
BATEN				
Omroepmiddelen	46.403	43.506	42.653	43.123
Overige bedrijfsopbrengsten	920	1.086	907	1.140
Bedrijfsopbrengsten	<u>47.323</u>	<u>44.592</u>	<u>43.560</u>	<u>44.263</u>
LASTEN				
Lonen en salarissen	16.683	15.307	14.952	14.653
Sociale lasten	5.185	4.657	4.622	4.847
Afschrijvingen	2.971	3.123	3.013	2.672
Directe productiekosten	12.426	11.843	15.032	11.846
Directe distributiekosten	7.702	7.700	7.563	8.706
Overige bedrijfslasten	2.097	1.977	2.412	2.777
Bedrijfslasten	<u>47.064</u>	<u>44.607</u>	<u>47.594</u>	<u>45.501</u>
Financiële baten / lasten	-311	-25	-8	0
Resultaat deelnemingen	52	40	106	807
Exploitatieresultaat	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>-3.936</u>	<u>-431</u>

7.4 Meerjarenraming 2010-2013

(x € 1.000.000)	2010	2011	2012	2013
BATEN				
<i>Bedrijfsopbrengsten</i>	<u>47.8</u>	<u>48.8</u>	<u>49.8</u>	<u>50.8</u>
LASTEN				
Kosten voor de verzorging van de programma's	30.9	31.8	32.7	33.6
Kosten voor verspreiding van programma's	11.3	11.3	11.3	11.3
Kosten niet rechtstreeks samenhangend met programma's	5.6	5.7	5.8	5.9
<i>Bedrijfslasten</i>	<u>47.8</u>	<u>48.8</u>	<u>49.8</u>	<u>50.8</u>
EXPLOITATIERESULTAAT	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>

Toelichting op de meerjarenraming 2010-2013

Komende jaren zullen zowel binnen productie als binnen de distributie regelmatig verschuivingen en aanpassingen plaatsvinden. De verhouding tussen de kostencategorieën zal licht wijzigen doordat de beleidslijn wordt gehandhaafd dat de kosten van verspreiding niet zullen stijgen.

De financiële meerjarenraming is opgesteld op basis van de volgende uitgangspunten:

- Jaarlijks accres 2,0%.
- Indexeringspercentages voor de drie kostencategorieën bedragen respectievelijk 2,5%, 0% en 1,5%.
- Mogelijke valuta-invloeden en prijsschommelingen op de oliemarkt zijn niet meegenomen. Wel is een voorzichtig scenario ten aanzien van de geprognosticeerde koersen en prijzen aangehouden, \$1,40 per €1 en \$150 per vat olie.
- Daarnaast is voorzien dat de tijdelijke bedragen voor Arabische Radio (€750.000 per jaar) vanaf 2010 zullen worden gecontinueerd. Dit in tegenstelling tot de eenmalige aangevraagde onderzoeksgelden voor 2009.

8. SPEERPUNTEN BELEID, UITKOMSTEN EN ACTIES 2009 - 2013

<i>Speerpunten beleid</i>	<i>Gewenste uitkomsten 2009 - 2013</i>	<i>Acties 2009</i>
Verbeteren informatievoorziening ten aanzien van de wijze waarop de Wereldomroep aan haar doelstellingen voldoet. p.7 t/m p.11	De Wereldomroep voldoet aan zijn missie en taakstelling en is daarbij relevant voor de doelgroepen en onderscheidend ten opzichte van andere mediaorganisaties.	<ul style="list-style-type: none"> - Formuleren doelstellingen, resultaten, activiteiten en middelen per redactie. - Formuleren doelstellingen per doelgroep en per distributiekanaal. - Rapporteren over bereikte resultaten en effectiviteit.
Herdefiniëring doelgroeprofielen en deze in de organisatie inbedden. p.11 t/m p.13	Doelgroeprofielen voor alle redacties van de Wereldomroep zijn helder gedefinieerd en ingebed in de organisatie.	<ul style="list-style-type: none"> - Doelstellingen per doelgroep en per redactie formuleren. - Samenstellen van moodboards en archetypen per redactie. - Koppelen producten en diensten aan doelgroepen.
Strategisch onderzoek systematisch onderdeel van productieproces van de Wereldomroep. p.11, p.35 t/m p.37	Doelgroepbehoefte, toegevoegde waarde en relevante distributiemix in de doelgebieden in kaart gebracht.	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse aansluiting producten en diensten behoeften. - Meten klantentevredenheid. - Meten relevantie en toegevoegde waarde producten en diensten.
Verkenningen en onderzoek in bestaande en nieuwe doelgebieden. p.14 t/m p.43	Keuzes voor doelgebieden zijn onderbouwd en passen binnen missie en taakstelling.	<ul style="list-style-type: none"> - Doelgebied en concurrentieanalyse van alle doelgebieden. - Kritisch succesfactoren formuleren per doelgebied. - Wereldkaarten up-to-date houden en witte vlekken op de kaarten analyseren. - Uitgebreid onderzoek in Midden-Oosten, Afrika, India en Latijns-Amerika.
Professionaliseren netwerk partnersstations in voornaamste doelgebieden. p.35 en p.36	Aantal duurzame mediapartners vergroten.	<ul style="list-style-type: none"> - Project opstarten om via internet, community te ontwikkelen voor coproducties en uitwisseling tussen de Wereldomroep en haar partners. - CRM koppeling van internetportal voor bestaande en potentiële mediapartners wordt verder uitgebreid en toegankelijk gemaakt. - Proces van verkrijgen van kwalitatieve feedback verder structureren en standaardiseren.

(vervolg) Speerpunten beleid	Gewenste uitkomsten 2009 - 2013	Acties 2009
Vaststelling distributie-opties per doelgroep/doelgebied. p.36 t/m p.37	Overzicht distributieopties per regio/doelgroep en verantwoording inzet kortegolf en andere distributiemiddelen.	<ul style="list-style-type: none"> - Onderzoek naar distributiemix en mediagebruik in Midden-Oosten, India, Afrika en Latijns-Amerika. - Optimalisatie distributiemix per doelgroep/doelgebied.
Formuleren meetbare ambities per doelgebied en doelgroep. p.14 t/m p.29	Bereik, relevantie en toegevoegde waarde producten en diensten is inzichtelijk en helder.	<ul style="list-style-type: none"> - Meetbare doelstellingen per doelgroep en per doelgebied in tactische jaarplannen gedefinieerd. - Aantal strategische samenwerkingsverbanden versterkt en uitgebreid. - Meetbaar verhoogde interactiviteit tussen redacties en doelgroepen. - Structurele metingen tonen relevantie en toegevoegde waarde producten en diensten per doelgroep, per doelgebied. - Producten en diensten aan kostenmodel gekoppeld.
Kennis- en informatiecentrum uitbouwen. p.31 t/m p.33	Gezaghebbend als kennis en informatiecentrum voor specifieke onderwerpen: duurzame ontwikkeling, internationaal recht etc.	<ul style="list-style-type: none"> - Vier thema's, information you must know, verder uitwerken en verdiepen met inhoudelijke duurzame samenwerkingsverbanden en strategische partners. - Aanvullen met information you can use; informatie waar de media consument in zakelijk of persoonlijk opzicht iets mee heeft.
Informatie à la carte aanbieden. p.31 t/m p.33	Doelgroepen op maat en gepersonaliseerd bedienen op ieder gewenst platform.	<ul style="list-style-type: none"> - Training van journalisten in multimediaal produceren. - Training van journalisten in modulair werken. - Inrichten centrale digitale opslag. - Ontwikkelen van nieuwe formats, zoals digitale webkanalen. - Verkenning naar verplaatsing productiekracht naar doelgebieden.

(vervolg) Speerpunten beleid	Gewenste uitkomsten 2009 - 2013	Acties 2009
Revitalisering websites. p.31 t/m p.33	Verbeterde toegankelijkheid, hoger bereik en meer bekendheid bij de doelgroepen.	<ul style="list-style-type: none"> - Introductie van meer interactieve tools (user-made content, social media tools). - Aanpassing informatiearchitectuur en invoeren eigentijds design- en navigatie elementen. - Uitbreiden met video door incorporeren camjournalistiek in de organisatie.
Intensiveren samenwerking met partners en (media)organisaties. p.39 t/m p.43	Bekend als expert op specifieke onderwerpen door kennisdeling en breed pakket aan producten en diensten.	<ul style="list-style-type: none"> - Proactief deskundigheid van de Wereldomroep inzetten voor training, consultancy en projecten bij partners. - Inhoudelijke samenwerking bevorderen in diverse projecten. - Samenwerking NPO verder intensiveren naast journalistiek inhoudelijk, ook productieautomatisering en facilitaire dienstverlening.

BIJLAGE I PRESTATIEAFSPRAKEN

In opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) is medio 2006 een extern onderzoek gehouden. De opdracht aan Andersson, Elffers Felix (AEF) was om onderzoek te doen naar de effectiviteit en efficiency van de radio-uitzendingen in de buitenlandse talen van de Wereldomroep.

Daarbij heeft OCW als opdrachtgever de volgende drie vragen geformuleerd:

- Waarin onderscheidt het buitenlandstalige programma-aanbod zich van anderen?
- Worden doelen efficiënt geoperationaliseerd in de distributiemix?
- Wat zijn de activiteiten per regio en welke kosten zijn daaraan verbonden?

Naar het oordeel van AEF is de belangrijkste winst van het onderzoek dat het aanknopingspunten geeft voor een structurele verbetering in de informatievoorziening richting OCW. De Wereldomroep heeft de in het rapport genoemde aanbevelingen overgenomen en die vertaald naar een plan van aanpak.

De aanbevelingen van het AEF-rapport bieden duidelijke uitgangspunten om op een meer systematische wijze informatie te verzamelen ten aanzien van de wijze waarop de Wereldomroep aan haar doelstellingen voldoet.

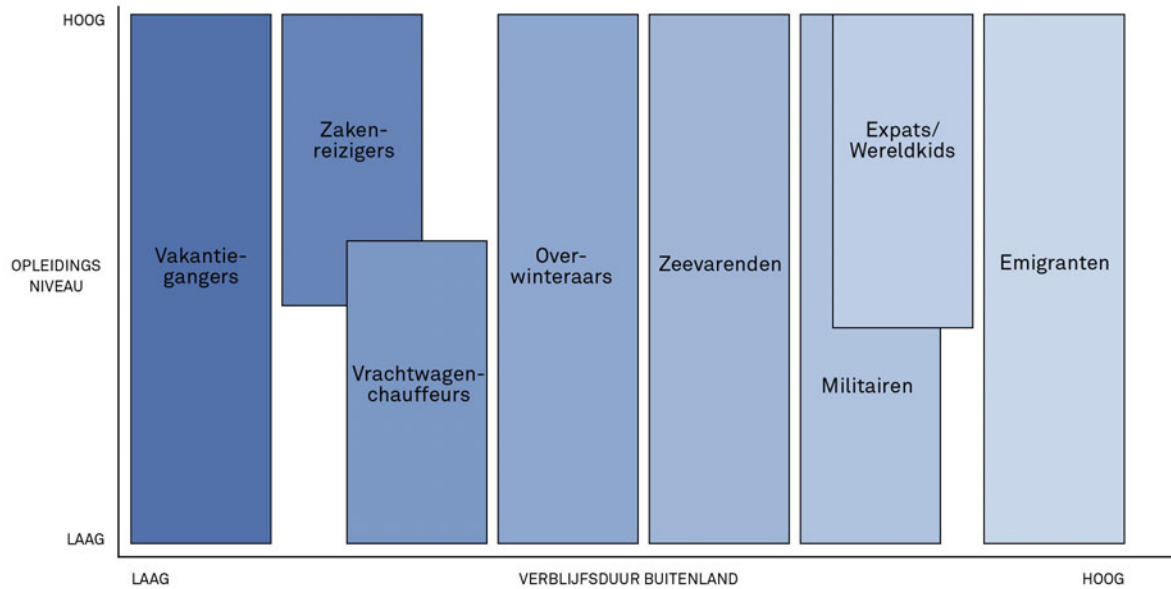
Beleidscyclus

Met OCW is afgesproken – en inmiddels opgenomen in de nieuwe multimediewet - dat de beleidscyclus op dezelfde wijze wordt vormgegeven als bij de landelijke publieke omroep. Dit betekent dat ook de Wereldomroep een vijfjaarlijks concessiebeleidsplan zal opstellen, het eerste voor de periode 2010 – 2015. De Wereldomroep zal ook vijfjaarlijks een onafhankelijke visitatiecommissie instellen. Die zal in mei 2009 het eerste rapport afleveren over de wijze waarop de Wereldomroep uitvoering geeft aan de publieke mediaopdracht. Op basis van dat rapport en het concessiebeleidsplan wordt een meerjarige prestatieovereenkomst met OCW afgesloten voor 2010 – 2015.

Doelgroepen

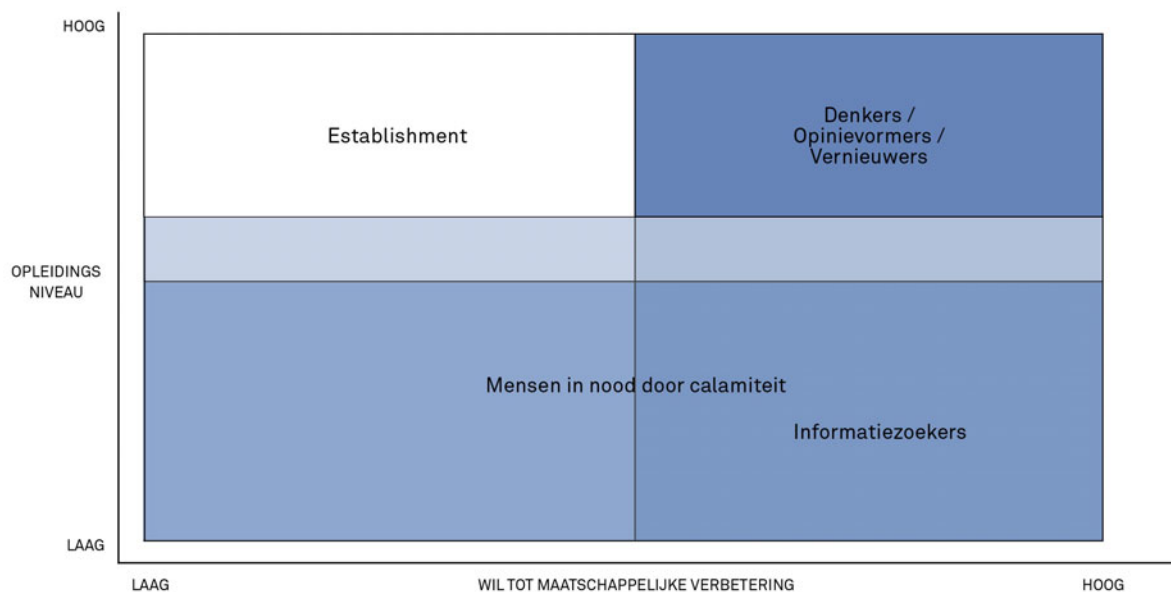
De Wereldomroep analyseert continu de doelgroepen, hun informatiebehoefte en de media- en distributieomgeving. Door de ontwikkeling van nieuwe onderzoeksmethodieken en technologieën is dit proces preciezer en doeltreffender geworden.

Binnen de doelgroep Nederlandstaligen in het buitenland is de Wereldomroep zich, naast een breed publiek, intensiever gaan richten op specifieke niches: vakantiegangers, zakenreizigers, vrachtwagenchauffeurs, overwinteraars, zeevarenden, militairen, expats, wereldkids en emigranten.



Figuur 1 Nederlandstaligen

In 2007 zijn de doelgroeprofielen voor de anderstalige activiteiten verscherpt op basis van marktonderzoek, reacties en peilingen. Op basis van de verkregen kennis richten de anderstalige activiteiten van de Wereldomroep zich in hoofdzaak op drie doelgroepen: denkers/opinievormers/vernieuwers, informatiezoekers en mensen in nood.



Figuur 2 Niet-Nederlandstaligen

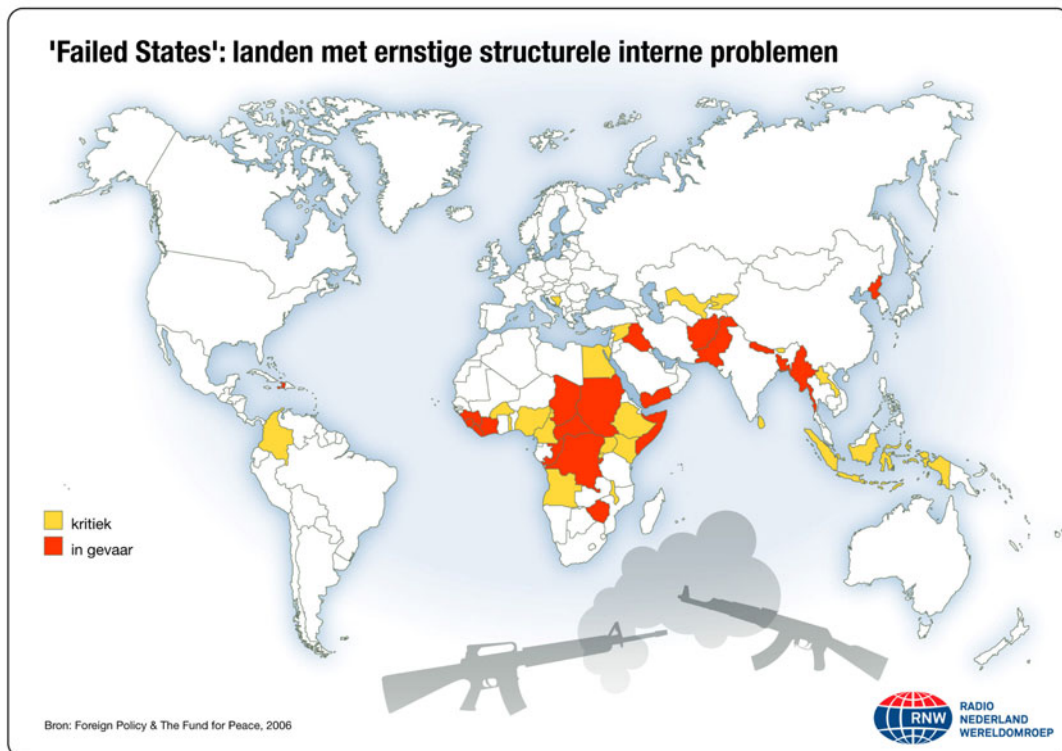
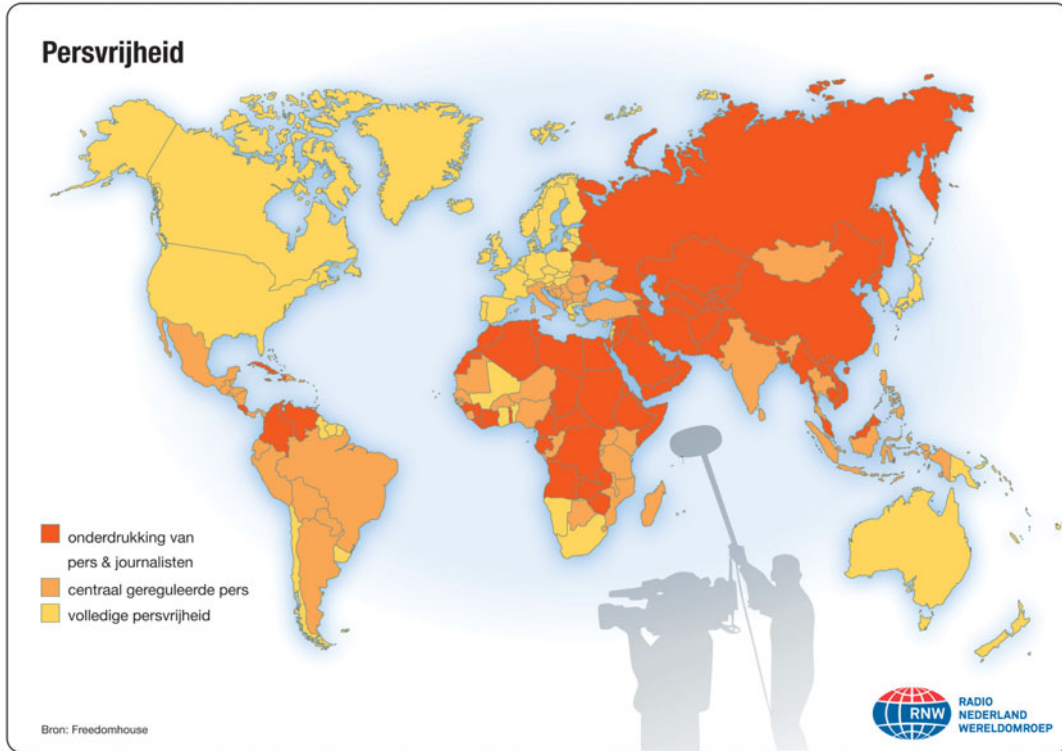
Denkers, opinievormers en vernieuwers streven naar verbetering; zijn vaak hoog opgeleid en hebben een breed venster op de wereld om zich heen. Het zijn mensen die op hun niveau de maatschappij willen en kunnen verbeteren/beïnvloeden bijv. wetenschappers, opinieleiders, dorpsoudsten of vakbondsleiders. Personen die in staat zijn over de grenzen van hun eigen nationale/lokale en culturele entiteit te denken.

Informatiezoekers streven naar verbetering, hebben een lokaal of regionaal venster op de wereld en een hoge wil tot maatschappelijke verbetering. Ze zijn vaak laag opgeleid.

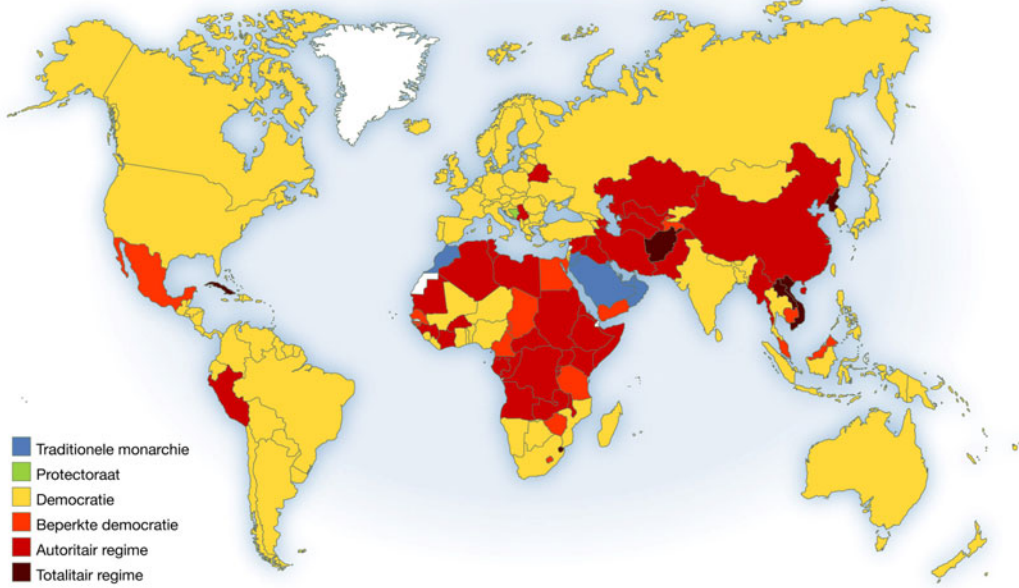
Mensen in nood komen uit alle lagen van de maatschappij; bij een calamiteit kan betrouwbare informatie levens redden. Het voorzien in deze informatiebehoefte is van tijdelijke aard en acuut. Internationale omroepen als de Wereldomroep, zo bleek in 2005 bij de tsunami en in 2006 tijdens de overstromingen in Suriname, spelen een belangrijke rol als 'rampenzender'.

De profielen zullen de komende beleidsperiode in de organisatie verder worden ingebed. Op basis daarvan kunnen relevante journalistieke producties beter worden toegesneden op de doelgroepen. Bovendien zijn voor alle redacties panels van luisteraars en bezoekers in het leven geroepen, die op systematische wijze betrokken worden bij de programmering.

BIJLAGE II WERELDKAARTEN



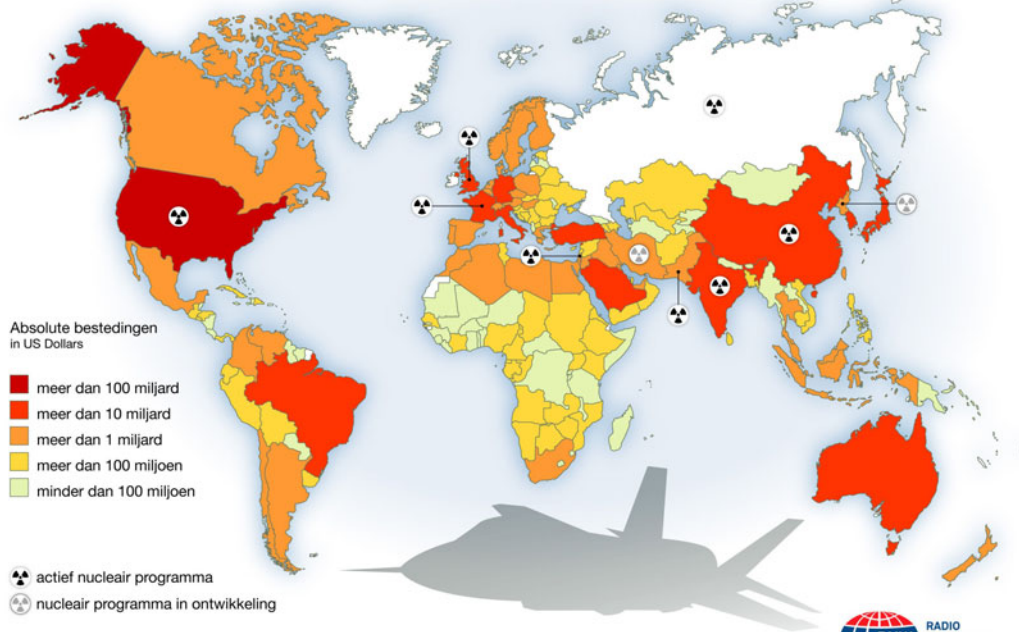
Regeringsvormen



Bron: Freedom House, 2000



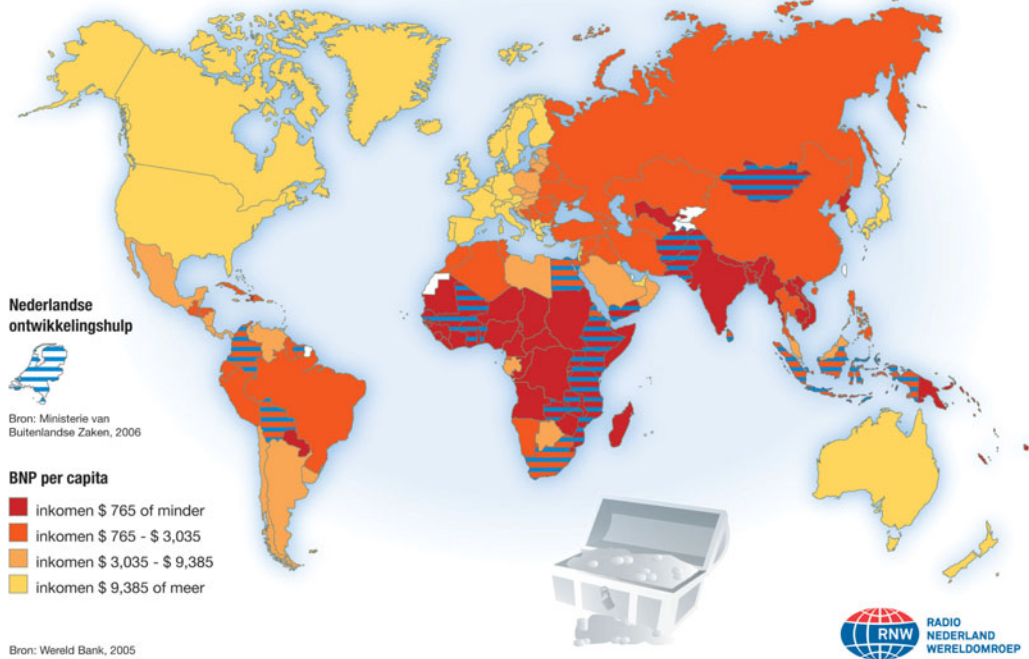
Militaire bestedingen



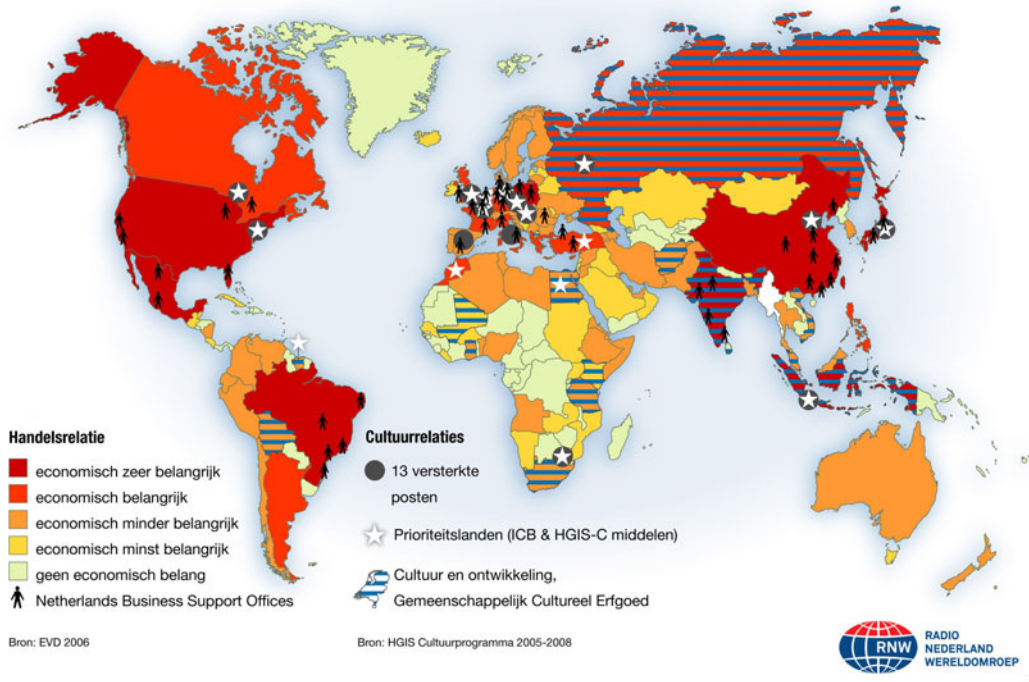
Bron: CIA World factbook Figures, 2006 / Institute for Science en Social Security, 2004



Welvaart en Nederlandse ontwikkelingshulp



Nederlandse handel- en cultuurrelaties



Bijlage III **ACTIVITEITEN VOOR NEDERLANDSTALIGEN IN HET BUITENLAND**

(winterprogrammering 2008 - 2009)

De Nederlandse redactie	
DOELGROEP: EXPATS EN EMIGRANTEN	
Programma	NIEUWSLIJN
Format	Dagelijks radioprogramma met nieuws, actualiteiten en service-informatie uit en over Nederland, Europa en de wereld.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks 6 x in Europa. Dagelijks 12 x in alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet.
Overig	Nieuwslijn zal in 2009 in een nieuw format in co-productie worden gemaakt met de Radio Nieuws Centrale (zie hoofdstuk 'Samenwerking en projecten').
Programma	NL MAGAZINE
Format	Dagelijks radioprogramma met achtergronden bij het nieuws.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks aansluitend op nieuwslijn. 6 x in Europa. 12 x in alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet.
Overig	NL magazine bestaat vrijwel geheel uit eigen radioproducties, die in bewerkte vorm ook op de websites verschijnen.
Programma	THEMAPROGRAMMA
Format	Dagelijks radioprogramma met per weekdag wisselende thema's: Nederlandse taal, Europa, sport, internationaal recht, duurzame ontwikkeling en een vrij thema.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks 3 x in Europa. 12 x naar alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet.
Overig	De thema's Europa, duurzame ontwikkeling en internationaal recht worden in samenwerking met andere (taal)afdelingen binnen de Wereldomroep gemaakt onder centrale aansturing. Sport wordt in samenwerking met de NPO gemaakt. Verhalen zijn in bewerkte vorm ook op de websites te vinden.

DOELGROEP: EXPATS EN EMIGRANTEN (vervolg)

Programma	DE STAAT DER NEDERLANDERS
Format	Nieuw wekelijks – licht informatief – crossmediaal televisieprogramma over Nederlanders in binnen- en buitenland en binnenlandse aangelegenheden die veranderingen in de samenleving en het denken duiden. De invalshoek is persoonlijk. In ieder onderwerp staat een landgenoot centraal, aan de hand van wie het verhaal wordt ontold. 'Landgenoten' is het uithangbord van de Wereldomroep op de zender BVN en is gekoppeld aan de Wereldomroep-community op de website wereldexpat.nl.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Wekelijks 2 x binnen 1 etmaal. Losse onderdelen van het programma zijn op internet beschikbaar.
Distributiemix	Satelliettelevisie BVN (Beste van Nederland en Vlaanderen) en internet.
Overig	Eind 2008 worden 5 pilots geproduceerd. Bij een positieve evaluatie zal worden besloten of dit programma in 2009 het nieuwe crossmediale Wereldomroep-basisprogramma zal worden.
Programma	STOP DE TIJD
Format	Serie van 10 quizprogramma's waarin emigranten worden getest op hun kennis over het Nederland van de jaren 50, 60 en 70.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Wekelijks 1 aflevering op de binnenlandse publieke omroep. Wekelijks 2 x per etmaal via BVN-televisie.
Distributiemix	Satelliettelevisie BVN en bij de binnenlandse publieke omroep.
Overig	Stop de tijd is een co-productie met omroep MAX.
Programma	ANDERE OGEN
Format	Serie van 12 live televisieprogramma's waarin per aflevering drie buitenlandse correspondenten in Nederland (onder wie ook medewerkers van de taalredacties van de Wereldomroep) hun visie geven op het nieuws en ontwikkelingen in Nederland.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Wekelijks 2 x per etmaal 1 aflevering via BVN.
Distributiemix	Satelliettelevisie BVN.
Programma	STUDIO NL LIVE
Format	Serie van 12 live televisieprogramma's waarin per aflevering 1 studiegast praat over een actueel onderwerp en 'live' vragen beantwoordt van kijkers uit de hele wereld.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Wekelijks 2 x per etmaal 1 aflevering via BVN.
Distributiemix	Satelliettelevisie BVN.

DOELGROEP: EXPATS EN EMIGRANTEN (vervolg)

Website	WERELDEXPAT.NL (www.wereldexpat.nl)
Format	Community website (audio, video, beeld en tekst) met nieuws en gerichte informatie voor en door expats.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks ververst, 5 dagen per week. Nieuwsbrief: 1 x per 2 weken.
Distributiemix	Internet, e-mail.
Overig	Wordt in 2009 uitgebreid met video, in een crossmediale samenwerking met het BVN televisieprogramma 'Landgenoten'.

Website WERELDKIDS.NL (www.wereldkids.nl)

Website	WERELDKIDS.NL (www.wereldkids.nl)
Format	Nederlandstalige blog, gemaakt voor en door kinderen van expats en emigranten, waarin zij hun ervaringen in het buitenland delen.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks ververst, 7 dagen per week. Nieuwsbrief: 1 x per 2 weken.
Distributiemix	Internet, e-mail.
Overig	Wordt in 2009 uitgebreid met video, in een crossmediale samenwerking met het BVN televisieprogramma 'Landgenoten'.

Programma RNW24 (www.rnw24.nl)

Programma	RNW24 (www.rnw24.nl)
Format	Nederlandstalig non-stop webradiostation met Nederlandse muziekproducties, nieuwsbulletins op de hele uren en promo's voor de Wereldomroep en BVN.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks, non-stop.
Distributiemix	Internet.
Overig	Nieuwe activiteit; wordt in 2009 geëvalueerd.

DOELGROEP: VAKANTIEGANGERS, OVERWINTERAARS, ZAKENREIZIGERS

Programma	WERELDKRANT
Format	Nederlandstalig pdf-dagblad op A4-formaat, met een selectie van (bewerkte) bulletinberichten, internetverhalen en service-informatie die tezamen een compleet overzicht geven van nieuws en ontwikkelingen in Nederland, Europa en de wereld.
Lengte	12 pagina's A4 als PDF.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks 1 x per dag via e-mail.
Distributiemix	Via hotels, campings & resorts.
Overig	Samenwerking met de ANWB. In kwartaal 4 2008 wordt de samenwerking geëvalueerd; op basis van de resultaten worden afspraken voor 2009 gemaakt.

DOELGROEP: VAKANTIEGANGERS, OVERWINTERAARS, ZAKENREIZIGERS (vervolg)

Programma	NIEUWSLIJN
Format	Dagelijks radioprogramma met nieuws, actualiteiten en service-informatie uit en over Nederland, Europa en de wereld.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks 6 x in Europa. Dagelijks 12 x in alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (ook kortegolf), internet, satelliet.
Overig	Nieuwslijn zal in 2009 in een nieuw format in coproductie worden gemaakt met Radio Nieuws Centrale (zie hoofdstuk 'Samenwerking en projecten').

Programma	NL MAGAZINE
Format	Dagelijks radioprogramma met achtergronden bij het nieuws.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks aansluitend op nieuwslijn. 6 x in Europa. 12 x in alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet.
Overig	NL magazine bestaat vrijwel geheel uit eigen radioproducties, die in bewerkte vorm ook op de websites verschijnen.

Programma	THEMAPROGRAMMA
Format	Dagelijks radioprogramma met per weekdag wisselende thema's: Nederlandse taal, Europa, sport, internationaal recht, duurzame ontwikkeling en een vrij thema.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks 3 x in Europa. 12 x naar alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet.
Overig	De thema's Europa, duurzame ontwikkeling en internationaal recht worden in samenwerking met andere (taal)afdelingen binnen de Wereldomroep gemaakt onder centrale aansturing. Sport wordt ism NPO gemaakt. Verhalen zijn in bewerkte vorm ook op de websites te vinden.

DOELGROEP: INTERNATIONALE CHAUFFEURS

Programma/website	ONDERWEG (www.wereldomroep.nl)
Format	Live radioprogramma met nieuws uit en over de transportsector, servicenieuws, weer en verkeersinformatie, sms-groeten en mededelingen van chauffeurs en hun thuisfront, en veel (live) muziek.
Lengte	2 uur.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	5 dagen per week, op werkdagen.
Distributiemix	Radio (kortegolf, middengolf) en internet.
Overig	Crossmediale samenwerking met fanclub (community) website. Partners: Transport Logistiek Nederland, RAI Amsterdam, RTV Drenthe.

DOELGROEP: MILITAIREN OP VREDESMISSIE

Programma/Website	URUZGAN.FM (www.uzuzgan.fm)
Format	Een live radioprogramma met nieuws uit en over de missie in Afghanistan en de wereld van defensie, serviceinformatie, verzoekplaten en groeten van en naar militairen en hun familie in Nederland en veel popmuziek.
Lengte	1 uur.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	5 dagen per week, op werkdagen.
Distributiemix	Radio (lokaal in Afghanistan via FM, lokaal in Nederland via FM lokale omroepen) Internet: live en als podcast.
Overig	Coproductie met 3FM en 15 lokale publieke omroepen in Nederland. Voortzetting in ieder geval tot het einde van de missie in Afghanistan.

DOELGROEP: NEDERLANDERS IN MARITIEME SECTOR

Programma/website	OP ZEE (www.opzee.nl)
Format	Radioprogramma met nieuws, achtergronden, serviceinformatie en entertainment uit en over de maritieme sector.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Wekelijks 3 x in Europa. 12 x in alle delen van de wereld.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet en internet. Ook uitgezonden door Radio Rijnmond.
Overig	Was een live-uitzending van 2 uur op zaterdagochtend met veel entertainment. Evaluatie in 2008 heeft geleid tot besluit om programma terug te brengen tot een wekelijkse achtergrondmagazine dat beter aansluit bij de belevingswereld van de doelgroep. In 2009 wordt het programma opnieuw geëvalueerd.

DOELGROEP: NEDERLANDERS IN HET BUITENLAND

Website	WERELDOMROEP.NL (www.wereldomroep.nl)
Format	Nederlandstalige website (audio, video, beeld en tekst) met journalistieke inhoud (nieuws en achtergronden) en specifieke journalistieke multimediateproducties, maar ook serviceinformatie, zoals radiogids en de frequentiezoekmachine, uitzending gemist, podcasts en informatie over de Wereldomroep zelf. De thema's Europa, duurzame ontwikkeling en internationaal recht worden in samenwerking met andere redacties gemaakt onder centrale aansturing. Sport wordt in samenwerking met de NPO gemaakt.
Lengte	Niet van toepassing.
Output internet per week:	Dagelijks meerdere keren ververs, 7 dagen per week. Nieuwsbrief: 1 x per dag (nationaal en internationaal nieuws).
Distributiemix	Internet.
Overig	Deze site zal in het komend jaar worden omgevormd tot een communitysite voor en door expats en emigranten, samen met wereldexpat.nl en wereldkids.nl.

BIJLAGE IV PROGRAMMA-ACTIVITEITEN VAN DE TAALREDACTIES

(winterprogrammering 2008 – 2009)

De Engelstalige redactie	
<i>Newsline</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 30 jaar. Regio: Noord Amerika en Canada, Engelstalig Afrika en Europa.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Nieuws en actualiteiten. Reportages en analyses over internationale en nationale gebeurtenissen vanuit een Nederlands/Europees perspectief. Een persoverzicht van Nederlandse kranten. Het programma wordt gemaakt door een breed netwerk van Nederlandse journalisten en correspondenten. Bedoeld als alternatieve informatiebron in medialandschappen waar ook andere Engelstalige zenders aanwezig zijn, zoals CNN, BBC, VOA en Deutsche Welle.
Lengte	26½ minuten, modulair opgebouwd.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Onder andere de Canadian Broadcasting Corporation, NPR Seattle KUOW, World Radio Network naar diverse zenders in Afrika, Expatica B.V. in Nederland en Europa.
<i>The Radio Books</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Noord Amerika, Australië, India.
Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Verspreiding van Vlaamse en Nederlands cultuur onder een wereldpubliek.
Format	De Nederlandse korte verhalen zijn te beluisteren in het Engels. De verhalen zijn specifiek voor dit project geschreven door Nederlandse en Vlaamse auteurs. De Wereldomroep, de Nederlandse Ambassade in Brussel en het Nederlands Literaire Vertalingen- en Productiefonds vertalen de Radioboeken o.a. in het Engels, Frans, Spaans en Indonesisch en lezen ze in.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Woensdag en door partners op diverse dagen afhankelijk van zendrichting.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Onder andere ABC News Radio (Australië), Canadian Broadcasting Corporation, World Radio Network (distribueert aan vele radiostations wereldwijd), Radio Misty FM (India). In Vlaanderen zendt cultuurzender Klara de Radioboeken uit in het Nederlands. In Nederland zijn de verhalen te beluisteren in het VPRO programma De Avonden op Radio 6.

<i>The State We're In.</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 25 jaar.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Het creëren van een podium voor een wereldwijde dialoog over maatschappelijk relevante onderwerpen. Met en tussen mensen die een directe link met gebeurtenissen op het wereldtoneel hebben. Modulair opgebouwd internationaal programma met een persoonlijke kijk op het nieuws en gebeurtenissen op het wereldtoneel, met name op het gebied van de mensenrechten en internationaal recht.
Lengte	60 minuten en modules van 30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zaterdag. Herhaling op dinsdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet (live en on demand), satelliet, partnerstations.
Partners	Onder andere WAMU Washington D.C., ABC News Radio (Australia), Canadian Broadcasting Corporation, Somaliweyn Radio (Somalië) World Radio Network.
<i>Bridges with Africa</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 - 40 jaar. Met name in: Nigeria, Ghana, Liberia, Sierra Leone, Somalië en zuidelijk Afrika.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Magazine programma bedoeld als brug tussen Nederland/Europa en delen van Afrika. Interactief discussieprogramma tussen mensen van een bepaalde diaspora groep en een partnerstation in hun land van herkomst. De Wereldomroep heeft het voornemen de discussies live te laten uitzenden in de doelgebieden via de lokale partners en via haar eigen zenders.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Canadian Broadcasting Corporation, World Radio Network, NPR (National Public Radio) stations in VS, partnerstations in zuidelijk Afrika en Somaliweyn Radio in Somalië.
<i>Curious Orange</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 - 40 jaar. Regio: Noord Amerika en Canada, Zuidelijk Afrika.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Informatief magazine met reportages, discussie, muziek en feedback van luisteraars. Onderwerpen: Nederlandse cultuur, sociaal-maatschappelijke issues die bijzonder zijn voor Nederland en waar Nederland internationaal een leidende rol speelt zoals het homohuwelijk, euthanasie en het drugsbeleid.

Curious Orange (vervolg)	
Lengte	30 minuten, modulair opgebouwd.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	O.a. Canadian Broadcasting Corporation, World Radio Network, via het netwerk van NPR in de VS en via partnerstations in zuidelijk Afrika.
Earthbeat	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 - 40 jaar. Regio: met name in India en Engelstalig Afrika.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Algemeen: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Het creëren van een podium voor ideeën van Nederlandse bodem over o.a. armoede, ziektebestrijding en de Millennium Development Goals en voor uitwisseling van ideeën tussen landen in ontwikkelingsfase en Nederland/ Europa.
Format	Internationaal magazine over duurzame ontwikkeling, ontwikkelingssamenwerking, armoedebestrijding en milieu. Wat voegen Nederland en Nederlanders toe op het gebied van duurzame ontwikkeling?
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op donderdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Onder andere ABC News Talk Radio (Australia), Canadian Broadcasting Corporation, World Radio Network, via het netwerk van NPR in de VS en via in zuidelijk Afrika.
Network Europe	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 – 40 jaar Regio: West en Centraal Europa.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Algemeen: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: via dagelijkse berichtgeving over de EU, de Europese burger beter op de hoogte te houden van Europese gebeurtenissen.
Format	Modulair opgebouwd programma gemaakt in samenwerking met Europese partners. Een levendige mix van nieuws, actualiteiten en cultuur die tezamen een realistisch beeld vormt van modern Europe.
Lengte	30 minuten, modulair opgebouwd.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks nieuws en actualiteiten. Zaterdag een 'best of...' en zondag een cultuurprogramma.

Network Europe (vervolg)	
Distributiemix	Radio (middengolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Deutsche Welle, Radio France Internationale, Radio Poland International, Czech International Service, Radio Slovenia, Radio Bulgaria International, Radio Hungary International, Radio Romania International, SKAI Greek Broadcasting Network, Punto Radio (Spanje), Europa Lisboa (Portugal), RTBF (België).
Reloaded	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd >25 jaar. Regio: Noord Amerika en Canada, Australië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Een programma samengesteld uit de <i>highlights</i> van de Engelstalige programmering. De 'best of...' de reportages van de week; modulair opgebouwd.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Onder andere ABC News Radio (Australia), Canadian Broadcasting Corporation, World Radio Network.
De website (www.rnw.nl)	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd >20 jaar. Regio: Noord Amerika, Canada, Afrika, India en Australië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	De website biedt een mix van Nederlands, Europese en internationaal nieuws en achtergrondverhalen. Biedt een onafhankelijke kijk op nieuws en actualiteiten en duidt onderwerpen van internationaal belang, vooral onderwerpen als de mensenrechten, internationaal recht, milieu en ontwikkelingssamenwerking. Geeft tekst en uitleg over gebeurtenissen in Nederland en plaatst die in een internationaal context. De website biedt een mix van tekst, beeld, video en audio. Daarnaast een YouTube canal met eigen publicaties, een opiniepagina, corporate informatie, frequenties en programma-informatie.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks ververst.
Distributiemix	Internet.
Partners	Onder andere Expatica.com en Swiss Info.

De Nederlands Antilliaanse en Arubaanse redactie

Linea Recta

Doelgroep en doelgebied	Informatiezoekers. Nederlandse expats en militairen op de Nederlandse Antillen en Aruba. De Antilliaanse en Arubaanse gemeenschappen in Nederland.
Kerntaak	Kerntaak I, II en III: Algemeen: Het informeren van Nederlandstaligen in het buitenland. Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Het vervullen van een brugfunctie tussen Nederlandse Antillen en Aruba en hun gemeenschappen in Nederland.
Format	Dagelijks actualiteitenprogramma met: nieuwsbulletins, actuele reportages, achtergronden en nieuws over Nederland, Antillen en berichtgeving over de politieke besluitvorming in Den Haag en op de Antillen/Aruba inzake het proces van staatkundige herstructurering. Een nieuws- en krantenoverzicht in het Papiamentu en in de toekomst uitbreiden van de nieuwsuitzendingen met meer Papiamentu.
Lengte	55 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, partnerstations, internet.
Partners	Partnerstations: live doorgifte van gehele uitzending of doorgifte van onderdelen van de uitzending op later tijdstip.

www.caribiana.nl

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers in Suriname en op de Nederlandse Antillen en Aruba. De Surinaamse, Antilliaanse en Arubaanse gemeenschappen in Nederland.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Algemeen: Het voorzien van onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Het vervullen van de brugfunctie tussen Suriname, de Antillen en Aruba en hun respectievelijke gemeenschappen in Nederland.
Format	Website, waarvan een deel gericht is op Suriname en een deel gericht is op de Nederlandse Antillen en Aruba. Een bewerking van het nieuws uit de eigen radio-uitzendingen en het overige internationale, nationale en regionale nieuws en achtergronden bij het nieuws met focus op de community.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Dagelijks
Distributiemix	Internet

De Surinaamse redactie

Nieuwslijn Suriname

Doelgroep en doelgebied	Informatiezoekers in Suriname met een band met Nederland vanwege familie of vrienden. Informatiezoekers buiten Suriname met belangstelling voor ontwikkelingen aldaar. Leeftijd 20 – 70
Kerntaak	Kerntaak II en III: Algemeen: Het voorzien van onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Het vervullen van de brugfunctie tussen Suriname en de Surinaamse gemeenschap in Nederland
Format	Dagelijks actualiteitenprogramma met: een nieuwsbulletin, actuele reportages, nieuws en achtergronden over Nederland en Suriname, zowel uit Suriname als uit de Surinaamse gemeenschap in Nederland. Een krantenoverzicht.
Lengte	45 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), internet, satelliet, partnerstations.
Partners	Partnerstations: live doorgifte van gehele uitzending of doorgifte van onderdelen van de uitzending op later tijdstip.

Sarnami Magazine

Doelgroep en doelgebied	Informatiezoekers binnen de Hindoestaanse gemeenschap. Suriname
Kerntaak	Kerntaak II en III: Algemeen: Het voorzien van onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: Het vervullen van de brugfunctie tussen de Hindoestaanse bevolking van Suriname en de Surinaamse Hindoestanen in Nederland.
Format	Wekelijks programma met een selectie van het belangrijkste internationale en nationale nieuws, een krantenoverzicht, eigen onderwerpen die het belang van de Hindoestaanse gemeenschap ondersteunen.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Satelliet, internet

Canta America

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers en informatiezoekers. Suriname.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Mix van Latijns-Amerikaans en Caribische muziek in al zijn vormen en ontwikkelingen vanaf 1950 tot heden en met gasten uit de muziekwereld.
Lengte	60 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Satelliet, Internet.

De Portugese redactie

Revista da Holanda

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Brazilië
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in gebieden met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Achtergronden bij het nieuws, interviews, reportages en vertalingen van artikelen van collega journalisten van de centrale redactie van de Wereldomroep.
Lengte	15 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op donderdag.
Distributiemix	Satelliet naar partnerstations, internet.
Partners	Enkele partnerstations in Brazilië die dit uitzenden: Sistema Radiobrás – Rádio Nacional FM, Rádio Universitária do Recife FM, Rádio UFOP FM, Rádio Educadora Rural Santarém

De website (www.parceria.nl)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Brazilië, Angola, Oost-Timor, Mozambique.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in gebieden met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Actualiteiten en achtergronden over Nederland, Brazilië, internationale betrekkingen, wetenschap, cultuur, maatschappij en mensenrechten.
Output internet per week	Dagelijks ververst.
Distributiemix	Internet (on demand, podcasts).
Partners	Onder andere samenwerking met Brasileiros na Holanda, de grootste website voor Brazilianen in Nederland.

Europarada

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers.
Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: het verspreiden van de Nederlandse en Europese popcultuur.
Format	Het muziekprogramma is gebaseerd op de formule van Ad Roland. Het dateert uit 1985 en wordt verspreid op CD onder meer dan 600 radiostations in de Spaanstalige wereld, ook in de VS. Wordt ook geproduceerd in het Engels, Spaans en Indonesisch.
Lengte	60 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1 x per maand op vrijdag.
Distributiemix	Satelliet, cd naar partnerstations, internet.
Partners	Enkele partnerstations in Brazilië die het programma uitzenden: Cidade FM, Rádio Aparecida, Rádio Educadora de Uberlândia, Rádio Universitária do Recife FM.

De Spaanstalige redactie

Boletín de Noticias

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Live presentatie van het actuele nieuws.
Lengte	4 en 6 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Farco (Argentina), Universal FM (Bolivia), UN Radio (Colombia), Radio Faro de David (Panama), Radio Filarmonía (Peru).

La Matinal

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in gebieden met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Live nieuwsuitzending met een nieuwsbulletin van 5 minuten, een hoofdthema, een 'must-carry' commentaar van de Centrale Redactie, een bijdrage van een correspondent uit Latijns-Amerika, een interview over een actueel onderwerp, een Europees persoverzicht. Om de dynamiek van het programma te bevorderen wordt gestreefd naar zes items per programma.
Lengte	27 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag. 3 x per dag herhaald.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio FM Alas (Argentina), Radio Universidad Técnica Federico Santa María (Chile), Radio Universidad del Choco (Colombia), Radio Católica Manabí (Ecuador).

A Fondo

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in gebieden met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Het programma bestaat uit een 'must-carry' commentaar van de Centrale Redactie, een bijdrage van een correspondent in Latijns-Amerika, een analyse van de actualiteit d.m.v. een interview.
Lengte	19 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag.

A Fondo (vervolg)	
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio UCSG (Ecuador), Radio Fe y Alegria (Venezuela).
Noticias de Holanda	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in gebieden met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Een programma waarin verschillende facetten van de Nederlandse samenleving worden belicht. Korte berichten over ontwikkelingen op religieus, politiek, cultureel gebied.
Lengte	4 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Zaterdag en zondag. 1 x herhaling op die dagen.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Universal FM (Bolivia), Radio Cadena Nacional (Colombia), Radio Runacunapac Yachana (Ecuador).
Resumen de la prensa Europea	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: informeren over de belangrijkste thema's in de Europese pers waarbij de visie van de Europese pers op ontwikkelingen in Latijns-Amerika centraal staan.
Format	Een overzicht van de koppen en de commentaren van de belangrijkste Nederlandse en Europese kranten.
Lengte	4 minuten en een versie van 2 minuten aan het eind het programma Matinal.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio Concierto (Argentina), Radio Universidad de Antofagasta (Chile), Radio La Voz de Guamote (Ecuador).
Punto de Vista	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland (en Europa) in het buitenland.
Format	Commentaren, meestal een 'must carry' over de achtergrond van actuele gebeurtenissen in Nederland/Europa. Analyse van actuele gebeurtenissen in Nederland en Europa.
Lengte	3 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zaterdag met een herhaling op zondag.

<i>Punto de Vista (vervolg)</i>	
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio Libertad (Bolivia), Nautica FM (Venezuela).
<i>Con acento Holandés</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland (en Europa) in het buitenland.
Format	Interviews, reportages en commentaren die de verschillende aspecten van de Nederlandse samenleving belichten: cultuur, onderwijs, politiek, religie. Het weergeven van het debat in de Nederlandse maatschappij over ethische kwesties, zoals euthanasie, abortus, homoseksualiteit, etc. Wordt gemaakt in samenwerking met de andere taalredacties van de Wereldomroep.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op donderdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Universal FM (Bolivia), Nautica FM (Venezuela).
<i>Voces</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Interviews en reportages over de multiculturele samenleving. Culturele en sociale ontwikkelingen in relatie tot de kunst. Interviews met de belangrijkste vertegenwoordigers van de literatuur, muziek en beeldende kunsten uit Europa en Latijns-Amerika. Een panorama over de Latijns-Amerikaanse cultuur.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op vrijdag. Herhaling op zondag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio Aire Libre (Argentina), Universidad de BioBio (Chile), Radio Cadena Nacional (Colombia), ICER (Costa Rica), XHUDC Universo FM (Mexico).
<i>Artículo Uno</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Interviews, reportages en commentaren, over Internationaal Recht, Vrede en Veiligheid in samenwerking met de taalredacties van de Wereldomroep en specialisten internationaal recht. Bekendheid genereren voor Nederland als centrum van vrede en veiligheid. Ook aandacht voor de nieuwe rol van het leger bij vredesmissies.
Lengte	25 minuten.

Artículo Uno (vervolg)	
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op donderdag. Herhaling op maandag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio UCSG (Ecuador), Radio Altiplano (Mexico).
Un Mundo Mejor	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Interviews en reportages over de relatie tussen de natuur en de meest gevarieerde aspecten van duurzame ontwikkeling. Het delen van kennis over duurzame ontwikkeling in Nederland en Europa met Latijns-Amerika en omgekeerd.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op woensdag. Herhaling op zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Estación Cuenca (Ecuador), Radio Latacunga (Ecuador).
Estación Europa	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Een programma met interviews en reportages over de politieke, sociale en culturele actualiteit in de 27 landen van de EU, en de andere Europese landen. De relaties tussen Europa en de rest van de wereld, met de nadruk op Latijns-Amerika.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op dinsdag. Herhaling op vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Estación Europa is samengesteld uit programmaonderdelen van Euranet, het samenwerkingsverband van 14 Europese partners.
Estudio Ágora	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.

Estudio Ágora (vervolg)

Format	Het zogenaamde vlaggenschipprogramma van de Spaanse redactie waarin het publiek over de politieke, sociale en culturele situatie van Latijns-Amerika wordt geïnformeerd, vanuit een Nederlands/Europees perspectief. Nuttige informatie over gezondheid en de laatste ontwikkelingen op het gebied van de wetenschap. Reportages over live optredens van Latijns-Amerikaanse artiesten in Nederland. Nadruk op interactiviteit: elke week een bijdrage in samenwerking met een partnerstation.
Lengte	45 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zaterdag. Herhaling op woensdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio Católica Estación Cuenca (Ecuador), Radio UCSG (Ecuador).

Cartas@rn

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: de band met het publiek versterken alsook de band tussen luisteraars en bezoekers van de Wereldomroep onderling.
Format	Interactief, infotainment programma: het publiek kan brieven, e-mails en voice-mails sturen naar 'libro de visitas' op internet. In het programma worden de verschillende vragen van het publiek beantwoord. Zij kunnen hun meningen en commentaren geven op alle programma's van de Wereldomroep. Soms wordt een luisteraar of bezoeker onverwacht gebeld, waardoor een levendige conversatie ontstaat. De Wereldomroep bezoekt haar publiek ook persoonlijk. Ter plaatse worden verschillende reportages gemaakt over de geschiedenis, cultuur, gewoontes en het leven in de stad en het land van herkomst. Eenmaal per jaar wordt er een prijsvraag georganiseerd.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag. Herhaling op donderdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder FM Pochullo (Argentinië), Universal FM (Bolivia), Nautica FM (Venezuela).

Cuentos de los Países Bajos (de Radioboeken)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Radioboeken van Nederlandse en Vlaamse schrijvers, vertaald en bewerkt door vertalers en gelezen door programmamakers van de Wereldomroep.
Lengte	45 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op dinsdag. Herhaling op zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Commerciële, educatieve en communautaire radiostations in de regio waaronder Radio Altiplano (Mexico).

<i>RN presenta</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Hergebruik van het archief: herhaling van speciale programma's uit het archief van de Spaanse redactie van de Wereldomroep, zoals thematische series en hoorspelen.
Lengte	59 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op dinsdag. Herhaling op donderdag en zaterdag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Onder andere Universal FM (Bolivia), Separatel (Chile), Radio Cumbre (Peru).
<i>Radionovella</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	Hoorspelen, die in de loop der jaren door de Wereldomroep en Radio Nederland Training Centre (RNTC) geproduceerd zijn: bijvoorbeeld 'La incomprendida', over geweld tegen de vrouw. Aansluitend worden 'live' debatten uitgezonden die zijn gemaakt n.a.v. deze hoorspelen.
Lengte	25 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op donderdag.
Distributiemix	Satelliet, cd naar partnerstations, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Onder andere FM Pocahullo (Argentina), Universal FM (Bolivia), ERPE (Ecuador), Arrecife anahuac (Mexico), Radio Voz sin Fronteras (Panama).
<i>Europarade</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS
Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: het verspreiden van de Nederlandse en Europese popcultuur.
Format	Het muziekprogramma is gebaseerd op de formule van Ad Roland en dateert uit 1985. Wordt ook geproduceerd in het Engels, Portugees en Indonesisch.
Lengte	59 minuten
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandelijks op vrijdag, herhaling op zondag
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Wordt verspreid op CD onder meer dan 600 radiostations in de Spaanstalige wereld, ook in de VS.
<i>La Fonoteca</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.

La Fonoteca (vervolg)

Kerntaak	Kerntaak III: Algemeen: het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. Specifiek: het verspeiden van de Nederlandse en Europese popcultuur.
Format	Presentatie van de meest populaire hits van het moment.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zaterdag. Herhaling op maandag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Onder andere RNE - Discopolis Radio 3 (Spanje), Radio Universidad de Tucuman (Argentina), Universidad de BioBio (Chile), Radio Sucumbios (Ecuador), Frecuencia UAL (Mexico).

Podium Neerlandes

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Muziek van de belangrijkste Nederlandse concertpodia. Traditioneel en modern klassiek voornamelijk door Nederlandse orkesten. Selecties uit werken van verschillende stijlen en tijden voorafgegaan door een korte uitleg en biografie van de componist.
Lengte	59 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op woensdag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Onder andere Antena Uno (Argentina), Radio Universidad de Antofagasta (Chile), Radio Nuevo León (Mexico), Radio Mía (Panama).

De website www.informarn.nl

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Latijns-Amerika en de Cariben.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Nieuws 24 uur per dag, 7 dagen per week. Actuele artikelen en commentaren van La Matinal en de 'must carries' die dagelijks worden geproduceerd. Bij alle artikelen heeft de bezoeker de gelegenheid te reageren. Actuele programma-informatie. Specials op het gebied van Noord- en Zuid-Amerika, Nederland en Gezondheid. Series als Vrede en Veiligheid, de Millenniumdoelen, Gemengde Culturen. Videoopnames van interviews met schrijvers (bijv. Cees Nooteboom, Jorge Semprún, Carlos Fuentes), presidenten (Evo Morales, Michele Bachelet), oud-presidenten (Fernando Enrique Cardoso, Ricardo Lagos) en kunstenaars (Fernando Botero). Een weblog met bijdragen van verschillende programmamakers en journalisten. Een YouTube canal met eigen publicaties, een opiniepagina, smoelenboek, corporate informatie, frequenties en een webcam.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag tot en met zondag.
Distributiemix	Internet (live streaming en on demand, podcasts, video en audio).
Partners	Samenwerking met partnerstations in Latijns-Amerika, de Cariben en de VS waaronder organisaties als Fríde, CIP, Fundacio Cultura de Paz. En samenwerking met kranten in Chili, Mexico, El Salvador, Peru, Nicaragua, Uruguay, Guatemala en Paraguay.

De Spaanstalige redactie, in samenwerking met derden

Manos Amigas

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, de Cariben en partnerstations in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	De thema's bevorderen wereldvrede en dialoog. Dialoog is nodig om een einde te maken aan de conflicten, het geweld, de ontvoeringen en de drugshandel. Ook behandelt het programma positieve aspecten van de cultuur en geeft hoop op een beter leven.
Lengte	20 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op vrijdag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast).
Partners	Geproduceerd door het Centro de Producción Radial van Colombia in samenwerking met instellingen in Nederland en organisaties van de Verenigde Naties.

Agroenlace Iica

Doelgroep en doelgebied	Informatiezoekers. Met name werknemers en ondernemers in de landbouwsector. Regio: Latijns-Amerika en Los Angeles in de VS.
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	Informatie over de nieuwste technologische ontwikkelingen op landbouwgebied, over samenwerkingsverbanden in de sector; meningen van boerenleiders, ondernemers.
Lengte	15 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op vrijdag. Herhaling op zaterdag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstations.
Partners	Geproduceerd en gepresenteerd door het Instituto Americano de Cooperación para la Agricultura (IICA), het Amerikaanse Instituut voor Samenwerking in de Landbouw van de OAS. Radio Nederland Training Centre (ism met de Wereldomroep) heeft met IICA een overeenkomst voor vijf jaar gesloten. Wordt uitgezonden door meerdere partnerstations in Los Angeles die het programma via satelliet ontvangen.

Archivo Selser

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Met name studenten. Regio: Mexico.
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	Korte bijdragen van journalisten over de dagelijkse werkelijkheid in Latijns-Amerika. Een productie in samenwerking met de Universidad Autónoma de la Ciudad de México. De programma's zijn gebaseerd op materiaal uit het archief van twee van de bekendste journalisten van de regio, Gregorio en Maria Selser. Onderwerpen gaan over de betrekkingen tussen Latijns-Amerika en Europa, de strijd van de inheemse bevolking om grondbezit, de beweging voor vrouwenrechten enzovoort.
Lengte	12 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op woensdag. Herhaling op zondag.
Distributiemix	Satelliet
Partners	Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Ronda informativa aler

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Met name studenten. Regio: Latijns-Amerika en de Cariben.
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	De 'Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica' presenteert vanuit Quito, Ecuador, een programma met nieuws en achtergronden waaraan 14 landen uit Latijns-Amerika en de Cariben deelnemen. Het wordt geproduceerd door communautaire radiostations. Programma's bevatten een selectie uit het nieuws van de week, een combinatie van regionale en Europese gebeurtenissen. De Wereldomroep wil met dit programma de dialoog bevorderen tussen Nederland, Europa en Latijns-Amerika.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zaterdag. Herhaling op zondag.
Distributiemix	Satelliet, internet (live streaming en podcast), partnerstartions.
Partners	Onder andere Radio Libertad (Bolivia), Radio La Luna (Ecuador), Radio Universidad de la Unas (Peru).

De Franstalige redactie

Rencontres & Profils / Africa In Progress

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers, met name leerlingen, studenten en onderzoekers. Informatiezoekers, met name vrouwen. Doelgebied: Franstalig West Afrika en Centraal Afrika / Engelstalig West Afrika
Kerntaak	Kerntaak II: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.
Format	'Design-to-copy' format: audioproducties met modulaire opbouw, klaar om uit te zenden, format en thema kan worden gekopieerd, of items kunnen worden opgeknipt en in andere producties ingepast. Relevante thema's die de dialoog bevorderen en de uitdagingen van het continent onder de loep nemen. Onderwerpen zijn onder andere democratie, onderwijs, gezondheidszorg, media en communicatie, nieuwe technologieën, energie, cultuur en muziek, vrouw en kind, vrijheid van pers en meningsuiting enzovoort.
Lengte	30 – 45 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Deze worden bepaald door de partnerstations, maar met de verzekering van meerdere herhalingen hebben de programma's een hoge hergebruikwaarde.
Distributiemix	Partnerstations, internet.
Partners	Een netwerk van 500 community radiostations in West Afrika.

De website www.bureauafrique.nl

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: West Afrika, Centraal Afrika, Oost Afrika en het Grote Merengebied.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.

De website www.bureauafrique.nl (vervolg)

Format	On demand van alle audiprogramma's. Nieuws en actualiteiten, persoverzicht van de Nederlandse kranten in relatie tot Afrika.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag tot en met zondag.
Distributiemix	Internet (on demand audio) en partnerstations.
Partners	Samenwerking met een netwerk van 500 community radiostations voor zover toegang tot internet dat mogelijk maakt.

Paradiso

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Doelgebied: Franstalig West Afrika en Centraal Afrika.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Een maandelijks muziekprogramma met live optredens van Afrikaanse en andere multiculturele artiesten in Nederland.
Lengte	60 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1 x per maand.
Distributiemix	Internet en partnerstations.
Partners	Een netwerk van 500 community radiostations in West Afrika.

Vibrations

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Doelgebied: Franstalig West Afrika en Centraal Afrika.
Kerntaak	Kerntaak III: Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Een maandelijks muziekprogramma met de Europese en Nederlandse top uit de hitlijsten en aandacht voor de top Afrikaanse artiesten in de hitlijsten van Nederland en in de wereldmuziek.
Lengte	60 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1 x per maand.
Distributiemix	Internet en partnerstations.
Partners	Een netwerk van 500 community radiostations in West Afrika.

Africa In Progress (zie Engels)

De Arabische redactie

De Website *www.arabic.rnw.nl*

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 – 40 jaar. Regio: gehele Arabische wereld met als speerpunten Marokko/Maghreb, Jordanië, Irak en de Palestijnse gebieden. Ook aandacht voor Egypte, Saudi Arabië en de Golfstaten.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. (60%) Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. (40 %)

De website *arabic.rnw.nl*

Format	Nieuws en informatie over ontwikkelingen in Nederland/ Europa, in perspectief geplaatst. Het volgen van ontwikkelingen in Arabische gemeenschappen in Nederland/Europa. Commentaren en analyses over het Midden-Oosten / Maghreb vanuit Arabisch en westers perspectief. Selectie uit rubrieken over mensenrechten, vrouwenkwesties, dialoog tussen culturen, dossiers (onder andere Islam-denkers en Wilders), Nederlandse persberichten.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag.
Distributiemix	Internet.

'Nederland spreekt Arabisch'

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd 20 – 40 jaar. Regio: gehele Arabische wereld, met als speerpunten Marokko/Maghreb, Jordanië, Irak en de Palestijnse gebieden. Ook aandacht voor Egypte, Saudi Arabië en de Golfstaten.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. (60%) Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland. (40 %)
Format	Magazineprogramma met nieuws, actualiteiten, persoverzicht, reportages, interviews en discussie.
Lengte	60 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag.
Distributiemix	Radio (FM, kortegolf, middengolf) internet, satelliet. NB: hiermee spreidt de Wereldomroep het risico van blokkades.
Partners	Nog te bepalen.

De Indonesische redactie

Warta Berita (Nieuwsberichten)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Indonesië
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Nieuws
Lengte	7 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag, 4 x per etmaal.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Aceh News FM, Radio MAS FM, Radio Montini Group, Radio Swara Kemenangan (RSK FM).

Gema Warta (Nieuwsecho)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Regio: Indonesië
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Actualiteiten.
Lengte	13 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere RRI Pro 2 FM, Radio Bonansa FM, Radio Melody FM, Radio Papeja FM.

Jendela Antar Bangsa (Internationaal Venster)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 20 jaar. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma over internationaal recht, vrede en veiligheid, en mensenrechten in de vorm van reportages, interviews en berichtgeving.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op dinsdag en woensdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Angkasa Getar Gelombang (RAG), Radio Duta Musik Serasi, Radio Solopos FM.

Stasiun Europa (Station Europa)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 20 jaar. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma over Europa, Europese politiek en economie, met name in relatie tot Indonesië. Interviews, reportages en maandelijks een uitzending vanuit het Europees parlement in Brussel.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag. Herhaling op dinsdag en donderdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Rajawali Putra, Radio Madya Suara Ternate, Radio Enim Jaya.

Detak Bumi (Hartslag van de wereld)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma bedoeld voor hoog opgeleiden met belangstelling voor milieu, armoedebestrijding, duurzame ontwikkeling, wetenschap en de rol van de mens hierin. Interviews, reportages en berichtgeving.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op woensdag. Herhaling op donderdag en vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Fatia Swara, Radio Mitra Adi Swara, Radio Bonansa Media Swara.

Mengenal Belanda (Nederland kennen)

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 20 jaar. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma over Nederland, Nederlandse taal en cultuur. geschiedenis en de historische banden tussen Nederland en Indonesië.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op donderdag. Herhaling op vrijdag en zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Horas Swara Semesta, Radio Kalong FM, Radio Suara Kaltara Nada, Radio Be Smart.

<i>Dialog Mondial</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 20 jaar. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Interactieve live-uitzending met partnerstation en studiegasten over in overleg vastgestelde onderwerpen.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op woensdag en zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Bharata Rasihima, Radio Gema Kendari Irama, Radio Swara Rhamagong.
<i>Masyarakat Multikultural (Multiculturele Samenleving)</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd > 20 jaar. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma over de multiculturele samenleving, religie, culturen in Europa, Nederland en Indonesië.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag. Herhaling op dinsdag en zaterdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Gema Pertiwi, Radio Mentari, Aceh News FM, Radio Petra FM.
<i>Suara Perempuan (Vrouwenstemmen)</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Informatiezoekers met name vrouwen. Regio: Indonesië alsook Indonesische werknemers in het Midden- en Verre Oosten.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Programma voor vrouwen vanuit een vrouwelijk perspectief, over gezondheid, gelijkheid, seksualiteit, kunst, economie.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag. Herhaling op maandag en donderdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Radio Bulava Ruspa, Radio Guntur IB 29, Radio Trendy FM, Radio Suara Kashih Agung.

Kamera (Kawula Muda di Eropa 'Jongeren in Europa')

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers, vernieuwers. Informatiezoekers. Leeftijd tussen 15 en 25 jaar . Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Jongerenprogramma over Indonesische en Europese jongeren en studenten in Europa: over het leven en hoger onderwijs.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag. Herhaling op dinsdag en vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Onder andere Aceh News FM, Radio Ewangga, Radio RIA FM Female Solo, Suara Wajar.

Nieuws NL

Doelgroep en doelgebied	Informatiezoekers. Nederlands-sprekenden en cursisten Nederlandse taal (aanvulling op de cursus Nederlands in <i>Mengenal Belanda</i>). Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Nederlandstalig nieuws.
Lengte	4 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zaterdag en zondag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	

Magazine

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers en informatiezoekers. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	(Deels) Live programma, modulair opgebouwd, waarin actualiteiten, achtergronden en human interest onderwerpen met betrekking tot Nederland, Europa en Indonesië in een aantrekkelijk format worden gepresenteerd. Interactiviteit (via SMS, telefoon, internet) staat centraal, zowel met partners als luisteraars.
Lengte	2x 37 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag, woensdag, vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Nog niet bekend.

Siaran Bersama Suara Surabaya

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers en informatiezoekers. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Gezamenlijke live-uitzending met partnerstation Suara Surabaya waarin human interest centraal staat met wisselende studiegasten.
Lengte	10 – 15 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op maandag, woensdag en vrijdag.
Distributiemix	Radio (kortegolf), satelliet, internet, partnerstations.
Partners	Radio Suara Surabaya.

Europarade

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers en informatiezoekers. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Het muziekprogramma is gebaseerd op de formule van Ad Roland en dateert uit 1985 en wordt ook geproduceerd in het Engels, Portugees en Spaans.
Lengte	30 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Op zondag, 1 x in de maand. Op woensdag herhaald.
Distributiemix	Satelliet en cd naar partnerstations.
Partners	Onder andere CBS FM, Horas Suara Semesta (HSS Radio/Citra Parapat), Radio SUPER FM.

De website www.ranesi.nl

Doelgroep	Denkers, opinievormers en vernieuwers en informatiezoekers. Regio: Indonesië en Indonesiërs wereldwijd.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het verstrekken van informatie in gebieden met een informatie achterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Nieuws en actualiteiten uit de eigen radio-uitzendingen en achtergrondverhalen. Plaats voor discussie en reacties via e-mail en sms. Beeldmateriaal, zowel foto's als video.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag en dagelijks 1 nieuwsbrief.
Distributiemix	Internet (live streams, on demand audio en podcasts).

De Chinese redactie

De website <http://chinese.rnw.nl/>

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers en informatiezoekers. Met name Chinezen die interesse hebben in Nederland (studenten, zakenlieden, toeristen). Regio: China en Chinezen wereldwijd.
Kerntaak	Kerntaak II en III: Het verstrekken van informatie in gebieden met een informatie achterstand. Het geven van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Dagelijks nieuwsberichten, een krantenoverzicht, een forum en verhalen over Nederland (politiek, samenleving, cultuur, sport, typisch Nederlands), onderwijs, economie, taal, toerisme, Europees en internationale ontwikkelingen.
Lengte	Niet van toepassing.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Maandag t/m zondag.
Distributiemix	Internet.
Partners	Onder andere Universiteit Nyenrode, Universiteit Wageningen, Nuffic, Chinese Radio and Television Amsterdam, Henan People's Radio, Beijing Radio.

De muziek redactie

Live at the Concertgebouw

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Wereldwijd, met accent op de VS en Europa.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Muziekprogramma in samenwerking met de NPO gebaseerd op het aanbod van de klassieke Nederlandse concertpodia, hosted in het Engels en met een cohost uit de VS.
Lengte	118½ minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1x per week, 52 weken per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, internet, partnerstations, cd's.
Partners	Onder andere APM/WCLV, EBU pinkoffers

Podium Neéerlandés

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers Regio: Latijns-Amerika.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Muziekprogramma gebaseerd op het aanbod van klassieke muziek op de Nederlandse podia met een Spaanstalige host.
Lengte	58 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1x per week, 52 weken per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, internet, partnerstations, cd's.
Partners	Onder andere Radio Libertad (Bolivia), Radio La Luna (Ecuador), Radio Universidad de la UNSA (PERU).

Concerto Semanal	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Brazilië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Non-hosted muziekprogramma gebaseerd op het aanbod van klassieke muziek op de Nederlandse podia. Wordt aangeboden met scripts in het Portugees ten behoeve van lokale hosts.
Lengte	58 minuten
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1x per week, 52 weken per jaar Op dinsdag, en woensdag herhaald.
Distributiemix	Satelliet, partnerstations, internet, cd's.
Partners	Onder andere Brasilia Super Rádio FM, Rádio MEC do Rio de Janeiro, Rádio Cultura de São Paulo, Radio Educadora da Bahia
European Jazz Stage	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: VS en Europa.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Serie gebaseerd op het aanbod van Nederlandse en Europese jazzpodia, hosted in het Engels. Onderdelen worden ook aan de EBU aangeboden.
Lengte	58½ minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	13 x per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, partnerstations, internet, in VS via satelliet, op cd's.
Partners	Via partnerstationnetwerk in VS en via European Broadcasting Union uitgezonden in Europa.
Podio Europeo del Jazz	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Serie gebaseerd op aanbod van Nederlandse en Europese jazzpodia en hosted in het Spaans.
Lengte	45 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	13 x per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, partnerstations, satelliet, cd's.
Partners	Onder andere Radio Libertad (Bolivia), Radio La Luna (Ecuador), Radio Universidad de la UNSA (PERU)
Pentas Jazz Eropa	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: Indonesië.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Serie over jazzmuziek.
Lengte	30 minuten.

<i>Pentas Jazz Eropa (vervolg)</i>	
Uitzenddagen per week / Output internet per week	13 x per jaar. Op zondag en woensdag herhaald.
Distributiemix	Satelliet en op CD naar partnerstations.
Partners	Onder andere Delta FM Jakarta, Radio Evella Channel Indonesia (Evella Rasisonia), Radio Surya Permai (Superadio).
<i>Wereldmuziekserie</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: Latijns-Amerika, Afrika en India.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Serie gebaseerd op de belangrijkste Nederlandse festivals van wereldmuziek.
Lengte	58½ minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	13x per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations
Distributiemix	Radio, partnerstations
Partners	Een netwerk van ruim 1100 partnerstations.
<i>Anthology Live at the Royal Concertgebouw Orchestra</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: voornamelijk de VS en Canada.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Selectie van live-concerten van het Rotterdams symphonieorkest. Unhosted, voorzien van programma toelichting.
Lengte	80 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	1 cd box (14 cd's) per jaar. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, satelliet, partnerstations en cd.
Partners	Netwerk van circa 800 partnerstations voornamelijk in de VS.
<i>Discovering Dutch Ensembles</i>	
Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinieformers en vernieuwers. Regio: VS, Latijns-Amerika en Europa.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Selectie van hedendaagse live barok ensembles van Nederlandse bodem. Unhosted, voorzien van programmatolichting.
Lengte	80 minuten.
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Jaarlijkse productie van 4 CD's. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, partnerstations en cd.
Partners	Netwerk van circa 450 partnerstations.

Jazz at the Concertgebouw

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: wereldwijd.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Opnames van Jazz uit het Concertgebouw.
Lengte	160 minuten
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Jaarlijkse productie van 1 dubbel-CD. Specifieke dagen worden bepaald door partnerstations.
Distributiemix	Radio, partnerstations en CD.
Partners	Netwerk van circa 900 partnerstations.

Quattro live

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: wereldwijd.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Specifieke Nederlandse live radioconcertprogrammering (=matinee op zaterdag bij NPO) i.s.m. NPO. Unhosted, voorzien van programma toelichting.
Lengte	80 minuten

Quattro live (vervolg)

Uitzenddagen per week / Output internet per week	Jaarlijkse productie van 3 tot 6 CD's. Specifieke dagen wordt bepaald door partnerstations
Distributiemix	Radio, partnerstations, CD.
Partners	Netwerk van circa 800 partnerstations.

Festival Highlights

Doelgroep en doelgebied	Denkers, opinievormers en vernieuwers. Regio: wereldwijd.
Kerntaak	Kerntaak III: Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
Format	Opnames van Wereldmuziek op het Music Meeting Festival 1 x per jaar.
Lengte	160 minuten
Uitzenddagen per week / Output internet per week	Jaarlijkse productie van 1 dubbel-CD. Specifieke dagen voor uitzending worden bepaald door partnerstations
Distributiemix	Radio, partnerstations, CD.
Partners	Via netwerk van circa 1100 partnerstations.

BIJLAGE V SPEERPUNTEN BELEID, UITKOMSTEN EN ACTIES 2008

<i>Speerpunten beleid</i>	<i>Gewenste uitkomsten 2008 - 2012</i>	<i>Acties 2008</i>	<i>Resultaten 2008</i>
Verbeteren informatievoorziening ten aanzien van de wijze waarop de Wereldomroep aan haar doelstellingen voldoet.	De Wereldomroep voldoet aan zijn missie en taakstelling en is daarbij relevant voor de doelgroepen en onderscheidend ten opzichte van andere mediaorganisaties.	Formulering doelstellingen per redactie en per distributiekanaal. Formuleren van doelgroepen, behoefte, resultaten, activiteiten en middelen per redactie. Meten en vergelijken resultaten. Optimalisatie distributiemix per doelgroep/doelgebied etc.	Doelstellingen geformuleerd voor twee redacties, Indonesisch en BARN, bij wijze van proef. Continuering proces in 2009 voor alle redacties.
Herdefiniëring doelgroeprofielen en deze in de organisatie inbedden.	Doelgroeprofielen voor alle redacties van de Wereldomroep zijn helder gedefinieerd en ingebed in de organisatie.	Doelstellingen per doelgroep formuleren per redactie. Doelgebied- en concurrentieanalyse. Kritische succesfactoren formuleren. Koppelen producten en diensten aan doelgroep.	Doelgroepen aangescherpt en helder gedefinieerd. Doelgroepen aan alle producten gekoppeld (zie huidige meerjarenplan). Continuering proces in 2009.
Strategisch onderzoek systematisch onderdeel van productieproces de Wereldomroep.	Doelgroepbehoefte, toegevoegde waarde de Wereldomroep en relevante distributiemix in de doelgebieden in kaart gebracht.	Analyse aansluiting producten en diensten op behoeften. Meten klanttevredenheid. Meten relevantie en toegevoegde waarde producten en diensten van de Wereldomroep.	Model voor het meten van onderscheidend vermogen en relevantie ontwikkeld. Vervolgens getoetst in een viertal doelgebieden. Continuering proces in 2009.

<i>(vervolg)</i> <i>Speerpunten beleid</i>	<i>Gewenste uitkomsten</i> <i>2008 - 2012</i>	<i>Acties 2008</i>	<i>Resultaten 2008</i>
Verkenningen en onderzoek in bestaande en nieuwe doelgebieden.	Keuzes voor doelgebieden zijn onderbouwd en passen binnen missie en taakstelling van de Wereldomroep.	Start radiouitzendingen in het Arabisch. Chinese website lanceren. Verkenning naar mogelijke relevante rol voor RNW in Russische medialandschap. Uitbouwen partnernetwerk in India. Partnernetwerk in Zuidelijk Afrika uitbreiden.	Arabisch radiouitzendingen: gestart oktober 2008. Chinese website gelanceerd februari 2008. Verkenning Rusland: september 2008. Leidt niet tot start nieuwe activiteit. Partnernetwerk India uitgebouwd door aanstelling regiovertegenwoordiger. Uitbreiding partnernetwerk Zuidelijk Afrika; 2009. Uitbreiding Papiamentto gepland voor Q4, 2008.
Professionaliseren netwerk partnerstations in voornaamste doelgebieden.	Aantal duurzame mediapartners vergroten.	Intensivering communicatie met mediapartners. Formuleren van doelstellingen voor de ontwikkeling van partnerrelaties. Upgraden en uitbreiden systemen en procedures voor partneradministratie.	Partneradministratie en Customer Relationship Management database verder geoptimaliseerd en geprofessionaliseerd. Doelstellingen voor 2008 gehaald. Continueren proces in 2009.
Vaststelling distributie-opties per doelgroep/doelgebied.	Overzicht distributieopties per regio/doelgroep en verantwoording inzake kortegolf en andere distributiemiddelen.	Onderzoek naar mediagebruik doelgroep in vastgestelde doelgebieden. Lijst criteria voor het bepalen van de robuustheid van de distributiemogelijkheden.	Model ontwikkeld i.s.m. TNO voor het doen van onderzoek naar mediagebruik en distributiemogelijkheden in de doelgebieden. Model is getoetst in Ghana en Indonesië. Continueren proces in 2009.
BVN-zender voor niet-Nederlandstaligen.	Hergebruik audio/visuele bronmateriaal digitale opslag NPO voor anderstaligen in het buitenland.	Verkenningen en onderzoek starten naar doelgroep, doelgebied, distributie en haalbaarheid pilot.	Verkenning in afronding, uitkomst: wel video in alle talen, geen zender zoals BVN.

<i>(vervolg)</i> <i>Speerpunten beleid</i>	<i>Gewenste uitkomsten</i> <i>2008 - 2012</i>	<i>Acties 2008</i>	<i>Resultaten 2008</i>
Kennis- en informatiecentrum uitbouwen.	Gezaghebbend als kennis en informatiecentrum voor specifieke onderwerpen: duurzame ontwikkeling, internationaal recht etc.	Introductie vier themaprogramma's voor alle redacties. Introductie Vlaggenschipprogramma's.	Introductie vier themaprogramma's is voltooid. 3 vlaggenschipprogramma's zijn geïntroduceerd. Continueren proces in 2009.
Informatie à la carte aanbieden.	Doelgroepen op maat en gepersonaliseerd bedienen op ieder gewenst platform.	Training van journalisten in multimediaal produceren. Inrichten centraal digitale opslag. Ontwikkelen van nieuwe formats zoals digitale webkanalen en podcasts.	Resultaten behaald in het multimediaal produceren. Quickscan laten uitvoeren naar inrichting centraal digitale opslag. Proces continueren in 2009.
Revitalisering websites.	Verbeterde toegankelijkheid, hoger bereik en meer bekendheid bij de doelgroepen.	Introductie van meer interactieve tools (user generated content, social networking tools). Aanpassing informatiearchitectuur en invoeren eigentijds design en navigatie elementen.	In volle gang. Proces continueren in 2009.
Intensiveren samenwerking met partners en (media)organisaties.	Bekend als expert op specifieke onderwerpen door kennisdeling en breed pakket aan producten en diensten.	Deskundigheid van de Wereldomroep inzetten voor projecten, training en consultancy bij partners. Inhoudelijke samenwerking in diverse projecten, Bijbel en Koran, European Radio Project, Wereldkrant, Koopman en Dominee etc.	Belangrijke stappen gezet in het delen van kennis bij de Wereldomroep met binnenlandse publieke omroepen en internationale omroepen. Veelvuldige samenwerking op projecten is behaald. Proces continueren in 2009.

BIJLAGE VI UITZENDUREN

RAMING OUTPUT PLANPERIODE IN UITZENDUREN AUDIO								
	2008				2009			
	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners
Nederlands	6274	8784	0	0	5907	8760	0	2160
Engels	3392	8784	10	340	2190	8760	15	353
Spaans	2406	8784	21	641	2373	8760	21	641
Portugees	0	261	6	0	0	261	6	17
Indonesisch	1464	1464	0	0	1460	1460	0	1456
Caribisch Nederlands	314	601	0	0	0	601	0	0
Caribisch Sarnami	0	26	0	0	0	26	0	299
Caribisch Papiamentó	0	53	0	0	0	53	0	312
Frans	0	0	42	0	0	0	42	42
Arabisch ¹	144	144	0	0	783	783	0	52
Muziek	0	0	302	269	0	0	292	393
	13994	28901	381	1250	12713	29464	376	5725

	2010				2011			
	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners
Nederlands	5907	8760	0	2160	5907	8760	0	2160
Engels	2190	8760	15	353	2190	8760	15	353
Spaans	2373	8760	21	641	2373	8760	21	641
Portugees	0	261	6	17	0	261	6	17
Indonesisch	1460	1460	0	1456	1460	1460	0	1456
Caribisch Nederlands	0	601	0	0	0	601	0	0
Caribisch Sarnami	0	26	0	299	0	26	0	299
Caribisch Papiamentó	0	53	0	312	0	53	0	312
Frans	0	0	42	42	0	0	42	42
Arabisch ¹	783	783	0	52	783	783	0	52
Muziek	0	0	308	393	0	0	292	393
	12713	29464	392	5725	12713	29464	376	5725

RAMING OUTPUT PLANPERIODE IN UTZENDUREN AUDIO (VERVOLG)

	2012				2013			
	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners	KG, MG en DRM	Satelliet & Internet streaming ²	Cd naar partners	Internet naar partners
Nederlands	5907	8760	0	2160	5907	8760	0	2160
Engels	2190	8760	15	353	2190	8760	15	353
Spaans	2373	8760	21	641	2373	8760	21	641
Portugees	0	261	6	17	0	261	6	17
Indonesisch	1460	1460	0	1456	1460	1460	0	1456
Caribisch Nederlands	0	601	0	0	0	601	0	0
Caribisch Sarnami	0	26	0	299	0	26	0	299
Caribisch Papiamentó	0	53	0	312	0	53	0	312
Frans	0	0	42	42	0	0	42	42
Arabisch ¹	783	783	0	52	783	783	0	52
Muziek	0	0	292	393	0	0	292	393
	12713	29464	376	5725	12713	29464	376	5725

Toelichting:

Uitzendingen is het aantal uren directe uitzendingen in de lucht ongeacht het aantal zenders of satellieten. Via partnerships met enkele duizenden regionale en lokale radiostations en -ketens worden in veel landen de via satelliet, internet of CD aangeleverde uitzendingen verspreid via FM en Middengolfstations. Het beleid is erop gericht - en de organisatie is onlangs daarop afgestemd - om deze vorm van samenwerking en distributie de komende jaren fors uit te breiden. Dit moet leiden tot meer coproducties en een hogere afname van programma's door partnerstations.

¹ Start Arabische uitzendingen eind oktober 2008, tussenevaluatie na één jaar, eindevaluatie na twee jaar.

² Deze programmering is deels gebaseerd op de programma's voor de KG, MG en DRM. Deze distributie gaat zowel naar partnerstations als DTH (Direct To Home). Alle uitzendingen zijn ook "on demand" en via Internet te beluisteren.

BIJLAGE VII AANDEEL BINNENLANDSE OMROEP IN NL-PROGRAMMERING

AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN ZOMERPROGRAMMERING 2008					
	maandag tm vrijdag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0900 uur	Nieuwslijn	RNW	30	6	20
0930 uur	De twaalf provinciën	RNC	30	30	100
1000 uur	Onderweg	RNW	60	0	-
1100 uur	Onderweg	RNW	60	0	-
1200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		600	168	28
	zaterdag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0900 uur	Nieuwslijn	RNW	30	6	20
0930 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	30	30	100
1000 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	60	60	100
1100 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	60	60	100
1200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1300 uur	Spijkers met koppen	VARA	60	60	100
1400 uur	Spijkers met koppen	VARA	60	60	100
1500 uur	NL Top20	RNW	60	0	-
1600 uur	Radioboeken	RNW	60	0	-
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		840	408	49

AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN ZOMERPROGRAMMERING 2008 (VERVOLG)

	zondag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	De Week Die Was	RNW	60	0	
0800 uur	Vroege vogels	VARA	60	60	100
0900 uur	Vroege vogels	VARA	60	60	100
1000 uur	OVT	VPRO	60	60	100
1100 uur	OVT	VPRO	60	60	100
1200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1300 uur	Cabaret	RNW	60	0	-
1400 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1500 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1600 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		840	528	63

AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN WINTERPROGRAMMERING 2008/2009

	maandag tm vrijdag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0900 uur	Nieuwslijn	RNW	30	6	20
0930 uur	De Twaalf Provinciën	RNC	30	30	100
1000 uur	Onderweg	RNW	60	0	-
1100 uur	Onderweg	RNW	60	0	-
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		540	156	29
	NB: geen uitzendingen tussen 1200 en 1700 uur				

AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN WINTERPROGRAMMERING 2008/2009 (VERVOLG)

	zaterdag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0900 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
0930 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	30	30	100
1000 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	60	60	100
1100 uur	TROS Nieuwsshow	TROS	60	60	100
1200 uur	Wereldnet Weeked.	RNW	60	0	
1300 uur	Spijkers met koppen	VARA	60	60	100
1400 uur	Spijkers met koppen	VARA	60	60	100
1500 uur	Cabaret	RNW	60	0	
1600 uur	Radioboeken	RNW	60	0	-
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		870	402	46
	zondag	omroep	tot min	min extern	% extern
0700 uur	De Week Die Was	RNW	60	0	
0800 uur	Vroege vogels	VARA	60	60	100
0900 uur	Vroege vogels	VARA	60	60	100
1000 uur	OVT	VPRO	60	60	100
1100 uur	OVT	VPRO	60	60	100
1200 uur	Adres Onbekend	KRO	60	60	100
1300 uur	Adres Onbekend	KRO	60	60	100
1400 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1500 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1600 uur	Langs de lijn	NOS	60	60	100
1700 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
1800 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2200 uur	Nieuwslijn	RNW	60	12	20
2300 uur	Met het oog op morgen	NOS	60	60	100
	TOTAAL		840	636	76

ONTWIKKELING AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN

	zomer 07	zomer 08	trend +/-
maandag tm vrijdag	40%	28%	-12%*
zaterdag	41%	49%	8%
zondag	64%	63%	-1%

ONTWIKKELING AANDEEL BINNENLANDSE OMROEPEN

	winter 07/08	winter 08/09	trend +/-
maandag tm vrijdag	30%	29%	-1%
zaterdag	49%	46%	-3%
zondag	64%	76%	12%

* De daling in het aandeel van de binnenlandse programmering is te wijten aan het feit dat de Wereldomroep het totaal aantal uitzendingen tussen zomer 2007 en zomer 2008 heeft teruggebracht.