



nederlandse  
publieke  
omroep

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap  
T.a.v. de heer drs. S. Dekker  
Postbus 25000  
2700 LZ ZOETERMEER

**Datum** 15 september 2014

**Ons kenmerk** uit-19359

**Onderwerp** Aanbieding MJB 2015-2019

**Behandeld door**

**E-mail**

**Telefoonnummer**

**Bijlagen**

**Kopie aan**

Geachte heer Dekker, beste Sander,

Hierbij bied ik u de Meerjarenbegroting 2015-2019 van de NPO aan. De begroting is gepubliceerd op onze website [npo.nl](http://npo.nl) en is op die manier ook toegankelijk voor een breder publiek.

Uw medewerkers hebben inmiddels per e-mail de digitale versie van het stuk ontvangen.

Met vriendelijke groet,

Henk Hagoort  
Voorzitter Raad van Bestuur

Postbus 26444  
1202 JJ Hilversum  
Bart de Graaffweg 2  
1217 ZL Hilversum  
[www.npo.nl](http://www.npo.nl)  
kvk-nr 32043579

# Meerjarenbegroting 2015-2019



nederlandse  
publieke  
omroep

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

# Meerjarenbegroting 2015-2019

## Leeswijzer Meerjarenbegroting

### NPO (Nederlandse Publieke Omroep)

Het geheel van bestuur en alle landelijke publieke omroepen van de landelijke publieke omroep: omroepverenigingen, taakomroepen, 2.42-zendgemachtigden én NPO-organisatie.

Hier worden nadrukkelijk niet de lokale en regionale omroepen bedoeld.

### Omroepen

Alle landelijke publieke omroepen: de omroepverenigingen, taakomroepen en de zogenaamde 2.42-zendgemachtigden. Wanneer er respectievelijk lokale, regionale of commerciële omroepen bedoeld worden zal dat expliciet vermeld worden. In bepaalde gevallen ook zendgemachtigden genoemd.

### NPO-organisatie

Het bestuursorgaan van de NPO; de Stichting Nederlandse Publieke Omroep.

Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## Najaar 2014

**Redactie**  
NPO

**Eindredactie en productie**  
Jones Creative Productions

**Vormgeving**  
Studio Jacques Seignette

**Fotocredits**  
Lilian van Rooij  
Ton Koene  
Men at Work  
Paul Ridderhof  
HP van Velthoven  
Hendrik Kertstens  
Diede in 't Veld  
Roger Cremers  
AVRO - Ingo Caly  
Noco Kroon  
Michel Schnater  
Lois Cohen  
Jan Willem van Hofwegen  
Victor Arnolds  
Wim Kluyvers  
Hans Pool  
René Gast

De NPO heeft ernaar gestreefd de auteursrechten  
van de foto's volgens de wettelijke bepalingen te regelen.  
Degenen die desondanks menen zekere rechten te doen  
gelden, kunnen zich wenden tot de redactie van deze  
Meerjarenbegroting.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88



# 1. Inleiding

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Het laatste jaar van een turbulente concessieperiode is aanstaande. Een jaar waarin de volledige omvang van de bezuinigingen van het eerste kabinet Rutte zichtbaar wordt. Deze worden voor het overgrote deel verwerkt in de programmaschema's. Een jaar ook waarin de voorbereidingen worden getroffen voor de implementatie van het aanvullende bezuinigingspakket, zoals dat aan ons is opgelegd door het huidige kabinet. Daartoe behoort onder andere dat wij definitief afscheid nemen van de levensbeschouwelijke omroepen, de zogenaamde 2.42-zengemachtigden. Deze instellingen hebben allen een organisatorisch onderkomen gevonden bij de omroepen die blijven voortbestaan. De levensbeschouwelijke programmering wordt voortaan via deze zogenaamde hosts geborgd. De voorliggende Meerjarenbegroting (MJB) is gebaseerd op het huidige beleid zoals verwoord in het Concessiebeleidsplan 2010-1016. Wij hebben alles op alles gezet om binnen de gegeven financiële beperkingen, in 2015 een mooi, kwalitatief en gevarieerd programmapakket voor het Nederlandse publiek aan te bieden. De NPO streeft ernaar om het bereik onder 20- tot 34-jarigen te verbeteren, maar dit is wel iets van de langere adem gebleken. De komende jaren zal onze jongeren-programmering nog meer gaan aansluiten bij de kijkbehoeften van een jongere doelgroep. In 2015 ontwikkelen we een crossmediale jongeren-strategie ten behoeve van de nieuwe concessieperiode.

De vraag naar lineair kijken en luisteren is nog vrijwel constant, terwijl de vraag naar online kijken en luisteren toeneemt. Daarmee neemt ook de behoefte toe aan nieuwe financieringsmodellen om de benodigde uitzendrechten te kunnen betalen en de verbeterde zoekfuncties om het publiek optimaal van dienst te kunnen zijn. In 2015 hoopt de NPO – na een korte experimenteerperiode – toestemming te krijgen voor de start van de dienst NPO Plus. Deze dienst is onderdeel van NLziet, een nieuw 3-in-1 online abonnement waarmee de kijker via één abonnement toegang krijgt

tot de programma's binnen NPO Plus, RTL XL en Kijk. Met NPO Plus bieden we het Nederlandse publiek een betaalde uitzendinggemist-dienst waarmee meer programma's terug te zien zijn dan nu het geval is via npo.nl.

Eind 2014 zijn al onze kanalen, netten en zenders geladen met het overkoepelende merk NPO. De 'NPO' staat voor het geheel van alle landelijke publieke omroepen en zendgemachtigden en wordt in de komende jaren een merk dat niet alleen het Nederlandse publiek bindt aan de publieke omroep, maar ook omroepen en programmamakers onderling gaat verbinden.

Een sterk overkoepelend merk is van essentieel belang om makkelijk vindbaar en duidelijk herkenbaar te blijven in een steeds drukker wordend medialandschap met grote, veelal verticaal geïntegreerde, internationale spelers. De komst van deze partijen legt grote druk op de positie van de NPO en vormt in potentie een grote bedreiging voor het Nederlandse aanbod.

In dat licht ziet de NPO ook het onderzoek dat de Europese Commissie doet naar de voorgenomen overname van kabelbedrijf Ziggo door Liberty Global. Voorkomen zou moeten worden dat er in Nederland de facto een monopolie gaat ontstaan voor distributie via de kabel. Zeker nu de overheid van de NPO verwacht dat de eigen inkomsten worden verhoogd door scherper te onderhandelen met distributeurs.

We zitten midden in grote veranderingen. Voor de komende concessieperiode is nog veel onzeker. In een gezamenlijke brief aan het parlement hebben de NPO-organisatie en de omroepen eerder dit jaar hun visie gegeven op de voorstellen van de Raad voor Cultuur voor een toekomstbestendige Nederlandse Publieke Omroep. De NPO ziet daarin veel aanknopingspunten voor nieuw beleid en wil de tijd en bestuurlijke zekerheid om dit beleid uit te werken en na te komen. Op basis van het

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

advies van de Raad voor Cultuur en de mediabrief van de staatssecretaris zal naar verwachting nog voor de nieuwe concessieperiode een wetswijziging worden doorgevoerd.

Voor de komende concessieperiode wil de NPO blijven werken vanuit een brede en duidelijke opdracht, gekoppeld aan een gegarandeerd budget dat bij die opdracht past. Komende jaren gaan wij met ons aanbod verder investeren in een aanbod dat Nederland boeit en bindt.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbod kanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het desbetreffende hoofdstuk.





## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

## 2. Financieel kader en budgetaanvraag

### 2.1 Bezuinigingen

De bijdrage van de NPO aan de structurele bezuinigingen op de mediabegroting bedraagt over de periode 2012-2015 127,8 miljoen euro, inclusief ZBO-korting van kabinet-Rutte I (de ZBO-korting loopt nog verder op tot en met 2018). Daarnaast heeft kabinet-Rutte II besloten om vanaf 2017 nog eens circa 51 miljoen euro, inclusief ZBO-korting van Rutte-II, structureel op het mediabudget te bezuinigen. Dit heeft een grote impact op het bestel. Net als voorgaande jaren staat dit hoofdstuk over het financieel kader en budgetkader daarom in grote mate in het teken van het besparingstraject dat de NPO heeft moeten inzetten als gevolg van de bezuinigingsbesluiten van kabinet-Rutte I. Daarbij wordt tevens een door- kijk gegeven naar de besparingen van kabinet-Rutte II.

De bezuinigingsopdracht van kabinet-Rutte I is grotendeels gebaseerd op het BCG-efficiencyonderzoek van 2011. De door BCG geïdentificeerde efficiencymaatregelen richten zich zowel op de overhead als op het primair proces. Vrijwel alle maatregelen vergen complexe reorganisaties. Belangrijk uitgangspunt daarbij is dat de bezuinigingen tot stand worden gebracht zonder daarbij de kwaliteit van de programmering te raken.

De fusies tussen omroepen zijn daarbij een belangrijke voorwaarde. De fusietrajecten gingen gepaard met omvangrijke reorganisaties. Ook stand alone-omroepen en de NPO-organisatie zijn sterk gereorganiseerd. Vanaf 1 januari 2014 zijn de fusieomroepen AVROTROS, BNN-VARA en KRO-NCRV tot stand gekomen.

Aanvullend op kabinet-Rutte I, heeft Rutte II besloten dat het mediabudget vanaf 2017 additioneel wordt gekort met 50,4 miljoen euro. Naar verwachting is de invulling van deze financiële taakstelling als volgt:

- Efficiencykorting op de regionale omroep (regio-begroting) 17 miljoen euro
- Stopzetten financiering Stimuleringsfonds voor de Media (eigen bijdragen) 16 miljoen euro
- Korting budget NPO, met name de 2.42-zendgemachtigden (OCW-bijdrage) 17 miljoen euro

Deze laatste twee besparingsbedragen van Rutte II worden meegenomen in de budgetkaders van deze MJB. Het mag duidelijk zijn dat door deze additionele taakstelling, de programmering geraakt zal worden. De staats- secretaris spreekt in zijn brief over onder andere het zoeken naar additionele inkomstenstromen binnen het bestel, maar deze overwegingen zijn nog niet vervat in een samenhangende visie en bijbehorend (wettelijk) uitvoeringskader. Gezien alle onduidelijkheden en onzekerheden wordt daarom in deze MJB geen rekening gehouden met additionele inkomsten- stromen in de toekomst. Op dit moment worden wel concrete opties nader onderzocht op haalbaarheid en uitvoerbaarheid.

In deze Meerjarenbegroting, die als doel heeft om in budgettaire en beleids- matige zin vooruit te blikken naar het komende jaar, wordt gefocust op de al bekende bedragen en maatregelen van Rutte I. Met betrekking tot het meerjaren-exploitatieoverzicht, wordt tevens rekening gehouden met de budgetkorting van Rutte II. Om inzichtelijk te maken hoeveel er is bespaard op de verschillende deelgebieden die BCG heeft aangegeven (generieke overhead, media specifieke overhead, primair proces) zal in het Jaarverslag over 2014 een voortgangsrapportage worden opgesteld.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

In navolging van deze bezuinigings- en transparantieslag wordt het komende jaar gewerkt aan een duidelijkere opbouw en definitie van de posten binnen de directe programmakosten in relatie tot al bestaande verantwoordingsinstrumenten. Dit leidt tot grotere transparantie van het budget van de platformen, waar de programmabudgetten zijn belegd.



## 2.2 Gewijzigde btw-wetgeving

De Nederlandse Publieke Omroep wordt geraakt door gewijzigde btw-wetgeving vanuit de wetgever en het ministerie van Financiën. De integratieheffing vervalt per 1 januari 2014. Dit is een overheidsmaatregel waar politieke besluitvorming aan ten grondslag ligt, maar waarvan de effecten niet door het betreffende ministerie zijn voorzien. De printprijs-regeling vervalt per 1 januari 2015. De overheid ontvangt met de nieuwe btw-maatregelen extra inkomsten, die niet begroot zijn, in de vorm van extra btw-afdracht van omroepen en indirect producenten en facilitaire bedrijven. De berekende schade van het vervallen van genoemde btw-regelingen betreft een koopkrachtkorting van 102,8 miljoen euro voor de NPO. Dit bedrag moet gecompenseerd worden. Ofschoon er bij het ter perse gaan van deze stukken nog wordt gewacht op de definitieve afspraken, is hiermee op voorhand rekening gehouden in deze Meerjarenbegroting.

De getroffen activiteiten betreffen alle landelijke en regionale omroepinstellingen met uitzondering van Ster, de Stichting Omroep Muziek (SOM), het CoBO, het Mediafonds, Beeld en Geluid en BVN.

Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

## 2.3 Financieel kortingskader en maatregelen om de besparingen te realiseren

De totale kortingsbedragen van het kabinet-Rutte I zijn in tabel 1 en 2 verdeeld over de jaren, respectievelijk per omroepgroep en per platform. De ZBO-korting van Rutte I loopt verder op tot en met 2018 tot een bedrag van 547 duizend euro. De budgetkorting in 2012 heeft plaatsgevonden door middel van het inhouden van een indexvergoeding. Deze index is in de periode 2012-2014 gereserveerd voor een bijdrage in de frictiekosten. Kabinet-Rutte I heeft voor het CoBO geen besparingsmaatregelen opgelegd, waardoor de ingehouden index uit 2012 ad 148 duizend euro in 2015 niet meetelt in de OCW-korting.

(x 1.000 euro)	2012	2013	2014	2015	Totaal
NOS	2.875	0	3.290	1.835	<b>8.000</b>
Omroepverenigingen	8.023	0	21.558	39.299	<b>68.880</b>
NTR	1.399	0	4.179	5.943	<b>11.520</b>
2.42-zendgemachtigden	582	0	4.635	7.784	<b>13.000</b>
NPO-organisatie	2.505	3.997	16.339	3.059	<b>25.900</b>
ZBO-korting NPO-organisatie	0	161	193	120	<b>474</b>
CoBO	148	0	0	-148	<b>0</b>
<b>Korting per jaar</b>	<b>15.531</b>	<b>4.158</b>	<b>50.193</b>	<b>57.892</b>	<b>127.774</b>
<b>Cumulatieve korting</b>	<b>15.531</b>	<b>19.689</b>	<b>69.882</b>	<b>127.774</b>	<b>127.774</b>

Tabel 1: Korting Rutte I, per omroepgroep, per jaar

In onderstaande tabel is te zien hoe de kortingen verdeeld zijn over de platformen:

(x 1.000 euro)	2012	2013	2014	2015	Totaal
Video	9.970	0	19.058	40.354	<b>69.382</b>
Audio	2.032	0	2.877	5.564	<b>10.472</b>
Organisatiekosten	877	0	11.726	8.943	<b>21.546</b>
NPO-organisatie	2.505	3.997	16.339	3.059	<b>25.900</b>
ZBO-korting NPO-organisatie	0	161	193	120	<b>474</b>
CoBO	148	0	0	-148	<b>0</b>
<b>Korting per jaar</b>	<b>15.531</b>	<b>4.158</b>	<b>50.193</b>	<b>57.892</b>	<b>127.774</b>
<b>Cumulatieve korting</b>	<b>15.531</b>	<b>19.689</b>	<b>69.882</b>	<b>127.774</b>	<b>127.774</b>

Tabel 2: Korting Rutte I, per platform, per jaar

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bevestigde hoofdstuk.

Om deze kortingen te kunnen realiseren, heeft BCG in het efficiencyrapport<sup>1</sup> uit 2011 een set aan maatregelen geformuleerd. Deze maatregelen zijn beschreven in de MJB 2013. Onderstaand figuur toont de voortgang van de maatregelen op hoofdlijnen.



Figuur 1: fasering van maatregelen om kostenbesparingen te realiseren.

De besparingen op generieke overhead en media specifieke overhead (figuur 1, fase 1) zijn in de periode 2012-2014 al grotendeels uitgewerkt en in werking getreden. Deze zijn opgevangen met generieke efficiencymaatregelen, reorganisaties, keten- en procesoptimalisaties en afromen van het structureel overschot dat is ontstaan door bezuinigings- en efficiencycyclagen die al voor aanvang van de bezuinigingen van kabinet-Rutte I zijn gerealiseerd. Deels zijn investeringen uitgesteld. Doordat geen optimaal NPO-breed huisvestingscenario tot stand is gekomen, is de besparing later gerealiseerd dan door BCG werd voorzien.

1. Zie bijlage bij brief OCW d.d. 16 september 2011 (kenmerk 328434) aan de Tweede Kamer.

Per 1 januari 2014 zijn de uitgaven gemaximaliseerd door het hanteren van een vast percentage organisatiekostenvergoeding. De NPO-organisatie heeft de bezuinigingen op andere vlakken al eerder gerealiseerd. Zoals beschreven in paragraaf 2.1 zijn de fusies tussen de omroepen een belangrijke voorwaarde geweest voor het realiseren van de bezuinigingen. Dit geldt voor de organisatorische efficiencycyclagen, maar ook en vooral voor het realiseren van programmatische efficiencymaatregelen op de uitzendingschema's.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De grote kortingen als gevolg van de bezuinigingen van kabinet-Rutte I vallen in 2014 en 2015. Een significant deel heeft betrekking op het primair proces en heeft voor het eerst zijn beslag gekregen in 2014. De kortingen op het primair proces (ca. 79 miljoen euro, oftewel 62% van de totaal te realiseren besparingen) zijn te behalen door programmatische en operationele efficiency en worden nader beschreven in de hoofdstukken van de platformen Video en Audio.

Zelfs als de benodigde maatregelen zijn genomen, leiden de kortingen tot grotere uitdagingen om relatief kostbare programmering, zoals super-evenementen (Olympische Spelen, EK en WK Voetbal), drama, onderzoeks-journalistiek en documentaires, duurzaam te kunnen behouden op het huidige niveau en te financieren uit de huidige begroting.

## 2.4 NPO-meerjarenbudgetkaders 2014 - 2019

In onderstaande tabel zijn de financiële meerjarenkaders weergegeven. Daarbij is rekening gehouden met voorgenoemde kortingsbedragen in de bijdragen van OCW.

De cijfers 2014 die zijn opgenomen in dit exploitatieoverzicht sluiten aan bij de budgetaanvraag 2014 in het voorgaande MJB (2014-2018).

Onderstaand volgt een toelichting per regel gegeven en wat de verwachte ontwikkelingen zijn.

(x 1.000 euro)	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bijdragen OCW	770.200	719.423	726.444	716.323	723.384	730.612
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0	0	0	0
Programmagebonden EB	nb	24.660	24.660	11.660	11.660	11.660
Overige inkomsten	30.816	46.904	46.904	46.904	46.904	46.904
<b>Totaal baten</b>	<b>801.016</b>	<b>790.987</b>	<b>798.008</b>	<b>774.887</b>	<b>781.948</b>	<b>789.176</b>
Totaal kosten	-814.557	-893.760	-921.990	-879.726	-904.696	-896.122
Compensatie btw	nvt	102.773	103.800	104.838	105.887	106.946
<b>Saldo</b>	<b>-13.541</b>	<b>0</b>	<b>-20.182</b>	<b>0</b>	<b>-16.862</b>	<b>0</b>

Tabel 3: Exploitatieoverzicht 2015-2019

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## Beschikbare financiële middelen

### Bijdragen OCW

In de OCW-bijdragen zijn de budgetkortingen van kabinet-Rutte I volgens de fasering in tabel 1 en 2 verwerkt. De korting van het resterende budget van de 2.42-zendgemachtigden, evenals de ZBO-kortingen, van kabinet-Rutte II zijn terug te zien in 2017 als de OCW-bijdrage met 17 miljoen euro daalt. Deze kortingscijfers zijn niet direct terug te vinden in bovenstaande exploitatietabel, omdat vanaf 2015 gerekend wordt met een jaarlijkse index van 1% (gemiddeld 7,1 miljoen euro per jaar).

### Bijdragen Raad van Bestuur en inzet ORMA

De bijdragen van de NPO Raad van Bestuur en de inzet uit Overgedragen Reserves Media-Aanbod (ORMA) hebben een kostenverlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie (zie onder andere paragraaf 2.6). Het zijn posten die gebruikt worden om onderscheid te maken tussen de omroepmiddelen en het centrale beheer ervan bij de NPO-organisatie. In totaal is het saldo van de bijdragen Raad van Bestuur en inzet ORMA daarom nihil.

### Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)

In 2014 (en eerdere jaren) werden de eigen bijdragen van de omroepen, verkregen uit onder andere sponsorbijdragen, buiten beschouwing gelaten. Verondersteld wordt dat deze middelen de bijbehorende kosten dekken en dus per saldo budgetneutraal zijn. Om de transparantie te vergroten en de realisatie beter te kunnen vergelijken met de begroting, maken deze middelen vanaf 2015 deel uit van de begroting. Onder programmegebonden eigen bijdragen wordt verstaan: bijdragen Mediafonds, bijdragen coproductanten, sponsorbijdragen en bijdragen overige derden. Onderdeel van de additionele budgetkorting van kabinet-Rutte II is het stopzetten van

de financiering van het Mediafonds vanaf 2017 (16 miljoen euro). Het Mediafonds draagt met name financieel bij aan de ontwikkeling en productie van hoogwaardig Nederlandstalig drama, documentaires en talentontwikkeling voor de NPO. Een deel van het budget van het Mediafonds landt bij regionale omroepen, externe producenten en het Game- en TAX-videoclipfonds. Door het stopzetten van de financiering via het Mediafonds dalen de programmegebonden EB vanaf 2017 met zo'n 13 miljoen euro. De NPO wil ook na 2017 bijdragen aan talentontwikkeling en hoogwaardig Nederlandstalig drama en documentaires blijven uitzenden. Daarom is de NPO genoodzaakt om de kosten voor andere programma's te verlagen en/of de programmering aan te passen.

### Overige inkomsten

Conform de Mediawet (Artikel 2.135, lid 1 MW) moeten netto resultaten van neven- en/of verenigingsactiviteiten ingezet worden ten behoeve van de programmering. Deze niet-programmegebonden eigen bijdragen worden begroot onder overige inkomsten. Zie hiervoor ook de totale exploitatietabellen van Video (hoofdstuk 4) en Audio (hoofdstuk 5). Ook de NPO-organisatie ontvangt (hoofdstuk 7) overige inkomsten, zoals distributieinkomsten, overige rechtenvergoedingen en inkomsten uit programma-gegevens. In voorgaande MJB's werden de resultaten uit neven- en verenigingsactiviteiten voorzichtig begroot. Uit de jaarrekeningen van de omroepen blijkt dat deze overige inkomsten structureel hoger zijn dan verwacht. Voor 2015 en verder wordt daarom gerekend met meer overige inkomsten. Het inschattingsbedrag is gebaseerd op voorheen gerealiseerde overige inkomsten. Daarnaast worden vanaf 2015 ook de overige inkomsten van BVN en SOM begroot.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## Kosten

De totaal beschikbare financiële middelen dienen ter dekking van de totale kosten van de omroepen, de NPO-organisatie, BVN, SOM en het CoBO. Vanwege de bezuiniging op met name de OCW-bijdragen, heeft een besparing op de kosten moeten plaatsvinden om een sluitende begroting te realiseren. Daartegenover stijgen de kosten vanwege de gewijzigde btw-wetgeving. Daarnaast zijn de kosten in de even jaren hoger, vanwege de kosten van superevenementen. Bij het presenteren van de exploitatiebegrotingen voor de toekomst moet worden aangetekend dat er nu wordt gerekend met een jaarlijkse index van 1% op de OCW-bijdrage, maar dat de verwachting is dat cao-ontwikkelingen en de autonome prijsstijgingen de kosten dusdanig zullen opstuwten dat de index bij lange na niet toereikend zal zijn. Er zal dan sprake zijn van extra koopkrachtverlies en dus een extra bezuinigingseffect.

## Compensatie btw

De compensatie van de btw is ten behoeve van de extra btw-last vanaf 1 januari 2015. Zoals beschreven in paragraaf 2.2, is de extra btw-last per 2015 voor de NPO naar schatting 102,8 miljoen euro per jaar. Voor 2016 en verder wordt gerekend met een index van 1%.

## Saldo

De komende jaren laten soms een negatief exploitatiesaldo zien. De meer-kosten van superevenementen in 2016 en 2018 kunnen niet opgevangen worden door de reguliere beschikbare middelen in die jaren. In de Meer-jarenbegrotingen van 2016 en 2018 zal daarom een beroep worden gedaan op een bijdrage uit de Algemene Media Reserve (AMR). Zoals beschreven in voorgaande MJB heeft de NPO als gevolg van Artikel 2.174, lid 1 en 2 MW het surplus aan gereserveerde gelden 2012 en 2013 overgedragen aan

de AMR van OCW. Deze overgedragen gelden hebben betrekking op bestemmingsreserves voor superevenementen. De NPO zal dus in voornoemde jaren een beroep doen op de eerder overgedragen gelden om tot een sluitende begroting te komen.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het benutte hoofdstuk.

## 2.5 Budgetaanvraag 2015

In onderstaande tabel is het toegekend budget 2014 en de budgetaanvraag 2015 weergegeven conform Artikel 2.149 en 2.150 MW. De totale OCW-bijdragen van Video, Audio en Organisatiekosten (zie tabel 7) vormen het programmabudget.

Budgetaanvraag	Toegekend 2014	Budgetaanvraag 2015
<b>Zendgemachtigden</b>		
NOS	€ 102.281.562	€ 106.602.181
Omroepverenigingen	€ 275.954.797	€ 250.929.800
NTR	€ 48.424.678	€ 44.707.457
Kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag	€ 25.565.064	€ 17.959.034
<b>Zendgemachtigden totaal</b>	<b>€ 452.226.101</b>	<b>€ 420.198.472</b>
Programmaversterking (30%)	€ 182.854.487	€ 172.388.330
<b>Programmabudget</b>	<b>€ 635.080.588</b>	<b>€ 592.586.802</b>
NPO-organisatie <sup>1) 2) 3)</sup>	€ 124.295.931	€ 101.881.997
MCO Naburige rechten	€ 500.000	zie SOM
Stichting Omroep Muziek (SOM) <sup>4)</sup>	€ 14.884.629	€ 15.533.475
Stichting BVN	€ 1.457.600	€ 1.472.176
CoBO	€ 7.721.943	€ 7.948.973
<b>Overig Totaal</b>	<b>€ 148.860.103</b>	<b>€ 126.836.621</b>
<b>Subtotaal</b>	<b>€ 783.940.691</b>	<b>€ 719.423.423</b>
Compensatie btw	NVT	€ 102.773.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 783.940.691</b>	<b>€ 822.196.423</b>

- 1) Inclusief budget ad 0,3 miljoen euro ten behoeve van Caribische Mediavoorziening.  
2) Inclusief budget ad 0,1 miljoen euro voor Netherlands Information Service  
3) 2014 inclusief eenmalige uitkering NOB-liquidatiesaldo ad 0,2 miljoen euro.  
4) Vanaf 2015 inclusief Naburige Rechten ad 0,5 miljoen euro.

Tabel 4: Toegekend 2014 en budgetaanvraag 2015

De OCW-bijdragen, in 2015 conform het exploitatieoverzicht 2014-2019 in paragraaf 2.4, bedragen 719.423.423 euro. Tezamen met de compensatie btw ad 102.773.000 euro, bedraagt de totale budgetaanvraag 822.196.423 euro. Dit bedrag komt overeen met tabel 4.

Het garantiebudget voor de omroepverenigingen ad 250,9 miljoen euro is conform Artikel 2.152 en 2.152a MW als volgt onder te verdelen over de verschillende omroepen:

Garantiebudget per (fusie)omroep	
AVROTROS	€ 57.047.843
BNN-VARA	€ 51.923.894
KRO-NCRV	€ 55.766.610
EO	€ 28.523.921
MAX	€ 22.464.466
VPRO	€ 27.108.557
WNL	€ 4.047.255
PowNed	€ 4.047.255
<b>Totaal omroepverenigingen</b>	<b>250.929.800</b>

Tabel 5: Garantiebudget per (fusie)omroep



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPC Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het benutte hoofdstuk.

De budgetaanvraag 2015 is ten opzichte van budgettoekenning 2014 als volgt tot stand gekomen:

**Mutatiebudget**

<b>Toegekend budget 2014</b>	<b>€ 783.940.691</b>
Corr. meerkosten superevenementen <sup>1)</sup>	€-13.542.128
Corr. liquidatiesaldo NOB <sup>2)</sup>	€-201.667
Budgetkorting NOS <sup>3)</sup>	€-1.835.441
Budgetkorting omroepverenigingen <sup>3)</sup>	€-39.299.057
Budgetkorting NTR <sup>3)</sup>	€-5.942.641
Budgetkorting 2.42-uitzendgemachtigden <sup>3)</sup>	€-7.783.841
Budgetkorting NPO-organisatie <sup>3)</sup>	€-3.058.874
Budgetkorting ZBO NPO-organisatie <sup>3)</sup>	€-120.000
Budgetkorting CoBO <sup>3)</sup>	€ 148.327
<b>Subtotaal na budgetkorting</b>	<b>€ 712.305.368</b>
Index (1%) - exclusief over Naburige Rechten <sup>4)</sup>	€ 7.118.054
<b>Subtotaal na indexering</b>	<b>€ 719.423.422</b>
Compensatie btw <sup>5)</sup>	€ 102.773.000
<b>Budgetaanvraag 2015</b>	<b>€ 822.196.422</b>

Tabel 6: Mutatiebudget 2014 naar 2015

- 1) In 2014 heeft de NPO een bijdrage ontvangen uit de AMR vanwege de meerkosten van de superevenementen in dat jaar. Omdat geen superevenementen in 2015 plaatsvinden, wordt het budget hierop, ten opzichte van 2014, gecorrigeerd.
- 2) In 2014 heeft de NPO-organisatie eenmalige een uitkering ontvangen als gevolg van het NOB. Ten opzichte van 2014 dient het budget voor 2015 hierop te worden gecorrigeerd.
- 3) De budgetkortingen voor de NOS, omroepverenigingen, NTR, 2.42-zendgemachtigden en NPO-organisatie zijn toegelicht in tabel 1 en bedragen (inclusief ZBO-korting) in totaal 57,9 miljoen euro. Zie ook tabel 1. Deze budgetkortingen zijn inclusief programmaversterkings-



- budget en de ingehouden index uit 2012. Kabinet-Rutte I heeft voor het CoBO geen besparingsmaatregelen opgelegd, waardoor de ingehouden index uit 2012 ad 148 duizend euro in 2015 niet meetelt in de OCW-korting. Door een herverdeling van het budget van de NPO-organisatie naar programmabudget, stijgt het garantiebudget van de NOS.
- 4) Voor 2015 wordt gerekend met een index van 1%. In het budget van de SOM wordt jaarlijks budget aangevraagd voor Naburige Rechten ad 0,5 miljoen euro. Deze worden niet geïndexeerd.
- 5) De compensatie van de btw is ten behoeve van de extra btw-last vanaf 1 januari 2015. Zoals beschreven in paragraaf 2.2, is de extra btw-last voor de NPO naar schatting 102,8 miljoen euro

Inhoud

1. Inleiding 4

2. Financieel kader en  
budgetaanvraag 7

3. Programmatische  
speerpunten 21

4. Video 33

5. Audio 46

6. Programmatische  
bijdragen omroepen 60

7. NPO-organisatie 78

Bijlage 1a  
Overzicht kanalen 84

Bijlage 1b  
Aanvraag aanbodkanaal  
NPO Plus 88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 2.6 NPO-budgetkader 2015 verbijzonderd

In onderstaande tabel zijn de budgetkaders voor 2015 weergegeven, verbijzonderd naar platform.

(x 1.000 euro)	Video	Audio	Org Kn	BVN	SOM	CoBO	NPO-org	Totaal 2015
Bijdragen OCW	410.595	85.400	96.592	1.472	15.533	7.949	101.882	719.423
Bijdragen Raad van Bestuur	11.315	0	0	1.810	0	0	-13.125	0
Inzet ORMA	8.000	0	0	0	0	0	-8.000	0
Programmagebonden EB	25.000	1.160	0	0	0	-1.500	0	24.660
Overige inkomsten	20.000	2.406	0	1.338	2.060	0	21.100	46.904
<b>Totaal baten</b>	<b>474.910</b>	<b>88.966</b>	<b>96.592</b>	<b>4.620</b>	<b>17.593</b>	<b>6.449</b>	<b>101.857</b>	<b>790.987</b>
Totaal kosten	-561.429	-89.006	-103.142	-4.620	-17.593	-6.449	-111.521	-893.760
Compensatie btw	86.519	40	6.550	0	0	0	9.664	102.773
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 7: Exploitatieoverzicht 2015 per platform

### Beschikbare financiële middelen

#### Bijdragen OCW

De totale OCW-bijdragen van Video, Audio en organisatiekosten ad 592,6 miljoen euro komt overeen met het totale programmabudget uit tabel 4 aan het begin van paragraaf 2.5. De OCW-bijdragen voor BVN, SOM, het CoBO en de NPO-organisatie worden separaat genoemd in tabel 4 van paragraaf 2.5.

#### Bijdragen Raad van Bestuur

De bijdragen van de Raad van Bestuur ad 13,1 miljoen euro bestaat uit (eigen) reserves en overige inkomsten van de NPO-organisatie. Deze bijdragen kennen een relatief vast patroon en worden met name ingezet voor themakanalen, sportevenementen en BVN.

#### Inzet ORMA

De Raad van Bestuur heeft een bindende regeling ingevoerd, waarbij een grens wordt gesteld aan de hoogte van de Reserves voor Media-Aanbod (RMA) bij de omroepen. Het surplus in enig jaar dienen de omroepen over te dragen aan de NPO-organisatie. Deze reserves moeten in een volgend kalenderjaar, met de toestemming van de NPO-organisatie, weer ingezet worden voor de programmering (zie Artikel 2.176, lid 1 Mediawet). De precieze overdracht van enig jaar is pas bekend als de intekening voor het volgend kalenderjaar al is gestart en (budgettair) grotendeels is ingevuld. Daardoor kunnen de gelden vaak niet in het direct opeenvolgende jaar worden toegevoegd aan de programmering. De huidige werkwijze is nu dat het geld in het daarna volgende jaar wordt ingezet.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Dit wordt mogelijk gemaakt door ontheffing van Artikel 2.176 MW, die in deze context wordt verleend door OCW.

Op basis van de huidige kennis wordt voor 2015 een inzet van 8 miljoen euro verwacht. Het is de verwachting dat door de dalende budgetten, in de toekomst geen overdracht meer plaatsvindt en daarop volgend geen inzet uit ORMA meer plaatsvindt. Omdat de ORMA op de balans van de NPO-organisatie staat, heeft de inzet van ORMA een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie, waardoor het totaal van deze regel voor de hele NPO-begroting nihil is.

#### Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)

De totale programmagebonden EB die de omroepen inzetten in 2015 wordt ingeschat op 26,2 miljoen euro. Hiervan is circa 1,5 miljoen euro afkomstig van het CoBO-fonds. Omdat het CoBO onderdeel uitmaakt van de totale NPO-begroting, wordt de bijdrage van het CoBO als negatieve programmagebonden EB opgenomen onder het CoBO. Het restant van de OCW-bijdrage voor het CoBO (6,4 miljoen euro) wordt rechtstreeks verstrekt aan de producenten, ter dekking van hun productiekosten. Deze geldstromen komen dus niet terug in de NPO-begroting.

#### Overige inkomsten

Overige inkomsten moeten conform de Mediawet (Artikel 2.135, lid 1 MW) ingezet worden ten behoeve van de programmering. Ook voor de SOM (o.a. ticketinkomsten) en BVN (o.a. bijdrage Vlaamse Regering) worden vanaf 2015 overige inkomsten begroot.

## Kosten

De totaal beschikbare financiële middelen dienen ter dekking van de totale kosten van de omroepen, de NPO-organisatie, BVN, SOM en het CoBO. Vanwege de bezuiniging op, met name de OCW-bijdragen, heeft in een zelfde mate een besparing op de kosten moeten plaatsvinden om een sluitende begroting te realiseren.

## Compensatie btw

Zoals beschreven in paragraaf 2.2 wordt de NPO geraakt door gewijzigde btw- wetgeving vanuit de wetgever en het ministerie van Financiën. Tot en met 2013 werd een deel van de btw op tv-programma's, organisatiekosten en de kosten die de NPO-organisatie maakt verrekend. Met de gewijzigde btw-wetgeving vanaf 2015, zullen de kosten voor deze onderdelen / platformen toenemen. Het betreft met name producties voor Video.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

## 2.7 Toelichting 2015 per onderdeel

De exploitatietabellen worden per onderdeel in de onderliggende hoofdstukken nader toegelicht en vergeleken met het jaar 2014 uit voorgaande MJB. Aangezien de organisatiekosten platform-overstijgend zijn en bij de omroepen landen, kennen deze geen eigen exploitatietabel en worden de cijfers in dit hoofdstuk toegelicht.

### Organisatiekostenvergoeding (OK)

In voorgaande MJB is aangegeven dat de definitie voor indirecte kosten vanaf 2014 is aangepast. Vanwege deze wijziging wordt daarom de term organisatiekosten gebruikt. De vergoeding voor alle organisatiekosten is genormeerd per omroep en komt neer op 16,3% van het totale mediabudget. Dit percentage sluit aan bij de normering voor organisatiekosten, zoals vastgesteld door BCC. Vanaf 2014 krijgen omroepen dit percentage toegekend ter dekking van hun organisatiekosten. Hiermee zijn vanuit omroepbreed perspectief de bezuinigingen op organisatiekosten veilig gesteld, en is tevens gewerkt aan een verbeterde transparantie. De maatregelen die genomen zijn om ook daadwerkelijk te komen tot het gestelde normniveau, verschillen per omroeporganisatie. In deze Meerjarenbegroting wordt ervan uitgegaan dat het totale kostenniveau gelijk is aan de beschikbaar gestelde organisatiekostenvergoeding.

In onderstaande tabel worden de begrote organisatiekostenvergoeding 2015 vergeleken met 2014.

Organisatiekostenvergoeding (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	96.592	103.519	-6.927
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmabebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>96.592</b>	<b>103.519</b>	<b>-6.927</b>
Totaal kosten	-103.142	-103.519	377
Compensatie btw	6.550	0	6.550
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 8: Organisatiekostenvergoeding

Per saldo daalt de OCW-bijdrage met 6,9 miljoen euro. Deze bestaat uit een besparing op de organisatiekostenvergoeding in 2015 ad 8,9 miljoen euro (zie tabel 2 in paragraaf 2.3), een index van +1 miljoen en een stijging ad 1 miljoen euro als gevolg van een herverdeling van het budget van de NPO-organisatie naar programmabudget. De totale verwachte kosten dalen per saldo met 0,4 miljoen euro. Enerzijds wordt dit veroorzaakt door de voorgenoemde besparing van 6,9 miljoen en anderzijds zullen de organisatiekosten stijgen met 6,6 miljoen euro vanwege de gewijzigde btw-wetgeving.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

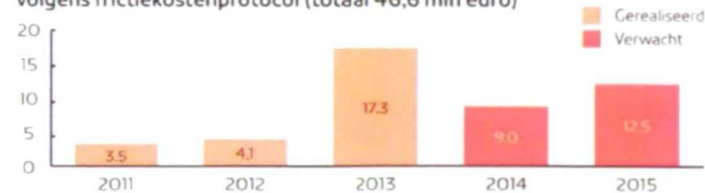
Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 2.8 NPO-brede aanvraag frictiekosten 2015

In de periode van 2012 tot en met 2014 is uit de ingehouden index van 2012 een bedrag gereserveerd voor de NPO van in totaal circa 46,5 miljoen euro voor een bijdrage in de frictiekosten. Om aanspraak te kunnen maken op deze bijdrage heeft het ministerie van OCW een frictiekostenprotocol opgesteld. Daarin worden frictiekosten gedefinieerd volgens de vrij strikte definitie reorganisatiekosten in de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ). Ook wordt het matching-principe toegepast; media-instellingen die over een eigen vermogen (exclusief reserve media-aanbod) beschikken van meer dan 750 duizend euro kunnen een bijdrage ontvangen van ten hoogste 50% van de totale reorganisatiekosten gedurende de looptijd van het reorganisatietraject.

De totale frictiekosten voor de NPO in de periode 2011-2015, dus het saldo van de gerealiseerde kosten en de verwachte kosten, zal ca. 73,8 miljoen euro bedragen. Als het matching-principe uit het protocol wordt toegepast, dan komt naar verwachting 46,6 miljoen euro in aanmerking voor aanvraag en uitkering van een vergoeding van de frictiekosten. De jaarlijks te vergoeden frictiekosten volgen in lijn met de huidige informatie en stand van zaken het onderstaande patroon in de tijd:

Gerealiseerd en geschat verloop frictiekostenaanvraag NPO (in mln euro)  
volgens frictiekostenprotocol (totaal 46,6 mln euro)



Figuur 2. schatting fasering frictiekostenaanvragen

De bedragen met betrekking tot 2011 en 2012 zijn gebaseerd op het (deels bindend) advies van het Commissariaat voor de Media (CvdM). De frictiekostenaanvraag 2013 is gebaseerd op de door omroepen ingediende aanvragen, waarbij rekening is gehouden met het matching-principe van 50%. De jaren 2014 en 2015 zijn op basis van de verwachting van de omroepen, waarbij rekening is gehouden met het matching-principe van 50%.

Voor 2015 wordt een NPO-brede frictiekostenaanvraag van 12,5 miljoen euro voorzien. De Raad van Bestuur verzoekt de minister om dit bedrag in 2015 conform afspraak in de AMR te bestemmen voor de NPO en in het benodigde ritme uit te keren aan de omroepen die een individuele frictiekostenaanvraag hebben ingediend, op basis van het advies van het CvdM. Voor 2015 wordt rekening gehouden met frictiekosten die zijn veroorzaakt door het opheffen van de 2.42-zendgemachtigden per 1 januari 2016, volgens kabinet-Rutte II.

Indien de NPO-frictiekostenreservering in de AMR ad 45,6 miljoen euro niet volledig zal worden uitgekeerd, wordt een eventueel restant in 2016 en 2017 ingezet voor de uitrol van de bezuinigingstaakstelling van kabinet-Rutte II.

Meerjarenbegroting  
2015-2019 20

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het betreffende hoofdstuk.



Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht Kapelen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

## 3. Programmatische speerpunten

In 2015 kort het kabinet flink op het budget van de NPO. Onze ambitie is om de kijker zo min mogelijk te laten merken van deze verlaging van het budget. Door de omvang van de opgelegde bezuinigingen is het echter helaas onvermijdelijk dat deze budgetkorting consequenties voor de programmering en de speerpunten zal hebben. Het Meerjarenbeleidsplan kent een vergelijkbare opzet als voorgaande jaren. Ondanks de bezuinigingen tracht de NPO de speerpunten uit het Concessiebeleidsplan te continueren en waar mogelijk verder te bouwen aan al ingezette acties.

### 3.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

#### 3.1.1 Aanbodmix

Een gevarieerd aanbod voor een breed publiek is één van de ambities die we ook in 2015 onverkort nastreven. Hierover zijn ook in de prestatieovereenkomst met het ministerie van OCW afspraken gemaakt.

#### Prestatieafspraken

##### Video

2.1.1 De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen Nieuws, Opinie, Samenleving, Expressie, Kennis en Amusement.

2.1.2 De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.

2.1.3 Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.

##### Audio

2.1.4 Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (NPO Radio 5, NPO Radio 2, NPO 3FM, FunX) beschikt de NPO jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.

#### 3.1.2 Representatie

De NPO wil op een evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geven. Het is belangrijk dat ook vrouwen en allochtonen zich kunnen herkennen in het aanbod. Dit is om allerlei redenen echter nog geen vanzelfsprekendheid. Representatie is dan ook een van de speerpunten in de huidige concessieperiode. In de Prestatieovereenkomst staan doelstellingen om de representatie meer in evenwichtig te krijgen of te verbeteren.

##### Video

Naast aandacht voor de representatie in algemene programma's worden op televisie ook specifieke programma's (de zogenaamde inter- en cross-culturele programmatitels) geprogrammeerd waarin andere culturen meer zichtbaar worden gemaakt.

Voor een aantal redacties is er het afgelopen jaar een project geweest om het aantal vrouwelijke gasten in nieuws- en opinieprogramma's te verbeteren. Hierbij is een aantal redacties in contact gebracht met vrouwelijke experts op terreinen die voor deze programma's interessant zijn. De eerste resultaten zijn hoopgevend. Daarnaast wordt de kennisdeling rond dit onderwerp bevorderd.

Het monitoren van de representatie gebeurt op verschillende manieren. Net als in voorgaande jaren wordt de representatie in een selectie van brede en beeldbepalende programmatitels die aansluiten bij de ambities van de NPO onderzocht. Daarnaast wordt in 2015 ook weer een meer

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdsteknaam te klikken  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk

grootschalige analyse uitgevoerd naar de representatie in het televisie-aanbod van de NPO, de zogenoemde Monitor Representatie. Hierin wordt in een dwarsdoorsnede van ons aanbod onderzocht hoe evenwichtig de NPO de samenleving in beeld brengt. Uit deze analyse wordt ook duidelijk of de NPO aan de prestatieafspraken heeft voldaan.

## Prestatieafspraken

### Video

2.2.1 Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.

### Audio

Voor Audio wordt het komende jaar de representatie van vrouwen en allochtonen nader onderzocht op de toonaangevende radioprogrammakanalen NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM en NPO Radio 6. Op een aantal van deze kanalen is het aanbod sterk veranderd als gevolg van de fusies van omroepen. Dit geldt vooral voor NPO Radio 1. De inbedding van de landelijke editie van FunX binnen de audiostrategie krijgt verder vorm. Een deel van de medewerkers werkt nu zowel in Hilversum als Rotterdam, wat de kans op kruisbestuiving en synergie van FunX met onze andere jongerenmerken versterkt. Bovendien biedt dit ook kansen om de representatie in andere onderdelen van ons aanbod te vergroten.

In 2014 is er weer een aanvullend bereiksonderzoek onder de vier grootste groepen niet-westerse allochtonen (Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse/Arubaanse Nederlanders). Op deze manier kunnen we meer inzicht te krijgen in het mediagebruik van deze groepen in het algemeen en het bereik van onze netten en zenders in het bijzonder. In een aanvullend onderzoek kan dit gedetailleerder worden onderzocht dan op basis van de continue bereiksonderzoeken mogelijk is. Dit is vooral van belang voor een

zender als FunX omdat er zich onder de doelgroep van deze zender – grootstedelijke jongeren – relatief veel niet-westerse allochtonen zijn.

## Prestatieafspraken

### Audio

2.2.2 Over vijf jaar heeft de NPO een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het Concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Radio 6.

### 3.1.3 Expressie/kunst

#### Video

Expressie en Kunst zijn een belangrijk speerpunt in de programmering van de NPO. Met muziekregistraties, festivals, cabaret, fictie, informatie en documentaires biedt de NPO een rijke variatie aan kunstprogrammering en is de NPO de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstaanbod in Nederland. Ondanks de bezuinigingen borgt de NPO de diversiteit in dit aanbod, zoals ook vastgelegd in de Prestatieovereenkomst.

## Prestatieafspraken

### Video

2.3.1 Jaarlijks variatie aan expressie (kunstinformatie (waaronder kunst-documentaires), muziek (waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel), fictie en cabaret / satire).

### Audio

De radiozenders van de NPO zenden een grote variatie in muzieksoorten en programmavormen uit: urban, pop / rock, klassiek en jazz en soul, met veel aandacht voor nieuwe (Nederlandse) muziek. Naast eigen geproduceerde radioconcerten bieden de radiozenders ook live-verslagen van



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk

festivals (zoals North Sea Jazz, Lowlands en Eurosonic/Noorderslag) en concerten. Komend jaar wordt dit aanbod gecontinueerd, in lijn met de afspraken uit de Prestatieovereenkomst.

### Prestatieafspraken

#### Audio

##### 2.3.2 Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen:

- Jaarlijks live-verslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door NPO Radio 6, NPO 3FM en FunX.
- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door NPO Radio 2; minimaal drie per jaar.
- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waarvan minimaal 75 per jaar worden geproduceerd door de omroepinstellingen op NPO Radio 4.



### CBP 2010-2016

Bij voldoende toegevoegd en benodigd OCW-budget zullen we budget en volume van drama verder verhogen.

Dramaseries, films en educatieve fictie vormen een belangrijk deel van het aanbod van de NPO. Door de diversiteit bereikt de NPO met dit aanbod een breed en gevarieerd publiek. Door de opgelegde bezuinigingen is de in het Concessiebeleidsplan verwoorde ambitie om het budget en volume van drama verder te verhogen niet meer te realiseren. Echter, het belang van drama voor de NPO blijft onverminderd groot. Om die reden zal de NPO, ondanks het feit dat drama een relatief duur genre is, het budget voor drama bij het realiseren van de bezuinigingen zo veel mogelijk ontzien.

Met het wegvallen van het budget voor het Mediafonds vanaf 2017 valt er, naast het budget voor kwalitatief hoogwaardige documentaires en talentontwikkeling, een flink deel van de financiering van hoogwaardige drama-producties weg. De NPO zal deze aanvullende financiering binnen zijn eigen budget oormerken om deze kwetsbare genres ook in de toekomst voor de NPO te behouden. Deze oormerking van budget zal dan ten koste gaan van andere genres van de NPO, maar een kwalitatief hoogwaardig aanbod van drama en documentaire is voor de NPO van essentieel belang.

Zoals gezegd wordt de bezuiniging op het Mediafonds geëffectueerd. De komende jaren zullen worden benut om te komen tot een goed systeem dat de kwaliteit van deze producties ook in de toekomst zal waarborgen.

### Doelstellingen 2015

- In 2015 wordt nader uitgewerkt hoe de stimulerende rol van het Mediafonds voor talentontwikkeling en hoogwaardig drama en documentaires door de NPO wordt gewaarborgd.
- Bij het invullen van de bezuinigingen worden de budgetten voor de genres drama en documentaires in 2015 waar mogelijk ontzien.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Doel op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bijz. hoofdstuk.

### Stichting Omroep Muziek

De in het Concessiebeleidsplan verwoorde ambities met betrekking tot het MCO zijn door de ingrijpende bezuinigingen achterhaald. In augustus 2013 werd de Stichting Muziekcentrum van de Omroep opgeheven en is de Stichting Omroep Muziek (SOM) van start gegaan. In de nieuwe stichting zijn de middelen en mensen die de programmering en productie van de concertseries van de NPO verzorgen, samengebracht met het Radio Filharmonisch Orkest en het Groot Omroepkoor. Omroeppartners zijn NTR en AVROTROS.

De NPO heeft de ambitie om deze ensembles zo optimaal mogelijk te benutten voor de programmering op de zenders en kanalen. Bovengenoemde partijen zijn verantwoordelijk voor de levende muziek die de NPO verzorgt in concertseries als de NTR Zaterdagmatinee, De Vrijdag van Vredenburg en Het Zondagochtend Concert. Deze concerten worden live uitgezonden op NPO Radio 4.

#### Het budget voor de SOM wordt door de NPO aangevraagd.

SOM (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	15.533	14.885	648
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	2.060	nb	2.060
<b>Totaal baten</b>	<b>17.593</b>	<b>14.885</b>	<b>2.708</b>
Totaal kosten	-17.593	-14.885	-2.708
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 9

De mutatie ad 0,6 miljoen euro wordt veroorzaakt door een budgetverschuiving van 0,5 miljoen van het NPO-organisatie budget naar de SOM ten behoeve van MCO Naburige Rechten en door het toevoegen van de index ad 1%. Vanaf 2015 en verder worden ook de overige inkomsten begroot. Deze bestaan met name uit ticketinkomsten. Vanuit het platform Audio ontvangt de SOM tevens bijdragen voor levende muziek. Deze baten en lasten worden verantwoord onder NPO Radio 4.

#### CoBO

CoBO, afkorting van Co-productiefonds Binnenlandse Omroep, is het verdeelmechanisme van de omroepen voor inkomsten uit o.a. buitenlandse kabeldistributiemaatschappijen en sinds 1986 ook voor OCW-bijdragen ten behoeve van het Filmfonds van de Omroep, Telefilms en Teledocs die worden ingezet om de samenwerking tussen film en televisie te stimuleren. Daarnaast worden de inkomsten van het CoBO gevormd door de vergoeding van Belgische en Duitse distributiemaatschappijen voor het doorgeven van het signaal van de Nederlandse publieke zenders (distributiegelden). Deze inkomsten variëren.

De auteursrechtelijke vergoedingen worden door het CoBO toegekend aan speciale coproducties van de NPO, te weten: podiumkunsten, (Tele)film en documentaire en samenwerkingsverbanden met Duitse en Vlaamse publieke omroepen. Deze producties dragen op belangrijke wijze bij aan het behalen van de ambities met betrekking tot de speerpunten expressie, kunst en talentontwikkeling.

De NPO vraagt namens het CoBO het OCW-budget aan voor dit fonds. Dit budget is daarom onder een apart kopje opgenomen in de budgetaanvraag van de NPO (zie Financieel hoofdstuk). Het budget behelst alleen de kosten ten behoeve van het programmatische budget. De kosten voor de CoBO-organisatie (waaronder ook de indirecte kosten) maken geen deel uit van de Meerjarenbegroting van de NPO.

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het desgewenste hoofdstuk.

CoBO (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	7.949	7.722	227
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmabebonden EB	-1.500	nb	-1.500
Overige inkomsten	nb	nb	0
<b>Totaal baten</b>	<b>6.449</b>	<b>7.722</b>	<b>-1.273</b>
Totaal kosten	-6.449	-7.722	1.273
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 10

De toename van het budget voor het CoBO bedraagt per saldo 0,2 miljoen euro. Deze bestaat uit de reguliere index ad 1%, alsmede de ingehouden index ad 0,1 miljoen euro uit 2012. Omdat het CoBO geen budgetkorting krijgt opgelegd van kabinet-Rutte I vloeit de ingehouden index uit 2012 in 2015 weer terug.

### 3.1.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit

De nieuws- en opinieprogramma's vormen een essentieel deel van het aanbod van de NPO. Ook in 2015 blijft daarbij een belangrijke ambitie een zo kwalitatief en pluriform mogelijk aanbod voor dit genre aan te bieden.

#### Video

CBP 2010 - 2016: Verbeteren bereik

We laten ons nieuws- en opinieaanbod meer aansluiten op de leefwereld van jongeren, onder andere door het (beter) af te stemmen op hun interessegebieden en mediagebruik.

Een divers en onderling gevarieerd aanbod aan nieuws en opinie programma's over de netten heen blijft het uitgangspunt. Op NPO 1 is er veel ruimte voor grote nieuwsgebeurtenissen en nieuws- en opinieprogramma's voor een breed publiek. Op NPO 2 is er naast een dagelijkse verdiepende en onafhankelijke en gezaghebbende rubriek, ruimte voor een gevarieerd aanbod van journalistieke uitingen, zoals interviews, debatten, reportages, internationale thema's en onderzoeksjournalistiek. Met specifieke programma's voor jongeren als NOS op 3 en FunX, sluit ons nieuws- en opinieaanbod aan op de leefwereld van jongeren. Onderzoek heeft uitgewezen dat jongeren vooral ook online in hun informatiebehoefte voorzien. In 2015 wordt onderzocht op welke wijze beter kan worden aangesloten op deze behoefte.

#### Doelstelling 2015

- De NPO verbetert de nieuwsvoorziening voor jongeren op internet.

#### Audio

Om zo min mogelijk in te boeten op de kwaliteit van de nieuws- en opinievoorziening op de radio, wordt er ingezet op minder versnippering en meer onderlinge samenwerking tussen de omroepen en de taakorganisatie NOS. Naast het meest actuele nieuws is er ruimte voor achtergronden en verdieping. NPO Radio 1 durft eigen (nieuws)keuzes te maken en investeert in spraakmakende onderzoeksjournalistiek. De online rol voor nieuws wordt versterkt door het verbeteren van de NPO Radio 1-app en het intensiever inspelen op de groei van online bij (hoger opgeleide) ouderen.

#### Doelstelling 2015

- De verspreiding van NPO Radio 1 wordt verbeterd, onder andere door de verbetering van de NPO Radio 1 app.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Met de afspraken in de prestatieovereenkomst over pluriformiteit, kwaliteit en mate van agendasettend van ons journalistieke aanbod komen de kenmerken en ambities van dit aanbod tot uiting.

### Prestatieafspraken

#### Overall

2.4.1 De Nederlandse bevolking vindt het nieuws en opinieprogramma-aanbod van de NPO pluriform.

2.4.2 De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de NPO in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.

#### Video

4.1.1 Het opiniërende en nieuwsaanbod draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.

#### Audio

4.1.2 NPO Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radio-programmakanaal voor nieuws en opinie.

## 3.2 Verbeteren bereik

### 3.2.1 Bereik algemeen

#### Video

De netten en zenders van de NPO spelen een belangrijke rol in het leven van het overgrote deel van de Nederlanders. De NPO is van en voor iedereen en wil mensen onderling verbinden, hun individuele levens verrijken en hen verrassen met nieuwe perspectieven. Een breed bereik is daarbij essentieel. Het bereik van de NPO-televisienetten laat de afgelopen jaren echter een dalende trend zien. Ook bij de Nederlandse commerciële zenders RTL en SBS daalt het bereik.

Waarschijnlijk wordt de daling in het weekbereik veroorzaakt door de nog steeds toenemende digitalisering. Die maakt het enerzijds gemakkelijker om op andere apparaten (tablets, laptops) programma's te bekijken, terwijl deze apparaten nog niet standaard in de huidige opzet van het kijkonderzoek worden gemeten. Anderzijds maakt de digitalisering het mogelijk om via de settop box te kijken naar on demand video-aanbod dat buiten de meting valt. Onze programma's bereiken dus op andere wijzen wel degelijk nog het publiek. Omdat dit nog niet is opgenomen in de meetsystematiek is onduidelijk hoe hoog dit bereik werkelijk is. Zolang het totale bereik (inclusief de nieuwe apparaten) nog niet kan worden gemeten zal het, gezien het veranderend mediagedrag, moeilijk zijn onderstaande Prestatieafpraak over het weekbereik vast te stellen.

### Prestatieafspraken

**De NPO bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.**

Om de ambitie van een brede publieke omroep waar te maken, streeft de NPO voor 2015 naar de volgende kijktijd- en luisteraandelen. Hoewel de bezuinigingen een forse wissel zullen trekken op de programmering, zijn de doelstellingen voor de kijktijdaandelen van NPO 1, 2 en 3 ongewijzigd. 2015 is een oneven jaar zonder evenementen, waardoor de doelstelling voor NPO 1 lager is en de doelstelling voor NPO 3 hoger dan in het even jaar 2014.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Bereik van aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het bevoaste hoofdstuk.

	Doelstellingen kijktijdaandelen kalenderjaar 2015*	Doelstellingen kijktijdaandelen kalenderjaar 2014**	Realisatie kalenderjaar 2013
NPO 1	19,5%	21,0%	21,1%
NPO2	7,0%	7,0%	7,1%
NPO3	6,0%	5,5%	7,2%
<b>Totaal</b>	<b>32,5%</b>	<b>33,5%</b>	<b>35,4%</b>

\* 6+, tijdvak 18 - 24 uur

\*\*Voor even jaren gelden voor NPO 1 hogere doelstellingen en voor NPO 3 lagere doelstelling  
i.v.m. uitzenden superevenementen op NPO 1. Dit heeft ook negatieve consequenties voor het  
publieksbereik van NPO 3.

Tabel 11

Op de kindzender wordt slechts een zeer beperkte bezuiniging gerealiseerd. Gezien de huidige sterke performance van NPO Zapp heeft de NPO de doelstelling voor de groep 3- tot 12-jarigen verhoogd met 1%. Bij het vaststellen van deze ambitie is rekening gehouden met de nog steeds groeiende concurrentie van aanbod voor deze jongste doelgroep. Voor de specifieke doelgroep van Zapp geldt de volgende doelstelling voor het kijktijdaandeel:

	Doelstellingen kijktijdaandelen kalenderjaar 2015*	Doelstellingen kijktijdaandelen kalenderjaar 2014	Realisatie kalenderjaar 2013
NPO Zapp	18%	17%	20,6%

\* 3-12 jaar, tijdvak 06.30 - 19.30 uur

Tabel 12



### Audio

Door aanpassingen in het luisteronderzoek wordt er vanaf 2012 een andere weging toegepast die een negatief effect heeft op het bereik en de luistertijd van alle zenders, en dus ook op die van de NPO. Uiteraard blijft de NPO zich inspannen het bereik met het audioaanbod onder alle Nederlanders zo hoog mogelijk te houden, maar de hieronder weergegeven prestatieafspraken over het audioweekbereik is door de wijziging in de manier van meting niet meer realistisch.

### Prestatieafspraken

#### Audio

3.1.2 De NPO bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.

3.1.3 De NPO heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.

De doelstellingen voor NPO Radio 1, NPO Radio 4 en NPO Radio 6 zijn ongewijzigd. De doelstelling voor NPO Radio 2 is iets naar beneden

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

bijgesteld. Om aantrekkelijker te worden voor een jongere doelgroep is de programmering van deze zender gewijzigd. Door deze wijziging stemt een deel van de oudere luisteraars niet meer op de zender af, terwijl jongere luisteraars meer tijd nodig hebben om de zender te vinden. NPO 3FM slaagt er goed in de jongere doelgroep van deze zender te bereiken, vanwege deze goede prestaties is de doelstelling van deze zender opnieuw verhoogd. De doelstelling voor NPO Radio 5 in de avond is aangepast, omdat het tijdvak en de programmering van deze zender is gewijzigd.

FunX is niet in de tabel opgenomen, omdat FunX niet deelneemt aan het reguliere NLO-luisteronderzoek. De steekproef van dit onderzoek is niet representatief op etniciteit en FunX wordt vooral beluisterd door allochtone stadsjongeren. Er zijn voor FunX dus geen marktaandeelen beschikbaar zoals voor de andere zenders.

In onderstaande tabel zijn de doelstellingen voor het luistertijdaandeel voor 2015 weergegeven.

	Doelstellingen luistertijdaandelen kalenderjaar 2015*	Doelstellingen luistertijdaandelen kalenderjaar 2014	Realisatie kalenderjaar 2013
NPO Radio 1	7,5%	7,5%	7,2%
NPO Radio 2	9,5%	10,0%	9,1%
NPO 3FM	10,0%	9,5%	10,3%
NPO Radio 4	2,0%	2,0%	1,8%
NPO Radio 5	Hele zender 3,0% Nostalgie 3,5% Avond 1,3%	Hele zender 3,0% Nostalgie 3,1% Avond 1,8%	Hele zender 3,1% Nostalgie 0,8% Avond 1,4%
NPO Radio 6	0,4%	0,4%	0,3%

\* Gemiddeld luistertijdaandeel NPO Radio 1 - NPO Radio 6, hele week, tijdvak 06-24, leeftijd 10+ (bron NLO)

Tabel 13

### 3.2.2 Bereik jongeren

Om aan te sluiten bij het veranderend mediagebruik van deze jongere doelgroep doet de NPO onderzoek naar deze doelgroep en ontwikkelt zij een multimediale strategie om hen beter te bedienen. Voor deze jonge doelgroep is het bij uitstek van belang om platform-overstijgend te werken. Op deze manier hopen we meer herkenbaar en daarmee ook beter vindbaar te worden. Onze lineaire kanalen zoals NPO 3 en NPO 3FM zullen voorlopig nog wel als etalages fungeren voor ons VOD aanbod. In de jongerenstrategie zoeken we ook nadrukkelijk naar de participatie van en interactie met deze doelgroep. Op deze manier verwachten we jongeren in de toekomst beter te bereiken.

Het kijkgedrag van jongeren ontwikkelt zich sterk, inmiddels is bijna 30% van wat jongeren kijken non-lineair. Hierin lopen zij voorop op oudere doelgroepen. De tijd die zij besteden aan live kijken daalt bovendien, vooral in de jongste doelgroepen. Video on demand (VOD) is een vanzelfsprekendheid voor deze doelgroep en zij zijn overwegend zeer enthousiast over de nieuwe mogelijkheden die media hen te bieden hebben. Zij laten zich gidsen via vrienden en bekenden op sociale media en hebben al in grote mate de beschikking over mobiel internet.

#### CBP 2010-2016 Verbetering bereik

We geven NPO 3 een jonger en scherper profiel.

#### Prestatieafspraken

##### Video

3.2.1 NPO 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20- tot 34-jarigen.

De bereikdoelstelling voor het bereik onder 20- tot 34-jarigen blijkt moeilijk haalbaar te zijn. Voor een deel heeft dit te maken met het feit dat

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

deze publieksgroep niet meer alle televisiecontent op een televisie kijkt, maar op andere schermen, waardoor het bereik lastiger te meten is. Het is ook moeilijk gebleken om met specifiek op deze jongeren gerichte programma's in de vooravond een groot publiek te bereiken. De concurrentie in dit tijdvak is hevig, waardoor nieuwe programma's meer moeite hebben om gevonden worden. Voor 2015 betekent dit dat we de herkenbaarheid en vindbaarheid van onze jongerenprogrammering wil verhogen. We willen nog meer aansluiten bij de kijkbehoeften van een jongere doelgroep en de vindbaarheid van deze programma's verbeteren door avonden scherper te kleuren.

#### Doelstellingen 2015

- De mediabehoefte van de doelgroep 20- tot 34-jarigen wordt meer leidend in de programmering. Dit uit zich in een scherper profiel en selectiever bereik van NPO 3 voor deze doelgroep.
- De vindbaarheid van de jongerenprogrammering wordt verhoogd door avonden scherper te kleuren.

### 3.3 Vergroten impact

#### 3.3.1 Focus en herkenbaarheid

##### CBP 2010-2016

We versterken onze navigatie, multimedialiteit en doorverwijzing over de platformen, omroepen en titels.

Naast het aanbrengen van meer focus in ons internet-aanbod, zal de NPO zich in het komende jaar richten op een betere ontsluiting van het online aanbod. De online concurrentie in de audiovisuele sector in Nederland neemt toe en mondialiseert in rap tempo. De NPO bevindt zich middenin dit krachtenveld en moet daarin proberen om vanuit een publiek belang zijn

totaalaanbod, in al zijn pluriformiteit, ook online makkelijk vindbaar en duidelijk herkenbaar te houden. De NPO wil een zo goed mogelijke positie behouden voor zijn programma's en kanalen. Zodat die ook online een bijdrage kunnen blijven leveren aan de culturele en politieke processen in de samenleving. Met hoogwaardig Nederlands product dat aantrekkelijk en belangrijk is voor zoveel mogelijk Nederlanders. Om adequaat te reageren op vragen en eisen uit de markt en tijdig in te spelen op veranderend mediagedrag gaan we daarom stevig inzetten op meer focus in het aanbod, de personalisatie van de gebruikerservaring, de navigatie door het publieke omroep-domein en de herkenbaarheid van het aanbod.

De online gebruiker wil daarnaast in toenemende mate zelf in de regiestoel zitten. De NPO kan hem daarin faciliteren door een aanbod op maat te doen. Cruciaal daarbij is het om data over gebruik, gebruikers en metadata te combineren in persoonlijke aanbevelingen. Hierbij gaat het niet slechts om automatisch gegenereerde aanbevelingen, maar ook om die verrassende kijk- en luistertips van de NPO, van vrienden uit een van je sociale netwerken of van iemand die op een bepaald gebied jouw media-autoriteit is. Aanbevelingen op basis van profielen zijn echt persoonlijk, versterken de relatie en vergroten de betrokkenheid als mensen meepraten en denken. Daartoe starten we projecten op het gebied van online navigatie en personalisatie, gebruikmakend van big data-principes, profielenopbouw en verbeterde metadata.

Om zowel de gehele NPO als zijn totaalaanbod duidelijk herkenbaar te houden gaan we in 2015 verder werken aan een meer eenduidige navigatiestructuur met een overkoepelend merk, en aan het duidelijker zichtbaar en herkenbaar maken van het Nederlandse en onderscheidende karakter van het aanbod.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

### Doelstellingen 2015

- De NPO vergroot de vindbaarheid van het aanbod door binnen de centrale portal sterk in te zetten op de uitbreiding van personalisatie van de gebruikservaring en een verbetering van de navigatie door het aanbod.
- Het Nederlandse en onderscheidende karakter van het aanbod van de NPO wordt duidelijker zichtbaar en herkenbaar.

### 3.3.2 Samenwerking regionale omroep en Wereldomroep

#### Regionale omroep

Als gevolg van door de overheid gemaakte beleidskeuzes en daarmee samenhangende bezuinigingen zijn enkele bestaande samenwerkingsrelaties van de NPO in een ander perspectief komen te staan. Het betreft hier vooral die met de regionale omroep en met de Wereldomroep. Dit heeft ook consequenties voor de in het CBP gestelde ambities. Deze worden hieronder toegelicht.

#### CBP 2010 - 2016

Intensiveren samenwerking regionale omroepen.

In de mediaparagrafen van het regeerakkoord van de kabinetten Rutte I en II is het streven naar integratie van de landelijke en regionale publieke omroep vastgelegd. De overheveling van het budget van de regionale omroep van het Provinciefonds naar het (rijks)mediabudget is per 2014 gerealiseerd. Bij het vaststellen van deze Meerjarenbegroting is het nog niet duidelijk hoe aan de samenwerking tussen regionale en landelijke publieke omroep in 2015 en daarna vorm wordt gegeven. Het reguliere bestuurlijk overleg met ROOS (en met OLON als vertegenwoordiger van de lokale omroep) wordt in 2015 voortgezet. Ook worden bestaande samenwerkingsvormen zoveel mogelijk gecontinueerd en waar mogelijk uitgebreid, met een focus op de nieuwsvoorziening.

#### Lokale omroep

De NPO continueert in 2015 zijn samenwerking rondom FunX met de lokale omroepen in de vier grote steden, verenigd in de Stichting G4. De NPO-organisatie en de Stichting G4 hebben hiertoe in 2012 een samenwerkingsconvenant afgesloten. De landelijke editie van FunX valt onder de verantwoordelijkheid van de NPO-organisatie. In 2015 verzorgen AVROTROS, BNN-VARA, KRO-NCRV, NTR en VPRO zendtijd op deze landelijke editie. De vier lokale edities vallen onder de verantwoordelijkheid van de vier lokale omroepen in Rotterdam, Amsterdam, Den Haag en Utrecht.

#### Stichting BVN

#### CBP 2010 - 2016

Voortzetten samenwerking met de Wereldomroep op basis van gelijkwaardigheid en erkenning van ieders rol.

Bovenstaande doelstelling uit het Concessiebeleidsplan is niet meer realiseerbaar. Vanaf 2013 valt de Wereldomroep (RNW) niet meer onder de Mediawet en is de samenwerkingsopdracht met de NPO verdwenen. BVN (het Beste van Vlaanderen en Nederland), een wereldwijd te ontvangen satellietzender met een compilatie van programma's van de Vlaamse en Nederlandse publieke tv-zenders wordt voortgezet op hetzelfde activiteiten- en financieringsniveau door de twee overblijvende partners in de Stichting BVN, VRT en NPO. De BVN-uitvoeringsorganisatie is overgeheveld van RNW naar de NPO.



Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

BVN (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	1.472	1.458	14
Bijdragen Raad van Bestuur	1.810	nb	1.810
Inzet ORMA	0	0	0
Programmabegonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	1.338	nb	1.338
<b>Totaal baten</b>	<b>4.620</b>	<b>1.458</b>	<b>3.162</b>
Totaal kosten	-4.620	-1.458	-3.162
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 14

De NPO-organisatie vraagt sinds 2013 apart budget aan voor deze stichting. Voor 2015 bedraagt dit budget afgerond 1,5 miljoen euro. De mutatie ten opzichte van 2015 betreft de index ad 1%. De bijdragen van de Raad van Bestuur is voor 2015 1,8 miljoen en de Vlaamse Regering zal naar verwachting circa 1,3 miljoen euro bijdragen (zie overige inkomsten). Beide worden vanaf 2015 mee begroot. De totale bedrijfsopbrengsten voor de Stichting BVN komt daarmee op 4,6 miljoen euro.

Een andere beëindigde activiteit van de Wereldomroep, de mediavoorziening voor de Caribische eilanden, wordt in beperkte vorm voortgezet door de NPO. De NTR verzorgt vooralsnog deze voorziening. Het gaat voor 2015 om een budget van 0,3 miljoen euro.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



## 4. Video

### Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

### 4.1 Financieel beeld

De NPO staat voor de grote opgave om de komende jaren met aanzienlijk minder budget toch een breed en gevarieerd aanbod voor alle relevante groepen in de samenleving te bieden. In 2015 moet, als tweede jaar op rij, fors worden bezuinigd. De NPO vult deze bezuinigingen in door efficiënter te gaan werken, samenwerking te bevorderen en langere slots, minder titels en meer aankoop in de schema's te verwerken. Het advies van BCG (meer aankoop, minder titels en langere series), wordt zo veel mogelijk opgevolgd, maar het is vanwege kwaliteitsoverwegingen en eisen die worden gesteld vanuit het programmeerproces en de externe marktontwikkelingen, niet voor alle titels en netten mogelijk. Bovendien is het bezuinigingspotentieel voor aankoop lager geworden door wijzigingen - zoals de komst van Netflix - op de aankoopmarkt, die een prijsopdrijvend effect op aankoop hebben en niet altijd tot het gewenste programma-pakket leiden. Per net en titel worden deze adviezen daarom op maat toegepast.

De NPO bewaakt bij de invulling van de bezuinigingen het behoud van onderscheidende programmering en een evenwichtige genremix. Hoewel de NPO zich inspant om de impact van de bezuinigingen zo klein mogelijk te houden, zal het gezien de hoogte van de opgelegde bezuinigingen onontkoombaar zijn dat er ook voor het publiek zichtbare consequenties zullen zijn in het programma-aanbod.

De inmiddels gerealiseerde fusies van de omroepen AVROTROS, BNN-VARA en KRO-NCRV maken het mogelijk om intensievere samenwerking na te streven als ook specialisatie en bundeling op thema's. Daarmee zijn de eerste stappen gezet om de efficiency te verhogen. Pas vanaf 2016 zal het aantal van 17 omroepen zijn teruggebracht naar acht omroeporganisatie en drie aspiranten en kan deze intensievere samenwerking en efficiency echt haar vruchten gaan afwerpen.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

### Financieel kader 2015

In onderstaande tabel voor Video wordt het financiële meerjarenkader 2015 verbijzonderd, waarbij rekening is gehouden met voorgenoemde kortingsbedragen in de bijdragen OCW. De exploitatietabel is opgebouwd uit de exploitatietabellen van NPO 1, NPO 2, NPO 3, NPO Zapp, themakanalen Video en gezamenlijkheidskosten.

Video 2015 (x 1.000 euro)	NPO 1	NPO 2	NPO 3	NPO Zapp	Themakanalen	Online	Gezamenlijk	Totaal 2015	Totaal 2014
Bijdragen OCW	175.495	106.983	64.558	42.826	0	16.086	4.647	410.595	441.442
Bijdragen Raad van Bestuur	100	100	2.100	40	8.515	460	0	11.315	25.975
Inzet ORMA	4.000	1.500	1.500	1.000	0	0	0	8.000	2.906
Programmagebonden EB	5.600	14.400	1.700	3.300	0	0	0	25.000	nb
Overige inkomsten	6.500	10.500	2.000	1.000	0	0	0	20.000	12.060
<b>Totaal baten</b>	<b>191.695</b>	<b>133.483</b>	<b>71.858</b>	<b>48.166</b>	<b>8.515</b>	<b>16.546</b>	<b>4.647</b>	<b>474.910</b>	<b>482.383</b>
Totaal kosten	-229.757	-157.566	-87.894	-55.874	-8.585	-16.706	-5.047	-561.429	-495.925
Compensatie btw	38.062	24.083	16.036	7.708	70	160	400	86.519	nvt
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-13.541</b>

Tabel 15: exploitatieoverzicht Video onderverdeeld per net

### Baten

#### Bijdragen OCW

In 2015 dalen de totale bijdragen OCW per saldo met 30 miljoen euro. Deze 30 miljoen euro bestaat uit korting van 50,3 miljoen, een index van 14 miljoen en een verschuiving sportbudget van NPO-organisatie naar mediabudget van per saldo 5,5 miljoen euro.

#### Bijdragen Raad van Bestuur

Naast de bijdragen van OCW worden nog andere beschikbare financiële middelen ingezet voor de programmering, waaronder de bijdragen van de Raad van Bestuur. Deze bijdragen kunnen bestaan uit de (eigen) reserves, bijdragen OCW en overige inkomsten van de NPO-organisatie. De bijdragen van de Raad van Bestuur worden met name ingezet voor themakanalen en sportevenementen.

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

**Inzet overgedragen reserve media aanbod (ORMA)**

Eigen middelen die aan het eind van het programmeringsjaar resteren, worden – indien de reserve media aanbod (RMA) op het maximaal toegestane niveau is – Overgedragen Reserve Media-Aanbod (ORMA), die in het daaropvolgende jaar dient te worden ingezet voor de programmering. Op basis van de huidige stand van zaken is het de verwachting dat het restant van de ORMA ad 8 miljoen euro volledig in 2015 wordt ingezet. Op basis van historische gegevens is de verdeling per net berekend.

**Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)**

Om de transparantie te vergroten en de realisatie beter te kunnen vergelijken met de begroting, maken deze middelen vanaf 2015 deel uit van de begroting. De programmagebonden EB zijn de bijdragen van onder andere het Mediafonds, het CoBO-fonds en sponsoring van derden. De totale programmagebonden EB voor 2015 wordt ingeschat op 25 miljoen euro. Hiervan is circa 1,5 miljoen euro afkomstig van het CoBO-fonds.

**Overige inkomsten**

Naast programmagebonden eigen bijdragen worden door omroepen netto resultaten van neven- en/of verenigingsactiviteiten (overige inkomsten) ingezet ten behoeve van de programmering. In voorgaande Meerjarenbegrotingen werden de resultaten uit neven- en verenigingsactiviteiten voorzichtig begroot. Uit de jaarrekeningen van de omroepen blijkt dat deze overige inkomsten structureel hoger zijn dan verwacht. Voor 2015 en verder wordt daarom gerekend met meer overige inkomsten.

**Directe kosten**

Een deel van de bezuiniging vindt zijn beslag in een generieke budgetkorting van 2,5% op alle genres, maar het merendeel van de bezuiniging is

op basis van beleidsmatige keuzes belegd. De inzet is het behoud van een breed en gevarieerd aanbod, met daarbij de ambitie om het onderscheidende karakter van de NPO te borgen, door relatief minder te bezuinigen op de programmatische accenten: journalistiek, Nederlands drama, documentaires, kinderprogrammering, educatie & informatie, kunst & cultuur en evenementen. Hoewel het totaal budget voor aankoop zal stijgen, is de stijging van aankoop en de daarmee potentieel te realiseren besparing, zoals door BCG berekend, niet langer haalbaar. De voornaamste reden hiervoor is dat de aankoopmarkt, met de komst van Netflix en HBO, sterk in beweging is. Dit maakt de afweging voor het verkrijgen van bijzonder buitenlands product steeds complexer en in sommige gevallen leidt dit ook tot prijsopdrijving.

De opgelegde bezuinigingen dwingen helaas tot scherpe keuzes. Op basis van het genrebeleid en de hierboven benoemde programmatische accenten heeft een herschikking van het budget voor de netten plaatsgevonden. Elk net draagt bij aan de bezuiniging. Het verschil in de uiteindelijke verdeling van de bezuinigingen wordt veroorzaakt door het verschil in de verdeling van de genres over de netten. NPO 3 krijgt een nadrukkelijker jonger karakter, met meer op de doelgroep toegesneden content, waaronder meer aankoop. Dit kan met een beperkter budget worden gerealiseerd. Ook wordt er voor NPO 3 ingezet op innovatieve en kostenbewuste manieren voor het produceren van programma's voor deze doelgroep. Tegelijkertijd blijft NPO 1 de belangrijkste zender voor nieuws en evenementen en een grote aanbieder van het relatief dure genre Nederlands drama en is NPO 2 de zender met het relatief dure verdiepende aanbod.

Ook in 2015 is bij het vertalen van de bezuinigingen naar de netten de kindertzender NPO Zapp ontzien.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Gezien het belang van internet blijft dit relatief beperkte budget zo veel mogelijk op peil. Er vindt wel een verschuiving plaats naar die internet-activiteiten die de meeste impact en het grootste bereik genereren.

**Compensatie btw**

Op basis van de werkelijke kosten 2012 en 2013 is een inschatting gemaakt van de extra kosten als gevolg van de gewijzigde fiscale btw-wetgeving. Deze bedragen zijn verwerkt in de kosten en opgenomen op de regel compensatie btw. De totale extra btw-last bedraagt 86,5 miljoen euro.

**Programmavernieuwing  
Prestatieafspraken**

2.5 De Publieke Omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit. Jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.

Naast het budget dat op reguliere basis binnen de programmering wordt besteed aan vernieuwing (nieuwe formats, titels et cetera) wordt circa 1% van het budget gereserveerd voor overige aan programmavernieuwing gerelateerde kosten (pilots, onderzoek, ontwikkeling et cetera). Vanwege deze percentuele koppeling van dit budget aan het totale budget, daalt de bestedingsruimte die voor programmavernieuwing wordt gereserveerd. De NPO streeft er desondanks ook in 2015 naar de hieronder benoemde kwantitatieve afspraken in de Prestatieovereenkomst na te komen.

**Gezamenlijkheidskosten**

Gezamenlijkheidskosten (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Extra btw-last	-400	nvt	nvt
Aankoop organisatie	-1.708	-1.217	-491
Marketing	-2.477	-2.695	217
Sales organisatie	-309	-310	2
Overig	-153	-120	-34
<b>Saldo</b>	<b>-5.047</b>	<b>-4.342</b>	<b>-305</b>

Tabel 16. gezamenlijkheidskosten Video

De Directie Video is verantwoordelijk voor het programmeren van de lineaire publieke netten en alle overige kanalen, diensten en activiteiten die daarmee zijn verbonden. Tevens verzorgt de directie de marketing voor deze kanalen en de buitenlandse aankoop van programma's. De afdeling Sales verzorgt de gezamenlijke verkoop van programma's aan buitenlandse zenders. De opbrengsten van deze laatste afdeling vloeien terug naar de programmering.

Onder het budget Marketing vallen onder meer de kosten van promotie-campagnes voor en op de zenders en de netstyling. Ook onderzoekkosten maken deel uit van het bij marketing vermelde bedrag. Op het budget voor marketing is een bezuiniging gerealiseerd van 8%.

Het budget voor de organisatie van aankoop is t.o.v. 2014 gestegen. Dit heeft onder andere te maken met een wijziging in de toerekening van de kosten van aankoop voor buitenlandse non-fictie programma's. Deze kosten werden begroot en gefinancierd op de netten. Vanaf 2015 worden deze kosten volledig uit de gezamenlijkheidskosten bekostigd, zodat beter zichtbaar is wat het aandeel organisatiekosten is rondom aankoop.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Onder de overige kosten vallen onder andere extra kosten die worden gemaakt om enkele live-programma's met een kleine vertraging uit te zenden, zodat het beter mogelijk wordt live te ondertitelen voor doven en slechthorenden.

## 4.2 Paletten

In het Concessiebeleidsplan is de ambitie opgenomen om aan te sluiten bij het veranderend mediagebruik en in aansluiting daarop een grotere samenhang aan te brengen tussen lineair en non-lineair aanbod. Een gezichts-bepalend net vormt binnen een palet de etalage of het middelpunt. Een palet staat voor het geheel aan kanalen, diensten en activiteiten dat is gericht op en aansluit bij het mediagedrag van een bepaalde publieksgroep. De NPO wil alle bevolkingsgroepen bereiken met een of meer van zijn lineaire hoofdkanalen en in het verlengde daarvan verbreding en verdieping bieden op de Video-themakanalen, internetsites en portals. Crosspromotie wordt daarbij geoptimaliseerd. Met de bundeling van de krachten op npo.nl, verbetert de NPO de vindbaarheid van de programma's. Alle tv-netten, themakanalen en radiozenders van de NPO staan op één overzichtelijke website voor het publiek. Naast live kijken en luisteren zijn er ook de programma's terug te zien. De portal uitzendinggemist.nl wordt volledig geïntegreerd in de website npo.nl.

### Video on demand

Video on demand (VOD) is de nieuwe manier van televisie kijken, maar tegelijkertijd blijft het belang van lineair kijken even groot. Nagenoeg al het video-aanbod van de NPO dat non-lineair op npo.nl wordt aangeboden is oorspronkelijk gemaakt voor NPO 1, 2, 3 of NPO Zapp. Doordat de rechten voor VOD echter niet altijd beschikbaar zijn, wordt het VOD-aanbod beperkt. In 2015 zet de NPO maximaal in op het verwerven van alle rechten

van zijn lineair aanbod, zodat deze ook on demand voor het publiek beschikbaar zijn.

Artikel 2.21a mediawet 2008 creëert de mogelijkheid om door middel van een experiment te onderzoeken of een nieuw aanbodkanaal een bijdrage kan leveren aan de verwezenlijking van de landelijke publieke media-opdracht. In 2014 is een experiment gestart om voor individuele kijkers tegen een kostengeoriënteerde betaling een on demand-dienst aan te bieden waarmee een meer volledig aanbod kan worden bekeken, zonder reclame en op een kwalitatief hoogwaardiger distributiewijze. Feitelijk gaat het dan om een plusvariant van npo.nl/uitzending-gemist. De inkomsten uit deze dienst worden aangewend om de kosten voor de benodigde rechten en de verbeterde techniek te financieren. Uitgangspunt is dat de wettelijke taakopdracht en het onderscheidende karakter van de NPO niet in het gedrang mogen komen. Het experiment heeft uitgewezen dat de NPO deze wijze van aanbieden van VOD wil continueren. In bijlage 1b wordt om die reden een aanvraag gedaan voor een nieuw aanbodkanaal.

Door het verbeteren en vergemakkelijken van non-lineair kijken en een betere ontsluiting van het on demand-aanbod heeft de NPO de ambitie beter aan te sluiten op de wensen en behoeften van het publiek.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

**Internet**

De bijdragen OCW voor internet worden ingezet voor websites en apps behorende bij programma's en voor thematische portals.

Internet (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	16.086	16.427	-341
Bijdragen Raad van Bestuur	460	460	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	nb	0
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>16.546</b>	<b>16.887</b>	<b>-341</b>
Totaal kosten	-16.706	-16.887	181
Compensatie btw	160	nvt	160
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 17

Door het groeiend belang van internet is er voor gekozen om slechts een kleine bezuiniging op dit platform door te voeren. De portals van de voormalige themakanalen Sterren 24 en NPO Spirit worden bekostigd uit de bijdragen Raad van Bestuur. Hoewel in de begroting geen rekening wordt gehouden met inzet uit ORMA, EB of overige inkomsten, kan het wel voorkomen dat bij de intekening en de realisatie deze extra middelen ingezet worden voor de (extra) kosten.

**4.2.1 NPO 1**

NPO 1 verbindt alle Nederlanders. Een breed nationaal net waar iedereen welkom is. Hier worden belangrijke ervaringen en nieuws met elkaar gedeeld, over gebeurtenissen die iedereen raken, zoals Koningsdag, de Olympische Spelen, verkiezingen, het Eurovisie Songfestival en de

belangrijkste nieuwsfeiten. NPO 1 is een net dat onmisbaar is, met programma's die het gesprek van de dag vormen en waarin echte verhalen worden verteld. Verhalen waarin je je herkent en die je betrekken bij het leven van anderen. Zo verbindt NPO 1 ons allemaal.

**CBP 2010 – 2016: evenwichtig en onderscheidend aanbod**

NPO 1 heeft een relevant, gevarieerd en onderscheidend aanbod met een evenwichtige genremix die past bij een breed universeel televisienet.

Het aanbod op NPO 1 is breed en gevarieerd. De mix van programma's is onderscheidend van andere televisienetten. De bezuinigingen op NPO 1 zullen hun weerslag hebben op alle genres, waarbij de programmatische accenten zoveel mogelijk worden ontzien. Voor amusement en human interest geldt dat verhoudingsgewijs meer wordt bezuinigd op de budgetten voor deze genres. Voor het genre amusement betekent dit vooral het volledig schrappen van de grote amusementshows op de zaterdagavond. Bij het genre human interest vindt dit zijn weerslag door het stoppen van enkele langlopende titels die dubbel qua thematiek. Tegelijkertijd wordt er ingezet op programma's die een verjonging van het publieksprofiel realiseren. Overdag zal meer worden ingezet op herhalingen, zodat er enerzijds op de dagprogrammering kan worden bezuinigd en anderzijds het publiek een tweede kans krijgt om een programma te bekijken.

Vanwege de bezuinigingen zal een aantal langlopende en bij het publiek vertrouwde titels niet meer gemaakt kunnen worden. Ondanks de bezuinigingen wordt er tegelijkertijd ook ruimte gecreëerd om nieuwe titels te ontwikkelen. De programmavernieuwing richt zich daarbij in eerste instantie op titels die aantrekkelijk zijn voor vooral dertigers en veertigers.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
<b>Bijlage 1a</b> Overzicht kanalen	84
<b>Bijlage 1b</b> Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

**Doelstelling 2015**

- De genremix van NPO 1, blijft ondanks de bezuinigingen, breed, relevant, gevarieerd en onderscheidend.

**CBP 2010 – 2016: vergroten van de impact**

Bij grote nieuwsgebeurtenissen kiest het grootste deel van het Nederlandse publiek voor de nieuwsvoorziening op NPO 1.

De NPO hecht zeer aan een goede nieuwsvoorziening. Bij belangrijke nieuwsgebeurtenissen schakelt het publiek massaal naar NPO 1 om daar op betrouwbare en onafhankelijke wijze te worden geïnformeerd. Het brede aanbod van nieuws en opinie blijft ook in 2015 geborgd. NPO 1 wil zijn maatschappelijke taak in 2015 breder oppakken door grote maatschappelijke thema's te agenderen.

**Doelstelling 2015**

- NPO 1 versterkt zijn functie als belangrijkste nieuwsbron voor het publiek door een versterking van het aanbod van nieuws- en live-evenementen en het agenderen van maatschappelijke thema's.

<b>NPO 1</b> (x 1.000 euro)	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Vershil</b>
Bijdragen OCW	175.495	176.809	-1.314
Bijdragen Raad van Bestuur	100	13.000	-12.900
Inzet ORMA	4.000	1.730	2.270
Programmagebonden EB	5.600	nb	5.600
Overige inkomsten	6.500	5.044	1.456
<b>Totaal baten</b>	<b>191.695</b>	<b>196.583</b>	<b>-4.888</b>
Totaal kosten	-229.757	-210.125	-19.632
Compensatie btw	38.062	nvt	38.062
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>-13.542</b>	<b>13.542</b>

Bijlage 18

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 1,3 miljoen euro. Enerzijds bestaat dit uit een besparing van circa 16,2 miljoen euro, inclusief index. Daarnaast zijn in het kader van het vergroten van transparantie en beter begroten, de net-overstijgende reserveringen alsmede de budgetten van de NOS anders geordend op de netten dan voorheen. Hierdoor is respectievelijk -2 miljoen en +11,4 miljoen euro budget verschoven van andere netten naar NPO 1. Tevens is budget verschoven van de NPO-organisatie naar het programmabudget, waardoor het NPO 1-budget met 5,5 miljoen euro toeneemt.

In 2014 heeft de Raad van Bestuur uit eigen middelen bijgedragen aan de kosten voor het WK Voetbal 2014. Omdat hier in 2015 geen sprake van is, ontstaat een verschil van circa 13 miljoen euro. Op basis van de huidige stand van zaken is de verwachting dat het restant van de ORMA volledig in 2015 wordt ingezet. Op basis van historische gegevens is de verdeling per net berekend. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting in paragraaf 4.1 Financieel beeld. Het negatief saldo in 2014 ad 13,5 miljoen euro heeft betrekking op de meerkosten voor de superevenementen. Hiervoor is in 2014 budget aangevraagd en toegekend uit de AMR.

**4.2.2 NPO 2**

NPO 2 biedt een venster op de wereld. Het is een verdiepend net met een journalistiek accent. Een net dat de agenda bepaalt en context en achtergronden geeft bij het nieuws. NPO 2 zet je aan het denken met achtergrondprogramma's, onderzoeksjournalistiek, documentaires, kennisquizen, cultuurprogramma's en levensbeschouwelijke inzichten, maar ook met (maatschappelijk) drama en educatie. Het is een net dat zich verdiept in de werkelijkheid achter de actualiteit, zodat je de wereld om je heen beter kunt duiden. Zo verbindt NPO 2 je met de wereld om je heen.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De bezuinigingen nopen ook op NPO 2 tot het maken van scherpere keuzes. Het zo efficiënt mogelijk inzetten van het budget met zoveel mogelijk behoud van kwaliteit en impact is daarbij het uitgangspunt. Dit heeft tot gevolg dat een deel van het budget van de middag wordt verschoven naar de avond en dat er ook minder budget wordt ingezet voor buitenlandse films die na middernacht worden geprogrammeerd. Kunst en expressie blijven een belangrijke pijler voor NPO 2, met als doel een zo groot mogelijk publiek kennis te laten maken met kwalitatieve kunst en cultuur. Naast aandacht voor Nederlandse cultuuruitingen, zal er in het schema meer aankoop van series over kunst, cultuur en archeologie komen en het aandeel van de relatief dure registraties van opera en ballet zal helaas moeten verminderen.

**CBP 2010 - 2016: evenwichtig en onderscheidend aanbod**

NPO 2 biedt Nederlandstalige en buitenlandse fictie, die door onderwerpkeuze, uitwerking van de karakters en verhaallijnen kwalitatief onderscheidend is.

Dramaseries op NPO 2 dragen bij aan het verdiepende profiel van het net, door aansluiting bij actuele politiek en maatschappelijke ontwikkelingen. De verhaallijnen zijn vaak complexer en de personages meer gelaagd en uitgewerkt. Ondanks de opgelegde bezuinigingen blijft dit relatief dure type drama zijn plek houden op NPO 2, waarbij in 2015 de nadruk zal liggen op de ontwikkeling van drama in een politieke setting.

**Doelstelling 2015**

- Dramaseries op NPO 2 onderscheiden zich kwalitatief qua onderwerpkeuze, uitwerking van karakters en verhaallijnen en dragen bij aan het verdiepende profiel van het net.

**CBP 2010 - 2016: Vergroten van de impact**

Het opiniërende en nieuwsaanbod van NPO 2 bevordert het maatschappelijk debat en is agendasettend.

Het journalistieke karakter van het net blijft ook in 2015 sterk. Een zo gevarieerd mogelijk aanbod van journalistieke uitingen vormt een belangrijke bijdrage aan de pluriformiteit van het bestel. Met dit aanbod wordt het inzicht van het publiek verrijkt en vergroot. Door middel van debat, interviews en onderzoeksjournalistiek wordt de meningsvorming van de kijker gestimuleerd. De bezuinigingen nopen tot een bundeling van krachten bij vooral de reportagerubrieken. Inzet blijft het behoud van de brede variëteit van het journalistieke aanbod. Naast de actualiteitenrubrieken programmeert het net een brede variëteit aan documentaires. Dit genre behoudt een prominente plek in de programmering.

**Doelstelling 2015**

- De kwaliteit van het journalistieke aanbod blijft behouden, door een gerichte bundeling van de krachten van verschillende reportagerubrieken.

NPO 2 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	106.983	124.271	-17.288
Bijdragen Raad van Bestuur	100	0	100
Inzet ORMA	1.500	958	542
Programmagebonden EB	14.400	nb	14.400
Overige inkomsten	10.500	5.114	5.386
<b>Totaal baten</b>	<b>133.483</b>	<b>130.343</b>	<b>3.140</b>
Totaal kosten	-157.566	-130.343	-27.223
Compensatie btw	24.083	nvt	24.083
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 19

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 17,3 miljoen euro. Enerzijds bestaat dit uit een besparing op de bijdrage OCW van circa 11,6 miljoen euro, inclusief index. Daarnaast zijn in het kader van het vergroten van transparantie en beter begroten, de net-overstijgende reserveringen alsmede de budgetten van de NOS anders geordend op de netten dan voorheen. Hierdoor is respectievelijk -1,6 miljoen en -4,1 miljoen euro budget verschoven van andere netten naar NPO 2. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting in paragraaf 4.1 Financieel beeld.

### 4.2.3 NPO 3

NPO 3 verbindt je met de wereld van nu en morgen. Een toegankelijk net met inspirerende en spraakmakende programma's, die je bij de tijd houden of zelfs voorop laten lopen. NPO 3 is jong van geest, onderzoekt, voedt de nieuwsgierigheid en vertelt echte verhalen. Een net dat ruimte biedt voor experimenten en het doorbreken van conventies. Je wordt uitgedaagd actief mee te doen en een mening te geven. Crossovers met internet en radio zijn vanzelfsprekend.

#### CBP 2010 - 2016: evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het aanbod van NPO 3 is onderscheidend en gevarieerd.

NPO 3 biedt een veelheid aan mooie, over het algemeen goed gemaakte programma's met een onderscheidend karakter. Het budget voor NPO 3 is relatief het meest gekort van alle netten. Dit is een moeilijk besluit geweest, omdat het bereiken van deze doelgroep door de NPO onder druk staat. De keuze om relatief iets meer op NPO 3 te bezuinigen, is echter gemaakt vanuit de overtuiging dat de geschiktheid voor programmering voor een jongere doelgroep niet wordt bepaald door de hoogte van het budget, maar veel meer door de thematiek, aanpak en aansluiting bij de kijk-

behoeften van dit publiek. De jongere doelgroep heeft bovendien een relatief grote behoefte aan on demand-content. In de mediaomgeving van NPO 3 wordt bij uitstek geëxperimenteerd met nieuwe concepten die interactief en crossmediaal zijn en intensievere samenwerking met andere platformen zoals NPO 3FM en themakanalen zijn juist voor een jongere doelgroep interessant. De grootste bezuiniging vindt plaats in de vooravond en door meer herhalingen en aangekochte programma's uit te zenden. De prime time-programmering van NPO 3 krijgt een nieuwe impuls door meer aansluiting te zoeken bij de kijkbehoeften en belevingswereld van de jonge doelgroep.

#### Doelstelling 2015

- Het innovatieve karakter van NPO 3 wordt versterkt door binnen de programmering in te zetten op publieksparticipatie en social media en door specifieke ruimte te creëren voor talentontwikkeling.

#### CBP 2010 - 2016: verbeteren van bereik

NPO 3 legt in de programmering enkele accenten op de publieksgroep 20- tot 34-jarigen en vergroot het bereik in die leeftijdsgroep.

De programmering van NPO 3 wordt specifiek ingezet voor de verbetering van het bereik in de doelgroep 20- tot 34- jarigen. Deze ambitie wordt verder besproken in de paragraaf over het vergroten van het bereik onder jongeren (zie pagina 28).

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO 3 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	64.558	75.858	-11.300
Bijdragen Raad van Bestuur	2.100	4.000	-1.900
Inzet ORMA	1.500	118	1.382
Programmagebonden EB	1.700	nb	1.700
Overige inkomsten	2.000	639	1.361
<b>Totaal baten</b>	<b>71.858</b>	<b>80.615</b>	<b>-8.757</b>
Totaal kosten	-87.894	-80.615	-7.279
Compensatie btw	16.036	nvt	16.036
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 20

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 11,3 miljoen euro. Enerzijds bestaat dit uit een besparing op de bijdrage OCW, inclusief index, van circa 8,3 miljoen euro. Daarnaast zijn in het kader van het vergroten van transparantie en beter begroten, de net-overstijgende reserveringen alsmede de budgetten van de NOS anders geordend op de netten dan voorheen. Hierdoor is respectievelijk +1,2 miljoen en -4,2 miljoen euro budget verschoven van andere netten naar NPO 3. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting in paragraaf 4.1 Financieel beeld.

#### 4.2.4 NPO Zapp

Met NPO Zapp verover je een plek in de wereld. NPO Zapp biedt een aantrekkelijke mix van programma's waar je wat van opsteekt, waar je nieuwe ideeën van krijgt en waarmee je de wereld om je heen beter leert begrijpen. Originele en oorspronkelijke programma's op tv en internet over het echte leven van nu, waarin je belangrijke onderwerpen vindt die je bezighouden in het leven van alledag. Daar heb je wat aan en zo verover je een eigen plek in de wereld.

#### CBP 2010 - 2016: evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het aanbod van NPO Zapp is onderscheidend en gevarieerd.

De kinderzender NPO Zapp richt zich op alle kinderen tussen de 3 en 12 jaar. Binnen NPO Zapp worden aparte, middels vormgeving duidelijk herkenbare blokken uitgezonden met Zappelin programmering voor de allerkleinsten. Ook in 2015 wordt NPO Zapp bij de realisatie van de bezuinigingen ontzien. De budgetten van kinderprogrammering zijn naar verhouding laag en op de kinderzender wordt al veel herhaald. Enerzijds is dit mogelijk omdat de doelgroep kinderen steeds vernieuwt en anderzijds omdat kinderen herhaling van hun favoriete programma als prettig ervaren. Ook het aandeel aankoop is op deze netten relatief hoog. Vanaf september 2014 is NPO Zapp met het uitzenden van Schooltv voor het voortgezet onderwijs gestopt. Omdat deze programmering in 2015 volledig komt te vervallen, kan hier ook in 2015 een verdere besparing worden gerealiseerd. Het accent in het educatiebeleid van de NPO wordt met het stoppen van Schooltv voor voortgezet onderwijs, verschoven naar het produceren van educatief aanbod op een voor kinderen aantrekkelijke wijze. Dit aanbod kan uiteraard ook op scholen worden ingezet voor de lessen. Op het kindernet zijn alle genres vertegenwoordigd, naast oorspronkelijke human interest en amusement onderscheidt NPO Zapp zich verder door het aanbieden van Nederlandse drama & animatie, documentaires en arthouse films.

#### Doelstelling 2015

- Het aanbod van NPO Zapp kenmerkt zich door het onderscheidende en gevarieerde karakter. Dit komt onder ander tot uiting door het programmeren van Nederlandse drama & animatie, documentaires en arthouse films.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

**CBP 2010 – 2016: Vergroten van impact**

NPO Zapp verbetert de herkenbaarheid en vindbaarheid door een eenduidig merkenbeleid.

Kinderen maken intensief gebruik van internet, mobiel en tablets. Om de vindbaarheid van het aanbod te vergroten, zullen de websites van programma's zo veel mogelijk worden ondergebracht onder de gezamenlijke portals van NPO Zapp en NPO Zappelin. In het kader van 'minder, groter, beter' investeert NPO Zapp daarbij zoveel mogelijk in succesvolle websites en integreert websites die minder goed presteren in de gezamenlijke portal. Dit bevordert de vindbaarheid van dit specifieke aanbod voor het publiek. De NPO Zapp portal zal ook geschikt worden gemaakt voor smartphones en tablets.

**Doelstelling 2015**

- De vindbaarheid op internet wordt vergroot door de websites van programma's meer te integreren in de gezamenlijke NPO Zapp en NPO Zappelin-portals.

NPO Zapp (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	42.826	43.735	-909
Bijdragen Raad van Bestuur	40	0	40
Inzet ORMA	1.000	100	900
Programmabebonden EB	3.300	nb	3.300
Overige inkomsten	1.000	1.263	-263
<b>Totaal baten</b>	<b>48.166</b>	<b>45.098</b>	<b>3.068</b>
Totaal kosten	-55.874	-45.098	-10.776
Compensatie btw	7.708	nvt	7.708
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 21

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 0,9 miljoen euro. Op NPO Zapp vindt geen besparing plaats. Echter, in het kader van het vergroten van transparantie en beter begroten, zijn de net-overstijgende reserveringen alsmede de budgetten van de NOS anders geordend op de netten dan voorheen. Hierdoor is respectievelijk +2,4 miljoen en -3,3 miljoen euro budget verschoven van andere netten naar NPO Zapp. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting in paragraaf 4.1 Financieel beeld.

**4.2.5 Themakanalen video**

De Publieke Omroep biedt naast de open netten NPO 1, 2, 3 en NPO Zapp, acht publieke digitale themakanalen: NPO Nieuws, NPO Politiek, NPO 101, NPO Best, NPO Cultura, NPO Humor TV, NPO Zapp Xtra en NPO Doc. De programma's van deze digitale themakanalen vormen een aanvulling op de programmering op NPO 1, NPO 2 en NPO 3. Kruisbestuiving en cross-promotie vanuit de open netten zijn de belangrijkste middelen om kijkers te werven voor themakanalen. De optimalisatie van deze vorm van promotie heeft continue aandacht.

De kerntaken voor de themakanalen die onder de verantwoording van de NPO worden verricht, zoals distributie, eindregie en programmering worden gefinancierd uit het NPO-budget (zie hoofdstuk NPO-organisatie). De Video- themakanalen worden sinds 2014 volledig bekostigd uit overige wettelijke bijdragen.

De overige wettelijke bedragen bestaan bij de begroting themakanalen puur uit inkomsten uit distributie. Het gehele budget wordt via de NPO toegekend aan de themakanalen en wordt daarom verantwoord op de regel overige wettelijke bijdragen.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Themakanalen (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	0	0	0
Bijdragen Raad van Bestuur	8.515	8.515	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	nb	0
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>8.515</b>	<b>8.515</b>	<b>0</b>
Totaal kosten	-8.585	-8.515	-70
Compensatie btw	70	nvt	70
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

De Raad van Bestuur stelt in 2015 uit eigen middelen 8,5 miljoen euro beschikbaar voor de programmering van themakanalen.

Tabel 22



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 5. Audio

### 5.1 Financieel beeld

In 2015 treffen de bezuinigingen, net als in 2014, vooral het primaire proces. In de BCG-rapportage zijn de instrumenten aangereikt waarmee de bezuinigingen van Rutte I op Audio kunnen worden gerealiseerd zonder de kwaliteit en de kwantiteit van de programmering aan te tasten. Het geheel van bezuinigingen over de periode 2012 t/m 2015 bedraagt 10,5 miljoen euro. In 2015 gaat het om 5,6 miljoen (zie tabel 2 in paragraaf 2.3).

Vanaf 2013 heeft de NPO een strategie ontwikkeld waarbij bezuinigingen en hervormingen gelijktijdig zijn doorgevoerd. Zo is het portfolio van de verbindende radiozenders beter afgestemd op de ambitie om van en voor iedereen in Nederland te zijn. Bijvoorbeeld door de toevoeging van FunX aan het audioportfolio.

Van klassiek tot en met jazz en diverse genres pop, de publieke radiozenders zijn het toonaangevende podia. Wekelijks bereiken de publieke radiozenders negen miljoen Nederlanders. Voor ruim drie miljoen Nederlanders vormen de publieke radiozenders 's ochtends bij het opstaan het venster op de wereld. Ook met de huidige bezuinigingen zal de NPO zich ten volste inzetten voor het uitvoeren van zijn missie ten aanzien van radio.

In 2014 is niet bezuinigd op de kosten van de programma's zelf, alleen op de kosten van de levende muziek, concertregistraties, online, gezamenlijkheid en de 2.42-zendgemachtigden. In 2015 wordt conform de aangereikte instrumenten van BCG bezuinigd op de kosten van de radioprogramma's.

#### Uitvoering BCG-rapportage

De Directie Audio heeft de BCG-rapportage als leidraad gehanteerd bij het maken van de schema's en kosten van de programma's in 2014 en 2015. De

uitwerkingen van BCG zijn echter niet in alle gevallen concreet toe te passen. BCG heeft bijvoorbeeld het bezuinigingspotentieel op NPO Radio 6 Soul & Jazz niet meegenomen in haar rapportage, terwijl de Directie Audio dit wel heeft toegepast.

De instrumenten uit de BCG-rapportage worden als volgt ingezet:

- **Redactionele efficiency bij fusies**

De redactionele efficiency die kan worden gerealiseerd bij fusies van omroepen stelt eisen aan de inrichting van de schema's. Om efficiency aan de zogenaamde achterkant (bij de redacties), te kunnen realiseren is het een voorwaarde dat aan de voorkant (in het schema), condities worden gecreëerd om bezuinigingen mogelijk te maken. Om die reden zijn in de schema's voor programma's van fuserende omroepen langere blokken gecreëerd. Dat kan leiden tot een integraal programma of tot gescheiden programma's gemaakt door dezelfde redactie. Op elk van de zenders is zoveel als mogelijk getracht het principe van langere blokken te hanteren. Het meest zichtbaar op NPO Radio 1 en NPO Radio 4, waarbij op NPO Radio 1-programma's echt versmelten tot één programma en op NPO Radio 4-programma's van fuserende omroepen achter elkaar zijn geplaatst. In 2014 zijn de schema's al aangepast, de efficiencykorting op de kosten van de programma's van fuserende omroepen vindt vanaf 2015 plaats.

- **Verhoging van de redactionele effectiviteit**

Uit een vergelijking door van BCG van de kosten van de programma's op de verschillende zenders per 100 uitzendingen, bleek dat een aantal programma's relatief meer kost dan het gemiddelde op de zender. De kosten van de relatief duurere programma's kunnen worden verlaagd zonder de kwaliteit van de programmering aan te tasten. Deze efficiency-



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

maatregel wordt bij de desbetreffende programma's in 2015 gehanteerd. Daarnaast worden de kosten van de programma's op NPO Radio 6 Soul & Jazz in 2015 gekort in het kader van de verhoging van de redactionele effectiviteit van deze zender als geheel.

### Financieel kader 2015

In onderstaande tabel voor Audio wordt het financieel meerjarenkader 2015 verbijzonderd, waarbij er rekening is gehouden met de eerder genoemde kortingsbedragen in de bijdragen van OCW. De exploitatietabel is opgebouwd uit de exploitatietabellen van de diverse radiozenders en gezamenlijkheidskosten.

Audio 2015 (x 1.000 euro)	NPO Radio 1	NPO Radio 2	NPO 3FM	NPO Radio 4	NPO Radio 5	NPO Radio 6	FUNX	Online	Gezamenlijk	Totaal 2015	Totaal 2014
Bijdragen OCW	34.568	7.264	6.766	8.060	7.918	2.431	2.411	4.933	11.049	85.400	90.118
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Programmagebonden EB	630	40	35	385	50	20	0	0	0	1.160	nb
Overige inkomsten	1.245	845	265	0	51	0	0	0	0	2.406	0
<b>Totaal baten</b>	<b>36.443</b>	<b>8.149</b>	<b>7.066</b>	<b>8.445</b>	<b>8.019</b>	<b>2.451</b>	<b>2.411</b>	<b>4.933</b>	<b>11.049</b>	<b>88.966</b>	<b>90.118</b>
Totaal kosten	-36.443	-8.149	-7.066	-8.445	-8.019	-2.451	-2.411	-4.973	-11.049	-89.006	-90.118
Compensatie btw	0	0	0	0	0	0	0	40	0	40	nvt
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 23

### Baten

De totale baten zijn opgebouwd uit bijdragen OCW, programmagebonden eigen bijdragen (EB) en overige inkomsten. In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 4,7 miljoen euro. Dit bestaat uit 5,6 miljoen besparing en 0,9 miljoen index.

### Kostenontwikkeling zenders

De kostenontwikkeling van de zenders toont de verdeling van de bezuinigingen over de zenders en de andere ordening van het budget van de NOS over de zenders. De bezuiniging per zender is afhankelijk van het besparingspotentieel door efficiency bij fusies en de verhoging van de

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

effectiviteit. Het grootste deel van de besparingen wordt gerealiseerd op NPO Radio 1, NPO Radio 2 en NPO Radio 5 (i.v.m. de bezuinigingen op de 2.42-zendgemachtigden). De zenders NPO 3FM en NPO Radio 4 kennen een relatief een lage bezuiniging, voor NPO 3FM vanwege de focus op jongerenprogrammering, voor NPO Radio 4 vanwege het geringe bezuinigingspotentieel. De bezuiniging op NPO Radio 6 is relatief hoger, hier is getracht deze redactioneel kleinere zender zo efficiënt mogelijk in te richten. Op FunX is niet bezuinigd, aangezien de redactie van deze zender bij de integratie in de NPO per 2013 reeds efficiënt is georganiseerd.

**Internet**

De bijdragen OCW voor internet worden ingezet voor websites en apps behorende bij programma's. Door het groeiend belang van internet, zeker voor audio, is er voor gekozen om niet te bezuinigen op dit platform.

Online (x 1.000 euro)	2015	2014	Verschil
Bijdragen OCW	4.933	4.894	39
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>4.933</b>	<b>4.894</b>	<b>39</b>
Totaal kosten	-4.973	-4.894	-79
Compensatie btw	40	0	40
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 24

## Gezamenlijkheidskosten

Gezamenlijkheidskosten x 1.000 euro	2015	2014	Verschil
Productie	-1.193	-1.140	-52
Internetredactie	-349	-333	-16
Muzieksamenstelling	-1.426	-1.437	11
Evenementen/ festivals	-2.697	-2.620	-77
Techniek	-300	0	-300
Audiovormgeving	-615	-615	0
Promotie	-2.897	-2.835	-62
Onderzoek	-550	-519	-31
Overig/ projecten	-1.023	-829	-194
<b>Totaal</b>	<b>-11.049</b>	<b>-10.328</b>	<b>-721</b>

Tabel 25

De totale gezamenlijkheidskosten van het platform Audio houden verband met de activiteiten die de NPO-organisatie uitvoert voor de gezamenlijkheid. Deze activiteiten betreffen voornamelijk ondersteuning van de productie, marketingactiviteiten en onderzoek ten behoeve van specifiek aanbod. Over de hele linie is per gezamenlijkheidspost relatief gezien vrijwel geen grote kostenstijging te zien. Op diverse posten is bezuinigd en/of geen index begroot. Met het beschikbare budget wordt geprobeerd om nog meer te doen dan voorheen. De mutaties ten opzichte van 2014 zijn als volgt te verklaren:

- Onder productie vallen de salariskosten van de zenderproducers en alle bijkomende kosten (vergader-, opleidings-, reiskosten et cetera). De stijging van deze kosten komt met name door de stijging van salariskosten vanwege de verwachte cao-stijging.
- De kosten van internetredactie en muzieksamenstelling bestaan ook

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

met name uit salariskosten. Enerzijds stijgen de kosten vanwege voor- genoemde cao-stijging, anderzijds dalen de kosten doordat fte's in hogere functieschalen worden vervangen door lagere functieschalen.

- Evenementen en Festivals, waaronder de 3FM Awards, zijn speerpunten van de NPO. De stijging van de kosten wordt met name veroorzaakt door een herrubricering van kosten onder NPO Radio 4 naar Evenementen. Dit hoort bij transparanter begroten.
- Door een andere onderverdeling van de facilitaire kosten, vindt er een budgetverschuiving plaats van FunX naar de gezamenlijkheidskosten, onder de post Techniek.
- Onder audiovormgeving vallen de kosten voor jingles en voice-overs van de zender. Verwacht wordt dat deze kosten t.o.v. 2014 niet zullen stijgen.
- De kosten voor promotie bestaan voor een groot gedeelte uit de promotie van de zenders op de festivals en de evenementen. Enerzijds stijgen de kosten vanwege voorgenoemde cao-stijging, anderzijds dalen de kosten vanwege een besparing op out-of-pocket promotiekosten.
- De onderzoekskosten bestaan uit het (laten) uitvoeren van onderzoek. De resultaten van het onderzoek worden met de omroepen gedeeld in de zenderredactie. De stijging ten opzichte van 2014 wordt veroorzaakt door een imago-onderzoek in 2015. Die vindt om het jaar plaats.
- Onder overig vallen onder ander de kosten voor de EBU (muzieklicenties), de weersvoorziening op de radio en incidentele projecten. Deze projecten kunnen in 2015 incidenteel gefinancierd worden uit de index uit (2014 en) 2015. Vanaf 2016 zijn deze middelen nodig om de geoormerkte levensbeschouwelijke programmering te financieren.

## Paletten

### 5.2 Verrijkende paletten

#### 5.2.1 NPO Radio 1

NPO Radio 1 is dé nieuws- en sportzender van de NPO. NPO Radio 1 verbindt je real time met de wereld om je heen, zodat je altijd precies weet wat er speelt. Actualiteit, met een brede interesse in nieuws, sport en maatschappelijke ontwikkelingen. NPO Radio 1 zit bovenop het nieuws; de informatie is betrouwbaar en altijd actueel. NPO Radio 1 laat daarbij de meest uiteenlopende opvattingen en standpunten horen; Het nieuws van alle kanten. Het zenderpalet wil op deze manier bijdragen aan de openbare meningsvorming en daarin ook spraakmakend zijn. In Nederland en ver daarbuiten. Een zender die de agenda bepaalt en context en achtergronden geeft bij het nieuws. Een zender die zich verdiept in de werkelijkheid achter de actualiteit, zodat iedereen de wereld om zich heen beter kan duiden. Dag in, dag uit. Zo verbindt NPO Radio 1 je met de hele wereld om ons heen.

NPO Radio 1 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	34.568	34.678	-110
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	630	0	630
Overige inkomsten	1.245	0	1.245
<b>Totaal baten</b>	<b>36.443</b>	<b>34.678</b>	<b>1.765</b>
Totaal kosten	-36.443	-34.678	-1.765
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 26

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 0,1 miljoen euro. Dit bestaat uit 1,6 miljoen besparing, 0,8 miljoen meer budget voor de NOS, vanwege een andere ordening over de zenders, en +0,7 miljoen toegepaste index voor de NOS. De programmabonden EB zijn in 2014 niet begroot. De overige inkomsten (netto resultaten neven- en verenigingsactiviteiten) werden in 2014 voorzichtig ingeschat en voor Audio nihil verondersteld. De begrote overige inkomsten 2015 zijn op basis van historische realisatie cijfers.

### CBP 2010 – 2016: Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Uitbouwen profiel van gezaghebbende zender met een brede informatieve opdracht, die het nieuws brengt op het moment dat het zich voordoet.

Er is in 2014 veel veranderd op NPO Radio 1., vooral doordeweeks en overdag. Minder verschillende titels, langere programmablokken, versterkte inhoudelijke coördinatie, streaming nieuws (ieder uur ruimte voor nieuws aangeleverd door de NOS). Zowel om de luisteraars beter te bedienen als om de bezuinigingen te realiseren. In 2014 is de opbouw van de programmering sterk aangepast om de brede informatieve opdracht beter te kunnen vervullen. De eerste resultaten lijken positief, maar monitoren, evalueren en eventueel aanpassen van de nieuwe formats is nog noodzakelijk. Het jaar 2015 zal in belangrijke mate in het teken van consolidatie staan, maar ook van verdere ontwikkeling en optimalisatie.

### Doelstelling 2015

- Onderzoeken van de mogelijkheden om de streaming nieuwsvoorziening verzorgd door de NOS, ook uit te breiden naar de avond- en weekend-programmering.

### CBP 2010 – 2016: Verbeteren bereik

Groei bereik NPO Radio 1.

In 2015 wil NPO Radio 1 zijn bereik vergroten en de luistertijd naar de zender verlengen. Dit doel wordt nagestreefd door de programmering meer toegankelijk te maken en voor brede lagen in de samenleving geschikt te maken. Daarbij ligt een opdracht op het gebied van het beter bereiken van middelbaar en lager opgeleiden. Tevens wordt er ingezet op het verlengen van de luisterduur. Door meer rust in de programmering te creëren, wordt de luisteraar verleid langer naar de zender te luisteren.

### Doelstellingen 2015

- Door middel van de vernieuwde bredere toegankelijke programmering een groei realiseren in het bereik onder Drukke Forensen, Praktische Familiemensen en Traditionele Streekbewoners.
- Door middel van de sterkere horizontale programmering met minder programmawisselingen een groei in de luistertijd realiseren.

### 5.2.2 NPO Radio 4

NPO Radio 4 is de plek waar klassieke muziek leeft in het hier en nu, een open, veelzijdige en initiatiefrijke radiozender. Het is een zender die laat zien dat klassieke muziek relevant is en die zich zelf er ook voor inzet om klassieke muziek relevant te maken. Hier wordt radio gemaakt die aansluit bij de behoeften en de belevingswereld van luisteraars, door middel van programma's en evenementen die op verschillende manieren context geven aan klassieke muziek. NPO Radio 4 opent voor luisteraars de wereld van de klassieke muziek en demystificeert deze. Dat wil zeggen, maakt op alle mogelijke manieren duidelijk dat kennis over klassieke muziek niet nodig is om ervan te kunnen genieten.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO Radio 4 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	8.060	8.560	-500
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	385	0	385
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>8.445</b>	<b>8.560</b>	<b>-115</b>
Totaal kosten	-8.445	-8.560	115
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 27

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 0,5 miljoen euro. Dit bestaat uit 0,3 miljoen besparing en 0,2 miljoen minder budget voor de NOS, vanwege een andere ordening over de zenders. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

**CBP 2010-2016**

Op NPO Radio 4 zoekt de NPO naar nieuwe manieren om potentiële luisteraars met belangstelling voor klassieke muziek naar de zender te trekken en hen wegwijs te maken in en te enthousiasmeren voor klassieke muziek.

In het enthousiasmeren van het publiek voor klassieke muziek, speelt NPO Radio 4 een prominente rol. Op NPO Radio 4 kan 24 uur per dag naar de beste klassieke muziek in een logische programmering worden geluisterd. Met iedere avond een concert van de beste orkesten en ensembles en internationale festivals. Van oude muziek tot hedendaagse en van kamer-muziek tot opera. In 2014 is er een aantal ingrijpende wijzigingen ingezet:

een nieuwe merkstrategie, minder titels, een herkenbare horizontale programmering, meer live-uitzendingen in het weekend. Deze zullen in 2015 worden geconsolideerd en verdiept. NPO Radio 4 wil in 2015 de muzieksamenstelling van de bestaande programma's verder verbeteren en overdag de presentatoren op een voor het publiek meer herkenbare wijze in te zetten, waardoor de muziek nog meer centraal kan komen te staan.

**Doelstelling 2015**

- De herkenbaarheid van NPO Radio 4 wordt vergroot, door een verdergaande horizontalisering van de presentatie overdag.

**CBP 2010 - 2016: Verbeteren van bereik**

Verbreden bereik van NPO Radio 4.

NPO Radio 4 maakt programma's voor iedereen die van klassieke muziek houdt, waarbij kennis van de muziek niet nodig is om er van te kunnen genieten. NPO Radio 4 wil in 2015 nog meer mensen in aanraking brengen met zijn programmering. Daarvoor zullen ook de behoeften van potentiële luisteraars beter in kaart worden gebracht, zodat de zender zich beter kan richten op het vervullen van de behoeften van alle liefhebbers van klassieke muziek. Net als vorig jaar zal er sterk worden ingezet op het verbeteren van de binding en interactie met de luisteraars, o.a. door projecten, evenementen en sociale media.

**Doelstelling 2015**

- De behoeften van potentiële luisteraars worden beter in kaart gebracht, waardoor de zender beter kan inspelen op de behoeften van liefhebbers van klassieke muziek.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO Radio 4 wil als spil in het Nederlandse klassieke muziekleven fungeren. Dit uit zich in de registratie van concerten, in talentontwikkeling en in de ambitie om een groter deel van Nederland in aanraking te brengen met de klassieke muziek op NPO Radio 4. Zie voor de doelstellingen over concertregistraties en samenwerking met de Stichting Omroep Muziek (SOM) paragraaf 3.1.3.

### 5.2.3 NPO Radio 6 Soul & Jazz

NPO Radio 6 Soul & Jazz is een muziekstation dat de breedte en de diepte in gaat met soul- en jazzmuziek, een relaxte uitstraling heeft en tegelijk serieuze inhoud biedt. Soul en jazz; de muziekgenres met een grote historie en die tegelijk in volle bloei staan. Van Jose James naar Adele, en van Miles Davis via Jamie Cullum, Candy Dulfer en Wouter Hamel naar Marvin Gaye. NPO Radio 6 doet verslag van de belangrijkste festivals in de soul- en jazzmuziek, van North Sea Jazz Festival in Rotterdam tot Festival Mundial in Tilburg. Met het NPO Radio 6 Soul & Jazz Talent wordt nieuw Nederlands talent ontdekt, en met de NPO Radio 6 Soul & Jazz Awards wordt de nationale soul- en jazzmuziek in de breedte elk jaar positief in de spotlights gezet. De Zwarte Lijst met muziek met een zwarte ziel is uitgegroeid uit tot een muzikaal instituut met vertalingen naar tv-uitzendingen en een eigen evenement. NPO Radio 6 Soul & Jazz; het kloppende publieke hart van de soul- en jazzmuziekscène in Nederland.

NPO Radio 6 Soul & Jazz heeft de afgelopen jaren zichtbare stappen gezet in zijn ontwikkeling. In 2014 is gestart met een vrijwel geheel vernieuwde programmering. De beluistering blijft, mede door beperkte distributiemogelijkheden en het bescheiden budget voor de profilering van de zender, nog achter bij de ambitie. Maar meer en meer luisteraars blijken het station te kennen en weten het ook te vinden tijdens activiteiten als De Zwarte Lijst.

Voor 2015 wordt ingezet op het nog sterker positioneren van NPO Radio 6 Soul & Jazz als een onderscheidende en herkenbare zender voor een breed en steeds groter wordend publiek. De in 2014 gestarte uitrol van Digital Radio+ (DAB+) kan hierbij een belangrijke rol gaan spelen.

NPO Radio 6 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	2.431	3.299	-868
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	20	0	20
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>2.451</b>	<b>3.299</b>	<b>-848</b>
Totaal kosten	-2.451	-3.299	848
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 28

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 0,9 miljoen euro. Dit bestaat uit 0,6 miljoen besparing en 0,3 miljoen minder budget voor de NOS, vanwege een andere ordening over de zenders. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

### CBP 2010 -2016: Evenwichtig en onderscheidend aanbod Uitbouwen van soul & jazz-profiel.

Het aanbieden van de specifieke muzieksoort Soul & Jazz vormt het hart van de zender. NPO Radio 6 Soul & Jazz wil een podium bieden aan Nederlandse soul & jazz-artisten en heeft bijzondere aandacht voor nieuw Nederlands talent, onder meer door het eigen platform NPO Radio 6

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Soul & Jazz Talent. De in 2014 ingezette nieuwe programmering biedt meer ruimte om de herkenbaarheid voor het publiek te vergroten. Uit onderzoek blijkt echter dat de luisteraar vindt dat er te veel gesproken woord is op de zender. In 2015 is de ambitie om het gesproken woord effectiever in te zetten en de meerwaarde beter hoorbaar te maken voor het publiek. Tegelijkertijd zal het aandeel muziek op de zender iets worden verhoogd.

**Doelstelling 2015**

- De inzet van het gesproken woord op NPO Radio 6 wordt geoptimaliseerd en het aandeel muziek op de zender wordt vergroot.

**CBP 2010 – 2016: Verbeteren bereik**

Relevant bereik onder doelgroep.

NPO Radio 6 Soul & Jazz bedient een vrij specifieke doelgroep, die nog niet optimaal gebruik maakt van het aanbod van deze zender. De doelstelling van 0,4% luistertijdaandeel is in 2013 net niet behaald. De ambitie voor 2015 is de gemiddelde luistertijd te verlengen, door programma's beter op elkaar te laten aansluiten en aantrekkelijker te maken voor het publiek. De vindbaarheid van de zender wordt in 2015 verder vergroot door het verduidelijken van de ontvangstmogelijkheden. Dit krijgt specifieke aandacht bij de uitrol van Digital Radio+ (DAB+), maar ook door een verbetering van de vermelding van de zendergegevens in digitale gidsen en players.

**Doelstelling 2015**

- De vindbaarheid van de zender wordt vergroot door gericht in te zetten door betere informatieverstrekking in digitale gidsen en players en bij de uitrol van Digital Radio+ (DAB+).

## 5.3 Verbindende paletten

### 5.3.1 NPO Radio 5

Overdag is NPO Radio 5 Nostalgia een relaxte muziekzender die je laat genieten van alle mooie muziek van toen. Een moment van ontspanning en rust in de dag. Tegelijkertijd blijf je verbonden met het leven alledag. Met het nieuws en actuele informatie door de dag heen. In de avonden kun je op NPO Radio 5 Avond terecht voor programma's met een levensbeschouwelijk karakter die je helpen nadenken over jezelf, je leven, je omgeving en de maatschappij in het algemeen. Zo verbindt NPO Radio 5 je met de wereld om je heen.

Het profiel van NPO Radio 5 is al een aantal jaren tweeledig. NPO Radio 5 Nostalgia is (na de recente aanpassing per 1 januari 2014) zeven dagen per week overdag te beluisteren met een programmamix van lichte muziek, entertainment, nieuws en service-informatie. Vanaf 6 uur is het vervolgens een levensbeschouwelijke en educatieve zender onder de naam NPO Radio 5 Avond.

Per september 2015 wordt NPO Radio 5 afgeschakeld van de middengolfzender. De NPO zal communicatieve inspanningen verrichten om de luisteraar op alternatieve ontvangstmogelijkheden, waaronder DAB+, te wijzen.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

NPO Radio 5 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	7.918	9.787	-1.869
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	50	0	50
Overige inkomsten	51	0	51
<b>Totaal baten</b>	<b>8.019</b>	<b>9.787</b>	<b>-1.768</b>
Totaal kosten	-8.019	-9.787	1.768
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 29

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 1,9 miljoen euro. Van deze totale besparing ad 1,9 miljoen euro, heeft 1,6 miljoen euro betrekking op de 2.42-zendgemachtigden. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

#### CBP 2010 – 2016: Verbeteren bereik

NPO Radio 5 Nostalgia. In de top 3 van de doelgroep qua luistertijdaandeel. Verbeteren bereik en luistertijdaandeel onder jongste deel van de doelgroep.

De programmering van nostalgische muziek voor een oudere doelgroep in het weekeinde wordt in 2015 verder geoptimaliseerd. Er komt een scherpere focus op een ouder publiek, dat over het geheel genomen minder opleiding heeft kunnen doorlopen dan jongere generaties. Dit komt zowel tot uiting in de muziekkeuze als in de service-informatie. Door het zeven dagen per week doorprogrammeren en de overzichtelijke en herkenbare programmering vergroot NPO Radio 5 Nostalgia in 2015 het bereik en luistertijdaandeel in de doelgroep. Themaweken en evenementen dragen

bij aan de naamsbekendheid en de impact van NPO Radio 5 Nostalgia binnen de doelgroep, en krijgen daarom extra aandacht in 2015.

#### Doelstellingen 2015

- Het profiel van NPO Radio 5 Nostalgia wordt aangescherpt door een scherpere focus te leggen op de oudere doelgroep met een lagere tot middelbare opleiding.
- Continueren van succesvolle bestaande themaweken en themadagen en zoeken naar minimaal een nieuw zenderevenement.

#### CBP 2010 – 2016: Evenwichtig en onderscheidend aanbod

NPO Radio 5 Avond: Ontwikkelen tot onmisbaar platform in ons land voor het geestelijk leven in de brede betekenis van het woord.

De ambitie van NPO Radio 5 Avond blijft onveranderd; een beschouwende zender die een beeld geeft van de maatschappelijke en levensbeschouwelijke verscheidenheid van de Nederlandse samenleving, en daarnaast ruimte biedt voor wetenschappelijke en educatieve programma's. Deze brede variëteit aan aanbod bemoeilijkt de herkenbaarheid van de zender voor het publiek. In 2015 is het de ambitie om de samenhang van het diverse aanbod te vergroten door de onderlinge verbinding en doorverwijzing te optimaliseren. Door meer eenduidigheid op de zender en het beter aansluiten op het aanwezige Nostalgia publiek, hoopt NPO Radio 5 Avond in 2015 een breder bereik te realiseren, zodat meer mensen in aanraking komen met de verdiepende content die de zender biedt.

#### Doelstelling 2015

- Herkenbaarheid van de diversiteit van de zender vergroten door de samenhang tussen programma's te optimaliseren door programma's meer met elkaar te verbinden.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage Ia Overzicht kanalen	84
Bijlage Ib Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

### 5.3.2 NPO Radio 2

Het leven is om te delen. Mensen zoeken elkaar op om muziek, verhalen, ideeën, wensen, en gebeurtenissen met elkaar te delen. Zo maakt NPO Radio 2 deel uit van ieders leven en de samenleving. Daar zijn we graag deelgenoot van, zodat jij nog beter mee kunt doen in de wereld om je heen. We roepen je op om jouw mening, jouw stem, jouw muziekkeuze, jouw belevenissen met ons te delen. Interactieve radio van nu. Ook jij kunt meedenken, meepraten, meewerken, twitteren, facebooken en stemmen over de programma's en activiteiten. De Top 2000 is hier met beste voorbeeld van. Het leven is tenslotte om te delen. En zo verbindt NPO Radio 2 auditief de samenleving.

NPO Radio 2 (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	7.264	8.594	-1.330
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	40	0	40
Overige inkomsten	845	0	845
<b>Totaal baten</b>	<b>8.149</b>	<b>8.594</b>	<b>-445</b>
Totaal kosten	-8.149	-8.594	445
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 30

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 1,3 miljoen euro. Dit bestaat uit 1,0 miljoen besparing en 0,3 miljoen minder budget voor de NOS, vanwege een andere ordening over de zenders. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

### CBP 2010 – 2016: Verbeteren bereik

In de leeftijdsgroep 35- tot 44-jarigen een positie verwerven in de top 5.

NPO Radio 2 is gericht op de bredere doelgroep 35- tot 54-jarigen en kent een breed profiel met muziek, amusement, informatie, (sport)nieuws, service, cabaret en maatschappelijke thema's. De zender is de afgelopen jaren volop in ontwikkeling. Er zijn veel veranderingen doorgevoerd in de programmering om de doelgroep, vooral het jongere deel, beter aan te spreken. Deze veranderingen lijken hun eerste vruchten af te werpen; er is een lichte stijging van de beluistering waarneembaar in die doelgroep. De afgelopen jaren is de beluistering van NPO Radio 2 onder veertigers teruggegaan. In 2015 levert NPO Radio 2 daarom veel inspanningen om deze jongere groep weer meer aan zich te binden.

Dit gebeurt onder andere door het vergroten van de eenheid in muziek, presentatie en vormgeving van de zender. Daarnaast is er een prioriteit voor het aandeel Nederlands(talige) muziek.

Er is de ambitie om het aandeel eigentijds cabaret te vergroten, te onderzoeken wat de mogelijkheden van een nieuw Nederlandstalig popevenement zijn, het continueren van de NPO Radio 2 Mijlpaalprijs en de Top 2000, evenals (al dan niet eigen) concerten.

### Doelstelling 2015

- Verder versterken van de kernwaarden van de zender die aansluiten bij veertigers (onder andere fris en eigentijds).

### CBP 2010 – 2016: Vergroten van de impact

Ontwikkelen van nieuwe manieren om de luisteraars actief bij de programmering te betrekken.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO Radio 2 wil een intensieve band hebben met zijn luisteraars, kent zijn luisteraars een belangrijke rol toe en wil hen verbinden met elkaar en alles wat ze verbindt met ze delen, onder het motto Come Together. In 2015 gaat NPO Radio 2 deze aanpak verder vertalen in alle aspecten van NPO Radio 2.

**Doelstellingen 2015**

- Uitbouw van de Come Together-campagne door middel van opvallende zenderevenementen (zowel uitbouw bestaande als minimaal twee nieuwe).
- Meer inzetten van sociale media en een beter gecoördineerde online strategie.

**5.3.3 NPO 3FM**

NPO 3FM wil de liefde voor muziek delen. NPO 3FM staat midden in de maatschappij en betreft haar luisteraars bij en in alles wat het station doet. NPO 3FM is jong van geest, initieert en signaleert: Serious Radio. Natuurlijk als het gaat om muziek, nationaal en internationaal. Veel bands krijgen hun eerste airplay op NPO 3FM. En met NPO 3FM Serious Talent-spot NPO 3FM nieuw nationaal talent. Maar ook als het gaat om nieuws, actualiteit en belangrijke gebeurtenissen die iedereen raken, moet je bij NPO 3FM zijn. En dat deelt NPO 3FM met haar luisteraars. Natuurlijk via de radio, maar ook via npo3fm.nl, social media, tv, eigen evenementen zoals de NPO 3FM Award en op festivals en bij concerten. De maatschappelijke betrokkenheid van NPO 3FM krijgt jaarlijks zijn hoogtepunt met NPO 3FM Serious Request. Zo verbindt NPO 3FM je met de wereld van nu.

Ook in 2013 verbeterde NPO 3FM met een vernieuwend, onderscheidend en maatschappelijk betrokken profiel de geweldige luistercijfers van de voorgaande jaren. Ondanks de grote concurrentie was NPO 3FM overal de

tweede radiozender van Nederland en voor het vierde jaar op rij de grootste zender onder jongeren van 15- tot 34-jarigen. In 2015 zal de ingezette koers worden doorgezet, inclusief de succesvolle inzet van social media en andere vormen van innovatie, aanwezigheid bij voor jongeren relevante evenementen en de samenwerking met andere jongerenplatformen van de NPO.

NPO 3FM (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	6.766	7.251	-485
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	35	0	35
Overige inkomsten	265	0	265
<b>Totaal baten</b>	<b>7.066</b>	<b>7.251</b>	<b>-185</b>
Totaal kosten	-7.066	-7.251	185
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 31

In 2015 wordt de OCW-bijdrage per saldo gekort met 0,5 miljoen euro. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

**CBP 2010 – 2016: Evenwichtig en onderscheidend aanbod**

Structureel aandacht voor muziek van Nederlandse origine, vallend binnen het profiel van de zender.

NPO 3FM vervult een centrale rol binnen de Nederlandse pop- en rock-wereld. Ook in 2015 is hiervoor veel aandacht. De zender richt zich daarbij op nieuw muzikaal talent. Evenementen zoals Serious Talent en de NPO

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

3FM Awards concentreren zich rondom het thema Nederlandse artiesten.

#### Doelstelling 2015

- Verslag doen van een groot aantal relevante festivals in Nederland, met een vaste plaats voor NPO 3FM Serious Talent.

#### CBP 2010 – 2016: Vergroten van de impact

Uitbreiding van concepten om luisteraars actief bij de programmering te betrekken.

NPO 3FM is social radio en interactie met luisteraars is een belangrijk aspect van de zender. Online/mobiel en in het bijzonder sociale netwerken leveren hier een essentiële bijdrage aan. NPO 3FM omarmt deze nieuwe mogelijkheden om de luisteraars aan het woord te laten en bij de programmering te betrekken. Gezien alle ontwikkelingen op het gebied van distributiewijzen, is de inzet van meerdere platformen essentieel om de sterke positie van NPO 3FM te behouden en uit te bouwen. Effectief inspelen op mobiel gebruik via smartphones en tablets is daarbij essentieel. (zie ook de paragraaf over speerpunt jongeren op pagina 28).

#### Doelstelling 2015

- Vindbaarheid vergroten door een eenduidiger URL-beleid te voeren en de sociale media strategie verder uit te bouwen en te integreren in de totale zenderstrategie, met specifieke aandacht voor de gidsfunctie.

### 5.3.4 FunX

FunX is het publieke radiostation van en door stadsjongeren met een landelijke programmering en vier stadsedities in Amsterdam, Utrecht, Den Haag en Rotterdam. FunX bereikt een jonge, diverse doelgroep in deze vier

grote steden. Een groep luisteraars die doorgaans wat anders om gaat met de traditionele media en platformen. FunX draagt een urban lifestyle uit en draait een grote diversiteit aan muziekstijlen, waaronder r&b, hiphop, dance, latin, reggae, bollywood, arab en andere crossover-stijlen uit Europa en andere delen van de wereld. Op FunX wordt er met luisteraars gepraat op de zender en online over serieuze onderwerpen zoals school, werk, politiek, cultuur, nieuws, familie en religie. FunX doet verder verslag van relevante festivals en evenementen waaronder Appelsap en Latin Village. De Dixte 1000 en de FunX Music Awards zijn de belangrijkste jaarlijkse eigen evenementen. FunX; The sound of the city.

De landelijke editie van urban jongerenradiostation FunX maakt sinds 2003 deel uit van het portfolio van de NPO. Sinds 1 januari 2013 is deze editie ingebed in de audiostrategie en de bijbehorende werkwijze, mede dankzij de samenwerking met de omroepen BNN-VARA, VPRO, NTR, AVROTROS en KRO-NCRV. In 2015 bedraagt het totale budget voor de landelijke editie 3,3 miljoen euro (2014: 3,2 miljoen). Hiervan wordt 2,4 miljoen via de Geld-op-Schemasystematiek toegekend aan de omroepen die zendtijd op de zender verzorgen en 0,9 miljoen euro ingezet vanuit de gezamenlijkheid, voor onder andere muzieksamenstelling, evenementen en techniek.

De belangrijkste ambitie voor FunX in 2015 betreft het verder verhogen van de kwaliteit op het alle mogelijke terreinen: van muziekbeleid, programmering, talentontwikkeling, thema's, evenementen, vormgeving, online, beeld tot marketing en techniek. Samenwerking met de omroepen en met de relevante netten en zenders van de NPO is belangrijk om FunX ook op andere platformen te presenteren. (zie ook de paragraaf over speerpunt jongeren op pagina 28).

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

FunX (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	2.411	2.727	-316
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	0	0	0
<b>Totaal baten</b>	<b>2.411</b>	<b>2.727</b>	<b>-316</b>
Totaal kosten	-2.411	-2.727	316
Compensatie btw	0	0	0
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabel 32

De bijdragen OCW in de exploitatietabel van FunX betreffen OCW-budget dat bestemd is voor de NPO, en dat vervolgens wordt aangewend voor de programmering van de landelijke editie van FunX. Van het budget van FunX in 2014 is in de begroting van 2015 0,3 miljoen euro aan technische kosten verschoven naar gezamenlijkheidskosten.

**CBP 2010 – 2016: Evenwichtig en onderscheidend aanbod**

Onderscheidend en gevarieerd aanbod aan multiculturele/urban muzieksoorten die niet als mainstream worden beschouwd, waaronder veel aandacht voor nieuwe muziek en Nederlands product.

FunX richt zich op (stads)jongeren tussen 15 en 34 jaar, met een multiculturele, urban interesse en specifieke wensen als het gaat om informatievoorziening en muziek. Het vormt daarmee een essentieel onderdeel van het aanbod van de NPO, dat zich met een evenwichtig en onderscheidend aanbod op alle Nederlanders wil richten. FunX blijft zijn unieke muziekmix voortzetten op een kwalitatief hoger niveau. FunX biedt kansen aan nieuw

talent. De rol van de dj's is zeer belangrijk op de zender, evenals structurele aandacht voor muziek van Nederlandse origine. In 2015 wordt er ingezet op de coaching van dj's en zal er ook actief worden gezocht naar dj-talent met en eventueel binnen de deelnemende omroepen. Nieuw talent krijgt een intensieve begeleiding.

**Doelstelling 2015**

- In 2015 wordt met het opstarten van een eigen FunX talentenprogramma sterk ingezet op talentontwikkeling dj's.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

## 6. Programmatische bijdragen omroepen

### 6.1 AVROTROS

De uitgangspunten van het programmabeleid van AVROTROS zijn een uitvloeisel van de omschrijving van de identiteit en missie van AVROTROS en de media wettelijke eisen ten aanzien van het media-aanbod en de publieksbehoeften die daarmee worden vervuld.

De omschrijving van identiteit en missie van AVROTROS is gebaseerd op die van AVRO en TROS. AVROTROS is ondogmatisch en onafhankelijk van religie en politieke stromingen. AVROTROS representeert degenen in de Nederlandse bevolking die hechten aan individuele waarden als persoonlijke vrijheid, verantwoordelijkheid en verdraagzaamheid, en sociale waarden als cohesie, familiale gezelligheid en de gezamenlijke beleving van media-aanbod.

AVROTROS verzorgt een gevarieerd media-aanbod voor een zo groot en breed mogelijk publiek, waarbij niemand wordt uitgesloten. Het media-aanbod komt op onafhankelijke wijze tot stand en is verbindend, positief, respectvol, uitnodigend en betrokken. AVROTROS richt zich op de programmacategorieën informatie, cultuur en verstrooiing (Artikel 2.1.-1a Mw) en in het bijzonder op de genres kunst & cultuur, amusement, consument & veiligheid, actualiteiten, jeugdprogramma's en drama. AVROTROS draagt daarmee bij aan de vervulling van democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving, conform Artikel 2.1-2Mw.

AVROTROS is maatschappelijk verankerd door een actieve verenigingsorganisatie en door samenwerking met externe partijen, met name op gebied van cultuur en amusement. Verder is AVROTROS dikwijls zichtbaar in het land, onder meer door de opname van programma's op locatie.

AVROTROS levert een grote bijdragen aan de doelstellingen van de Nederlandse Publieke Omroep. Dat geldt zeker voor NPO 1, dat eveneens een verbindende doelstelling heeft. Op dit net zendt AVROTROS vooral informatieve en verstrooiende programma's uit voor een groot publiek. Op NPO 2 zal AVROTROS zich in het bijzonder richten op kunstinformatie en drama. In het aanbod van NPO 1, NPO 2 en NPO 3 speelt muziek een grote rol. AVROTROS levert ook een grote bijdrage aan het radio-aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep en is aanwezig op alle hoofdzenders, met een accent op NPO Radio 1, NPO Radio 2 en NPO Radio 4. Verder heeft AVROTROS een aantal zeer succesvolle internetsites welke verbonden zijn aan programma's als Een Vandaag en Radar, alsmede de Cultuurportal. Interactie met het publiek en community-vorming wordt gerealiseerd met het crossmediale Wie is de Mol? en events als het Eurovisie Songfestival.

AVROTROS verzorgt een breed en gevarieerd aanbod op het gebied van kunst en cultuur. Veel ruimte wordt geboden aan muziek, in een grote variatie aan stijlen en genres. AVROTROS onderscheidt zich in het bijzonder door de opnamen van grote muziekevenementen op locatie. Van Muziekfeest op het Plein, optredens van André Rieu, tot het jaarlijkse Hofvijverconcert en het Prinsengrachtconcert. Doel is zoveel mogelijk mensen mee te laten genieten van wat Nederland op het gebied van kunst en cultuur te bieden heeft. Het aanbod van AVROTROS varieert van Ali B op Volle Toeren en concerten in het lichte genre tot de Tiende van Tijn en de concertregistraties in het klassieke genre. AVROTROS zendt veel programma's uit op NPO Radio 4 en levert een groot aandeel in het aanbod levende muziek, in samenwerking met de Stichting Omroep Muziek (SOM). Naast muziek is er in het aanbod veel ruimte voor informatieve programma's over kunst en cultuur, zoals Opium, Close-Up, KunstUur en Tussen Kunst & Kitsch. Ook ontwikkelt AVROTROS radiodrama. Onder meer op basis van het toneelwerk van Hugo Claus.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Amusement is bij uitstek een genre dat verschillende publiekssegmenten met elkaar kan verbinden. AVROTROS heeft een gevarieerd amusementsaanbod. Dat wordt verder ontwikkeld. Het gaat om succesvolle titels als Bananasplit, Televisiering Gala, Gouden Radioring Gala, Koefnoen, programma's van André van Duin, Hoe Heurt het Eigenlijk, Maestro, TV Show, het Songfestival, Het mooiste meisje, Atlas en Wie is de Mol?

Belangrijke programma's van AVROTROS behoren tot de categorie consument en veiligheid. Het gaat om programmatitels als Radar, Opsporing Verzocht, Medische Missers, Vermist en Opgelicht! Nieuwe titels worden ontwikkeld. AVROTROS komt op voor de rechten van burgers, zoals op het gebied van consumentenbelangen (bijvoorbeeld in relatie tot financiële producten, gezondheidszorg), technologische ontwikkelingen of de signalering van frauduleuze praktijken. In deze programma's gaat het dikwijls om de ontmaskering van zaken die zich in verborgene afspelen en er vaak belangen zijn om deze in het verborgene te houden.

In de categorie actualiteiten zal de meeste zendtijd worden aangewend voor het actualiteitenprogramma EenVandaag. Het programma onderscheidt zich onder meer door het veelvuldig gebruik van een omvangrijk online opiniepanel en het jongerenpanel Top-X. Daarmee wordt dagelijks informatie verkregen over opvattingen van het publiek over een reeks van vraagstukken. EenVandaag is de best bekeken actualiteitenrubriek in Nederland.

AVROTROS kijkt met een onafhankelijke blik naar buiten, naar datgene dat Nederlanders en Nederland direct of indirect raakt. Nieuws, achtergronden, politiek, belangrijke gebeurtenissen en nieuwspeilingen worden op toegankelijke en onafhankelijke wijze voor het voetlicht gebracht, waar mogelijk via zoveel mogelijk platformen. Een politiek café, documentaires en gethematiseerde series zijn voorbeelden. AVROTROS zet de ontwik-

keling voor van Dossier EenVandaag, een journalistiek researchprogramma dat wordt geproduceerd op de redactie van EenVandaag. Het gaat nader in op onderwerpen als dubieus overheidsbeleid, falend toezicht en criminaliteit. AVROTROS is actief op NPO Radio 1 met het programma Radio EenVandaag en met bekende, succesvolle titels als de Nieuwsshow en Kamerbreed.

AVROTROS zal het media-aanbod voor de jeugd verder ontwikkelen. Kinderen en jongeren staan open voor veranderingen, maar zijn ook enthousiast voor datgene wat herkenbaar is. Identificatie en inspiratie zijn sleutelbegrippen. AVROTROS verzorgt programma's als Zappsport, Studio 100, KinderPrinsengrachtconcert, Junior Songfestival, Junior Dance, Hoe overleef ik...? en de Magische muziekfabriek (in samenwerking met SOM).

AVROTROS zet een lange traditie als aanbieder van Nederlands drama voort. In het oog springt de serie Flikken Maastricht. Ook zullen korte series en eenmalige uitzendingen worden verzorgd. Afgelopen jaar was de serie Ramses succesvol (Nipkovschijf). Verder zal AVROTROS speelfilms uitzenden. Drama heeft een vermaakfunctie en kan kijkers meevoeren in een wereld, die afwisselend bekend en nieuw is.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 6.2 BNN-VARA

BNN-VARA is een onafhankelijke, maatschappelijk betrokken en vooruitstrevende publieke omroep, die naast een breed, ook een specifiek jong publiek wil bereiken. Menselijke waardigheid, gelijkwaardigheid en sociale rechtvaardigheid zijn daarbij richtinggevend. BNN-VARA wil informeren, raken, amuseren en aan het denken zetten met professioneel gemaakte programma's die getuigen van betrokkenheid, een kritische opstelling, originaliteit, vernieuwingsdrang, lef en humor.

BNN-VARA staat midden in de samenleving en is op verschillende manieren in de maatschappij verankerd. Bovenal door een full media format te maken dat op alle denkbare (huidige en toekomstige) relevante platformen kan worden aangeboden, maar ook via de leden van BNN en VARA, door samenwerkingsverbanden met maatschappelijke partners aan te gaan en daadwerkelijk op verschillende plekken in de samenleving aanwezig te zijn.

BNN-VARA blijft twee merken voeren omdat de publieksgroepen waarop de beide merken zich richten én de oriëntatie van de beide merken verschilt. De mix van de journalistieke, brede publieksoriëntatie van de VARA en de kunst die BNN verstaat om met de programmering specifiek jongeren te bereiken, vormen de basis voor de BNN-VARA.

### Programmabeleid

BNN-VARA is er voor een progressief breed én specifiek jong publiek. BNN-VARA biedt daarbij een breed pakket aan genres aan: serieuze én lichte informatie, cabaret, satire en overig amusement en drama. Het aanbod wordt zo gespreid mogelijk over de diverse platformen uitgezonden en verspreid, om zoveel mogelijk in de haarvaten van de samenleving door te dringen. Bijzondere aandacht gaat uit naar programma-ontwikkeling en -vernieuwing. BNN-VARA zoekt aansluiting bij het

veranderend mediagedrag; BNN-VARA is overal waar het publiek zich bevindt.

### Informatie

Onder het VARA merk blijven de speerpunten als vanouds informatie & debat, consumenteninformatie en natuur & milieu. Belangrijke thema's zijn controle op de uitoefening van de macht, wijze waarop de rechtsorde al dan niet wordt gehandhaafd, sociale rechtvaardigheid en de toegankelijkheid van kunst en cultuur.

Onder het BNN merk worden informatieve titels ontwikkeld waarin jongeren wordt getoond hoe de wereld er uit ziet en waarin een spiegel wordt voorhouden; politiek ongekleurd en nooit moraliserend.

### Lichte informatie

Onder het VARA merk is DWDD het voorbeeld hoe vernieuwingen in de programmering tot stand moeten komen. Bij BNN is dit een genre waar, vanuit maatschappelijke betrokkenheid, programma's worden gemaakt. Eén van de ambities is jongeren te enthousiasmeren voor techniek en wetenschap.

### Cabaret, satire en overig amusement

Cabaret en satire maken onderdeel uit van de onderscheidende programmering van de Nederlandse Publieke Omroep. Onder het VARA merk biedt BNN-VARA een breed publiek ontspanning, maar dit publiek wordt ook aangezet tot (kritische) reflectie. BNN-VARA wil haar sterke positie op dit genre behouden. Onder het BNN merk zal BNN-VARA voor jongeren amuserende programma's blijven maken, omdat een aantrekkelijke verpakking nodig is om jongeren te bereiken.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

**Drama**

In drama worden maatschappelijke ontwikkelingen verbeeld en wordt gestalte gegeven aan de wereld van nu. Dramaseries onder het VARA-merk profileren zich al jaren door actuele onderwerpen of thema's uit de (contemporaine) geschiedenis die hun weerslag hebben op de wereld van vandaag. Er zal een inspanning worden geleverd voor een cast die de huidige bevolkingssamenstelling weerspiegelt; diversiteit is daarbij van belang. Drama is ook een succesvolle manier om jongeren te bereiken. Niet alleen in termen van kijkcijfers maar met verhalen van nu. Drama is bij uitstek geschikt om op een toegankelijke manier thema's aan te snijden uit de belevingswereld van jongeren.

**Audio**

Zowel via traditionele radio, als via websites van de programma's, moet het publiek naar de programma's van BNN en VARA kunnen luisteren. BNN-VARA speelt een grote rol op met name NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM en NPO Radio 6. BNN-VARA wil een grote rol spelen in de dag-programmering op NPO Radio 1 en in de berichtgeving over politiek Den Haag én de ambitie is handhaving van de sterke positie op NPO 3FM.

**Nieuwe media**

BNN-VARA wil op een relevante manier op alle devices en kanalen aanwezig zijn. Er wordt steeds meer toe gegaan naar het op maat uitserveren van content. Het toegenomen mobiele gebruik is gericht op het delen en beoordelen van content. Op die verrijking en verbreding zal BNN-VARA, ook vanwege de jonge doelgroep, fors inzetten voor al onze merken. BNN-VARA zal ook meer en meer inzetten op het ontwikkelen van crossmediale merken met logische merkuitstapjes (spin-offs) die doelgroepen aan de merken en domeinen zullen verbinden. Via die weg verankert de omroep haar maatschappelijke positie.

**6.3 BOS**

De BOS benadert de altijd aanwezige maatschappelijke en individuele vragen naar zin en betekenis vanuit het boeddhistische cultuur- en gedachtegoed. Hiermee probeert zij mensen te inspireren en te ondersteunen in de ontwikkeling van een koel hoofd, warm hart en helpende handen. Daarmee levert de BOS een eigen en unieke bijdrage aan de gewenste levensbeschouwelijke pluriformiteit van de NPO.

De BOS kiest ervoor om dit op televisie te doen met vooral documentaires – vanwege de diepgang en tijdloosheid van dit genre – terwijl voor radio de actuele ontwikkelingen in Nederland hun plek vinden en geduid worden. De BOS zendt uit op NPO 2 en NPO Radio 5.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 6.4 EO

De EO is een volwaardige omroeporganisatie binnen het publieke bestel. De omroep is een gemeenschap van mensen die het verlangen delen om verhalen te vertellen over het geloof en het volgen van Jezus. Deze passie vertaalt zich in een tweeledige taak:

- Mensen bereiken met programma's gemaakt vanuit onze christelijke identiteit over onderwerpen die met het leven en het geloof te maken hebben. We willen eigentijds missionair zijn, mensen tot nadenken aanzetten, het maatschappelijk debat inhoud geven en mensen met elkaar verbinden.
- Christenen vertegenwoordigen door voor hen herkenbare, aantrekkelijke en tot nadenken stemmende programma's te maken. Op die manier verbinden we diverse (christelijke) stromingen met elkaar en wordt er inhoud gegeven aan een brede maatschappelijke verankering van de Nederlandse Publieke Omroep.

De EO is een loyaal voorstander van het publieke bestel en levert daarin een krachtige en onderscheidende bijdrage. Dat doen we door te voldoen aan de kwalitatieve doelstellingen en bereik doelstellingen van de NPO en door invulling te geven aan ons motto Leef je geloof. De EO heeft vanuit het motto Leef je geloof de volgende drie thema's benoemd die in de programmering terugkomen:

1. Thema Geloven
2. Thema Opiniering
3. Thema Natuur

### Geloven

De EO levert een bijdrage aan het thema Geloof/Levensbeschouwing. Met vertrouwde levensbeschouwelijke programma's als Nederland Zingt, Bakkie Troost, Adieu God? en Geloven op 2 is de EO duidelijk onderscheidend van

andere omroeporganisaties. Ook wil de EO doorgaan met het vastleggen van grootse evenementen, zoals The Passion en Kerstfeest op de Dam. Deze evenementen weten mensen met elkaar te verbinden. Op NPO Zapp wil de EO met onderscheidende series komen, zoals Sam's Kerst en Retourtje Israël.

Op de radio draagt de EO bij aan het thema Geloven, zoals op NPO Radio 2 met Van Steeg tot 1, op NPO 3FM met Jouw Weekend Finale en Xnoizz en op NPO Radio 4 met Andries Klassiek. Op NPO Radio 5, dé plek om de doelgroep Standvastige gelovigen te bedienen, wil de EO doorgaan met Laat Ons De Rustdag Wijden, De Muzikale Fruitmand, Groot Nieuws, Musica Religiosa, Door de week en Onderweg. Met deze programma's levert de EO een bijdrage aan het thema Levensbeschouwing van de NPO.

### Opiniering

Als EO staan we midden in de samenleving. Al jaren leveren we een onderscheidende bijdrage aan het maatschappelijk debat. Opiniërende programma's gemaakt vanuit een duidelijk christelijk profiel die mensen tot nadenken stemmen en het maatschappelijk debat inhoud geven. De EO vindt het belangrijk om een rol te spelen in het belangrijke late night-slot, zoals we dat al jaren doen met Knevel & Van den Brink. Daarnaast willen we een bijdrage leveren door het maken van reportages en het doen van onderzoeksjournalistiek met het programma Dit Is De Dag. Ook op radio is opiniering voor de EO een belangrijke doelstelling. Zo wil de EO doorgaan met het actualiteitenprogramma Dit is de Dag (Radio) en hiermee bijdragen aan een evenwichtig en onderscheidend aanbod op NPO Radio 1. In onze opiniërende programma's worden eigenzinnige journalistieke keuzes gemaakt qua onderwerpen en invalshoeken.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

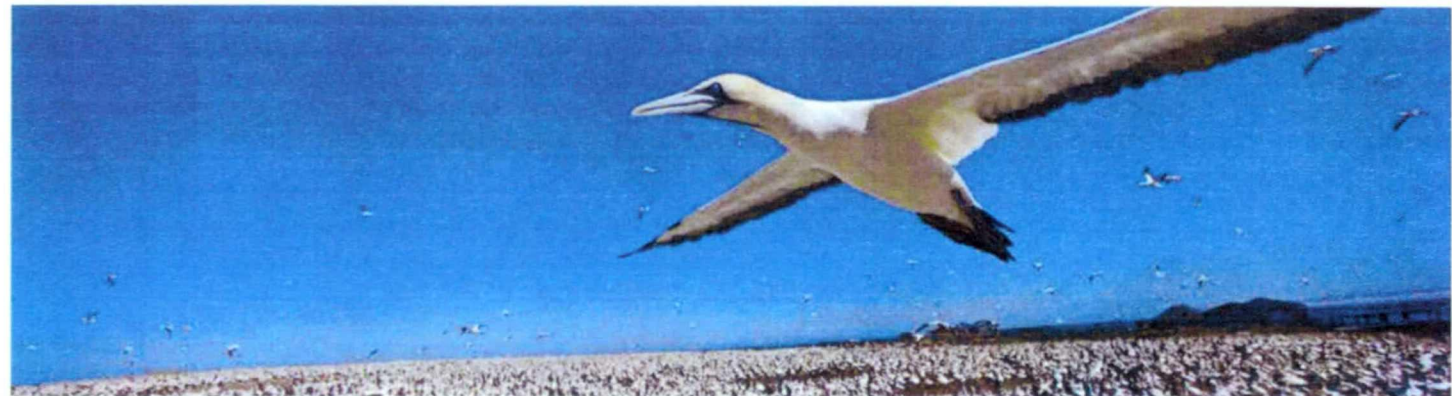
**Natuur**

Met het thema Natuur willen we laten zien dat we mogen genieten van Gods schepping. Maar we zijn ons ook bewust van de verantwoordelijkheid die we hebben om er zorgvuldig mee om te gaan. Beide aspecten komen in dit thema aan bod. De EO heeft met natuurseries een groot bereik. In 2015 willen we de kijker opnieuw laten genieten van de schoonheid van Gods schepping met nieuwe, in Nederland geproduceerde, natuurseries zoals Vogels, Nederland vanaf het Water en Van Hollandse bodem. Speciale aandacht is er voor Natuur in de kinderprogrammering. Het is onze ambitie om kinderen enthousiast te maken voor de natuur. Dat doen we met programma's als Zapp your planet en Koek en Ei.

De EO heeft met haar doelstellingen om mensen te bereiken met haar missie en om christenen te vertegenwoordigen, een belangrijke maatschappelijke functie. De EO levert met het specifieke karakter van de EO-programmering, gericht op verschillende leefstijlgroepen, een unieke bijdrage aan het pluriform bestel.

Voor de komende jaren is onze uitdaging de EO te positioneren als de missionaire mediabeweging waar je moet zijn in het publieke bestel als het gaat over God, Jezus, geloven en wat dat betekent voor de praktijk van alledag.

De EO investeert actief in een hechte relatie met leden en verwante organisaties. Belangrijk daarbij is de intensieve samenwerking met de VKZ (IKON en ZVK). We vertegenwoordigen met hen de breedte van de protestantse stroming, ieder op zijn eigen wijze. De IKON doet dat door levensbeschouwelijke, blik verruimende programma's die bruggen slaan tussen gelovigen, anders gelovigen en niet-gelovigen. Belangrijk daarbij is het zondagochtend programma IKON-huis-live. Naast de levensbeschouwelijke programmering zijn het van oudsher de documentaires van de IKON die op eigenzinnige wijze een bijdrage leveren aan het maatschappelijk debat. De ZVK-programmering wordt geïntegreerd in de zondagochtend programma's van de EO. Daarnaast zullen we doorgaan met het uitzenden van kerkdiensten op radio en internet.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

## 6.5 HUMAN

Human, de humanistische omroep, is de 2.42-zendgemachtigde, die de levensbeschouwing vertegenwoordigt van dat deel van de Nederlandse bevolking, die het humanisme en de daarbij behorende kernwaarden van groot belang vindt. Human biedt een podium aan hun seculier levensbeschouwelijke perspectief. Kernwaarden, die de achterban in samenhang deelt, zijn zelfbeschikking, verantwoordelijkheid, inlevingsvermogen, verdraagzaamheid, rechtvaardigheid, ruimdenkendheid en openheid.

In crossmediale programma's, waarin ieder platform zijn eigen rol heeft, beoogt Human vanuit zijn levensbeschouwing bij te dragen aan de persoonlijkheidsvorming en het verwerven van het vermogen van het individu om weerbaar en veerkrachtig actief te participeren in de samenleving.

Vanuit filosofische en psychologische benaderingen draagt Human kennis over en onderzoekt persoonlijke levensvragen en maatschappelijke vraagstukken.

Human richt zich niet alleen op de 23% van de bevolking, die blijkens onderzoeken het humanisme van het grootste belang vindt, maar van daaruit ook op andere publieksgroepen. Bijzondere aandacht is er voor jonge Nederlanders en actieve burgers.

De omroep ontwikkelt zijn programma's altijd in permanente wisselwerking met experts en geïnteresseerd publiek en is ingebed in samenwerkingsverbanden met de humanistische beweging, verwante maatschappelijke instellingen, educatieve organisaties en media. Via dit netwerk laat Human de publieke investering in zijn programma's renderen door strategieën die

rondom en na uitzending langdurig bereik en impact vergroten.

Human specialiseert zich in vier genres, die bij uitstek geschikt zijn om zijn doelen te verwezenlijken: filosofische en psychologische programma's, onderzoeksjournalistiek, documentaire en drama. Een hoge journalistieke en artistieke kwaliteit is kenmerk van ieder programma. Het humanisme is daarbij steeds het levensbeschouwelijke ijkpunt.

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 6.6 Joodse Omroep

De Joodse Omroep gebruikt televisie, radio en internet voor het overbrengen van kennis over het Jodendom. Dat kan bijvoorbeeld door het uitzenden van een televisieserie over een markante persoonlijkheid of bijzondere Joodse gemeenschap, een radioreportage over een Joods evenement of door een internetspecial, die op zichzelf kan staan of extra informatie bevat over een uitzending.

Uitgangspunt in de programmering zijn Nederlandse hoofdpersonen of situaties die zorgen voor een grote herkenbaarheid. Ofschoon de Joodse Omroep zich primair richt op de Joodse gemeenschap, wordt tegelijkertijd een brede, algemene doelgroep bediend.



## 6.7 KRO-NCRV

Het katholieke- en protestantse gedachtegoed, zoals verankerd in de missies van de verenigingen KRO en NCRV, is de verbindende schakel in het programma-aanbod van KRO-NCRV. Het omroepbedrijf voorziet in de toenemende vraag naar authentieke en kwalitatieve content die zich kenmerkt door zingeving en maatschappelijke betrokkenheid.

De KRO-NCRV-programmering richt zich op alle leefstijl- en leeftijds-groepen en biedt een breed pakket aan gericht op: opinie, samenleving, levensbeschouwing, expressie en kennis. De KRO-NCRV wil op alle televisienetten en de belangrijkste radiozenders aanwezig zijn.

Het omroepbedrijf KRO-NCRV verzorgt de programma's voor de merken KRO, NCRV, KRO-NCRV en RKK. Deze merken delen een gemeenschappelijk waardepatroon: respectvol voor betrokkenen, hoogstaande kwaliteit, optimistisch van toon, authentiek, verdiepend en de menselijke maat.

Wij denken onze missie te realiseren vooral in de volgende vijf genres als human interest, betrokken kwaliteitsjournalistiek, drama, jeugd en levensbeschouwing. Deze genres bieden veel mogelijkheden om de missies van de KRO en NCRV uit te dragen. De protestantse levensbeschouwing en katholieke identiteit, het DNA van onze beide verenigingen en bedrijven, is overigens niet beperkt tot het genre van levensbeschouwing; het komt tot uiting in meerdere programma's. Het accent van de programmering ligt op NPO 1 en NPO 2. NPO 1 is het net voor de brede programmering, het verbinden van mensen. Het is het net waar alle leefstijlgroepen kunnen worden bereikt met programma's, zoals Spoorloos, De Reünie, Boer zoekt Vrouw, Memories, De Rijdende Rechter, DNA-onbekend, Jinek! en Hello Goodbye. NPO 2 is het verdiepende net met levensbeschouwing en kwaliteitsjournalistiek. KRO-NCRV geeft hier invulling aan met

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

programma's als Brandpunt, Reporter, De Wandeling, Kruispunt, Man bijt hond, Monitor, Schepper & Co., en Achter de voordeur. Hoewel KRO-NCRV minder programma's op NPO 3 uitzendt, is deze zender absoluut van belang vanuit de gezamenlijke ambitie om de hele samenleving te bereiken. Hier zijn de jongere doelgroepen te bereiken met programma's, zoals Over de streep, Uit de kast en Van de straat. Het speerpunt jeugd van de KRO-NCRV komt in hoge mate tot uiting op NPO Zapp en NPO Zappelin. Hier vindt KRO-NCRV aansluiting bij kinderen tot 12 jaar met KRO Kinder-tijd, de BZT-show, SpangaS, Het verborgen eiland en Zapplive. KRO-NCRV profileert zich ook met dramaproducties als 't Schaep, Penoja en Noord Zuid.

Op radio (Audio) biedt de KRO-NCRV programmering waarmee invulling gegeven kan worden aan de missies van de verenigingen. NPO Radio 1 is de zender waarop de journalistieke programmering van de KRO-NCRV een plek heeft met De Ochtend, Reporter Radio en De Taalstaat. Op de andere radiozenders wil KRO-NCRV vorm geven aan zingeving en maatschappelijke betrokkenheid met programma's als Plein 5, Schepper & Co, De Staat van Stasse, Gijs 2.0, Theater van het Sentiment, Adres onbekend, et cetera.

Om de missie van de beide omroepen te realiseren zijn radio en televisie alleen niet voldoende, nieuwe media spelen daarbij een essentiële rol. De KRO-NCRV voert daarom een zeer actief nieuwe mediabeleid, dat gericht is op impact en binding. De kern is dat we de beleving rondom onze programma's digitaal verlengen en interactief maken. Dit doen we door middel van cross- en transmediale toepassingen (als integraal onderdeel van de mediaformats), zoals bij SpangaS, De Slimste Mens, Zappmysterie, Monitor en Boer Zoekt Vrouw.

## 6.8 MAX

MAX maakt programma's vanuit de leef- en denkwereld van de vijftigplusser. Het is vooral de manier waarop MAX programma's maakt en zijn doelgroep bereikt, die onderscheidend is. Vanuit een onafhankelijke positie, zowel van politiek als geloof, bereiken wij de vijftigplussers op een manier die hen aanspreekt. MAX zal zich het komende jaar nog meer inzetten om alle vijftigplussers te bereiken.

Dé vijftigplusser bestaat niet, maar onderscheidt zich als groep wel van andere leeftijdsgroepen. Juist de vijftigplusser is door alle positieve en negatieve ervaringen in staat om het leven ten volle te vieren. Door al zijn levenservaring is de vijftigplusser tevens in staat normen en waarden aan anderen om hen heen over te brengen. MAX wil de vijftigplussers niet alleen kwalitatief hoogwaardige content op radio, televisie en internet bieden, maar ook opkomen voor hun belangen. We hebben tevens aandacht voor de mindere kanten van het ouder worden, zoals eenzaamheid en een verslechterende gezondheid. Wij zetten ons in om het leven van ouderen te verbeteren en te veraangemen, in Nederland en daarbuiten.

MAX wil voor zijn doelgroep een breed aanbod aan programma's maken. Van human interest en opinie tot informatie en Nederlands drama. In die laatste categorie heeft MAX inmiddels een traditie hoog te houden met succesvolle series als Dokter Deen, Moeder ik wil bij de Revue en Heer & Meester. MAX draagt daarmee bij aan de doelstellingen van de NPO die Nederlands drama tot een aanbodsaccent heeft gemaakt. Ook in 2015 brengt MAX een mooie nieuwe dramaserie. Deze serie speelt in de tijd dat de televisie opkwam en laat zien wat de invloed daarvan was op de samenleving. Naast deze nieuwe dramaserie, zal er ook een derde serie komen van Dokter Deen.

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Muziek blijft een belangrijke rol spelen in de programmering van MAX en we leveren daarmee een belangrijke bijdrage. Op radio en televisie kan iedereen genieten van een gevarieerd aanbod. Van klassieke muziek in de MAX avondconcerten (NPO Radio 4), tot muziek uit de jaren zestig in Wekker-Wakker! en de TinekeShow (NPO Radio 5). In de MAX muziek-specials op vrijdagavond op NPO 2 brengt MAX een zeer divers aanbod van artiesten en muziekstijlen. Ook zendt MAX hierin diverse registraties van evenementen uit, zoals de Taptoe.

Het registreren en uitzenden van belangrijke landelijke en regionale evenementen is bij uitstek een publieke taak. Naast de Taptoe verzorgt MAX ook de registratie van Carnaval, diverse Bloemencorso's en speciale concerten. Indien mogelijk doet MAX dat in samenwerking met de regionale omroepen.

Sinds 2008 zendt MAX aan het eind van de middag het dagelijkse programma Tijd voor MAX uit. Dit succesvolle programma wordt uitgebreid met een nieuwe rubriek, dat zal worden gepresenteerd door twee nieuwe presentatoren. In de nieuwe rubriek is er aandacht voor nieuws uit de diverse provincies, nieuws dat normaal gesproken het journaal niet haalt. MAX zal daarvoor nog meer gaan samenwerken met de regionale omroepen.

Met kerst zal MAX haar eerste kerstfilm – Finn - uitzenden. Deze ontroerende en spannende familiefilm gaat over de negenjarige Finn die met zijn vader op het platteland woont. Samen met zijn beste vriend Erik zit hij op voetbal. Finn wil graag muziek maken, maar zijn vader wil liever dat hij gewoon gaat voetballen, net als alle andere jongens. Finn snapt niet waarom, maar zijn vader wil er niet over praten. Bij een vervallen boerderij ontmoet Finn een oude man die de sterren van de hemel speelt op een viool. Terwijl zijn vader denkt dat hij gaat voetballen, gaat Finn voortaan stiekem naar de boerderij om te oefenen.

## 6.9 Moslim Omroep

De Moslim Omroep brengt programma's over islam, moslims en de samenleving, binnen en buiten Nederland. De programma's van de Moslim Omroep kunt u zien op NPO 2. De Moslim Omroep (MO) kiest ervoor om actief de dialoog tot stand te brengen tussen moslims onderling en tussen de Nederlandse moslims en de rest van de Nederlandse samenleving. Haar programma's op NPO Radio 5 en op de NPO 1, 2 en 3 zijn gericht op moslims en op een meer algemeen publiek, met steeds een agendazetting en onderwerpkeuze die voortkomt uit de perspectieven van de Nederlandse moslims. De MO verzorgt de moslimzendtijd in opdracht van de Stichting Moslim Zendtijd en in samenwerking met de NTR. De MO is eindverantwoordelijk voor de programma-inhoud, terwijl de NTR voor de organisatie zorg draagt.

### Missie, visie en positionering

De MO zal als onafhankelijke journalistieke organisatie de zendtijd voor de hoofdstroming Islam op grond van de Mediawet Artikel 2.42 op kwalitatief zo goed mogelijke wijze uitvoeren. De MO is het enige landelijke en niet-commerciële onafhankelijke platform voor kwaliteitsjournalistiek op radio en televisie dat werkt vanuit het perspectief van de moslimgemeenschap in Nederland. Dat geeft mogelijkheden, maar schept ook grote verwachtingen en verantwoordelijkheden.

De MO zal haar media-aanbod binnen de NPO in de periode 2013-2015 maken in een maatschappelijke context die wordt gekenmerkt door de volgende zaken:

- De opkomst van een tweede en derde generatie moslims in Nederland. Deze generatie drukt steeds duidelijker haar stempel op het sociale,

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

culturele en economische leven van Nederland. Met name binnen de stedelijke samenlevingen van Nederland is deze opkomende groep steeds duidelijker zichtbaar.

- Een in intensiteit toenemend debat binnen de Nederlandse moslim-gemeenschap maar ook daarbuiten over de vraag hoe Islam en moderniteit en Islam en moderne politieke systemen te combineren.
- Een zoektocht in de Nederlandse samenleving naar identiteit in een tijdperk van economische en culturele globalisering, economische crisis en een samenleving met nieuwe bevolkingsgroepen en religies.
- De meeste Nederlandse moslims, ongeacht de richting van de Islam die ze aanhangen, zoeken naar een evenwicht tussen hun burgerschap en hun persoonlijke invulling van de Islam.
- Een sinds 2001 verhardend debat over de Islam en de positie van moslims in de Nederlandse samenleving.

## 6.10 NOS

De NOS is de grootste nieuwsorganisatie van Nederland. We doen 24 uur per dag verslag van nationale en internationale nieuws- en sport-gebeurtenissen en van grote evenementen. Via alle mogelijke platformen. Waarom? Omdat het in een democratie van het grootste belang is dat burgers hun keuzes in het leven maken op basis van zo objectief en betrouwbaar mogelijke informatie. Als onderdeel van de NPO heeft de NOS bovendien de taak een zo breed mogelijk publiek aan te spreken, van jong tot oud en van laag tot hoog opgeleid. Elke dag weer zijn de NOS'ers bezig om aan die doelstellingen invulling te geven. Dat is geen geringe uitdaging, ook al omdat de concurrentie steeds mondialer wordt (FOX, Netflix, Apple TV, et cetera). Het antwoord van de NOS; blijven inzetten op kwaliteit, bereik, imago en innovatie. Door (sport) nieuws te maken dat aan de hoogste standaard voldoet en een goed venster op de wereld biedt. Vanuit Nederlands perspectief. Door de inhoud toe te snijden op de behoeften van de gebruiker. Wil hij blijven? Niks missen? Beleven? Een mening vormen? Op welk moment van de dag heeft hij welke behoefte? En van wel medium maakt hij dan gebruik? Radio, internet, apps, teletekst, sociale media en/of televisie? Het gaat hierbij dus niet zozeer om de keuze van het (sport-)nieuws, als wel om de manier waarop de gebruiker het krijgt voorgeschoteld.

De afgelopen jaren is de NOS uitgegroeid van een klassiek radio- en televisiebedrijf naar een multimediale nieuwsfabriek, met een populaire website en massaal gebruikte apps. Op die weg gaan we de komende jaren door. Een nog sneller en breder nieuwsaanbod, aantrekkelijk en uitnodigend vormgegeven. Met nog meer aandacht voor live beeld en geluid. Op alle platformen. Van nieuws, sport en nationale en internationale evenementen. Betrouwbaar en voor alle burgers van Nederland.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bevestigde hoofdstuk.

## 6.11 NTR

### Hart van het publieke bestel

Sinds 1 januari 2014 is de NTR verankerd in de Mediawet en heeft als wettelijke opdracht het verzorgen van informatieve, culturele en educatieve programma's voor het gehele publiek. De NTR is onafhankelijk, onpartijdig en objectief. Ze is gericht op een samenleving van actieve, zelfstandige en nieuwsgierige burgers.

De waarden en taken van de NTR sluiten naadloos aan op de prioriteiten van de NPO (journalistiek, drama, documentaires, kinderen, kennis en cultuur). Daarmee staat de NTR in het hart van het publieke bestel.

De NTR is breed verankerd in de samenleving. Ze werkt nauw samen met tal van maatschappelijke en culturele organisaties van het Holland Festival tot het Wereld Natuur Fonds, van het Fonds Verstandelijk Gehandicapten tot de Nederlandse Opera. De NTR is een taakorganisatie, een omroep zonder leden. Primair is altijd de inhoud van de programmering. De achterban van de NTR bestaat uit haar kijkers, luisteraars en bezoekers van de diverse online platformen.

### Kunst en Cultuur

De NTR is de grootste Cultuuromroep van Nederland, bewandelt vaak niet-geëigende paden en maakt verrassende en avontuurlijke kunst en cultuur toegankelijk. De NTR is een vangnet voor kunst die moeilijk elders een podium vindt. De ontwikkeling van jong talent is een prioriteit. De NTR is één van de belangrijkste coproducenten van muziek- en dansvoorstellingen, festivals zoals het North Sea Jazzfestival, Pinkpop en de Nederlandse Dansdagen, van speelfilms, drama en documentaires. Daarmee vervult de NTR een sleutelrol in het culturele veld.

### Educatie

Educatie is één van de belangrijkste pijlers binnen de programmering van de NTR. Of het nu om volwassenen, bijna volwassenen of de jeugd gaat. Voor de NTR is het belangrijk dat mensen kunnen meedoen in de samenleving: meepraten, meebeslissen en zelfstandig keuzes maken.

### Informatie

De NTR heeft een bijzondere taak bij het verzorgen van achtergrondinformatie. Dat gebeurt in de eerste plaats via Nieuwsuur, de toonaangevende dagelijkse nieuws- en actualiteitenrubriek van de Nederlandse Publieke Omroep. In Nieuwsuur is er ruim aandacht voor financieel-economisch nieuws, buitenlandse berichtgeving, onderzoeksjournalistiek en Europees nieuws. Maar de NTR doet veel meer op dit gebied. Samen met de VPRO is de NTR verantwoordelijk voor de geschiedenisrubriek *Andere Tijden* en voor verschillende spraakmakende historische series over onder meer de Gouden Eeuw en de Slavernij. Vanuit de overtuiging dat ook een jongere publieksgroep in informatie en journalistiek geïnteresseerd is, maakt de NTR *College Tour* en het op een nog jongere doelgroep gerichte *Weekjournaal*.

### Jeugd

De jeugdprogramma's van de NTR worden gemaakt voor kinderen van alle leeftijden. Ze zijn informatief, educatief maar nooit belerend en soms amuserend. Met *Welkom in de Gouden Eeuw* leren ze meer over hun eigen geschiedenis, met de klassieker *Sesamstraat* maken ze kennis met taal en via *Het Klokhuis* komen ze van alles te weten op het gebied van wetenschap en techniek. Via het platform van *Schooltv* met een maandelijks bereik van anderhalf miljoen worden jongeren die in het algemeen steeds minder televisie kijken in ruime mate bereikt. Met programma's waarin zij en hun soms meekijkende ouders serieus worden genomen.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bevestigde hoofdstuk.

**Diversiteit**

De NTR heeft een lange geschiedenis op het gebied van multiculturele programmering. Met amuserende programma's als zo: Raymann en De Dino Show, maar ook met serieuze documentaire series als Seks en de Zonde over de positie van de vrouw in de Islamitische wereld, heeft de NTR gekozen voor een brede aanpak. De veelkleurige samenleving is een gegeven. De NTR wil in haar programma's en op de werkvloer een afspiegeling zijn van de Nederlandse bevolking. Diversiteit is vanuit die gedachte geen probleem, maar een creatieve uitdaging voor alle programmamakers.



**6.12 OHM**

Stichting OHM is een organisatie die kennis over Hindoeïsme voor geïnteresseerden toegankelijk wil maken. Dit doet zij door middel van radio- en televisie uitzendingen, op een manier die dicht bij het Hindoe gedachtegoed ligt. Aanreikend, maar niet belerend. Eigentijds, maar met oog voor de kernwaarden van het Hindoeïsme.

OHM is een zendgemachtigde die zijn grondslag vindt in de mediawet Artikel 2.42. En die als hoofddoel heeft; Integratie van de Hindoe cultuur in de Nederlandse samenleving. Het hindoeïsme vindt zijn oorsprong in India. De programma's die OHM maakt zijn daarom geïnspireerd op de hindoe religie, cultuur en filosofie, zoals dat zich in India en de diaspora-landen heeft ontwikkeld.

**Missie**

OHM is een levensbeschouwelijke mediaorganisatie die midden in de samenleving wil staan. En die zich laat inspireren door het Hindoeïstische, niet dogmatische gedachtegoed. Vanuit haar inspiratie wil OHM een bijdrage wil leveren aan de totstandkoming van een ontspannen samenleving waarin respect en ontplooiing belangrijke pijlers zijn.

**Visie**

De Hindoe filosofie biedt inzichten die universeel van aard zijn en die van belang kunnen zijn voor de verdere ontwikkeling van de Nederlandse samenleving. Omdat het andere of zelfs nieuwe inzichten aanreikt dan de tot nu toe over het algemeen bekende, met name die uit het Christendom. Inzichten die een additioneel dimensie voegen aan het maatschappelijk debat; bijv. ten aanzien van omgaan met nieuwe technologische ontwikkelingen of veranderende wijzen van interactie tussen mensen.

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bevruste hoofdstuk.

OHM hoopt hen hiermee te inspireren tot actief burgerschap in zowel de Nederlandse als de eigen Hindoestaanse gemeenschap. Door inzichten uit de eigen traditie en geschriften te communiceren wil OHM jongeren helpen in hun identiteitsvorming en zelfwording. Niet alleen wordt het inzicht in het eigene hiermee verdiept; ook het begrip voor het andere wordt groter.

## 6.13 PowNed

Alles wat PowNed doet, heeft een journalistiek DNA. De toonzetting is provocerend, dwars, rauw, intelligent en ongecensureerd. De kracht is een andere aanpak van nieuws en actualiteiten. Stelling nemen, confronteren, soms shockeren, juichen als 'we' winnen, cynisch of satirisch als dat nodig is. PowNed maakt nieuws, verslaat nieuws, maar vooral; PowNed lacht het nieuws uit.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bevestigde hoofdstuk.

## 6.14 RKK

RKK is een religieuze omroep vanuit rooms-katholiek perspectief. De zendtijd van RKK maakt deel uit van het omroepbedrijf KRO-NCRV en blijft bestaan tot 2016. De missie is samen te vatten in vier trefwoorden: katholiek, kerkelijk, evangeliserend en inspirerend.

Die missie krijgt in de zendtijd van het Rooms Katholiek Kerkgenootschap gestalte in de ankerdomeinen van de katholieke kerk: liturgie, catechese, gemeenschapsopbouw en diaconie. RKK doet waartoe het is opgericht; levensbeschouwelijke programma's maken en het geloof op een expliciete manier ter sprake brengen. De meeste programma's van RKK zijn te zien en te horen op NPO 2, zondagochtend geloofsonderwijs en liturgie (Geloofsgesprek en Eucharistieviering), zaterdagavond inspiratie en zingeving uit het kloosterleven (Kloosterserie). Op NPO Radio 5 is er doordeweeks aan het begin van de avond het programma Kruispunt Radio dat een verbinding legt tussen nostalgie en verhalen bij de dag. De platformen van NPO 2 en NPO Radio 5 zijn bedoeld om voor de eigen kerkse en katholieke achterban de missie van RKK waar te maken. Daar ligt de eerste prioriteit die ook op internet zichtbaar wordt in berichtgeving die hier uit voortvloeit op RKK.nl. Naast de ze prioriteiten richt RKK zich op de gehele samenleving. Voorbeelden hiervan zijn klassiek en religie met Antoine Bodar op NPO Radio 4, het paasspektakel The Passion, specials op NPO 1 als Het drama van..., het gezinsevenement Kerst met de Zandtovenaer én de levensverhalen uit het hart van de samenleving op zondagavond in Kruispunt.

Deze programma's leveren een belangrijke bijdrage aan het levensbeschouwelijke karakter van de NPO.

## 6.15 VPRO

Afgeslankt maar onverminderd scherp en vernieuwend blijft de VPRO ook de komende jaren zijn onderscheidende bijdrage leveren aan de radiozenders, tv-netten en internetportals van de NPO. Onafhankelijk, zorgvuldig, kritisch en grensverleggend.

De VPRO richt de blik op de wereld en de toekomst, bedrijft eigenzinnige journalistiek en produceert intelligent amusement. De VPRO wil grensverkenner zijn, ontwikkelen, experimenteren en nieuwe verhalen vertellen via alle media.

Nog actiever dan voorheen zal de VPRO initiatieven ontplooiën om nieuwe maatschappelijke en culturele bewegingen en geluiden een stem en plek te geven in het publieke bestel. De VPRO ziet voor zichzelf een duidelijke poortfunctie weggelegd tussen de Nederlandse Publieke Omroep en geestverwante stromingen en instellingen in de samenleving. De VPRO wil samen met partners van binnen en buiten de omroep, en binnen en buiten Nederland, daadwerkelijk vernieuwende projecten initiëren.

De VPRO is er voor iedereen, maar richt zich vooral op de creatieve klasse, een doelgroep van 2,7 miljoen mensen, goed opgeleid, internationaal georiënteerd, geïnteresseerd en betrokken bij politiek, samenleving en cultuur. De VPRO richt zich binnen die groep op alle leeftijden, maar gaat nadrukkelijker trachten de groep van 35-50 jaar in de reguliere programmering beter te bereiken, zowel via de klassieke platformen als met nieuwe crossmediale concepten en via social media. De VPRO heeft immers een traditie hoog te houden in het bedienen van jeugd en jongeren met opzienbarende en baanbrekende programma's.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Door de vergaande commercialisering en globalisering van de informatiesector staat onafhankelijke informatievoorziening onder druk. De informatieoverdaad is zo groot, dat een nieuwe schaarste aan vindbare relevante informatie dreigt. Binnen deze context ziet de VPRO een duidelijke rol voor zichzelf: die van producent, aanbieder, initiator en gids. Producent en aanbieder van excellent media-aanbod in de VPRO-traditie, initiator van nieuwe inhoudelijke en vormconcepten. En gids naar alles wat er toe doet rond onze programmering in de onmetelijke informatiestroom, afgestemd op de smaak en interesses van onze achterban.

Afgeleid van zijn missie kiest de VPRO in al zijn uitingen een internationaal perspectief. De reisseries en Metropolis op TV en Bureau Buitenland op radio zijn daarvan vaste exponenten. Aandacht voor cultuur in de ruime zin van het woord is een tweede uitgangspunt met daarbinnen een accent op boeken, film en drama, muziek, documentaires en design. Programma's als *Nooit meer slapen* en *OVT* op radio en *Boeken* op TV, onze documentaires en dramaseries, *Cinema.nl* en crossmediale titels als *Vrije Geluiden* en *3voor12* behoren tot het vaste aanbod van de VPRO.

Het derde uitgangspunt is verdiepende journalistiek vanuit een toekomst- en oplossingsgericht perspectief. Tegenlicht en de onderzoeksjournalistieke programma's van Argos hebben hun sporen op dit vlak al vele jaren verdiend. Onze vaste programma's op radio en tv, jaarlijks verrijkt met een gevarieerd pakket nieuwe verhalende series op tv, nemen tezamen met onze documentaires en dramaproducties een eigen, onderscheidende plek in op de platformen van de NPO.

In al onze programma's, ook die voor kinderen, blijven we met de eigenzinnige VPRO-blik naar Nederland en de wereld kijken. De VPRO onderschrijft de ambities en accenten zoals beschreven in de

kaders van het nieuwe Concessiebeleidsplan van de NPO. Journalistiek, documentaires, Nederlands drama, kinderprogrammering, kennis en cultuur en evenementen. Het zijn thema's en genres waarin de VPRO zijn naam ruimschoots heeft gevestigd en waarmee de VPRO zich ook in de komende jaren zal profileren.



Inhoud	
1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

## 6.16 WNL

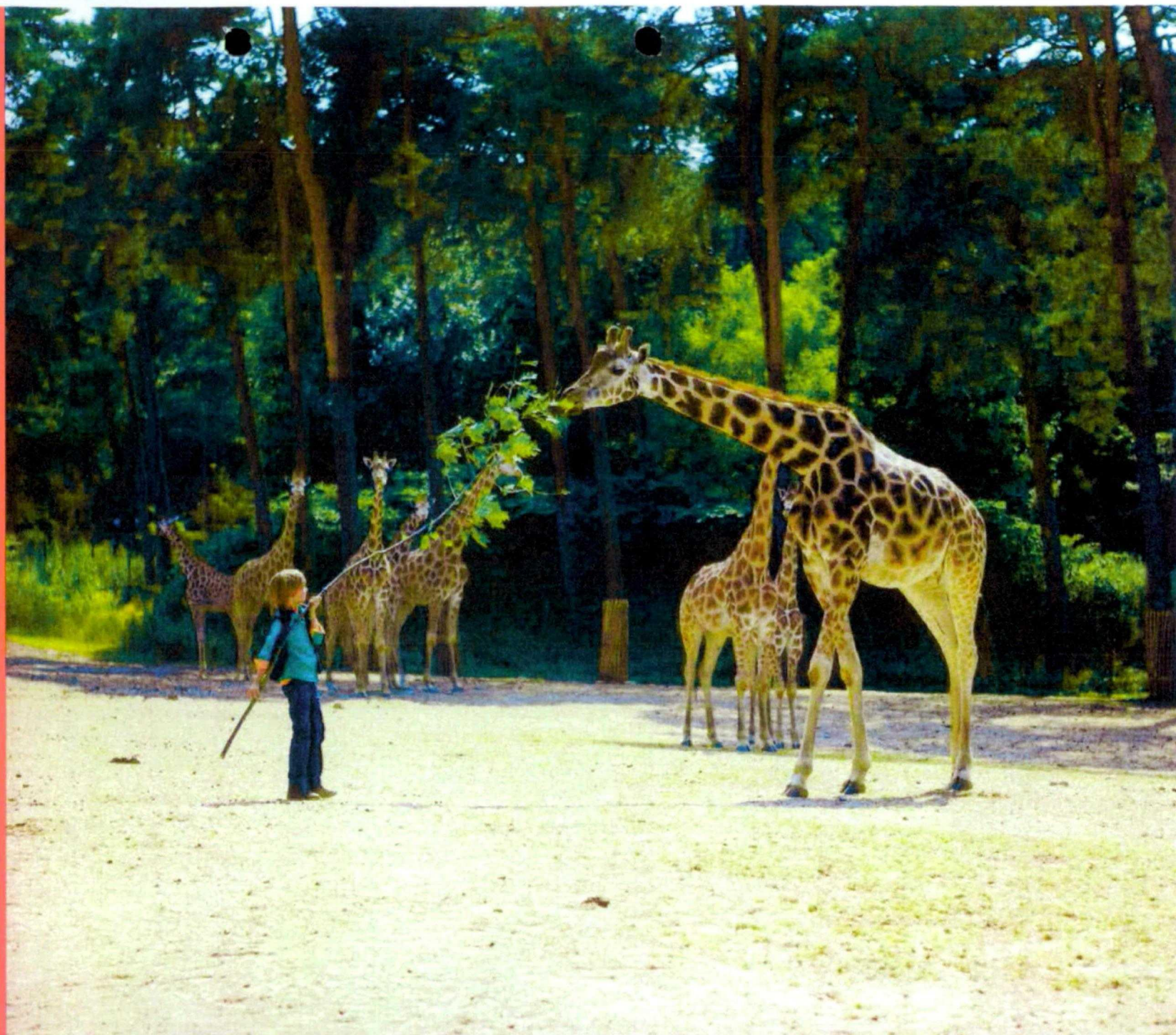
WNL wil een omroep zijn die het rechtse midden bedient. Een omroep voor ondernemers en ondernemend Nederland. In ons land is dat vooral ook een breed rechts-midden, waarin de politieke partijen opereren en waar een groot deel van de Nederlanders op stemt. Maar bovenal wil WNL een omroep zijn met een goed humeur. De programma's moeten toegankelijk zijn voor een grote groep mensen. WNL moet een vriend zijn van de kijker en luisteraar; een omroep die onderwerpen en thema's benoemt, kritisch en opbouwend is. Een omroep die bindt en niet splijt, die met respect luistert naar mensen met een andere mening en daar zijn eigen standpunten tegenover stelt.

WNL heeft duidelijk gekozen voor een journalistieke benadering binnen de NPO, een benadering die tot uiting komt in de type programma's die wij aanbieden. Tv- en radioprogramma's die het gesprek van de dag voeren.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen oproepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het gewenste hoofdstuk.

# NPO-organisatie

## 7.1 Algemeen

De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) omvat alle organisaties (omroepen, zendgemachtigden en NPO-organisatie), die ieder vanuit hun eigen taak verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. De omroepen zijn dat door de verzorging van media-aanbod en de NPO-organisatie omdat deze het samenwerkings- en coördinatieorgaan is voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau, bedoeld in Artikel 2.2 en 2.3 MW. De kerntaken van de NPO-organisatie zijn:

- Programmeren en coördineren van de aanbodkanalen en het vormgeven van de net- en zenderprofielen.
- Het verzorgen van de distributie van de aanbodkanalen (zie ook paragraaf 7.2).
- Beleid en verantwoording over de koers en aangewende budgetten.

Daarnaast voert de NPO-organisatie centrale activiteiten uit ten behoeve van de NPO, die voortvloeien uit de wettelijke taken. De belangrijkste taken in dit kader behelzen onder meer het ondertitelen van programma's, het verstrekken van programmagegevens, het beheer van (audio-gerelateerde) rechtencontracten, continue bereiksonderzoek en de marketing van aanbodkanalen.

Om al deze taken te kunnen uitvoeren is er specifiek budget voor de NPO-organisatie beschikbaar, dat als aparte categorie binnen de totale Rijksmediabijdrage wordt aangevraagd. De kosten die met dat budget gedekt worden, vloeien voort uit de uitvoering van de kerntaken en centrale activiteiten. Naast OCW-budget ontvangt de NPO-organisatie overige inkomsten, waaronder inkomsten uit distributie. Deze worden aangewend ten behoeve van de programmering. In aanvulling op de

reguliere budgetten kan de NPO-organisatie eigen middelen inzetten ten behoeve van de programmering. Dat gebeurt vooral in het geval van sport-evenementen, maar incidenteel ook voor het realiseren of stimuleren van specifieke programmering.

In onderstaande tabel is het exploitatieoverzicht 2015 in vergelijking met 2014 van de NPO-organisatie weergegeven.

NPO-organisatie (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Bijdragen OCW	101.882	111.055	-9.173
Bijdragen Raad van Bestuur*	-13.125	-25.975	12.850
Inzet ORMA*	-8.000	-2.906	-5.094
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	21.100	18.756	2.344
<b>Totaal baten</b>	<b>101.857</b>	<b>100.930</b>	<b>927</b>
Correctie baten*	21.125	28.881	-7.756
Bruto kosten	-142.986	-143.217	231
Inzet vermogen	10.340	13.406	-3.066
<b>Subtotaal</b>	<b>-111.521</b>	<b>-100.930</b>	<b>-10.591</b>
Compensatie btw	9.664	0	9.664
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

\* Correctie baten is het totaal van bijdragen Raad van Bestuur en inzet ORMA. De totale baten van de NPO-organisatie worden gecorrigeerd om inzichtelijk te maken wat de totale bruto kosten van de NPO-organisatie zijn. De correctie baten maken immers ook deel uit van de totale bruto kosten van de NPO-organisatie.

Tabel 33: Exploitatie tabel NPO-organisatie



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

### Bijdragen OCW

De korting van kabinet-Rutte I voor de NPO-organisatie in 2015 bedraagt 3,2 miljoen euro (inclusief index uit 2012 ad 2,5 miljoen euro). Daarmee bedraagt de totale budgetkorting voor de NPO-organisatie in de periode 2012-2015 26,4 miljoen euro (inclusief ZBO-korting). Daarnaast bedraagt de index voor 2015 1%, oftewel 1,0 miljoen euro.

De NPO-organisatie stelt jaarlijks 6,5 miljoen euro voor de programmering ter beschikking, om onder andere de (meer)kosten van superevenementen te financieren. Omdat deze structurele bijdrage geen onderdeel uitmaakt van de wettelijke taak van de NPO-organisatie en beter past bij de programma-gerelateerde (tv-)begroting, zal dit budget vanaf 2015 onderdeel uitmaken van het Mediabudget (zie hoofdstuk 2). Daarnaast vraagt de NPO-organisatie jaarlijks budget ad 0,5 miljoen euro aan voor de Naburige Rechten van het MCO. Ook dit budget is niet ten behoeve van de wettelijke taak van de NPO-organisatie en zal daarom vanaf 2015 onderdeel uitmaken van het budget van de Stichting Omroep Muziek (SOM). Per saldo bedraagt het verschil van de bijdrage OCW tussen 2015 en 2014 9,1 miljoen euro negatief.

### Bijdragen Raad van Bestuur

De NPO-organisatie kan een deel van haar beschikbare OCW-budget, eigen reserves of overige inkomsten inzetten voor de programmering. De bijdragen van de Raad van Bestuur ten behoeve van de programmering hebben een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie. Voor de omroepen/platformen maken deze middelen deel uit van de totale baten. Dat is terug te zien in de exploitatietabellen bij Video en Audio. De bijdragen van de Raad van Bestuur worden met name ingezet voor themakanalen, sportevenementen en BVN. Van het totaal bedrag ad 13,1 miljoen euro, heeft 2,1 miljoen betrekking op de inzet uit reserves van de NPO-organisatie. Het verschil ad 12,9 miljoen euro ten opzichte van 2014 is

omdat de bijdrage Raad van Bestuur in 2014 ten behoeve van dekking van de meerkosten van het WK Voetbal 2014 in 2015 niet nodig is, omdat 2015 geen evenementenjaar is.

### Inzet ORMA

Omdat de ORMA op de balans van de NPO-organisatie staat, heeft de inzet van ORMA een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie. Op basis van de huidige stand van zaken is de verwachting dat het restant van de ORMA ad 8 miljoen euro volledig in 2015 wordt ingezet ten behoeve van de programmering.

### Overige inkomsten

De overige inkomsten van de NPO-organisatie hebben onder meer betrekking op distributie inkomsten, overige rechtenvergoedingen, inkomsten voor productie en levering geredigeerde programmagegevens en opbrengsten uit verrichte diensten voor de overige omroepen (specifieke ICT-dienstverlening, mediaonderzoek, programma-gereed maken van promofilmpjes e.d.). Deze inkomsten betreffen gelden die worden uitgekeerd aan omroepen of een kostendekkende vergoeding vormen voor geleverde diensten. De overige inkomsten hebben dus een nihil effect op het NPO-organisatieresultaat en bieden geen extra budgetruimte bovenop de OCW-bijdrage. Voor 2014 was de verwachting dat de overige inkomsten voor de NPO-organisatie zouden dalen, door met name lagere baten ICT en Programmagegevens. Dit blijkt niet het geval, waardoor de overige inkomsten 2015 hoger zijn begroot dan in 2014. Daarnaast is de prognose dat overige inkomsten stijgen door onder andere rentebaten en het verkennen van verdienmodellen conform de opdracht van kabinet-Rutte II.

Zoals hiervoor beschreven zijn de bijdragen van de Raad van Bestuur en de inzet van de ORMA ten behoeve van de programmering en maken deze

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

middelen deel uit van de totale baten van de platforms. Echter, voor de totale baten van de NPO-organisatie worden ze gecorrigeerd, omdat deze ook deel uit maken van de totale bruto kosten van de NPO-organisatie.

### Kosten

#### Bruto kosten

De begrote kosten zijn ten behoeve van de kerntaken (programmeren, distribueren, beleid en verantwoording) van circa 55%, centrale activiteiten van de NPO-organisatie (onder meer het kosten rechten BUMA en de kosten voor ondertitelen van programma's) van circa 35% en de kosten voor de ondersteuning van de organisatie van circa 10%.

De totale kosten dalen per saldo met 0,2 miljoen euro. Enerzijds dalen de kosten vanwege een besparing als gevolg van een lagere bijdrage OCW ad 9,2 miljoen euro (o.a. vanwege korting kabinet Rutte-I ad 3,2 miljoen euro en een verschuiving van 6,5 miljoen euro naar het Mediabudget, zie toelichting Bijdrage OCW) en minder inzet uit vermogen (zie onderstaande toelichting) ad 3,0 miljoen euro. Daar tegenover zijn de overige inkomsten 2,3 miljoen euro hoger dan begroot in 2014, waardoor ook de bijbehorende kosten hoger zijn. Daarnaast stijgen de kosten vanwege de gewijzigde BTW wetgeving met 9,7 miljoen euro.

#### Inzet Vermogen

Zoals hiervoor beschreven wordt een deel van de eigen reserves van de NPO-organisatie (2,1 miljoen euro) alsmede de ORMA (8,0 miljoen) ingezet ten behoeve van de (meer)kosten van de programmering in 2015 (2,1 miljoen euro). Het verschil ten opzichte van 2014 wordt met name veroorzaakt doordat de NPO-organisatie in 2014 meer eigen reserves heeft ingezet voor de programmering, vanwege de kosten voor super-evenementen in dat jaar.

### Platformkosten

Naast de kosten van de centrale activiteiten ten behoeve van de wettelijke taak, maakt de NPO-organisatie ook kosten ten behoeve van platform-activiteiten, de zogeheten platformkosten. Platformkosten zijn kosten die voortvloeien uit activiteiten met een omroep- of platform- overstijgend karakter, die niet specifiek voortvloeien uit de wettelijke taken van de NPO-organisatie. Vanuit het oogpunt van effectiviteit en efficiency worden deze taken, in overleg met de omroepen, uitgevoerd door de NPO-organisatie. Activiteiten met een omroep- of platform-overstijgend belang ten dienste van alle omroepen zijn onder andere aankoop van buitenlandse producties, verkoop van programma's, marketing van omroep-overstijgend aanbod, programmabromotie op televisie, organisatie van evenementen en muzieksamenstelling.

De platformkosten worden gefinancierd uit programmabudget en zijn daarom niet opgenomen in de exploitatie(tabel) van de NPO-organisatie. Ze maken echter wel deel uit van de totale kosten van de NPO-organisatie en zijn daarom in de realisatie van de kosten terug te vinden in het jaarverslag van de NPO-organisatie. De begrote platformkosten zijn toegelicht in de afzonderlijke hoofdstukken van Video en Audio in deze MJB. De gezamenlijkheidskosten maken deel uit van de jaarplannen van de betreffende directies en zijn goedgekeurd door de omroepen. Samengevat zijn de totale begrote platformkosten van de NPO-organisatie:

Gezamenlijkheidskosten (x 1.000 euro)	2015
Video	-5.047
Audio	-11.049
<b>Totaal</b>	<b>-16.096</b>

Tabel 34: Gezamenlijkheidskosten platformen

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het betreffende hoofdstuk.

**Exploitatieresultaat/saldo**

Voor 2015 verwacht de NPO-organisatie een sluitende begroting.

**7.2 Distributie**

Van de totale begrote kosten van de NPO-organisatie ad 143 miljoen euro (zie tabel 33, pagina 78) heeft circa 32% betrekking op de kosten voor de verzorging en het verspreiden van het media-aanbod op de verschillende aanbodkanalen.

Verspreiding media-aanbod (x 1.000 euro)	2015	2014	Vershil
Uitzenden	-24.214	-25.736	1.522
Distributie	-14.791	-16.199	1.408
<b>Totaal</b>	<b>-39.005</b>	<b>-41.935</b>	<b>2.930</b>

Tabel 35

De totale kosten dalen naar verwachting met 2,9 miljoen euro ten opzichte van 2014. In 2015 wordt een aantal eerder ingezette veranderingen in de distributie- en uitzendketen geëffectueerd. Dit maakt onderdeel uit van de besparingsmaatregelen van de NPO-organisatie.

**Uitzendketen**

In 2015 worden de radiopresentatoren verantwoordelijk voor het zelf schuiven. De aanwezigheid van een uitzendtechnicus is vanaf dat moment niet langer een standaardvoorziening. Radiopresentatoren worden opgeleid om zelf de bediening over te nemen. Ook zal het technisch hart van de uitzendstraat televisie worden vervangen door nieuwere en goedkopere technologie. De nu nog separate uitzendstraat voor de themakanalen zal worden geïntegreerd met die van NPO 1, 2 en 3.

Dit levert een efficiencyvoordeel op. Dit zelfde geldt voor de registratie van uitgezonden programma's ten behoeve van uitgesteld kijken en het archief.

**Bezuiniging op satellietdistributie**

De NPO-organisatie betaalde in het verleden voor de doorgifte van haar zenders via de satelliet. Als consequentie van bezuinigingen bij de NPO-organisatie en een veranderend medialandschap zijn NPO 1, 2 en 3 met ingang van 1 augustus 2014 niet meer gratis via de satelliet te bekijken. De NPO-zenders blijven te ontvangen met een betaald zenderpakket (abonnement).

**CBP 2010 – 2016:**

Vrije toegang via eigen distributieplatformen

**Afschakeling middengolfzender NPO Radio 5**

Een logische stap in het verder digitaliseren van de ether is het afschakelen van de middengolfzender voor NPO Radio 5. De besparing die dit oplevert is (gedeeltelijk) ook nodig om de meerkosten van het landelijk dekkend krijgen van het DAB+-netwerk te financieren. De NPO volgt hiermee buitenlandse omroepen die hun middengolfzenders hebben afgeschakeld. Vanaf 1 september 2015 is NPO Radio 5 in de ether alleen nog te beluisteren via DAB+. Daarnaast is de zender ook via internet, kabel, DVD-T, digitale televisie en satelliet te beluisteren. Het publiek zal uiteraard tijdig van deze nieuwe situatie op de hoogte worden gesteld, zodat het zich kan aanpassen aan deze nieuwe situatie.

**Onderzoek versnelde uitrol fase 3 DAB+-netwerk**

In 2014 heeft de NPO de versnelde uitrol van fase 2 van zijn landelijk DAB+-netwerk afgerond. Omdat na de realisatie van fase 2 – waarvan de dekking de in de vergunning opgedragen minimale percentages landoppervlak ruim te boven gaat – er nog delen van het land zijn waar de

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

ontvangstmogelijkheden voor digitale etherradio ontoereikend zijn, onderzoekt de NPO of een vervroegde realisatie van een deel van fase 3 mogelijk is. Dit betreft vooral Zeeuws-Vlaanderen, de kop van Noord-Holland, de Waddeneilanden, Noordoost Groningen, gebieden in de grensstreek met Duitsland (Drenthe, Gelderland, Midden-Limburg).

### Online distributie

Om het online publiek goed te kunnen blijven bedienen en om zowel controle als kwaliteit in eigen hand te kunnen houden wordt het in 2014 opgezette NPO content distributienetwerk in samenwerking met netwerkoperatoren verder uitgebreid en zal het naast live streaming ook video on demand gaan ondersteunen.

### Doelstelling 2015

- De Nederlandse Publieke Omroep streeft naar een technische verbetering van radio- en televisiedistributie via de ether door verder te gaan met digitaliseren.

### CBP 2010 – 2016: Innovatie en experiment

De Publieke Omroep wil een grotere focus aanbrengen in de aard en omvang van zijn experimenten en de inhoud daarvan versterken.

Vanwege effectievere inzet van schaarser wordende middelen, worden aard en omvang van innovatie en experimenten voor de NPO meer gekaderd binnen een algemeen (technisch) innovatiebeleid.

De experimenten zijn erop gericht om de vindbaarheid en herkenbaarheid van de NPO te vergroten. Ze hebben betrekking op het ontsluiten van relevante audiovisueel media-aanbod van de NPO. Hiertoe worden de mogelijkheden van de online audio- en videoplayer verder uitgebreid. Te denken valt aan verrijking van het media-aanbod met overig materiaal,

zowel afkomstig van redactie als bijvoorbeeld sociale media. En het kunnen interacteren met het media-aanbod. Daarnaast wordt gekeken hoe het NPO aanbod het beste ontsloten kan worden op connected apparaten (als Smart TV's) en met internet verbonden mediaspelers.

Tevens zal geëxperimenteerd worden met het in hogere kwaliteit ontsluiten van het online video-aanbod en te ontdekken of de eindgebruiker bereid is voor die extra dienstverlening te betalen. Waar in voorgaande jaren vooronderzoek gedaan is naar de mogelijkheid voor het opzetten van een betaalde video on demand-dienst gaat het dit jaar om het daadwerkelijk starten van die (nu nog experimentele) dienst. Zie bijlage 1b voor de aanvraag van dit kanaal.

### Doelstelling 2015

- In 2015 richt de innovatie van de Publieke Omroep zich onder meer op het verder ontwikkelen van de Player en de betaalde on demand-dienst NPO Plus.

### CBP 2010-2016 Beschikbaarheid van rechten

In overleg met de gehele audiovisuele branche wordt een nieuwe, structurele manier van efficiënte, transparante rechtenclearing op redelijke grondslagen ontwikkeld om publiek media-aanbod via alle beschikbare platformen, diensten of technieken mogelijk te maken.

Het vraagstuk van de rechten is complex. Het is in ieders belang om heldere afspraken te maken over rechten en de beschikbaarheid ervan. De NPO voert intensief overleg met de gehele audiovisuele branche om te zoeken naar een nieuwe structurele manier van efficiënte en transparante rechtenclearing, waaronder ook een verdeling van inkomsten uit nieuwe betaalmodellen, zoals het experiment met NPO Plus.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

# Bijlage 1a - Overzicht kanalen

## Kanalen in 2014

### Video

Algemene televisieprogrammakanalen

- NPO 1
- NPO 2
- NPO 3 (waaronder NPO Zappelin en NPO Zapp)
- Teletekst

Overige televisieprogrammakanalen

- BVN

Themakanalen

- NPO Doc  
Een uitgebreid aanbod aan documentaires en reportages.
- NPO Best  
Programma's uit het rijke archief van de NPO, voor een ouder publiek met een hang naar nostalgie.
- NPO Humor TV  
Humoristische en satirische programma's. Dit kanaal richt zich op een typisch Nederlandse brede kunstuiting.
- NPO 101  
101 TV ontwikkelt innovatieve en experimentele producties voor de jongere kijkers die niet gewend zijn veel af te stemmen op de Publieke Omroep.
- NPO Zapp XTRA  
Vertoont informatie, drama en amusement voor kinderen en hun ouders in een veilige omgeving.

- NPO Cultura  
Kunst en expressie voor de liefhebber, met een breed palet aan registraties, informatie en achtergronden over een wezenlijk onderdeel van de maatschappij; de cultuur.
- NPO nieuws  
Nieuws, actualiteiten en informatie. Rond de klok onafhankelijke en betrouwbare berichtgeving.
- NPO Politiek/Sport  
Politiek 24 zendt parlementaire debatten uit en geeft daarnaast een blik op onderwerpen die de werking van de democratie zichtbaar maken. Sport 24 geeft extra ruimte aan de sport in de breedte op televisie.

Overige aanbodkanalen

- npo.nl: videoportal van de Publieke Omroep.

Webkanalen

Gezamenlijke webkanalen die het aanbod van een aantal algemene en overige televisieprogrammakanalen uitdiepen en toesnijden naar genres en doelgroepen.

- NPO Spirit  
Levensbeschouwing en zingeving binnen de Nederlandse samenleving in al zijn aspecten.

Webkanalen verzorgd door afzonderlijke omroepen

- Sterren 24  
Populaire Nederlandse muziek (Nederlandstalig en/of Nederlands product). Stimuleert de Nederlandse populaire volkscultuur in de breedte.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanalen NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het betreffende hoofdstuk.

## Audio

### Algemene radioprogrammakanalen

- NPO Radio 1
- NPO Radio 2
- NPO 3FM
- NPO Radio 4
- NPO Radio 5

### Overige radioprogrammakanalen

- NPO Radio 6: jazz, soul en cultuur voor 35- tot 54-jarigen.
- FunX (landelijke editie): muziek en informatie voor (stads)jongeren van 15 t/m 34 jaar met een multiculturele achtergrond.
- Nieuws 24: 24 uur per dag het laatste nieuws.
- NPO Top 2000: de lijst der lijsten, jaarlijks door het publiek samengesteld, in carouselvorm.

## Overige aanbodkanalen

### Webkanalen

- Woord: audiportal van de Nederlandse Publieke Omroep. Gezamenlijke webkanalen die het aanbod van een aantal algemene en overige radioprogrammakanalen uitdiepen en toesnijden naar genres en doelgroepen:
  - NPO Radio 2: twee webkanalen
  - NPO 3FM: drie webkanalen
  - NPO Radio 4: twee webkanalen
  - NPO Radio 5: een webkanaal
  - NPO Radio 6: zeven webkanalen
  - FunX: zes webkanalen

### Webkanalen verzorgd door afzonderlijke omroepen

- NPO 3FM Alternative (VPRO)
- BNN.FM  
Gevarieerde muziek voor jongeren (BNN)
- NPO Zappelin radio  
Muziek voor kinderen (NTR)
- Elf webkanalen met name op het gebied van de klassieke muziek (AVRO)
- Radio Religiosa  
(Klassiek-)religieuze/levensbeschouwelijke muziek (IKON)
- Orgelradio  
(Klassiek-)religieuze/levensbeschouwelijke muziek (IKON)
- KX Radio  
Muziek van onbekend muzikalent (NCRV)
- Sterren.nl  
Nederlandstalige muziek (TROS)
- BEAM  
Christelijke- en aanbiddingmuziek voor jongeren (EO)

## Video + Audio

### Portals (aanbodkanalen)

Op portals vindt een (thematische) ordening en ontsluiting plaats van met name bestaand AV-gerelateerd aanbod.

- npo.nl: centrale portal van de NPO op het internet. Hier komt al het online aanbod samen.

### Gezamenlijke thematische portals

- NPO Cultura; aanbod op het gebied van kunst en expressie, samengebracht in een gezamenlijke online portal, die zowel het kanaal NPO Cultura ondersteunt als een on demand-functie biedt voor het

## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanpak aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het benutte hoofdstuk.

terugkijken van programma's, evenementen en/of concertregistraties. Rond de portal wordt samengewerkt met organisaties in de cultuursector.

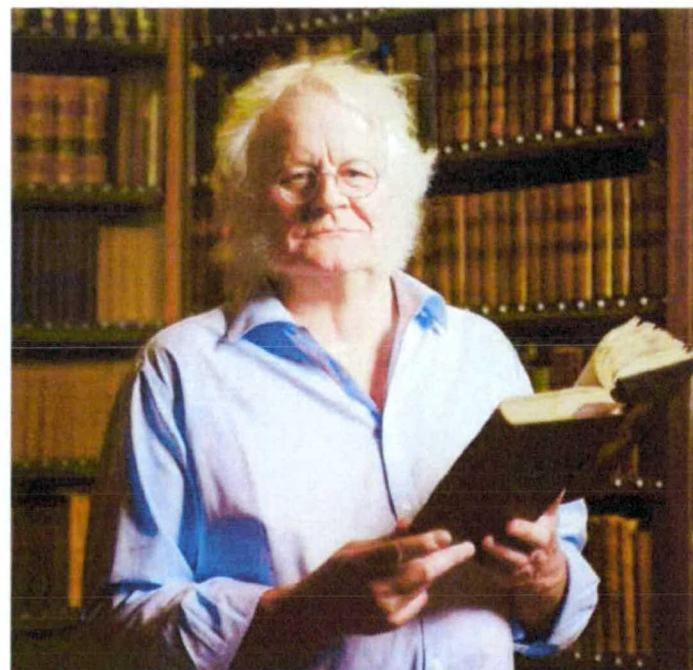
- NPO Gezond; aanbod op het gebied van gezondheid en lifestyle, samengebracht in een gezamenlijke online portal. Rond de portal wordt samengewerkt met organisaties in de gezondheidszorg.
- NPO Wetenschap; populair wetenschappelijk multimediaal initiatief, gericht op mensen die meer willen weten over de wereld om hen heen. Accent op het bereiken van jonge mensen met belangstelling voor wetenschappelijke onderwerpen.
- NPO Geschiedenis; aanbod op het gebied van geschiedenis. Tevens ontsluiting Polygoonmateriaal, geschiedenisquiz en het interactief onderdeel Plaats van herinnering (geschiedenis gekoppeld aan locaties).
- NPO Doc; portal voor alle activiteiten op het gebied van documentaires bij de NPO, met onder meer: documentaireprogrammavids, live-kanaal Holland Doc 24 en een groeiend aanbod van documentaires.
- NPO Spirit; multimediaal initiatief op het gebied van ontwikkeling. Alle uitgezonden programma's en onderwerpen op het gebied van duurzaamheid komen hier samen. Daarnaast nieuwsberichten over duurzame ontwikkeling en de mogelijkheid een eigen blog te starten.
- NPO journalistiek; samenwerkingsverband van de (onderzoeks) journalistieke programma's. Op de portal is aandacht voor (onderzoeks) journalistiek. Met portretten, weblogs en discussies worden relevante onderwerpen binnen de (onderzoeks)journalistiek gevolgd.

Thematische portals verzorgd door afzonderlijke omroepen, aansluitend op hun specifieke aandachtsgebieden en doelgroepen: 19.

### Enkelvoudige websites

Veel websites zijn naar hun aard, omvang, reikwijdte en duur vergelijkbaar

met programmatitels. Dergelijke websites zijn geen aanbodkanalen zoals bedoeld in de Mediawet. Ten behoeve van deze Meerjarenbegroting meldt de Nederlandse Publieke Omroep hierbij het maximum aantal aan: 615. Niet meegerekend zijn de corporate websites van de Stichting NPO, de omroepverenigingen en de taakorganisaties. Behalve op eigen websites wordt het publieke media-aanbod verspreid via sociale netwerken, zoals Hyves, Facebook, Twitter en YouTube en met behulp van (mobiele) gebruikersapplicaties als apps en widgets.





Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



## Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

# Bijlage 1b - Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus

De afgelopen maanden heeft de NPO een experiment uitgevoerd met de betaalde abonnementsdienst NPO Plus. NPO Plus brengt meer programma's, die langer beschikbaar zijn in een hogere beeldkwaliteit dan de gratis versie Uitzending Gemist (hierna: npo.nl). NPO Plus is op dit moment te verkrijgen via het abonnement NLziet. Hiervoor heeft de NPO samenwerking gezocht met de commerciële kanalen SBS en RTL. Na deze experimentfase wordt NPO Plus hierbij definitief aangevraagd.

Het audiovisuele medialandschap verandert in een hoog tempo. De consument profiteert van deze ontwikkelingen. Hij kan kiezen uit een steeds breder programma-aanbod en de techniek die beschikbaar komt, vergroot de gebruiksvriendelijkheid van de nieuwe diensten. Zo brengt Netflix een aantrekkelijk aanbod van films en series tegen een redelijke prijs. Ook HBO geeft de consument een ruime keuze aan internationale films en series. Fox levert een coherent aanbod van sport.

Het medialandschap mondialiseert hiermee steeds verder en het internationale media-aanbod in Nederland groeit. Meer (internationale) programma's via meer zenders en diensten. Het wordt steeds minder vanzelfsprekend dat kwalitatief hoogstaande Nederlandse programma's herkenbaar, eenvoudig vindbaar en zichtbaar blijven voor het publiek.

De NPO garandeert de productie van kwalitatief hoogwaardige Nederlandstalige programma's, maar de nieuwe mediamaarkt vraagt om uitgekende diensten die deze programma's ook in deze veranderende mediaomgeving zichtbaar maken voor het publiek. Het eenvoudigweg vindbaar maken is vanuit het perspectief van de kijker onvoldoende. Een bezoeker van een mediadienst is vaak niet op zoek naar een specifiek programma. Veel vaker laat hij zich verrassen en inspireren door de dienst.

Door de persoonlijke aanbeveling van Netflix of de tip op npo.nl. Vanuit de wettelijke taakopdracht legt de NPO bij het gidsen van zijn publiek niet de volledige prioriteit bij de maximalisatie van kijktijd. De NPO moet immers zorgen voor een breed, kwalitatief hoogstaand en gevarieerd aanbod voor kleine en grote bevolkings- en leeftijdsgroepen, dat zich kenmerkt door een grote verscheidenheid aan vorm en inhoud. Om dit brede en gevarieerde aanbod zichtbaar - en niet alleen vindbaar - te maken, is er behoefte aan een stevige publieke VOD-dienst. Hierdoor kan de NPO een breed aanbod zichtbaar maken aan het publiek, zodat niet alleen de kaskrakers, zoals Boer zoekt Vrouw (KRO), zichtbaar zijn. Laatstgenoemde programma's zullen echter ook in een publieke VOD-omgeving nodig zijn om met de dienst een breed publiek aan te spreken; daar verschilt lineair niet van non-lineair.

Alhoewel de NPO er vanuit gaat dat het kijken via lineaire kanalen als NPO 1 ook de komende jaren zal prevaleren, wil hij op de behoefte aan on demand kijken anticiperen door binnen de hoofdtaak met een on demand-aanbod-kanaal te starten en zo voorbereid te zijn op een verdere toename van on demand kijken. Met de mogelijkheid van on demand kijken is ons publiek niet langer afhankelijk van het tijdstip waarop een programma wordt uitgezonden, maar kan er gekeken worden wanneer het uitkomt. Dit uitgangspunt wordt in wezen al gehanteerd door de Multi-mediawet van 2008. Niet de wijze van distributie is bepalend voor de uitvoering van de wettelijke taakopdracht, maar beschikbaarstelling van het NPO-aanbod, ongeacht de techniek.

De NPO is, met de lancering van Uitzending Gemist (het huidige npo.nl) in 2003, de voorloper in Nederland geweest op VOD-gebied. Het is nu tijd voor de volgende stap. Met NPO Plus wil de NPO voorzien in de democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

samenleving die steeds meer op zoek gaat naar on demand-kijkmogelijkheden. Tevens wil de NPO met NPO Plus wederom de aanjager zijn van een nieuwe ontwikkeling, zoals Artikel 2.1, vierde lid van de Mediawet 2008 ook van ons vraagt. Met de definitieve doorbraak van internet connected televisies en apparaten, waarmee internetdiensten op de televisie kunnen worden weergegeven, wordt npo.nl meer en meer een dienst die ook via het televisietoestel te benaderen moet zijn. Een beperkt aantal programma's is reeds via het televisietoestel te bekijken doordat kabels deze programma's aanbieden, maar de NPO wil zijn publiek dezelfde programma-omvang, kwaliteit en gebruiksvriendelijkheid geven, zoals dat tot dusverre binnen de (gratis) internetversie van npo.nl is gebeurd. Onafhankelijk van derde partijen. De nieuwe omgeving, het televisietoestel, stelt alleen wel nieuwe eisen, bijvoorbeeld op het gebied van beeldkwaliteit.

Om in te spelen op deze ontwikkelingen vraagt de NPO hierbij een nieuw aanbodkanaal aan, de plusversie van npo.nl, NPO Plus. Het betreft een betaaldienst. Hiermee kunnen meer programma's, langer worden aangeboden, en in een beeldkwaliteit die geschikt is voor het televisiescherm.

Doordat NPO Plus een betaaldienst is, kunnen de kosten voor de betere beeldkwaliteit worden gedekt en kan voorzien worden in de rechtencomponent om het aanbod zo compleet mogelijk te maken. Deze laatste twee aspecten maken het volgens ons mogelijk binnen de hoofdtaak een publieke betaaldienst te verzorgen. Wij verwijzen naar de Mededeling van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun op de Publieke Omroep van 27 oktober 2009 (2009/C-257/01). Voor een nadere motivering, ook op deze punten, verwijzen wij naar onze kennisgeving van 12 juni 2014, te vinden op <http://www.npo.nl/overnpo/besluiten>.

Door een unieke samenwerking met SBS en RTL kan NPO Plus worden afgenomen als onderdeel van het abonnement NLziet, waarmee publiek ook toegang krijgt tot de premium gemist-diensten van SBS en RTL. Met een NLziet-abonnement kan het publiek bovendien met de NLziet-zoekfunctie via één zoekbalk binnen de verschillende gemist-diensten zoeken.

De afgelopen maanden heeft de NPO de dienst al als experiment aan het publiek aangeboden. In deze fase heeft de NPO onderzocht of hij in staat is om een ruime hoeveelheid programma's in een hoge beeld-kwaliteit via NPO Plus ter beschikking te stellen. Daarnaast heeft TNS in opdracht van NPO onderzocht in welke mate er sprake is van behoefte aan NPO Plus bij het publiek.

De reden dat de aanvraag al zo kort na de start van het experiment plaatsvindt is tweeledig.

Ten eerste zijn de eerste resultaten van het in juni/juli 2014 gehouden onderzoek (zie hieronder) en de voorlopige ervaringen met de opbouw van de dienst positief. NPO Plus en de abonnementsdienst NLziet, waar NPO Plus onderdeel van uitmaakt, hebben beide weliswaar nog verbeterpotentieel, maar aan de meest kritische voorwaarden voor toekomstig succes wordt naar de mening van de NPO inmiddels al in voldoende mate voldaan.

De ervaringen van de afgelopen maanden geven de NPO het vertrouwen dat hij in staat is om zijn ambitie op het gebied van de programmaselectie te realiseren en een ruime hoeveelheid kwalitatief hoogwaardige programma's, in de gewenste beeldkwaliteit aan te bieden. Daarnaast staat het publiek positief tegenover de dienst NPO Plus.

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Financieel kader en budgetaanvraag	7
3. Programmatische speerpunten	21
4. Video	33
5. Audio	46
6. Programmatische bijdragen omroepen	60
7. NPO-organisatie	78
Bijlage 1a Overzicht kanalen	84
Bijlage 1b Aanvraag aanbodkanaal NPO Plus	88

Door op de hoofdstuknaam te klikken,  
gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Volgens het genoemde onderzoek ziet ons publiek NPO Plus als een aanvulling op het huidige aanbod en toont het publiek voldoende bereidheid tot afname van de dienst in de nabije toekomst. Hiermee lijkt NPO Plus in een behoefte te voorzien. Vanzelfsprekend hangt het daadwerkelijke toekomstige succes af van de mate waarin de NPO erin slaagt zijn ambitie te realiseren van een zo volledig mogelijke dienst; met steeds meer programma's, vriendelijk in gebruik en excellente beeldkwaliteit.



De tweede reden dat nu al wordt gekozen voor de aanvraag van NPO Plus is om in een vroegtijdig stadium zekerheid te hebben over de status en de continuïteit van de dienst. Ten eerste voor de eigen strategische ontwikkeling die wordt neergelegd in het Concessiebeleidsplan, maar ook voor de partijen waarmee wordt samengewerkt in NLziet-verband. Duidelijkheid over de continuïteit is tenslotte van belang, omdat de ontwikkelingen op het gebied van on demand-diensten razendsnel gaan en het wel of niet kunnen voortzetten van NPO Plus invloed heeft op de wijze waarop afspraken worden gemaakt over rechten. Hierbij is het relevant of de NPO als volwaardige speler in de huidige ontwikkeling mee kan en het publiek, dat een behoefte lijkt te hebben, bij de verdere opbouw kan worden betrokken op basis van continuïteit van de dienst.

Al deze omstandigheden bij elkaar rechtvaardigen naar ons inzien thans de aanvraag van NPO Plus als aanbodkanaal. NPO Plus moet gezien worden als de weerslag van de ontwikkeling en diversificatie van activiteiten van de NPO in het digitale tijdperk en de daarmee samenhangende ontwikkeling en diversificatie van het omroepaanbod. En voldoet aldus aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Het vergoedingselement van deze nieuwe dienst is onder andere bedoeld vanwege de distributie in betere kwaliteit dan npo.nl en voor zover vereist vanwege rechten. De vergoeding betekent niet dat het onderscheidende karakter van onze publieke taakopdracht in het gedrang komt.