

Bijlage 1. Overzicht naleving prestatieafspraken

Artikel	Prestatieafpraak	2010	2011	2012	2013	2014	2015
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 alloctonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.						✓ / *
2.2.2	Over vijf jaar heeft de publieke omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en alloctonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.						✓
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	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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ = gerealiseerd, ✓ / * = ten delen gerealiseerd, * = niet gerealiseerd

Bijlage 2. Toelichting naleving en verificatie prestatieovereenkomst NPO 2015

1. Ambitie 'Aansluiten bij veranderend mediagebruik'

Prestatieafspraken 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.

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: De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement.

Gerealiseerd: Aan deze afspraak is voldaan. Wel kan de mate van mix (ofwel variatie) over de jaren heen verschillen. De zendtijdaandelen van de zes domeinen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen van de NPO zijn ten opzichte van 2014 nauwelijks veranderd. Over de gehele periode valt op dat het aandeel nieuws afneemt en in 2015 het laagst in de gemeten periode is. Het aandeel opinie is in dezelfde periode toegenomen. Ook is het aandeel amusement, hieronder schaaft de NPO de categorieën overig spel en quiz en overig amusement, met 4,2 procent op het laagste niveau in de hele concessieperiode.

Tabel 1. De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nieuws	25,2	22,4	24,1	21,8	23,6	21,5
Opinie	13,8	16,8	18,4	18,1	17,8	17,6
Samenleving	16,1	16,2	15,5	16,3	15,7	17,7
Expressie	23,7	24,2	22,6	23,4	22,5	22,8
Kennis	15,5	13,5	14,6	15,5	15,8	16,2
Amusement	5,7	6,8	4,8	4,8	4,6	4,2
Totaal	100,0	99,9	100,0	99,9	100,0	100,0
Totaal (uren)	21.800	21.883	22.116	21.784	21.569	21.466

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

Gerealiseerd: Het programma-aanbod op Nederland/NPO 1, 2 en 3¹ is divers. 18 genres, twee minder dan in 2014, beschikken in 2015 over een aandeel van 1 procent of meer. Grote veranderingen zijn sinds 2010 niet te zien. Het aandeel actualiteiten, buitenlandse educatieve fictie en human actua neemt toe, het aandeel nieuws, populaire muziek en actuele sportinformatie licht af. Het NPO-aanbod onderscheidt zich van de verschillende zenders van RTL en SBS in 2015 (gemiddelde van RTL4, RTL5, RTL7 en RTL8 en van SBS6, Net5 en Veronica) het sterkst door het meer aanbieden van de genres actualiteiten (+10,9 procent), meningsvorming (+7,5 procent) en Human actua (+5,9 procent). De genres overige buitenlandse fictie (-19,6 procent) en overige spel en quiz (-7,1 procent) zijn daarentegen minder vertegenwoordigd in de programmering van de NPO ten opzichte van RTL en SBS.

Over de hele concessieperiode zijn drie trends zichtbaar. Het aandeel actualiteiten neemt toe. Dit is een genre dat, uitzonderingen daargelaten, exclusief door de NPO aangeboden wordt. Het aandeel overig spel en quiz neemt vooral bij de SBS-zenders toe en daarmee wordt ook het verschil met de NPO groter. Het verschil ten opzichte van buitenlands fictie neemt af, alweer vooral door minder buitenlandse fictie op de SBS-zenders en meer buitenlandse fictie op de NPO-zenders sinds 2012.

¹ In de Prestatieovereenkomst is nog sprake van Nederland 1, 2 en 3 en Radio 1 etc. In onze rapportage maken we gebruik van de nieuwe namen (NPO 1 en NPO Radio 1 i.p.v. Nederland 1 en Radio 1). Ook gebruiken we de aangepaste naam Zapp/Zappelin i.p.v. Z@pp, Z@ppelin.

Tabel 2. Genreverdeling NPO (gemiddelde NPO 1-3) en het verschil tussen het percentage van NPO en het gemiddelde percentage van de RTL- en SBS-zenders (RTL 4, 5, 7, 8 en SBS6, Net5 en Veronica)

	NPO (gemiddelde NPO 1-3)						Verschil in procentpunten t.o.v. RTL- en SBS-zenders					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Actualiteiten	6,7	8,7	10,8	10,9	11,6	10,9	6,5	8,7	10,8	10,9	11,6	10,9
Meningsvorming	7,8	8,9	9,7	8,4	8,4	7,9	6,9	8,2	8,9	7,8	7,7	7,5
Human actua	6,3	6,8	8,2	8,2	7,9	10,6	1,5	2,2	3,6	3,9	2,6	5,9
Educatie	7,3	4,5	4,6	5,1	4,5	4,7	6,3	3,9	3,8	4,2	3,9	4,1
Kunstinformatie	3,0	3,3	4,5	4,6	3,7	4,2	2,4	3,0	3,9	4,3	3,5	4,0
Religie*		2,6	2,4	4,0	3,5	3,8		2,0	1,8	3,4	2,5	2,9
Buitenlandse educatieve fictie	1,6	1,2	2,8	3,0	2,9	4,0	1,6	0,3	2,1	2,3	2,0	2,9
Educatieve quiz***	1,6	1,6	1,2	1,2	1,6	2,2	1,6	1,2	1,1	1,1	1,3	2,0
Actuele sportinformatie	5,1	3,7	3,7	3,6	3,9	3,2	1,9	2,0	2,1	2,6	2,9	1,6
NL educatieve fictie	2,6	2,8	2,5	2,4	2,7	1,2	2,5	2,4	2,1	2,1	2,2	0,9
Human culture*		0,8	0,6	0,7	1,3	1,0		0,8	0,5	0,7	1,3	0,9
Populaire muziek	2,7	2,6	2,5	2,3	1,8	0,9	1,8	1,9	2,2	1,8	1,5	0,7
Satire	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,7	0,4	0,4	0,3	0,5	0,7	0,5
Sportreportage	2,0	1,8	1,3	1,7	1,8	1,6	0,8	-0,8	-0,8	0,4	0,4	0,2
Cabaret/kleinkunst	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
Klassieke muziek	0,6	0,3	0,1	0,3	0,0	0,0	0,6	0,3	0,1	0,3	0,0	0,0
Overige muziek	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Overige sportinformatie	1,0	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	0,5	0,0	-0,3	-0,4	-0,3	-0,1
Overig amusement	4,2	4,9	2,7	3,1	3,0	3,0	-1,5	-0,1	-1,5	0,6	0,8	-0,7
Factual	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	-1,5	-0,2	-0,7	-1,0	-0,9	-1,1
Overige NL fictie	4,2	4,0	4,8	4,6	4,2	4,7	2,4	1,5	1,5	-1,7	-1,5	-1,1
Artistiek spel****		0,2	0,4	0,3	0,2	0,4		-0,4	-1,1	-1,2	-1,0	-1,2
Nieuws	16,8	16,3	15,9	15,1	15,5	15,5	0,4	-0,3	-1,3	-2,5	-1,5	-2,0
Service	3,8	4,4	5,0	4,3	4,0	4,6	-6,3	-1,9	-3,2	-6,2	-4,5	-5,0
Human interest	6,2	7,7	5,8	5,1	5,7	4,1	-1,9	-2,9	-5,0	-8,1	-6,1	-7,0
Overige spel en quiz**	1,6	2,5	2,0	1,5	1,7	0,9	-4,0	-8,8	-8,6	-4,2	-8,6	-7,1
Overige buitenlandse fictie	9,8	9,0	7,3	8,6	8,7	9,7	-26,4	-23,8	-22,7	-21,7	-20,6	-19,6
Levensbeschouwing*	4,1						3,2					

* De categorie 'levensbeschouwing' is in 2011 opgesplitst in 'religie' en 'human culture'.

** De categorie 'overige spel en quiz' heette in 2010 'overige spelprogramma'.

*** De categorie 'educatieve quiz' heette in 2010 'kennis quiz'.

**** De categorie 'artistiek spel' is in 2011 nieuw geïntroduceerd.

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

Gerealiseerd: Het criterium van minimaal 70 procent oorspronkelijk Nederlandstalige producties (oorspronkelijk Friestalige en Nederlandstalige incl. Vlaamstalige) wordt met 82,2 procent voor het vijfde jaar op rij ruimschoots gehaald (art. 2.1.3). In 2015 is het aandeel het 2015 het laagst van de gehele concessieperiode.

Tabel 3. Het aandeel oorspronkelijk Nederlandstalige producties van het televisieaanbod in procenten

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NPO 1	96,1	95,7	96,9	96,4	96,6	95,1
NPO 2	90,2	91,3	90,2	91,0	90,4	90,4
NPO 3	72,2	65,3	66,8	50,5	64,1	61,6
Totaal	85,7	83,8	84,1	84,1	83,3	82,2
Totaal (uren)	21.800	21.883	22.116	21.784	21.569	21.466

Prestatieafspraken 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.

Gerealiseerd: Op de radioprogrammakanalen NPO Radio 5, NPO Radio 2, NPO 3FM en NPO FunX beschikt de NPO in 2015 over een zenderbreed aanbodconcept. Met uitzondering van FunX kan de NPO aantonen dat de aanbodconcepten bijdragen aan de kernwaarden van de zenders en ook hoog gewaardeerd worden binnen de doelgroep. Opvallend is dat NPO 3FM Serious Request met 7,1 in 2015 de laagste waardering in de gehele periode krijgt.

Tabel 4. Waardering van zenderbrede concepten door de doelgroep

	Zenderbreed concept	Bijdrage aan publieke waarde op gebied van:	Doelgroep	Waardering doelgroep					
				2010	2011	2012	2013	2014	2015
NPO Radio 5	Evergreen Top 1000	Cultuur door het draaien van nostalgische muziek	55-64 jarigen	8,1	7,9	7,8	7,3	8,2	8,5
NPO Radio 2	Top 2000	Cultuur en maatschappij door het delen van ervaringen van luisteraars, informatie en achtergronden.	35-54 jarigen	8,1	8,2	8,0	7,6	8,2	7,9
NPO 3FM	Serious Request	Maatschappij door aandacht te vragen en geld in te zamelen voor actuele onderwerpen.	10-34 jarigen	7,8	8,0	7,9	7,7	7,8	7,1
NPO FunX	Zomercarnaval Weekend/Rotterdam unlimited	Cultuur door een voor de doelgroep belangrijk evenement te verslaan.		g.g.	g.g.	g.g.	g.g.	g.g.	g.g.
	DeDiXte 1000						g.g.	g.g.	g.g.

g.g. = geen gegevens

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

Ten dele gerealiseerd: Het aandeel vrouwen op NPO 1 t/m NPO 3 is in vijf jaar met 2,2 procentpunten afgenomen. Het aandeel niet-westerse allochtonen op NPO 1 t/m NPO 3 is met 0,6 procentpunten gestegen van 9,2 naar 9,8 procent. Deze afspraak is al in 2015 geverifieerd.

Tabel 5. Representatie op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen in procenten

	2010	2015
Representatie van vrouwen	37,6	35,4
Representatie van niet-westerse allochtonen	9,2	9,8

Prestatieafspraken 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.

Gerealiseerd: De representatie van vrouwen op de toonaangevende radioprogrammakanalen is in de afgelopen vijf jaar met 5,8 procentpunten gestegen, de afspraak is ten opzicht van deze groep dan ook nageleefd. Deze afspraak is al in 2015 geverifieerd.

Tabel 6. Representatie op de toonaangevende radioprogrammakanalen in procenten

	2010	2015
Representatie van vrouwen	22,3	28,1
Representatie van niet-westerse allochtonen	3,0	9,1

Prestatieafspraken 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).

Gerealiseerd: Aan deze afspraak is voldaan. De verdeling binnen het domein expressie is als volgt: buitenlandse fictie is het grootste genre met 43,7 procent, gevolgd door Nederlandse fictie (23,0 procent) en kunstinformatie (19,5 procent). In de loop van de concessieperiode valt de toename van kunstinformatie en satire op. Het aandeel muziek is juist gedaald, van 19,1 procent in 2010 naar 7,6 procent in 2015. In plaats van 987 uur in 2010 is in 2014 616 uur aan muziek uitgezonden en in 2015 is dit aantal verder gedaald naar 372 uur.

Tabel 7. De verdeling van de genremix van het televisieaanbod binnen het domein expressie (tijdvak 00-24)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kunstinformatie	12,8	14,2	17,9	18,9	18,6	19,5
Nederlandse fictie	17,7	18,9	19,3	22,5	20,7	23,0
Buitenlandse fictie	47,7	46,5	41,1	39,3	42,1	43,7
Artistiek spel	-	1,3	2,6	2,3	2,2	1,9
Cabaret/kleinkunst	1,5	1,2	1,4	1,4	1,4	1,2
Satire	1,3	1,4	1,7	1,9	2,2	3,1
Muziek	19,1	16,6	16,1	13,7	12,7	7,6
Totaal	100,1	100,1	100,1	100,0	99,9	100,0
Totaal (uren)	5.172	5.306	volgt	5.094	4.847	4.893

Prestatieafspraken 2.3.2 a,b,c: Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen:

- jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX;
- organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar;
- registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.

Gerealiseerd: Aan de drie afspraken over het registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen (art. 2.3.2a, b en c) wordt voldaan. De selectie van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen voor het liveverslag door NPO Radio 6, NPO 3FM en NPO FunX varieert. Zoals vastgelegd in afspraak 2.3.2b zijn door NPO Radio 2 in 2015 ten minste 3 concerten georganiseerd en geregistreerd. Het aantal loopt terug van 6 in 2011 naar 4 in 2015. Radio 4 voldoet ruim aan de afspraak 75 geregistreerde klassieke concerten uit te zenden. Het aantal loopt hier eveneens terug van 144 in 2012 naar 106 in 2014 en 2015.

Prestatieafspraken 2.4.1: De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform **en 2.4.2:** De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.

Gerealiseerd: Een duidelijke meerderheid beoordeelt het videoaanbod als pluriform. In 2015 is voor het eerst een aandeel lager dan 70 procent gemeten (art. 2.4.1). Ook het aandeel dat het videoaanbod als kwalitatief goed beoordeelt, is in 2015 op een relatief laag niveau (art. 2.4.2). Voor het audioaanbod geldt dat in 2015 verhoudingsgewijs meer Nederlanders het aanbod als pluriform beoordelen dan in 2014 en dat met 81,3 procent de hoogste score wordt behaald als het gaat om kwaliteit.

Tabel 8. Beoordeling van de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie ten opzichten van pluriformiteit en kwaliteit

Antwoordcategorie		Videoaanbod					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pluriform	Past wel	70	77,6	72,6	76,9	74,1	69,2
	Past niet		5,3	7,6	7,9	6,0	8,2
	Geen mening		17,1	19,8	15,2	20,0	22,6
			100,0	100,0	100,0	100,1	100,0
Kwalitatief goed	Past wel	69	75,5	71,9	76,9	74,7	71,7
	Past niet		7,1	8,2	6,3	4,4	6,1
	Geen mening		17,4	20,0	16,9	20,9	22,2
			100,0	100,1	100,1	100,0	100,0
		Audioaanbod					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pluriform	Past wel	67	68,2	62,7	63,1	61,8	64,8
	Past niet		14,2	13,8	14,6	15,8	15,7
	Geen mening		17,6	23,5	22,4	22,6	19,5
			100,0	100,0	100,1	100,2	100,0
Kwalitatief goed	Past wel	71	77,3	67,3	75,5	72,7	81,3
	Past niet		7,2	8,5	5,7	7,9	4,6
	Geen mening		15,6	24,3	19,0	19,5	14,1
			100,1	100,1	100,2	100,1	100,0

Verificatie afspraak 2.4.1 en 2.4.2:

Het Commissariaat heeft ten behoeve van de verificatie van de rapportage door de NPO enkele afspraken nader onderzocht. Dat betreft onder meer deze afspraken, vanwege enerzijds de daling van de waardering van het videoaanbod van 2014 naar 2015 en anderzijds de stijging van de waardering van het audioaanbod in dezelfde periode. Er blijken geen wijzigingen in de opzet van het onderzoek te hebben plaatsgevonden. Een mogelijke oorzaak zou de wijziging in de programmering van Radio 1 en Radio 5 in 2014 kunnen zijn.

Prestatieafspraken 2.5a,b: 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];
- programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.

Gerealiseerd: De afspraken dat de publieke omroep het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots op het niveau van 2009 continueert en waar mogelijk uitbreidt wordt nageleefd. In 2012 en 2013 komt het aantal iets lager uit dan in 2009 maar wordt dan naar 2014 bijna verdubbeld. Het afgesproken jaarlijkse minimum voor het ontwikkelen van formats (tenminste 20) en plaatsen van vier pilots (art. 2.5) blijkt ruimschoots te worden gehaald.

Tabel 9. Aantal nieuwe formats/pilots en geprogrammeerde nieuwe formats

Programmakanal	Aantal pilots (geplaatst)						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NPO 1	7 (0)	10 (3)	3 (1)	7 (5)	6 (1)	12 (7)	4 (1)
NPO 2	6 (3)	10 (8)	3 (3)	3 (3)	4 (3)	14 (11)	4 (2)
NPO 3	16 (7)	9 (4)	17 (8)	10 (2)	13 (7)	18 (8)	21 (6)
Zapp, Zappelin	8 (1)	11 (2)	14 (4)	16 (9)	9 (8)	16 (7)	5 (7)
Totaal	37 (11)	40 (17)	37 (16)	36 (19)	32 (19)	60 (33)	34 (16)

Prestatieafspraken 2.6.1: Het programma-aanbod van Zapp en Zappelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.

Gerealiseerd: Het programma-aanbod van Zapp(elin) bestaat in 2015 voor meer dan twee derde uit fictie. Ten opzichte van 2014 is het aandeel Nederlandse educatieve fictie meer dan gehalveerd en het aandeel Buitenlandse educatieve fictie sinds 2010 meer dan verdubbeld. Het genre educatie is het enige niet fictionele genre met een aandeel van meer dan 5 procent (7,6 procent). De genremix van het kindertelevisieaanbod Zapp(elin) is ten opzichte van 2010 niet sterk veranderd, toen was het aandeel fictie ook al bijna twee derde.

Voor deze afspraak is van belang dat de Zapp(elin) kinderprogrammering zich onderscheidt van de op kinderen gerichte commerciële concurrentie, de zenders Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD (art. 2.6.1). Buitenlandse fictie domineert het aanbod op de commerciële kanalen in alle jaren, ook in 2015 is nog geen 3 procent over voor andere genres. Dat betekent dat de NPO bijna de enige leverancier is van andere tv-content voor kinderen, zoals Nederlandse educatieve fictie, educatie, Human interest, educatieve quiz of nieuws. De genremix van Zapp(elin) voldoet dus ruim aan de afspraak en onderscheidt zich duidelijk van de genremix van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.

Tabel 10. De verdeling van de genremix van het kindertelevisieaanbod Zapp(elin) (tijdvak 00-24) en de zendtijd van Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD samen

Genre	Zapp(elin), aandeel in procenten						Gemiddelde Nickelodeon, Disney XD en Disney Channel in procenten					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Overige buitenlandse fictie	36,4	33,0	24,8	26,5	30,3	32,9	89,3	90,3	92,7	92,2	90,6	88,8
Buitenlandse educatieve fictie	7,2	5,5	12,8	13,8	13,2	18,5	6,7	4,8	5,2	5,0	7,0	8,6
Overige Nederlandse fictie	9,5	12,7	16,7	13,6	12,9	15,1	2,3	3,0	0,5	0,7	0,4	0,9
Nederlandse educatieve fictie	12,4	13,1	11,5	11,1	12,2	5,7	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Educatie	7,2	8,1	9,5	10,6	8,3	7,6	0,0	0,2	0,0	0,3	0,1	0,0
Overig amusement	8,9	8,6	8,0	8,7	5,6	4,7	0,8	0,4	0,5	0,3	0,1	0,5
Human interest	3,0	3,8	3,1	4,1	4,7	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Educatieve quiz****	0,1	0,0	0,2	1,9	3,0	4,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Service	0,8	1,8	2,6	2,4	2,8	2,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Nieuws	3,1	2,8	2,5	2,5	2,3	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Overige spel en quiz***	3,2	4,0	3,2	0,6	1,5	0,4	0,1	0,4	0,5	0,5	0,5	0,3
Populaire muziek	5,3	4,3	2,6	1,4	1,1	1,3	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1
Overige sportinformatie	2,2	0,0	1,0	0,9	1,0	0,9	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3
Kunstinformatie	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,0	0,0	0,3	0,8	0,6	0,4
Artistiek spel*****		0,4	0,9	0,7	0,3	1,1		0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Human culture		0,0	0,2	0,4	0,3	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Human actua	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Religie**		0,1	0,0	0,3	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Levensbeschouwing**	0,3											
Totaal	99,8	99,9	99,9	99,9	99,9	100,1	100,0	100,0	100,0	100,0	99,9	100,0

* De categorie 'levensbeschouwing' is in 2011 opgesplitst in 'religie' en 'human culture'.

** De categorie 'overige spel en quiz' heette in 2010 'overige spelprogramma'.

*** De categorie 'educatieve quiz' heette in 2010 'kennis quiz'.

**** De categorie 'artistiek spel' is in 2011 nieuw geïntroduceerd.

Prestatieafspraken 2.6.2: De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.

Gerealiseerd: De afspraak om de hoeveelheid zendtijd voor kinderen te continueren is ieder jaar nageleefd. Vanaf 2011 ligt het aantal uren zelfs aanzienlijk hoger dan in 2009, het referentiejaar. Wel loopt het aantal uren sinds 2012 terug.

Tabel 11. De hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar

	2009*	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Totaal (in uren)	4526	4550	4675	4749	4727	4668	4643
Toename t.o.v. 2009 (in procenten)		0,5	3,3	4,9	4,4	3,1	2,6

* Referentiejaar zoals vastgesteld in validatiedocument.

3. Ambitie 'Vergroten van bereik'

Algemeen

Prestatieafspraken 3.1.1: De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85 procent van de Nederlanders.

Niet gerealiseerd: Het is de NPO met een gemiddelde van 83 procent over de periode 2010-2015 niet gelukt deze afspraak te realiseren. Het streefpercentage van meer dan 85 procent is alleen in 2010 gehaald, daarna daalt het bereik continu naar inmiddels minder dan 80 procent in 2015.

Tabel 12. Bereik van het videoaanbod NPO 1, 2 en 3 in procenten

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Totaal (in procenten)	86,1	84,8	84,3	82,5	82,4	79,3
Gemiddelde		85,5	85,1	84,4	84,0	83,2

Verificatie afspraak 3.1.1:

Het Commissariaat heeft voor de verificatie van de rapportage door de NPO enkele afspraken nader onderzocht. Dat betreft onder meer deze afspraak, waarover alleen aan het einde van de concessieperiode gerapporteerd wordt. In de gehanteerde meting van het videobereik wordt het nieuwe kijken (online en uitgesteld via pc, mobiel en tablets) slechts in beperkte mate meegeteld. Dit terwijl deze manier van kijken steeds meer in zwang raakt. Gegevens over online bereik zullen naar verwachting medio 2016 beschikbaar komen via het Video Totaal-onderzoek van de Stichting KijkOnderzoek.

Prestatieafspraken 3.1.2: De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders

Niet gerealiseerd: Voor het audioaanbod is de jaarlijks na te komen afspraak gemaakt, dat de NPO wekelijks de helft van alle Nederlanders bereikt. Na een stijging tot 2011 daalt het bereik sindsdien. In geen enkel jaar is de afspraak gehaald, waarbij in 2015 het verschil met de doelstelling van 50 procent is opgelopen tot 8 procentpunten.

Tabel 13. Het bereik van het audioaanbod in procenten

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Totaal	45,7	47,5	48,1	46,6	46,3	45,3	41,8
Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)		3,9	1,3	-3,1	-0,6	-2,2	-7,7

Prestatieafspraken 3.1.3: De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.

Gerealiseerd: De afspraak dat minimaal één verbindende zender ieder jaar tot de top drie van meest beluisterde radiozenders behoort, wordt in 2015 zoals in alle voorafgaande jaren gehaald. In 2010 en 2011 waren drie van de top-vier-zenders NPO-kanalen. In 2015 is er met NPO Radio 2 op nummer 3 nog één NPO-kanaal over in de top vier. De NPO-radiozenders verliezen niet alleen absoluut aan bereik, maar ook in verhouding tot andere zenders aan marktaandeel.

Tabel 1. Top-6 meest beluisterde radiozenders: marktaandelen en positie in top-6

Radiozender	Positie in de top 3					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
538	10,6 (1)	11,6 (1)	11,2 (1)	10,5 (1)	10,8 (1)	11,6 (1)
Sky Radio	8,5 (4)	8,3 (4)	9,1 (4)	10,0 (3)	10,1 (2)	9,5 (2)
NPO Radio 2	9,9 (2)	10,0 (2)	9,7 (3)	9,1 (4)	9,4 (4)	9,3 (3)
Qmusic	6,7 (6)	6,5 (6)	6,6 (6)	8,1 (5)	8,8 (5)	9,0 (4)
NPO 3FM	9,5 (3)	9,9 (3)	9,9 (2)	10,3 (2)	10,1 (3)	8,5 (5)
NPO Radio 1	8,3 (5)	8,2 (5)	7,8 (5)	7,7 (6)	7,5 (6)	7,4 (6)

Jongeren

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

Niet gerealiseerd: De ambitie om met de programmering van NPO 3 de publieksgroep 20-34 jaar beter te bereiken dan in 2009 is niet gehaald. Sinds 2009 daalt het bereik van deze publieksgroep en deze komt in 2014 voor het eerst onder de 50 procent. In 2015 zet de daling voort en wordt 4 op de 10 uit de doelgroep bereikt.

Tabel 15. Bereik NPO 3 onder de publieksgroep 20-34 jaar

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Totaal	56,3	55,6	54,1	52,3	51,9	43,3	40,4
Ontwikkeling t.o.v. referentiejaar (procentueel)		-1,2	-3,9	-7,1	-7,8	-23,1	-28,2

Prestatieafspraken 3.2.2: De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.

Niet gerealiseerd: Beoogd was het bereik van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder drie jongere doelgroepen te vergroten ten opzichte van 2009. Tot 2011 is dat gelukt, daarna loopt het bereik (licht) terug. Het verschil in daling tussen 2014 en 2015 is relatief groot. In 2015 wordt voor het eerst in geen van de drie leeftijdscategorieën een verbetering ten opzichte van 2009 behaald.

Tabel 16. Bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen van de Publieke Omroep onder jongere doelgroepen

Doelgroep	2009*	2010	2011	2012	2013	2014	2015
15-24 jaar	32,4	34,2	35,4	35,1	34,6	34,2	27,9
25-34 jaar	42,4	45,1	46,1	44,7	43,3	41,7	36,9
35-44 jaar	44,7	45,8	47,0	44,2	44,3	42,4	39,8

* Referentiejaar zoals vastgesteld in het validatiedocument.

Verificatie afspraak 3.2.2:

Het Commissariaat heeft ten behoeve van de verificatie van de rapportage door de NPO enkele afspraken nader onderzocht. Dat betreft onder meer deze afspraak. Nadat in de laatste jaren methodische wijzigingen in het luisteronderzoek als een van de oorzaken voor de bereiksdaling door de NPO is aangewezen, is de daling van 2014 naar 2015 aanleiding deze afspraak nader te bekijken. De NPO geeft aan dat er geen methodische wijzigingen zijn geweest die het verschil tussen 2014 en 2015 kunnen verklaren. De verklaring hiervoor kan volgens de NPO worden gevonden in een gewijzigde programmering. In 2015 zijn populaire dj's Coen & Sander naar Radio 538 gegaan en Gerard Ekdorf is van NPO 3FM naar NPO Radio 2 verhuisd. Deze plekken zijn opgevuld met minder bekende dj's.

4. Ambitie 'Vergroten van de impact'

Video

Prestatieafspraken 4.1.1: Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.

Gerealiseerd: Het aantal vermeldingen van nieuws- en opinieprogramma's van de gezichtsbepalende televisienetten van de NPO in de landelijke dagbladen, opinietijdschriften en Handelingen en Kamervragen is in alle jaren hoog. Vanwege een methodisch ingrijpende aanpassing (zie ons advies over 2013) kan 2015 alleen met 2014 en 2013 vergeleken worden. Ten opzichte van 2013 is het aantal vermeldingen gestegen. 63 procent van de vermeldingen verwijst naar Nieuwsuur (25 procent), EenVandaag (13 procent), Buitenhof (9 procent), Pauw (9 procent) en NOS Journaal (7 procent). Geconcludeerd kan worden dat de afspraak gerealiseerd is.

Tabel 17. Vermeldingen van nieuws- en opinie-televisietitels van de NPO

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aantal	362	637	1373	1681	1666	1858
<i>Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)</i>		76,0	115,5	22,4	-0,9	11,5
<i>factor t.o.v. 2010</i>		1,8	3,8	4,6	4,6	2,9

Audio

Prestatieafspraken 4.1.2: Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.

Gerealiseerd: Voor audio is vastgelegd dat NPO Radio 1 in de landelijke media vaker genoemd wordt dan BNR nieuwsradio. Deze afspraak wordt in alle jaren nageleefd. Nadat in 2010 NPO Radio 1 drie keer vaker is genoemd, is de verhouding tot 2015 evenwichtiger geworden.

Tabel 18. Vermeldingen van NPO Radio 1 en BNR

Radioprogrammakanaal	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aantal Radio 1	30	51	77	119	130	156
<i>Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)</i>		70,0	51,0	54,5	9,2	20,0
Aantal BNR Nieuwsradio	10	34	59	74	60	95
<i>Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)</i>		240,0	73,5	25,4	-18,9	58,3

Verificatie afspraak 4.1.1 en 4.1.2:

Het Commissariaat heeft ten behoeve van de verificatie van de rapportage door de NPO enkele afspraken nader onderzocht. Dat betreft onder meer deze afspraken, die middels hetzelfde onderzoek gemeten worden. In 2013 is het onderzoek voor het eerst niet meer door de NPO zelf uitgevoerd, maar door de Nieuwsmonitor. Het onderzoek wordt intussen door LJS Media Research uitgevoerd. Daarnaast was een aanleiding om deze afspraak opnieuw te verifiëren dat het aantal quotes voor video en audio in 2015 stijgt ten opzichte van 2014, terwijl het aantal bronnen voor quotes met één was afgenomen vanwege het stoppen van Spits!, dat eerder wel werd meegenomen. Er is geen methodische verklaring voor de toename. Als belangrijkste oorzaken voor de stijging wordt gewezen op de gebeurtenissen rond MH17 en de Teeven-deal, groot uitgemeten onderwerpen waarbij vaak naar Nieuwsuur is verwezen.