

## 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  
T.a.v. minister mevr. J. M. van Bijsterveldt-Vliegenghart  
Postbus 16375  
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE

<b>Datum</b>	<b>Onderwerp</b>		
31 mei 2012	Verificatie naleving prestatieovereenkomst NPO 2011		
<b>Uw kenmerk</b>	<b>Ons kenmerk</b>	<b>Contactpersoon</b>	<b>Doorkiesnummer</b>
	27546/2012007170		

Geachte mevrouw Van Bijsterveldt - Vliegenghart,

Op 27 april 2012 heeft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) het Commissariaat voor de Media (hierna: Commissariaat) de Terugblik 2011 doen toekomen. Hierin rapporteert de NPO over de realisatie van de afspraken uit de prestatieovereenkomst 2010-2015. Het Commissariaat heeft de taak de naleving van de prestatieafspraken te controleren; dit wil zeggen dat wij de wijze waarop de naleving wordt verantwoord eenmalig valideren en vervolgens jaarlijks verifiëren.

In deze brief informeren wij u over onze bevindingen bij de verificatie van de naleving van de prestatieafspraken door de NPO in 2011.

### Samenvatting

Voor 1 januari 2012 diende de NPO de eenmalige prestatieafpraak betreffende het samenstellen van samenhangende video- en audio paletten te realiseren. Met het opstellen van een gespecificeerd totaaloverzicht van de aard en het aantal aanbodkanalen constateert het Commissariaat dat de NPO de eerste prestatieafpraak succesvol heeft gerealiseerd. Met nieuwsgierigheid zien wij de verdere ontwikkeling tegemoet: het aanbrengen van samenhang binnen de paletten.

De NPO heeft vrijwel alle jaarlijkse prestatieafspraken nageleefd in 2011: van de 20 jaarlijks na te leven prestatieafspraken zijn, voor het tweede opeenvolgende jaar, twee prestaties niet gerealiseerd. Tijdens de verificatie over 2010 was naar voren gekomen dat deze twee bereikafspraken (art. 3.2.1 en 3.2.1) ambities betreffen uit het concessiebeleidsplan en zodoende waren geïnterpreteerd als een over de gehele concessieperiode na te leven prestatieafpraak. Dit zou rechtvaardigen waarom de NPO er na het tweede jaar van de concessieperiode ook nog niet in is geslaagd deze afspraken na te leven. De NPO heeft ten genoegen van het Commissariaat toegelicht welke acties zij heeft ondernomen en verder zal ondernemen om de twee bereikafspraken te realiseren. In ons advies over de Meerjarenbegroting 2013-2017 zullen wij hierop terugkomen.

### 1. Wijze van valideren en verifiëren

Op 12 april 2011 heeft het Commissariaat het validatie document behorend bij de prestatieovereenkomst 2010-2015 vastgesteld.

In dit document is de wijze vastgelegd waarop de NPO jaarlijks rapporteert over de naleving van de prestatieafspraken. Aan de vaststelling hebben wij voorwaarden verbonden die de NPO vóór 1 mei 2012 diende te realiseren. Hier gaan wij in paragraaf 2 van deze brief verder op in.

Voor de jaarlijkse verificatie heeft het Commissariaat uit het geheel van afspraken 8 prestatieafspraken geselecteerd. Tijdens de verificatie is het Commissariaat nagegaan of de NPO zich bij zijn rapportage inderdaad heeft gebaseerd op de in het validatiedocument vermelde definities en bronnen en of de onderzoeken op consequente, dat wil zeggen op betrouwbare, wijze zijn uitgevoerd.

Over de controle en de daarvoor geselecteerde afspraken hebben wij de NPO op 10 mei 2012 geïnformeerd. Bij de selectie is rekening gehouden met de afspraken waarover slechts eenmalig gerapporteerd hoeft te worden. In 2011 betreft dit de prestatieafpraak over het samenstellen van samenhangende audio- en videopaletten die aansluiten bij het veranderende mediagebruik (art. 1). Naar aanleiding van de twee niet gerealiseerde bereikafspraken in zowel 2010 als 2011 hebben wij de prestatieafpraak betreffende het bereik van jongerendoelgroepen door Nederland 3 geselecteerd (art. 3.2.1). In aanvulling hierop zijn een aantal prestatieafspraken gecontroleerd die betrekking hebben op de evenwichtigheid van het programma-aanbod.

Op 14 mei 2012 heeft een gesprek plaatsgevonden bij de NPO. Tijdens dit gesprek is inzage gegeven in de door de NPO gebruikte bronnen bij de rapportage, de totstandkoming hiervan en een inhoudelijke toelichting.

## 2. Vervolg op de aan de validatie gestelde voorwaarden

Naar aanleiding van onze bevindingen tijdens het validatie proces in 2010 en 2011 hebben wij zoals gezegd twee voorwaarden aan het validatie document verbonden. Beide voorwaarden hebben betrekking op Crossmediale Content Classificatie (kortweg: de CCC-indeling), het instrument dat wordt ingezet voor de verantwoording van vier prestatieafspraken inzake de variatie en de onderscheidendheid van het programma-aanbod. De eerste voorwaarde is dat de NPO een transparante codeerinstructie ontwikkelt. De tweede voorwaarde betreft het waar nodig aanscherpen van de definities van de categorieën uit het codeboek.

In onze brief 'Verificatie naleving prestatieovereenkomst NPO 2010' van 31 mei 2011 hebben wij u op de hoogte gebracht van de eerste stappen die de NPO op dat moment had gezet. De NPO heeft in maart 2011, in samenwerking met het Commissariaat, een kleinschalig onderzoek uitgevoerd naar de intercodeurbetrouwbaarheid. Uit deze betrouwbaarheidsstoets bleek dat er over het algemeen voldoende consistentie bestaat in het toekennen van de categorieën aan televisieprogramma's.

Het Commissariaat is aanwezig geweest bij een codeursoverleg van de NPO op 22 juni 2011. Voorts heeft op 8 december 2011 een overleg plaatsgevonden met de NPO(-KLO) over de aanpassingen aan het codeboek.

De NPO heeft op 13 maart 2012 het Commissariaat per brief geïnformeerd welke stappen zij hebben ondernomen om aan de twee bij de validatie gestelde voorwaarden te kunnen voldoen. Middels aanpassingen aan de CCC-indeling en een begrippenlijst heeft de NPO getracht inzichtelijk te maken wanneer de vorm of de inhoud van een programma doorslaggevend is in het toewijzen van een code. De derde dimensie, intentie, is uit het codeboek verwijderd. Het Commissariaat ziet dit als een verbetering van het codeboek. Het verzoek om een codeerinstructie is beantwoord met een beknopte omschrijving. In het kader van het aanscherpen van het codeboek zijn een aantal wijzigingen doorgevoerd. De opsplitsing van de categorie levensbeschouwelijke programma's in twee nieuwe categorieën, te weten: religie en human culture, is wat ons betreft een ingrijpende wijziging die niet noodzakelijkerwijs voortvloeit uit de wens het codeboek aan te scherpen.

Gelet op de wijze waarop de NPO invulling heeft gegeven aan de twee bij de validatie gestelde voorwaarden en de gesprekken die hierover hebben plaatsgevonden, constateert het Commissariaat een verschil van inzicht. De NPO stelt de praktische hanteerbaarheid van de CCC-indeling voorop en geeft aan daarmee geen wetenschappelijke doeleinden te beogen. Het Commissariaat is echter van mening dat daarmee niet is gezegd dat de methodiek niet aan de methodische principes van sociaal wetenschappelijk onderzoek hoeft te worden gestaafd. Ons inziens behoeft de bestaande methodiek om deze reden nog verdere aanscherping ten einde de waarborging van een zo objectief, transparant en betrouwbaar mogelijke meting. Tegelijkertijd heeft de NPO op een zo pragmatisch mogelijke wijze getracht het instrument te verbeteren en zijn wij ons bewust van de administratieve lasten die gemoeid zijn met alternatieve, meer wetenschappelijk gefundeerde, methoden<sup>1</sup> om televisieprogramma's te classificeren naar genre. Op grond van deze overweging stelt het Commissariaat het document 'Rapportagewijzer van 31 januari 2012', dat de NPO ons heeft doen toekomen op 27 maart 2012, definitief vast als 'validatie document' behorend bij de Prestatieovereenkomst NPO 2010-2015. De vaststelling laat echter niet onverlet dat wijzigingen in de CCC-indeling een punt van aandacht van het Commissariaat zal blijven.

3. Bevindingen bij de verificatie van de naleving van de prestatieafspraken  
Van de in totaal 24 prestatieafspraken dienen 20 afspraken op grond van de overeenkomst jaarlijks te worden gerealiseerd. Over 2011 heeft de NPO in totaal 18 afspraken nageleefd en 2 afspraken niet nageleefd. Van de overige prestaties dient één prestatie te zijn gerealiseerd voor 1 januari 2012 en 3 prestaties aan het eind van de concessieperiode in 2015. In de bijlage is een overzicht van de naleving van de prestatieafspraken opgenomen (tabel 3).

De prestatieafspraken hebben betrekking op de video- en audio platforms en zijn gekoppeld aan de 4 ambities van de NPO: 1) aansluiten bij veranderend mediagebruik; 2) evenwichtig en onderscheidend aanbod; 3) vergroten van bereik en 4) vergroten van de impact. Langs de lijnen van deze ambities worden de belangrijkste bevindingen van de verificatie besproken in de hierna volgende paragrafen.

### 3.1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik

In de eerste prestatieafpraak is vastgelegd dat de NPO voor 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samenstelt. De prestatieafpraak stelt dat deze paletten bestaan uit een breed lineair (programma)kanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.

Het concept van verschillende video- en audio paletten introduceerde de NPO voor het eerst in het Concessiebeleidsplan 2010-2016 (hierna: CBP). Het afgelopen jaar heeft de NPO de samenstelling van 5 videopaletten en 7 audio paletten verder ingevuld door alle aanbodkanalen bij een palet onder te brengen. De platformafhankelijke video- en audio paletten bestaan in de eerste plaats uit lineaire aanbodkanalen. Hieronder vallen de gezichtsbepalende netten en toonaangevende zenders<sup>2</sup>, themakanalen en webkanalen. In de tweede plaats bevatten deze non-lineaire aanbodkanalen zoals thematische portals (verzorgd door een individuele omroep of alle omroepen gezamenlijk) en websites. Naast de video- en audio paletten onderscheidt de NPO een aantal paletoverstijgende aanbodkanalen en diensten zoals teletekst, uitzendinggemist.nl en de algemene portal omroep.nl.

Met het samenstellen van de paletten heeft de NPO tevens aanbodkanalen gereduceerd. In de Meerjarenbegroting 2012-2016 (hierna: MJB) stelt de NPO een viertal doelstellingen met betrekking tot de reductie van aanbodkanalen (zie tabel 1).

<sup>1</sup> Bijvoorbeeld het 'EBU System of Classification Of Radio and Television Programmes, ESCORT 2007'.

<sup>2</sup> De gezichtsbepalende netten zijn Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3, Z@pp en Z@ppelin. Onder de toonaangevende zenders worden Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 4, Radio 5, Radio 6 en FunX verstaan. Zie: NPO (2010). Concessiebeleidsplan 2010-2016, p. 51; 55-56.

Het reduceren van de aanbodkanalen is verlopen aan de hand van een intekenproces voor de video- en audio paletten waarbij verschillende criteria<sup>3</sup> zijn gehanteerd die onder meer samenhang binnen de paletten beogen.

Tabel 1. Overzicht van de reductie van het aantal aanbodkanalen<sup>4</sup>

Aanbodkanaal	Ingangsdatum	Voorgenomen reductie	
		(aantal)	(procent)
1. Overige radioprogramma kanalen op de digitale kabel*	1 september 2011	van 12 naar 0	100
2. Webkanalen audio	1 januari 2012	van 78 naar 40	49
3. Televisie themakanalen op de digitale kabel	1 <sup>e</sup> kwartaal van 2012	van 12 naar 8	33
4. Enkelvoudige websites**	1 <sup>e</sup> kwartaal van 2012	van 1.074 naar max. 615	43

\* Exclusief overige webkanalen.

\*\* Exclusief de corporate websites van de NPO, de omroepverenigingen en de taakorganisaties.

Onder overige radioprogrammakanalen op de digitale kabel worden de 12 radio themakanalen op de digitale kabel verstaan waarvoor u een tijdelijke goedkeuring heeft verstrekt tot 1 september 2011. De NPO schrijft in de MJB de verspreiding van media-aanbod via deze aanbodskanalen op deze einddatum te hebben beëindigd.<sup>5</sup>

De NPO heeft uw goedkeuring gevraagd voor het stopzetten van 8 webkanalen audio die worden verzorgd door Radio 2, 3FM en FunX en 30 moodstreams door de KRO. Uit de gegevens die de NPO heeft verstrekt in het kader van de verificatie van deze prestatieafpraak, blijkt dat het aantal webkanalen van de 7 verschillende audio paletten is gereduceerd tot 40.

In de MJB vroeg de NPO tevens goedkeuring voor de beëindiging van 4 televisie themakanalen op de digitale kabel, te weten: Consumenten 24, Geschiedenis 24, Spirit 24 en Sterren 24. Het Commissariaat heeft deze aanvraag ondersteund in het advies over de MJB.<sup>6</sup> Met ingang van 1 april 2012 is de NPO gestopt met de digitale themakanalen Consumenten 24 en Geschiedenis 24. Spirit 24 en Sterren 24 zullen per 1 september niet meer als digitaal themakanaal worden doorgegeven, de programma's (of een deel hiervan) zullen naar verwachting online beschikbaar worden gesteld. Het Commissariaat constateert dat in het overzicht van de 5 videopaletten, Consumenten 24 en Geschiedenis 24 niet als themakanalen voorkomen en Spirit 24 en Sterren 24 worden aangeduid als webkanaal.

Zowel de reductie van de themakanalen als van de websites kondigde de NPO reeds aan in het CBP. Voor wat betreft het reduceren van het aantal websites heeft u in uw kamerbrief van 17 juni 2011<sup>7</sup> de NPO een concrete taakstelling meegegeven van 35 procent. Op basis van de door de NPO verstrekte gegevens constateert het Commissariaat dat de reductie aanzienlijk forsere heeft uitgepakt dan de opgelegde taakstelling: met minder dan 500 websites is het aantal ten opzichte van de opgegeven 1.074 ruimschoots gehalveerd. De overgebleven websites bestaan uit zogeheten 'PIP's' en 'plussites'.

<sup>3</sup> NPO (2011). Meerjarenbegroting 2012-2016, p. 55.

<sup>4</sup> Ibid., p. 49.

<sup>5</sup> Ibid., p. 50.

<sup>6</sup> Commissariaat voor de Media (15 oktober 2011). Advies Meerjarenbegroting NPO 2012-2016, p. 3.

<sup>7</sup> Ministerie van Ondervijns, Cultuur en Wetenschap (17 juni 2011). Kamerbrief Uitwerking regeerakkoord onderdeel media, p. 10.

De categorie 'web-only' lijkt niet meer voer te komen in de door de NPO verstrekte gegevens.<sup>8</sup> De NPO heeft aangegeven toe te zullen zien op de omvang van het aantal websites door een intekenproces voortaan als standaardprocedure te hanteren.

De prestatieafspraken stelt voorts dat de paletten samenhangend zijn. Een palet is, volgens de definities in het validatie document, samenhangend indien: "de gezichtsbepalende of toonaangevende kanalen de etalage vormen voor verdieping, verbreding en de archief functie op de overige kanalen en het zwaartepunt voor de overige kanalen ligt bij de maximaal drie geprioriteerde domeinen per palet".

Het Commissariaat constateert dat de inhoudelijke samenhang van de paletten een centraal element is in de criteria die de NPO heeft verbonden aan het intekenproces. Daarnaast heeft de NPO aangegeven de samenhang verder aan te scherpen door middel van doorverwijzingen en het aan elkaar linken van websites.

### 3.2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De variatie van het aanbod van de televisieprogrammakanalen op niveau van de zes domeinen (art. 2.1.1) verschuift in 2011 ten opzichte van 2010 meer naar het domein opinie (3 procentpunten) en amusement (1,1 procentpunt) ten koste van de domeinen nieuws (-2,8 procentpunten) en kennis (-2 procentpunten). In de Terugblik 2011 schrijft de NPO het aanbod nieuws en opinieprogramma's, zoals voorgenomen, te hebben gereduceerd met 11 procent. Dit percentage valt volgens de NPO niet te relateren aan de verschuivingen binnen de domeinen nieuws en opinie van de aanbodmix omdat de gegevens op verschillende manieren zijn berekend. Het aandeel van de domeinen nieuws en opinie fluctueert over de jaren heen gemiddeld meer dan het aandeel van andere domeinen. In het domein nieuws wordt dit onder meer veroorzaakt door de sportevenementen die in de even jaren plaatsvinden. Binnen het domein expressie neemt het aandeel buitenlandse fictie en muziek met een paar procentpunten af (art. 2.3.1).

Tijdens de verificatie heeft het Commissariaat geconstateerd dat de percentages van de domeinenmix over 2010 onjuist zijn berekend. De aandelen per domein waren berekend op basis van het totale aanbod uitgedrukt in zendtijd exclusief kinderprogrammering in plaats van inclusief kinderprogrammering zoals vastgelegd in het validatie document. In de tabellen 4 en 6 van de bijlage zijn de door de NPO gecorrigeerde gegevens weergegeven over 2010.

Het programma-aanbod op Nederland 1, 2 en 3 onderscheidt zich van de zenders van RTL en SBS het sterkst met de genres actualiteiten, meningsvormingen, educatie en kunstinformatie (art. 2.1.2). Zie tabel 5 in de bijlage. Met het opsplitsen van het genre levensbeschouwing in religie en human culture is het verschil met de commerciële zenders op dit punt niet vergelijkbaar. Opvallend is dat het nieuwsaanbod van RTL- en SBS zenders de NPO in 2011 met respectievelijk 0,5 en 0,1 procentpunt overtreft. Zoals hierboven aangegeven kan dit te maken hebben met de programmering van sportevenementen in 2010. Ook het onderscheid van de NPO op het gebied van educatie loopt terug in 2011 ten opzichte van 2010: gemiddeld 2,4 procentpunten ten opzichte van de commerciële zenders.

Het programma-aanbod van Z@pp en Z@ppelin onderscheidt zich onveranderd met hoofdzakelijk de genres educatie en Nederlandse educatieve fictie ten opzichte van de op kinderen gerichte zenders Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD (art. 2.6.1). In 2011 neemt het aandeel buitenlandse fictie bij de NPO volgens de meting af en nemen de aandelen Nederlandse fictie en educatie toe ten opzichte van 2010 (zie tabel 7 in de bijlage).

<sup>8</sup> Websites met programmagerelateerde informatie die direct is gekoppeld aan en ondersteunend voor programma's en programmakanalen worden aangeduid als 'PIPs'. Onder een 'plussite' wordt een website verstaan met programmagerelateerde informatie met extra's zoals verdieping, verbreding en interactie bij een programma of programmakanaal. 'Web-only' betreft websites met media-aanbod dat speciaal voor het web is geproduceerd. Zie: NPO (2010). Concessiebeleidsplan 2010-2016, p. 112.

De NPO schrijft in de Terugblik de zendtijd voor kinderen tussen 19:00 en 19:30 uur te hebben verlengd, dit is terug te zien in de toename van de zendtijd van kinderprogrammering naar 4675 uren (art. 2.6.2).

### 3.3 Vergroten van bereik

De twee prestatieafspraken die de NPO niet wist te realiseren in het rapportagejaar 2010 voldoen ook in 2011 nog niet aan de gestelde criteria, zie de onderstaande tabel. Te beginnen met de prestatieafpraak betreffende het bereik van de Nederlandse bevolking met het audio aanbod (art. 3.1.2). Met een gemiddeld weekbereik van 48,1 procent in 2011 is het criterium van 50 procent van de Nederlanders, zoals gesteld in de prestatieafpraak, nog niet gerealiseerd. Hoewel het Commissariaat een opgaande lijn constateert, zal met een jaarlijkse toename van het bereik met 1,8 en 0,6 procentpunt (in respectievelijk 2009-2010 en 2010-2011) de NPO deze afspraak in 2012 naar alle verwachting nog niet kunnen realiseren. De NPO heeft tegenover het Commissariaat aangegeven extra inspanningen te verrichten om deze prestatieafpraak te realiseren.

De tweede niet nageleefde prestatieafpraak betreft de vergroting van het bereik van Nederland 3 onder de publieksgroep 20-34 jaar (art. 3.2.1). Tegenover een gemiddeld bereik van 56,3 procent over 2009 moet worden geconstateerd dat geen vergroting van het bereik onder deze publieksgroep is gerealiseerd: er is sprake van een verdere afname met 2,2 procentpunten. De NPO heeft tegenover het Commissariaat een toelichting gegeven over de inspanningen die zijn verricht, onder meer het ontwikkelen en plaatsen van pilots of programma formats (art. 2.5a). Daarnaast zal de NPO zich dit jaar inspannen om het profiel van Nederland 3 dusdanig aan te scherpen dat het meer jongeren trekt.

Het Commissariaat zal in het advies over de Meerjarenbegroting 2013-2017 op deze twee niet gerealiseerde prestatieafspraken terugkomen.

Tabel 2. Overzicht van de niet nageleefde prestatieafspraken

Prestatieafpraak		2009	2010	2011
3.1.2	De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	45,7	47,5	48,1
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	56,3*	55,6	54,1

\* De NPO schrijft in de Terugblik 2011 een foutief percentage te hebben gerapporteerd in de Terugblik 2010: 56,6 procent in plaats van 56,3 procent.

### 3.4. Vergroten van de impact

Uit onderzoek van de NPO naar de bijdrage van de televisieprogramma's aan het maatschappelijk debat blijkt dat in 2011 het onderwerp van 637 mediaberichten en/of politieke bronnen was geagendeerd door een van de nieuws- en opinieprogramma's van de Publiek Omroep (art. 4.1.1). Het Commissariaat constateert een opmerkelijke toename van 76 procent ten opzichte van het gerapporteerde aantal in 2010.

Voor radio is een soortgelijke prestatieafpraak in de overeenkomst opgenomen (art. 4.1.2). De NPO rapporteert dat de onderwerpen van Radio 1 en het concurrerende BNR Nieuwsradio in respectievelijk 51 en 34 mediaberichten en/of politieke bronnen werden opgepikt in 2011. Dit tegenover een aantal van respectievelijk 30 en 10 in 2010.

De forse toenames bij beide prestatieafspraken zijn volgens de NPO niet toe te schrijven aan methodische wijzigingen maar veroorzaakt door de media-aandacht die is ontstaan naar aanleiding van bepaalde nieuwsgebeurtenissen.

Tot slot


Op grond van de bevindingen tijdens de verificatie stelt het Commissariaat vast dat de rapportage van de NPO over de naleving van de prestatieafspraken in 2011 is gebaseerd op de afspraken uit het validatie document en dat de resultaten in overeenstemming zijn met hetgeen is gerapporteerd. Hiermee heeft het Commissariaat voldaan aan de taak de gegevens betreffende de naleving van de prestatieovereenkomst te verifiëren.

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

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,  
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

b/a



prof. dr. Tineke Bahlmann  
voorzitter

Bijlage: tabellen 3 tot en met 7.

## Bijlage

Tabel 3. Overzicht naleving prestatieafspraken in 2011

Artikel	Prestatieafpraak	Naleving	
		Wel	Niet
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.	x	
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	x	
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.	x	
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	x	
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.	x	
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).	x	
2.3.2a	Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen: - Jaarlijks live verslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	x	
2.3.2b	- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	x	
2.3.2c	- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	x	
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform.	x	
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.	x	
2.5a	De publieke omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programma formats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit: - Jaarlijks minimaal 20 pilots of programma formats [ontwikkelen]	x	
2.5b	- en programmering van minimaal vier nieuwe programma formats.	x	
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.	x	
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	x	
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 audio aanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.		x
3.1.3	De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.	x	



3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.		x
3.2.2	De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.	x	
4.1.1	Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	x	
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.	x	

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Tabel 4. Prestatieafspraken 2.1.1: De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24).

Domein	2008	2009	2010*	2011	Verschil **
Nieuws	26,5	24,9	25,2	22,4	-2,8
Opinie	12,2	12,9	13,8	16,8	3,0
Samenleving	16,3	17,1	16,1	16,2	0,1
Expressie	24,5	25,6	23,7	24,2	0,5
Kennis	13,8	14,3	15,5	13,5	-2,0
Amusement	6,8	5,2	5,7	6,8	1,1
Totaal	100,1	100,0	100,0	99,9	

\* Percentages wijken af van de Terugblik 2010 i.v.m. een correctie van de zendtijd waarover de aandelen zijn berekend.

\*\* Verschil tussen 2010 en 2011 in procentpunten.

NB: Het televisieaanbod is inclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

Tabel 5. Prestatieafspraken 2.1.2: Het onderscheid van de verdeling van de genremix van het televisieaanbod van de Publieke Omroep, RTL en SBS (tijdvak 00-24)

Genre	NL1-3		RTL		SBS		Verschil*	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Nieuws	16,8	16,3	16,6	16,8	16,2	16,4	0,4	-0,3
Overige buitenlandse fictie	9,8	9,0	28,0	24,7	44,3	40,8	-26,4	-23,8
Meningsvorming	7,8	8,9	1,7	1,2	0,2	0,2	6,9	8,2
Actualiteiten	6,7	8,7	0,5	0,0	0,0	0,0	6,5	8,7
Human interest	6,2	7,7	8,2	9,9	8,0	11,3	-1,9	-2,9
Human actua	6,3	6,8	5,8	6,9	3,8	2,3	1,5	2,2
Overig amusement	4,2	4,9	6,3	4,9	5,0	5,1	-1,5	-0,1
Educatie	7,3	4,5	1,3	0,9	0,8	0,3	6,3	3,9
Service	3,8	4,4	8,4	6,2	11,7	6,4	-6,3	-1,9
Overige NL fictie	4,2	4,0	3,0	4,1	0,6	1,0	2,4	1,5
Actuele sportinformatie	5,1	3,7	3,4	2,3	3,1	1,1	1,9	2,0
Kunstinformatie	3,0	3,3	0,7	0,6	0,5	0,1	2,4	3,0
NL educatieve fictie	2,6	2,8	0,3	0,8	0,0	0,0	2,5	2,4
Populaire muziek	2,7	2,6	1,7	1,1	0,2	0,4	1,8	1,9
Religie**	-	2,6	-	0,7	-	0,6	-	2,0
Overige spel en quiz***	1,6	2,5	7,7	10,8	3,4	11,7	-4,0	-8,8
Sportreportage	2,0	1,8	2,0	3,9	0,4	1,3	0,8	-0,8
Educatieve quiz****	1,6	1,6	0,0	0,1	0,0	0,7	1,6	1,2
Buitenlandse educatieve fictie	1,6	1,2	0,0	1,8	0,0	0,0	1,6	0,3
Human culture**	-	0,8	-	0,0	-	0,1	-	0,8
Overige sportinformatie	1,0	0,5	1,0	0,8	0,0	0,2	0,5	0,0
Satire	0,5	0,5	0,0	0,2	0,3	0,1	0,4	0,4
Klassieke muziek	0,6	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,3
Overige muziek	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,3
Artistiek spel*****	-	0,2	-	1,1	-	0,0	-	-0,4
Cabaret/kleinkunst	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Factual	0,0	0,0	2,6	0,2	0,4	0,1	-1,5	-0,2
Levensbeschouwing**	4,1	-	0,7	-	1,1	-	3,2	-
Totaal	100,1	100,1	99,9	100	100	100,2		

\* Het verschil tussen het percentage van NL1-3 en het gemiddelde percentage van RTL en SBS.

\*\* 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.

NB: Het televisieaanbod is inclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

Tabel 6. Prestatieafspraken 2.3.1: De verdeling van de genremix van het televisieaanbod binnen het domein expressie in procenten (tijdvak 00-24).

Genre	2010*	2011	Vershil**
Kunstinformatie	12,8	14,2	1,4
Nederlandse fictie	17,7	18,9	1,2
Buitenlandse fictie	47,7	46,5	-1,2
Artistiek spel	-	1,3	1,3
Cabaret/kleinkunst	1,5	1,2	-0,3
Satire	1,3	1,4	0,1
Muziek	19,1	16,6	-2,5
Totaal	100,1	100,1	

\* Percentages wijken af van de Terugblik 2010 i.v.m. een correctie van de zendtijd waarover de aandelen zijn berekend.

\*\* Verschil tussen 2010 en 2011 in procentpunten.

NB: Het televisieaanbod is inclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

Tabel 7. Prestatieafspraken 2.6.1: Het onderscheid van de verdeling van de genremix van het kindertelevisieaanbod van de Publieke Omroep en Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD (tijdvak 00-24).

Genre	Z@pp(elin)		Nickelodeon		Disney Channel		Disney XD		Vershil*	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Overige buitenlandse fictie	36,4	33,0	74,3	80,3	99,5	97,8	94,0	92,7	-52,9	-57,3
Nederlandse educatieve fictie	12,4	13,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	12,3	13,1
Overige Nederlandse fictie	9,5	12,7	3,4	4,2	0,0	0,0	3,4	4,9	7,2	9,7
Overig amusement	8,9	8,6	2,3	1,0	0,0	0,2	0,0	0,0	8,1	8,2
Educatie	7,2	8,1	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0	7,2	7,9
Buitenlandse educatieve fictie	7,2	5,5	18,8	12,3	0,0	0,0	1,4	2,0	0,5	0,7
Populaire muziek	5,3	4,3	0,2	0,2	0,0	0,2	0,9	0,3	4,9	4,1
Overige spel en quiz***	3,2	4,0	0,3	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	3,6
Human interest	3,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,8
Nieuws	3,1	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	2,8
Service	0,8	1,8	0,5	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,6	1,7
Human actua	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	1,3
Artistiek spel****	-	0,4	-	0,3	-	0,4	-	0,0	-	0,2
Kunstinformatie	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Religie**	-	0,1	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,1
Overige sportinformatie	2,2	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0
Levensbeschouwing**	0,3	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,3	-
Educatieve quiz*****	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	-0,1
Totaal	99,8	99,9	100,1	100,1	99,9	99,9	99,9	100,0		

\* Het verschil tussen het percentage van Z@pp en Z@ppelin en het gemiddelde percentage van Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD.

\*\* 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 'artistiek spel' is in 2011 nieuw geïntroduceerd.

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