



# COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Hoge Naarderweg 78 ■■■ 1217 AH Hilversum ■■■  
Postbus 1426 ■■■ 1200 BK Hilversum ■■■ cvdm@cvdn.nl ■■■ www.cvdn.nl ■■■  
T 035 773 77 00 ■■■ F 035 773 77 99 ■■■

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW),  
T.a.v. de heer drs. S. Dekker  
Postbus 16375  
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE

Datum	Onderwerp	Uw kenmerk	Ons kenmerk	Contactpersoon	Doorkiesnummer
7 juli 2014	Advies naleving prestatieovereenkomst NPO 2013				

Geachte heer Dekker,

Op 17 mei 2010 is de prestatieovereenkomst 2010-2015 vastgesteld. Het Commissariaat voor de Media houdt, aan de hand van een validatiedocument, jaarlijks toezicht of de NPO de overeengekomen prestaties realiseert. Graag sturen wij u het advies met betrekking tot de naleving van de prestatieovereenkomst door de NPO in 2013.

Het Commissariaat houdt toezicht op een tweetal aspecten: de jaarlijkse naleving van de prestatieovereenkomst en de verificatie van methodiek, onderzoek en realisatie door middel van de controle op geselecteerde prestatieafspraken. In het onderstaande advies leest u de belangrijkste conclusies.

De motivering voor ons advies treft u aan in de bijlage. Ook ontvangt u in de bijlage de Terugblik 2013 van de NPO. Op 2 juni heeft door ons een controle plaatsgevonden op basis van een aantal vooraf geselecteerde prestatieafspraken. De nadere informatie die de NPO naar aanleiding hiervan heeft verstrekt is in ons advies verwerkt.

## Advies

Op basis van de Terugblik 2013 en de controle heeft het Commissariaat vastgesteld dat de NPO de overeengekomen prestaties realiseert met betrekking tot het aansluiten bij veranderend mediagebruik, het bieden van een evenwichtig en onderscheidend media-aanbod en het vergroten van impact.

Ook de prestaties ten aanzien van de jaarlijkse programmavernieuwing, het registreren en verslagleggen van concerten en muziek-evenementen, en de zendtijd en het programma-aanbod voor kinderen werden gerealiseerd.

De NPO verzorgde een gedegen rapportage bij de verificatie van bovengenoemde prestatieafspraken.

Voor de afspraken ten aanzien van het vergroten van het bereik geldt dat deze ten dele worden gerealiseerd en dat de rapportage hierover verbetering behoeft. Wij signaleren een tweetal aandachtspunten:

*Bereik jongeren*

Prestatieafpraak 3.2.1 stelt dat Nederland 3 het bereik onder de publieksgroep 20 - 34 jaar vergroot. Uit de terugblik 2013 blijkt echter dat dit bereik, net als voorgaande jaren, verder afneemt. De NPO geeft aan meerdere acties te hebben uitgevoerd met het doel het bereik algemeen en in het bijzonder dat onder de 20- tot 34 jarigen te vergroten. Daarnaast verklaart de NPO dat de ontwikkeling en productie van programma's de nodige tijd vergt en dat zij hier in de meerjarenbegroting concrete acties voor zal benoemen. Het Commissariaat zal bij de beoordeling van de meerjarenbegroting NPO 2015-2019 specifiek toezien op de inspanning van de NPO om het bereik onder jongeren te vergroten.

*Verificatie bereikafspraken*

De NPO geeft aan dat de daling in het weekbereik van de drie televisienetten waarschijnlijk wordt veroorzaakt doordat het kijkonderzoek onvoldoende is afgestemd op de nog toenemende digitalisering. Het kijken op andere apparaten (tablets, laptops etc.) en het kijken via de settop-box naar on demand aanbod wordt op dit moment niet meegewogen in het kijkonderzoek door SKO. Het Commissariaat dringt er op aan het non-lineaire kijken bij de Terugblik 2014 te betrekken, zodat een gedegen verificatie van het totale (lineair en non-lineaire) bereik kan plaatsvinden.

Een afschrift van deze brief verzenden wij ter kennisneming aan de raad van bestuur van de NPO.

Hoogachtend,  
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,

prof. mr. dr. Madeleine de Cock Buning  
voorzitter

drs. Eric Eljon  
commissaris

**Bijlage 1: Overzicht naleving prestatieafspraken**

Artikel	Prestatieafpraak	Naleving			
		2010	2011	2012	2013
1	De publieke omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.	in 2012		✓	
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.	✓	✓	✓	✓
2.1.4	Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de publieke omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.	✓	✓	✓	✓
2.2.1	Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.	in 2015			
2.2.2	Over vijf jaar heeft de publieke omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.	in 2015			
2.3.1	Jaarlijks variatie aan expressie (kunstinformatie [waaronder kunstdocumentaires], muziek [waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel], fictie en cabaret/satire).	✓	✓	✓	✓
2.3.2a	Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen: - Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	✓	✓	✓	✓
2.3.2b	- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	✓	✓	✓	✓
2.3.2c	- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	✓	✓	✓	✓
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform.	✓	✓	✓	✓
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.	✓	✓	✓	✓
2.5a	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 [ontwikkelen]	✓	✓	✓	✓
2.5b	- en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	✓	✓	✓	✓
2.6.1	Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.	✓	✓	✓	✓
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	✓	✓	✓	✓
3.1.1	De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.	in 2015			
3.1.2	De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	✗	✗	✗	✗
3.1.3	De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.	✓	✓	✓	✓
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	✗	✗	✗	✗
3.2.2	De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.	✓	✓	✓ / ✗	✓ / ✗
4.1.1	Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	✓	✓	✓	✓
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.	✓	✓	✓	✓

**Tabel 1 Prestatieafspraken 3.1.1 : De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.**

	2010	2011	2012	2013
Totaal (in procenten)	86,1	84,8	84,3	82,5
Gemiddelde		85,5	85,1	84,4

**Tabel 2 Prestatieafspraken 3.2.1: Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.**

	2009*	2010	2011	2012	2013
Totaal	56,3**	55,6	54,1	52,3	51,9
Ontwikkeling t.o.v. referentiejaar (percentueel)		-1,2	-3,9	-7,1	-7,8

\* Referentiejaar zoals vastgesteld in het validatiedocument.

\*\* Correctie NPO: in de rapportage over 2010 is per abuis 56,6% gerapporteerd in plaats van 56,3%.

## Bijlage 2: Toelichting naleving en verificatie prestatieovereenkomst NPO 2013

### 1. Ambitie 'Aansluiten bij veranderend mediagebruik'

**Prestatieafspraken 1: Gerealiseerd:** De NPO heeft in 2012 reeds voldaan aan de afspraak via samenhangende paletten aan te sluiten bij veranderend mediagebruik.

### 2. Ambitie 'Evenwichtig en onderscheidend aanbod'

**Prestatieafspraken 2.1.1: Gerealiseerd:** De voornaamste veranderingen in het aanbod van de televisieprogrammakanalen op het niveau van de zes domeinen in 2013 ten opzichte van 2012 zijn te vinden bij de aandelen nieuws, dat met 2,3 procentpunt afneemt (2013: 21,8%), en kennis, hier is een stijging van 0,9 procentpunt naar 15,5% te zien. Over de gehele periode valt de toename van het domein opinie te zien (2008: 12,2%, 2013: 18,1%) en neemt het aandeel nieuws af. Het aandeel amusement blijft zoals in 2012 onveranderd 4,8%, dat zijn twee procentpunten minder dan in 2008.

**Prestatieafspraken 2.1.2: Gerealiseerd:** Het programma-aanbod op Nederland 1, 2 en 3 onderscheidt zich van de verschillende zenders van RTL en SBS in 2013 het sterkst bij het aanbieden van de genres actualiteiten (+10,9%), meningsvorming (+7,8%), kunstinformatie (+4,3%) en educatie (+4,2%). De genres overige buitenlandse fictie (-21,7%), human interest (-8,1%), service (-6,2%) en overige spel en quiz (-4,2%) zijn echter minder vertegenwoordigd in de

programming van de NPO ten opzichte van RTL en SBS. Over de concessieperiode tot nu toe bezien, zijn drie trends zichtbaar: het aandeel actualiteiten neemt toe, dit is een genre wat exclusief door de NPO aangeboden wordt. Het aandeel overig spel en quiz neemt bij de RTL en SBS zenders toe en daarmee wordt ook het verschil met de NPO groter. Het verschil ten opzichte van buitenlandse fictie neemt licht af.

**Prestatieafspraken 2.1.3: Gerealiseerd:** In 2013 bestond volgens de NPO 84,1% van de zendtijd uit Nederlandstalige/Friestalige producties. Het criterium van 70% voor alle drie netten wordt met 84,1% voor het vierde jaar op rij ruimschoots gehaald.

**Verificatie 2.1.3:** Het Commissariaat constateert dat de naleving op de prestatieafspraken behaald is en verificatie van methodiek en het volgen van het validatiedocument in orde is. Het Commissariaat wees de NPO op een berekeningsfout. Na correctie voldoet de NPO ook ruim aan de gestelde prestatie.

**Prestatieafspraken 2.1.4: Gerealiseerd:** De publiekswaarderingen voor de verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen komt boven een rapportcijfer zeven uit.

**Prestatieafspraken 2.2:** Moeten aan het einde van de concessieperiode in 2015 gerealiseerd zijn.

**Prestatieafspraken 2.3.1: Gerealiseerd:** Binnen het domein expressie nemen sinds 2010 de aandelen voor kunst-informatie (2010: 12,8%, 2013: 18,9%) en Nederlandse fictie (2010: 17,7%, 2013: 22,5%) toe en de aandelen muziek (2010: 19,1%, 2013: 13,7%) en buitenlandse fictie (2010: 47,7%, 2013: 39,3%) af. Alle andere genres bij elkaar opgeteld vertegenwoordigen in alle jaren minder dan 6%.

**Prestatieafspraken 2.3.2 a en b: Gerealiseerd:** Aan de twee afspraken over het registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen wordt voldaan. De selectie van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen voor het live verslag door Radio 6, 3FM en FunX varieert, soms ingegeven door programmatische keuzes, soms omdat evenementen niet meer of niet jaarlijks plaatsvinden. Ook zijn er in 2013 vier concerten (afspraken ten minste drie) door Radio 2 georganiseerd en geregistreerd.

**Prestatieafspraken 2.3.2c: Gerealiseerd:** Radio 4 heeft met 110 geregistreerde en uitgezonden klassieke concerten het afgesproken doel van 75 per jaar ruim gehaald, hoewel er 24 minder waren dan in 2012. 104 van de 110 concertuitzendingen worden in het kader van de omroepseries Zaterdagmatinee, Vrijdag van Vredenburg en het Zondagochtendconcert uitgezonden.

**Verificatie 2.3.2.c:** De NPO heeft laten zien dat zowel de voorafgaande aankondigingen in vorm van brochures, als ook in vorm van programmaschema's, goed wordt bijgehouden en nog kort voor uitzending wordt gecheckt. De wijze van werken en proces is toegelicht: er is betrokkenheid van de NPO-organisatie; het zendermanagement coördineert de programmering; er is een actieve rol met betrekking tot financiering, productie en registratie; er vindt wekelijkse monitoring door muziekredactie plaats; men hanteert een programmeringscyclus van drie jaar; productie van eigen concerten; controle kan via [www.radio4.nl](http://www.radio4.nl).

**Prestatieafspraken 2.4: Gerealiseerd:** Het videoaanbod van de NPO in de domeinen nieuws en opinie wordt door 76,9% van het publiek als pluriform beoordeeld, het aandeel dat het aanbod ook kwalitatief goed vindt, is met 76,9% zelfs het hoogste uit de concessieperiode tot nu toe. De pluriformiteit van het audioaanbod wordt lager beoordeeld (63,1%), maar scoort met 75,5% ook hoog op kwaliteit.

**Prestatieafspraken 2.5: Gerealiseerd:** Ook de afspraken omtrent het ontwikkelen en plaatsen van eigen formats en pilots zijn opnieuw ruimschoots

gerealiseerd.

**Prestatieafspraken 2.6.1: Gerealiseerd:** Veel sterker dan het algemene programma-aanbod onderscheidt zich het programma-aanbod van Zapp en Zappelin van de op kinderen gerichte commerciële concurrentie: de zenders Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD. Programma's in de categorieën Nederlandse fictie (educatie 2013: 11,1% en overige 2013: 13,6%), educatie (2013: 10,6%) en overig amusement (2013: 8,7%) worden bijna uitsluitend door de NPO aangeboden. Dat is te verklaren doordat de commerciële zenders overwegend overige buitenlandse fictie uitzenden, hier is het verschil net zoals in de afgelopen jaren het grootste: NPO 26,5%, Nickelodeon 82,9%, Disney Channel 94,4% en Disney XD 99,2%.

**Prestatieafspraken 2.6.2: Gerealiseerd:** Nadat de aan kinderprogrammering bestede zendtijd ten opzichte van referentiejaar 2009 doorlopend is gestegen met 0,5% in 2010, 3,3% in 2011 en 4,9% in 2012 naar in totaal 4.749 uren, is in 2013 een lichte daling te signaleren van 0,5% naar 4.727 uren. Dat is nog steeds 4,4% meer dan 2009. Volgens de NPO is in het najaar 2011 het grootste deel van het School Tv-aanbod verschoven naar de vroege morgen, zodat rest van de ochtend met Zappelin-programmering werd gevuld. De NPO merkt met blik op de toekomst op, dat vanaf najaar 2014 de School TV programmering betreffende het Voorgezet Onderwijs stopt en als gevolg daarvan de hoeveelheid zendtijd zal dalen.

**Verificatie 2.6.2:** Een kinderprogramma is in het validatiedocument gedefinieerd als een titel uitgezonden op Zapp of Zappelin. Programma's die buiten de Zapp of Zappelin programmering worden uitgezonden zoals het Junior Songfestival blijft daarmee buiten beschouwing. De hoeveelheid zendtijd voor kinderen wordt daardoor eerder onder- dan overschat. Van alle zendtijd op de zenders wordt in combinatie met tijdstippen een uitdraai gemaakt. Deze 'uitdraai' wordt ter controle aan het zendermanagement voorgelegd.

### 3. Ambitie 'Vergroten van bereik'

Video

**Prestatieafspraken 3.1.1: Deels gerealiseerd:** de NPO heeft grote moeite de bereikafspraken te realiseren. Afspraak 3.1.1, dat de NPO gemiddeld 85% van de Nederlanders met de drie netten bereikt, is weliswaar geen jaarlijkse afspraak, maar desondanks komt het Commissariaat tot de overtuiging dat op grond van de dalende trend, met het voorlopige dieptepunt van 82,5% in 2013 (zie tabel 6), het steeds onwaarschijnlijker wordt dat deze afspraak over de gehele periode nog behaald zal worden.

**Verificatieafspraken 3.1.1:** Alhoewel afspraak 3.1.1. een prestatieafspraken voor de gehele concessieperiode is, is na meting een dalende trend geconstateerd, een bereik van 82,5 % over de gehele periode tot nu toe. De prestatieafspraken kan alleen gehaald worden als het bereik in 2014 substantieel toeneemt. De NPO verwijst naar een 'veranderend kijkgedrag' en heeft geuit dat als de methodiek van de SKO op het kijkgedrag niet wordt aangepast, dat van de ontwikkeling op de toenemende digitalisering, en de meting alleen voor lineaire bereik blijft gelden, dat het weekbereik van Nederland 1, 2 en 3 zal afnemen en daarmee de prestatie niet zal worden behaald.

## Audio

**Prestatieafspraken 3.1.2: niet gerealiseerd:** De NPO haalt de afspraak om met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders te bereiken niet. Tot 2011 was een lichte stijging te zien (tot 48,1% in 2011), maar hoe het na de methodische wijziging gemeten bereik van 46,6% zich tot het bereik van voor de wijziging verhoudt, is niet te zeggen. Een vergelijking van 2012 en 2013 is na de aanpassing wel mogelijk, maar laat zien dat de stijgende lijn van voor de methodische aanpassingen niet doorzet, het bereik daalt licht tot 46,3% in 2013.

**Prestatieafspraken 3.1.2: ten dele gerealiseerd:** De methodische wijziging in 2012 had ook gevolgen voor de afspraak 3.2.2. De NPO is er na 2012, ook in 2013 maar ten dele in geslaagd het bereik van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen ten opzichte van 2009 te vergroten. Maar anders dan bij afspraak 3.1.2 heeft de NPO tot 2012 de afspraak in alle drie doelgroepen (15-24; 25-34 en 35-44) ruim gehaald en ligt het aandeel alleen in de doelgroep 35-44 jaar in 2012 en 2013 met 0,5 en 0,4 procentpunten minimaal lager dan het aandeel van 44,7% in het referentiejaar 2009. Aannemelijk is dat de afspraak zonder wijziging waarschijnlijk zou zijn gehaald in beide jaren.

**Prestatieafspraken 3.1.3: Gerealiseerd:** In principe zijn de methodische wijzigingen ook van toepassing op de verantwoording over afspraak 3.1.3 maar het effect is veel minder groot omdat de realisatie is gebaseerd op luistertijdaandeel in plaats van bereik. Daarom beschouwen wij de kwantitatieve realisatie van deze afspraak in alle jaren min of meer vergelijkbaar. De afspraak dat de NPO elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders heeft, wordt in 2013 weer gehaald. 3FM staat na een lichte stijging van het aandeel voor het eerst op nummer 2. Maar het aandeel voor Radio 2 daalt dusdanig, dat voor het eerst niet twee, maar een publieke omroep deel uit maakt van de top 3.

**Prestatieafspraken 3.2.1: Niet gerealiseerd:** De tweede en enige jaarlijkse bereikafspraken over televisie, stelt dat Nederland 3 het bereik onder de publieksgroep 20 - 34 jaar vergroot. Het tegenovergestelde is het geval, het bereik neemt ieder jaar juist sterker af (zie tabel 7).

**Verificatieafspraken 3.2.1:** De meting van de SKO voor alle zenders laat zien dat het aantal kijkminuten sinds 2010 van 191 minuten naar 195 minuten in 2013 is gestegen, maar het totale weekbereik in dezelfde periode van 95,8% naar 94,8% gedaald is. Het totale bereik van alle zenders daalt maar met 1%, het bereik van de drie NPO netten met meer dan 4%. De NPO zenders dalen sterker dan de RTL zenders, maar de daling bij de SBS zenders valt nog hoger uit. Dat laat vermoeden dat de daling deels door de programmering te verklaren is.

In de terugblik 2013 geeft de NPO aan meerdere acties te hebben uitgevoerd met het doel het bereik algemeen en in het bijzonder onder de 20- tot 34 jarigen te vergroten. Genoemd wordt een duidelijker kleuring van de avonden en de programma's beter op elkaar en op het publiek af te stemmen maar ook meer langere reeksen van sterke titels en minder eenmalige series en korte reeksen. Op verzoek van het Commissariaat geeft de NPO aanvullend aan dat de ontwikkeling en productie van programma's de nodige tijd vergt en het succes afhankelijk is van factoren waar de NPO niet altijd zelf invloed op kan uitoefenen. In het MJB 2015-2019 zal er worden aangegeven welke concrete acties er voor 2015 worden genomen.

Naast de aanbodkant verwijst de NPO ook naar een veranderd kijkgedrag aan de vraagkant. Al in 2012 heeft de NPO de verwachting geuit dat bij ongewijzigde methodiek van de SKO het weekbereik van Nederland 1, 2 en 3 de komende jaren zal afnemen en daarmee prestatieafspraken 3.1.1 moeilijk of niet gehaald zal worden. Dit jaar voegt de NPO hieraan toe dat de daling in het weekbereik van de drie televisienetten waarschijnlijk wordt "veroorzaakt doordat het kijkonderzoek onvoldoende is afgestemd op de nog toenemende digitalisering" (Terugblik 2013, p. 21). Het kijken op andere apparaten (tablets, laptops etc.) en het kijken via de settop-box naar on-demand aanbod wordt op dit moment niet meegewogen in het kijkonderzoek door de SKO. Wel wordt het terugkijken op dezelfde dag van uitzending, of in één van de zes opvolgende dagen in de prestaties van de NPO zender meegerekend.

In het validatiedocument is de verspreidingswijze van de drie gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen niet gespecificeerd en is het non-lineaire kijken en kijken via andere schermen niet uitgezonderd. Wel is de meting gebaseerd op de toen in de markt geldende standaard (d.w.z. bereik gemeten op basis van lineaire verspreiding en uitgesteld kijken middels een recorder) en omvat daarom niet het kijken via bijvoorbeeld notebooks, die toen al konden worden gebruikt voor het televisiekijken.

Met oog op de ontwikkelingen van het gebruik van nieuwe technische mogelijkheden is in het validatiedocument het volgende opgenomen: "Indien nieuwe mogelijkheden om kijkgedrag te meten opgenomen worden in het SKO-kijktotaal, dan overleggen de NPO en het CvdM over het eventueel opnemen van deze nieuwe meetmethoden in deze afspraak." (zie validatiedocument, toelichting afspraak 3.1.1)

Vooralsnog constateert het Commissariaat dat de NPO-organisatie en SKO onderzoeken hoe het totale bereik beter in kaart kan worden gebracht (Terugblik 2013, p. 21). De NPO beargumenteert dat het aan de SKO is de online video meting verder te ontwikkelen en de meting van het totale kijkgedrag, online en offline, lineair en non-lineair – SKO noemt dit VideoTotaal - te implementeren. Op korte termijn wordt een wijziging niet verwacht.

Het onderzoek *Media: Tijd* toont aan dat jongeren 13-19 en 20-34 jaar, naast lineair of Live TV ook vaker dan andere leeftijdsgroepen naar andere non-lineaire content kijken. Het vermoeden is dat dit kijkgedrag in de komende jaren verder toeneemt en ook door oudere groepen geadapteerd wordt. Op basis van het onderzoek *Media: tijd* is helaas geen conclusie mogelijk in hoeverre de non-lineair gekeken content afkomstig is van de NPO.

Het Commissariaat concludeert dat op basis van de in het validatiedocument afgesproken bereikmeting afspraak 3.2.1 niet is gehaald en het erg onwaarschijnlijk is dat afspraak 3.1.1 wordt gehaald. Het Commissariaat vindt het van groot belang dat de NPO inspanning toont om met geschikte programmering het bereik (3.1.1) te verhogen en vooral de kijker van morgen, doelgroep 20-34, beter te bedienen. We zullen in ons advies over de MJB 2015-2019 op de desbetreffende beleidsvoornemens van de NPO terugkomen.

Daarnaast dringt het Commissariaat er op aan het non-lineaire kijken bij de Terugblik 2014 te betrekken, zodat een gedegen verificatie van het totale (lineaire en non-lineaire) bereik kan plaatsvinden.

#### **A.4 Ambitie 'Vergroten van de impact'**

##### *Video*

**Prestatieafspraken 4.1.1: Gerealiseerd:** Het aantal vermeldingen van nieuws- en opinie-televisietitels van de NPO was in 2013 met 1.681 vermeldingen hoger dan ooit. Het aanbod is dus in toenemende mate agendasettend en draagt daarom steeds meer bij aan het maatschappelijk debat.

**Verificatieafspraken 4.1.1:** De NPO heeft na overleg met het Commissariaat de werkwijze om de impact te meten aangepast. Er is geprobeerd de nieuwe opzet zoveel mogelijk aan te laten sluiten bij de oude opzet, maar er moet uit methodisch oogpunt worden geconcludeerd dat de gegevens alleen onder sterk voorbehoud kunnen worden vergeleken met eerdere jaren. Desalniettemin lijken de resultaten goed aan te sluiten bij de eerder geconstateerde trend. Van de NPO is toelichting op het proces gevraagd. In een database met de inhoud van alle grote landelijke dagbladen werd door middel van een automatische inhoudsanalyse een lijst van titels (televisie) en zenders (radio) gezocht; op dezelfde manier werden ook alle handelingen en Kamervragen onderzocht. Van alle artikelen waarin een match met titel of zender is gevonden, worden in de tweede fase alle artikelen door codeurs uit de gids, over wijzigingen in een programma en recensies van de wijze van berichtgeving uitgesloten. Voor deze classificatie door codeurs is de intercodeursbetrouwbaarheid gemeten. De betrouwbaarheid is acceptabel, maar aan de lage kant en voor verbetering vatbaar. Maar positief is dat over de betrouwbaarheid wordt gerapporteerd. We



concluderen daarom dat ten opzichte van het oude onderzoek, de methodische verantwoording behoorlijk verbeterd is.

*Audio*

**Prestatieafspraken 4.1.2: Gerealiseerd:** Voor deze afspraak wordt op basis van de vernieuwde meting het aantal vermeldingen van Radio 1, afgezet tegen het aantal van BNR. In 2013 bepaalt Radio 1 sterker dan BNR de agenda, er wordt dus aan de afspraak voldaan.

**Verificatieafspraken 4.1.2: Gerealiseerd:** Nadat Radio 1 in 2010 200% meer vermeldingen noteerde, is dit aandeel gedaald naar 50% in 2011 en 31% in 2012. In 2013 is het verschil weer opgelopen en komt uit op 60%. Zowel voor Radio 1 als BNR geldt dat het absolute aantal vermeldingen verder toeneemt. De enorme stijging van het aantal vermeldingen was al in de laatste jaren voor het Commissariaat reden de NPO om uitleg te vragen. Naast de toename van het aantal programma's in het domein Opinie en de toenemende aandacht voor grote gebeurtenissen in de laatste jaren vermoedt het Commissariaat dat ook methodische verschillen in het verleden voor de toename verantwoordelijk kunnen zijn. De NPO kan niet uitsluiten dat bij de voormalige handmatige analyse op basis van zelf bijgehouden knipsels methodische effecten zijn opgetreden. Door de nieuwe meting op basis van automatische analyse van elektronische artikelen kunnen soortgelijke effecten niet meer optreden en zal een toekomstige meting laten zien of er daadwerkelijk van een stijgende trend sprake is.