



COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

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

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. staatssecretaris dhr. S. Dekker
Postbus 16375
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE

Datum	Onderwerp		
11 juni 2013	Verificatie naleving prestatieovereenkomst NPO 2012		
Uw kenmerk	Ons kenmerk	Contactpersoon	Doorkiesnummer
	29799/2013008519		

Geachte heer Dekker,

Op 30 april 2013 heeft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) het Commissariaat voor de Media (hierna: Commissariaat) de Terugblik 2012 doen toekomen.¹ Hierin rapporteert de NPO over het naleven 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 valideren² 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 2012, het derde jaar van de huidige concessieperiode.

1. Samenvatting

Met het beslag krijgen van de bezuinigingsmaatregelen die de NPO heeft opgelegd gekregen, zijn de prestaties van de omroep in een ander daglicht komen te staan. Het Commissariaat is zich bewust van de situatie waarin de NPO verkeert. Op basis van het verifiëren van de door de NPO gerapporteerde gegevens over 2012 constateert het Commissariaat dat van de in totaal 20 jaarlijks na te leven afspraken twee afspraken niet zijn nageleefd (art. 3.1.1 en 3.2.1) en één afspraak ten dele is nageleefd (art. 3.2.2). De twee niet nageleefde bereikafspraken zijn in de rapportagejaren 2010 en 2011 eveneens niet nageleefd. Eerder hebben wij u aangegeven dat tijdens de verificatie ten aanzien van 2010 naar voren is gekomen dat deze twee bereikafspraken ambities betreffen uit het concessiebeleidsplan en zodoende door de NPO waren geïnterpreteerd als een over de gehele concessieperiode na te leven prestatieafpraak. Dit zou rechtvaardigen waarom de NPO er nog niet in is geslaagd deze afspraken na te leven.

De NPO heeft ten genoegen van het Commissariaat toegelicht welke acties zij reeds heeft ondernomen in 2012, waartoe dit heeft geresulteerd en hoe in 2013 wordt getracht het bereik te vergroten. Het Commissariaat zal, evenals de voorgaande twee jaar, in het advies over de Meerjarenbegroting 2014-2018 op de (ten dele) niet nageleefde prestatieafspraken terugkomen om vinger aan de pols te blijven houden.

Gedurende 2012 hebben diverse methodische wijzigingen plaatsgevonden in het Nationaal Luisteronderzoek (NLO) dat ten grondslag ligt aan de verantwoording van de NPO over drie bereikafspraken. Het Commissariaat constateert dat de NPO zich niet heeft gehouden aan de afspraak om het Commissariaat vroegtijdig te informeren over voorgenomen methodische aanpassingen. Hierover zal het Commissariaat in gesprek treden met de NPO.

¹ Brief met kenmerk: S&B-uit-11929

² Brief met kenmerk: 25159/2011004175

De methodische wijzigingen hebben als consequentie dat de gegevens op basis waarvan de naleving wordt verantwoord van twee van de 17 jaarlijks na te leven prestatieafspraken (te weten: 3.1.2 en 3.2.2) over het bereik met het audioaanbod in 2012 niet vergelijkbaar zijn met die van 2010 en 2011. Derhalve kan het Commissariaat enkel met een voorbehoud constateren in hoeverre deze afspraken zijn nageleefd (zie paragraaf 4.3. voor overige kanttekeningen). Het effect van de methodische wijzigingen ten aanzien van een derde prestatieafpraak (te weten: 3.1.3) achten wij daarentegen beperkt omdat deze is gebaseerd op luistertijdaandeel. De naleving van deze afspraak beschouwt het Commissariaat dan ook als min of meer vergelijkbaar tussen 2011 en 2012.

2. Wijze van valideren en verifiëren

Op 12 april 2011 heeft het Commissariaat het validatiedocument behorend bij de prestatieovereenkomst 2010-2015 vastgesteld.³ 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, deze heeft de NPO voor 1 mei 2012 nageleefd. Hierover hebben wij u in ons schrijven van 31 mei 2012 geïnformeerd.⁴

Voor de jaarlijkse verificatie heeft het Commissariaat acht 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 6 mei 2013 geïnformeerd.⁵

In de eerste plaats is de prestatieafpraak gecontroleerd betreffende het samenstellen van samenhangende audio- en videopaletten die aansluiten bij het veranderende mediagebruik (art. 1). Vorig jaar heeft de NPO hierover eenmalig gerapporteerd. Gezien de omvang van de afspraak, het belang dat wij hieraan hechten en de verdere afronding hiervan in 2012 is deze afspraak meegenomen in de controle. In de tweede plaats zijn alle prestatieafspraken met betrekking tot het bereik van het audio- en videoaanbod gecontroleerd. Dit in verband met de methodische wijzigingen in de onderliggende onderzoeken. Daarnaast zijn twee bereikafspraken zowel in 2010 als in 2011 niet nageleefd (te weten: 3.1.2 en 3.2.1). In aanvulling hierop zijn een aantal prestatieafspraken gecontroleerd die betrekking hebben op de onderscheidendheid van het publieke programma-aanbod ten opzichte van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen (te weten: 2.1.2 en 2.6.1).

Op 16 mei 2013 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.

3. Wijzigingen door de NPO t.a.v. het validatiedocument

3.1. Wijze van verantwoording door de NPO

Met het vaststellen van het validatiedocument door het Commissariaat op 12 april 2011 is tevens vastgelegd hoe wordt omgegaan met eventuele wijzigingen in de methodiek. Hierover is de volgende passage 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."

³ Brief met kenmerk: 25159/2011004175

⁴ Brief met kenmerk: 27546/2012007170

⁵ Brief met kenmerk: 29799/2013005993

Dit geldt ook voor alle andere afspraken op het gebied van bereik en kijk-/luistertijdaandeel, zowel voor televisie als voor radio". Met het opnemen van deze afspraak hebben wij ingeregeld dat het validatiedocument ontwikkelingen in de bereikonderzoeken niet in de weg staat.

De NPO heeft het Commissariaat bij brief van 2 april 2013 geïnformeerd over verschillende methodische wijzigingen in het Nationaal Luisteronderzoek (NLO) dat ten grondslag ligt aan de verantwoording van de naleving van drie prestatieafspraken over het bereik van het audioaanbod.⁶ Deze methodische wijzigingen in het Nationaal Luisteronderzoek (NLO) zijn begin en medio 2012 doorgevoerd.

Vroegtijdige betrokkenheid van het Commissariaat in de fase waarin de onderzoeksopzet wordt gedefinieerd, of zoals in het onderhavige geval, wordt gewijzigd, is voorwaardelijk om onze taak van valideren te kunnen uitvoeren. Uitsluitend in deze fase kunnen wij onze taak van valideren uitvoeren (dit in tegenstelling tot het achteraf *verifiëren*) en desgewenst de NPO wijzen op bijvoorbeeld de eenduidigheid van operationele definities en de consequentheid in de systematiek. Alleen zo kan het Commissariaat de betrouwbaarheid en vergelijkbaarheid waarborgen van de gegevens op basis waarvan de NPO verantwoording aflegt over de naleving van de verschillende prestatieafspraken. Het Commissariaat constateert dat de NPO zich niet heeft gehouden aan de afspraak om het Commissariaat vroegtijdig te informeren over voorgenomen methodische aanpassingen. Dientengevolge hebben wij onze taak van het voorafgaand valideren van methodische wijzigingen dan ook niet kunnen uitvoeren. Met deze constatering zijn wij ons bewust van het feit dat het NLO een onderzoek betreft dat niet door de NPO zelf worden uitgevoerd.

Afzonderlijk van deze brief zullen wij in gesprek treden met de NPO. Dit met als doel opnieuw afspraken te maken die erop zien dat de NPO vroegtijdig met het Commissariaat in overleg treedt zodat wij onze taak van valideren daadwerkelijk kunnen uitvoeren. Wij hechten groot belang aan het valideren omdat dit aan de grondslag ligt van onze verplichting⁷ u over de naleving van de prestatieafspraken op gedegen wijze te adviseren.

De methodische wijzigingen en de consequenties daarvan voor de naleving van de prestatieafspraken worden afzonderlijk uiteengezet in de hierna volgende paragrafen (3.2 en 3.3). Een inhoudelijk bespreking van de naleving van de betreffende bereikafspraken in 2012 volgt in paragraaf 4.3.

3.2. Methodische wijzigingen

Wijzigingen in het Nationaal LuisterOnderzoek

De NPO licht bij brief (van 2 april 2013) een drietal methodische wijzigingen in het NLO toe. De eerste methodische wijziging betreft de wijze waarop het NLO de uitkomsten van de steekproef weegt. Middels een wijziging van de wegingprocedure beoogt de NLO de representativiteit (d.w.z. de afstemming van karakteristieken van de steekproef bij die van de populatie) te optimaliseren. De uitkomsten van het NLO worden gewogen op basis van sociaal-demografische factoren én een zelfinschatting van de respondent ten aanzien van zijn of haar eigen luistertijd.⁸ Deze laatste variabele dient te corrigeren voor de mogelijke oververtegenwoordiging van respondenten in de steekproef met een hoge luistertijd (veronderstellende dat Nederlanders met een lagere luistertijd mogelijk minder vaak deelnemen aan het luisteronderzoek).

⁶ Brief met kenmerk: uit-11778

⁷ Zoals neergelegd in artikel 5.3 van de Prestatieovereenkomst 2010-2015.

⁸ Het NLO onttrekt gegevens voor de sociaal demografische factoren aan de Gouden Standaard van het CBS. Gegevens over de zelfinschatting vergaart de NLO zelf op basis van de RadioBasisOndervraging.

Met ingang van 1 juli 2012 is deze weging gebaseerd op gegevens van de MSS (waarin exact dezelfde zelfinschattingvraag wordt gehanteerd voor radio, maar ook televisie, print en internet).⁹ Op basis hiervan is geconstateerd dat de luisteraars met een lagere luistertijd inderdaad breder zijn vertegenwoordigd in het NLO op basis van de MSS-weging. Dit heeft als gevolg dat de totale luistertijd lager uitvalt en daarmee tevens het publieksbereik van radio.

De tweede methodische wijziging van de NLO betreft de mogelijkheid voor respondenten om aan te geven of zij één of meerdere dagen gedurende de meetperiode zich in het buitenland bevonden. Met ingang van 2012 kunnen respondenten dit gedurende meetperioden over het hele jaar aangeven en niet alleen in de periode juli-augustus. Het gevolg is dat respondenten die mogelijk in 2011 niet werden meegeteld (vanwege non-response door afwezigheid), in 2012 mogelijk wel worden meegerekend omdat de respondent kan aangeven geen Nederlandse radiozenders te hebben geluisterd (tijdens zijn of haar afwezigheid).

De derde methodische wijziging betreft de meetperiode van het NLO. De rapportageperiode van twee kalendermaanden is gebaseerd op 56 meetdagen: 8 blokken van 7 dagen binnen deze twee kalendermaanden. Met ingang van juli-augustus tellen alle dagen van de twee maanden in een rapportageperiode mee voor de meetperiode.

Opmerkingen over het KijkOnderzoek

De NPO merkt op dat de Stichting KijkOnderzoek (SKO) eveneens de uitkomsten van de steekproef weegt op basis van de MSS. Op grond van informatie van de SKO blijkt echter dat SKO al met ingang van 1 januari 2012 op basis van de MSS weegt. De Media Standard Survey is de (bereikonderzoek brede) opvolger van de SKO Establishment Survey.

3.3. Consequenties van de methodische wijzigingen

Wijzigingen in het LuisterOnderzoek

De methodische wijzigingen in het NLO leiden er volgens de NPO toe dat de gegevens waarmee de naleving van twee prestatieafspraken wordt verantwoord in 2012 niet (meer) vergelijkbaar zijn met die van 2011. Gelet op het feit dat de wijzigingen halverwege 2012 zijn doorgevoerd, zal het effect in 2013 naar verwachting nog duidelijker blijken. Het betreft afspraak 3.1.2 over het wekelijkse bereik van de helft van alle Nederlanders met het audioaanbod van de publieke omroep en afspraak 3.2.2 over het vergroten van het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.

In het kader van de verificatie van de naleving van de prestatieafspraken in 2010 alsmede 2011, waarover wij u informeerden bij brieven van 26 mei 2011¹⁰ en 31 mei 2012¹¹, constateerden wij dat onder meer afspraak 3.1.2 in beide jaren niet werd nageleefd. Daarnaast merkten wij op dat de NPO had aangegeven de doelstelling de helft van de Nederlanders te bereiken met het audioaanbod als ambitie te hebben geformuleerd voor de gehele concessieperiode (afpraak 3.1.2).¹² Het Commissariaat heeft onderstreept dat alle prestatieafspraken echter in principe jaarlijks zijn bedoeld zoals volgt uit de prestatieovereenkomst. Andere redenen voor het niet nakomen van deze prestatieafspraken, bijvoorbeeld van methodologische aard, konden wij op dat moment niet vaststellen.

⁹ Voor een gedetailleerde toelichting, zie:

http://www.nationaalluisteronderzoek.nl/images/Q&A_MSS_weegnorm_in_NLO.pdf

¹⁰ Brief met kenmerk: 25439/2011007319

¹¹ Brief met kenmerk: 27546/2012007170

¹² Zie ook: NPO (2010). Concessiebeidsplan 2010-2016, p. 54.

Gelet op het feit dat (onder meer) prestatieafspraken 3.1.2 ambitieuzer is uitgevallen en daarbij ook de effecten ondervindt van de methodische wijzigingen, spreekt de NPO de verwachting uit deze prestatieafspraken de komende jaren hoogstwaarschijnlijk niet te kunnen naleven. Het Commissariaat merkt hierbij op dat naleving van de bereikafspraken door de NPO niet afdwingbaar is. Dit vanwege het feit dat de NPO enkel indirect kan sturen op bereik.

Opmerkingen over het KijkOnderzoek

De overstap van de SKO Establishment Survey naar de MSS heeft, in tegenstelling tot het luisteronderzoek, geen substantiële consequenties gehad voor het bereik. Dit betekent dat de gegevens op basis waarvan de NPO rapporteert over de naleving van prestatieafspraken 3.1.1 vergelijkbaar zijn voor 2010, 2011 en 2012. Deze prestatieafspraken stelt dat de NPO gemiddeld 85 procent van de Nederlanders bereikt met Nederland 1, 2 en 3 gedurende de concessieperiode.

4. 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 nageleefd. Ten aanzien van 2012 heeft de NPO in totaal 17 afspraken nageleefd, 2 afspraken niet nageleefd en 1 afspraak ten dele nageleefd. Van de overige prestaties is één prestatie reeds nageleefd in 2012 en zullen drie prestaties aan het eind van de concessieperiode in 2015 nageleefd moeten worden. In de bijlage is een overzicht met de mate van naleving van de prestatieafspraken opgenomen (tabel 1).

De prestatieafspraken hebben betrekking op de video- en audioplatforms en zijn gekoppeld aan de vier 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.

4.1. Aansluiten bij veranderend mediagebruik

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

Vorig jaar heeft de NPO hierover eenmalig gerapporteerd en constateerden wij dat de NPO de omvangrijke afspraak succesvol heeft nageleefd. Ook heeft de NPO aangegeven op twee punten nog verdere acties te ondernemen. Om te beginnen betreft dit het toezicht van de NPO op de door u verzochte reductie van het aantal websites.¹³ De NPO heeft ten overstaande van het Commissariaat toegelicht hoe het intekenproces is aangescherpt en ingebed in het audio- en videobeleid waarmee toezicht wordt gehouden op de omvang van het aantal websites. Hiernaast heeft de NPO in 2012 nog verdere invulling gegeven aan het aanbrennen van samenhang in de paletten. In het audio- en videobeleid van de NPO is eveneens het doorlinken van c.q. verwijzen naar websites (de zogeheten 'PIP's' en 'plussites') naar de portals van de NPO ingeregeld. De herkenbaarheid van de websites van de radiokanalen is gerealiseerd middels de invoering van een uniform format, het zogeheten 'etalagemodel'. Het Commissariaat constateert dat de NPO voortvarend verder werkt aan het versterken van de herkenbaarheid van en samenhang in de verschillende paletten.

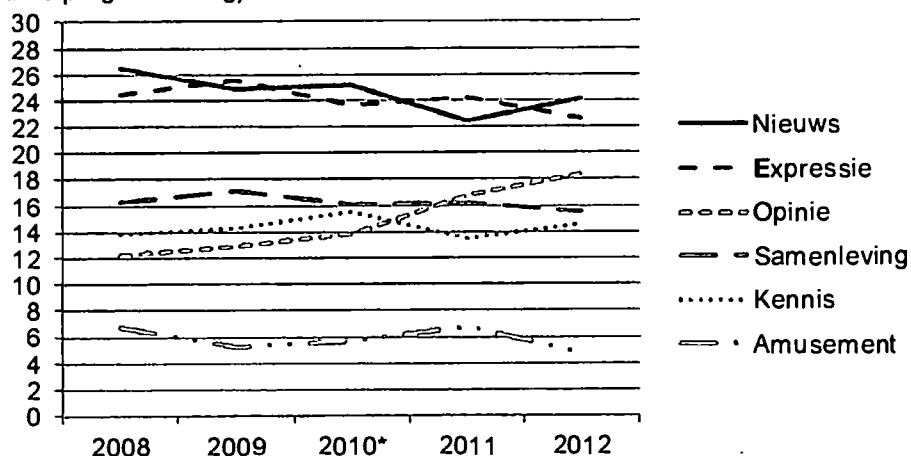
¹³ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (17 juni 2011). Kamerbrief Uitwerking regeerakkoord onderdeel media, p. 10.

4.2. Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De variatie van het aanbod van de televisieprogrammakanalen op het niveau van de zes domeinen (art. 2.1.1) verschuift in 2012 ten opzichte van 2011 meer naar opinie (1,6 procentpunten), nieuws (1,7 procentpunten) en kennis (1,1 procentpunten) ten koste van amusement (-2 procentpunten), expressie (-1,6 procentpunten) en samenleving (-0,7 procentpunt). Zoals wij vorig jaar reeds constateerden, fluctueert het aandeel van de domeinen nieuws en opinie gemiddeld meer dan dat van andere domeinen over de afgelopen vijf jaar, zie figuur 1 (en tabel 2 van de bijlage). In het domein nieuws wordt dit onder meer veroorzaakt door de sportevenementen die in de even jaren plaatsvinden. In deze even jaren lopen met name de aandelen expressie en samenleving terug.

Opvallend is de stijging van het aandeel opinie, waaronder de programma's over actualiteiten en de programma's die een bijdrage leveren aan meningsvorming.

Figuur 1. De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24, incl. kinderprogrammering).



Binnen het domein expressie neemt, net als het voorgaande al in 2011, ook in 2012 met name het aandeel buitenlandse fictie verder af met een aantal procentpunten, dit ten voordele van het aandeel kunstinformatie (art. 2.3.1).

Het programma-aanbod op Nederland 1, 2 en 3 onderscheidt zich van de verschillende zenders van RTL en SBS het sterkst met het aanbieden van de genres actualiteiten, meningsvorming, educatie en kunstinformatie (art. 2.1.2). In tabel 3 van de bijlage zijn de aandelen opgenomen van de eerste drie jaar van de concessieperiode. De genres overige buitenlandse fictie, overige spel en quiz, service en human interest zijn daarentegen minder vertegenwoordigd in de programmering van de NPO ten opzichte van RTL en SBS. In 2012 onderscheidt de NPO zich nog weer iets sterker van de commerciële omroepen ten aanzien van onder meer de genres actualiteiten, meningsvorming, kunstinformatie, human actua en buitenlandse educatieve fictie. Tegelijkertijd valt een (lichte) daling waar te nemen van het aanbod binnen het genre educatie en Nederlandse educatieve fictie in zowel 2011 als 2012 (deze is niet toe te schrijven aan een gelijktijdige toename van het commerciële aanbod). Het nieuwsaanbod van RTL- en SBS-zenders is met ruim een procentpunt in 2012 relatief groter dan dat van de NPO, in absolute termen zendt de NPO met 786 uren echter nog altijd het meeste nieuws uit (RTL: 658 uren, SBS: 387 uren). De genres overige buitenlandse fictie en overig amusement laten over de gehele linie een daling zien en het genre service juist een stijging.

Twee kanttekeningen moeten worden geplaatst bij de interpretatie van de gegevens ten aanzien van prestatieafspraken 2.1.2. Ten eerste, het onderzoek naar onderscheidendheid is gebaseerd op een steekproef van twee maanden. De uitkomsten kunnen derhalve afwijken van de rapportage over de domeinenmix, afspraak 2.1.1. De laatstgenoemde is namelijk gebaseerd op de volledige populatie, ofwel het totale programma-aanbod in het gehele kalenderjaar 2012. Ten tweede, het urentotaal op basis waarvan de percentages zijn berekend, ligt voor RLT en SBS aanzienlijk lager in vergelijking met de NPO (dit geldt eveneens voor afspraak 2.6.1). Dit heeft te maken met het uitsluiten van bijvoorbeeld zendtijd voor telewinkelen.

Het programma-aanbod van Z@pp en Z@ppelin onderscheidt zich het sterkst met het aanbod van de genres Nederlandse educatieve fictie, overige Nederlandse fictie en educatie ten opzichte van de op kinderen gerichte zenders Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD (art. 2.6.1). In tabel 4 van de bijlage zijn de aandelen opgenomen van de eerste drie jaar van de concessieperiode. De rapportage ten aanzien van 2011 en 2012 heeft de NPO uitgebreid met de zender Kindernet.

Deze is hier echter niet meegenomen omdat het geen onderdeel uitmaakt van het toetsingskader. In 2012 nemen de aandelen van de laatste twee genres substantieel toe. Opvallend is de toename van het aandeel buitenlandse educatieve fictie met maar liefst 7 procentpunten. Het genre overige buitenlandse fictie is daarentegen aanzienlijk minder vertegenwoordigd in de programmering van de NPO ten opzichte van de commerciële zenders. Dit laatste onderscheid is in 2012 nog sterker geworden, enerzijds door afname van het aandeel buitenlandse fictie in de programmering van de NPO, anderzijds door een toename hiervan in de programmering van Disney XD en Nickelodeon. De aan kinderprogrammering besteedde zendtijd is ten opzichte van referentiejaar 2009 doorlopend gestegen met 0,5 procent in 2010, 3,3 procent in 2011 en 4,9 procent in 2012 naar in totaal 4.749 uren (art. 2.6.2).

In 2012 bestond 84,1 procent van de zendtijd uit Nederlandstalige producties, het criterium van 70 procent is daarmee voor het derde jaar op rij ruimschoots gehaald (art. 2.1.3). Ook de afspraken omtrent het registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen (art. 2.3.2) en het ontwikkelen en plaatsen van eigen formats en pilots (art. 2.5) zijn opnieuw ruimschoots nageleefd.

Hoewel een ruime meerderheid van het publiek oordeelt dat het afzonderlijke video- en audioaanbod pluriform en kwalitatief goed is, dalen deze percentages in 2012 na een stijging in 2011 (art. 2.4). De waardering van het publiek ten aanzien van de zenderbrede aanbodconcepten, waaronder Top 2000 en Serious Request verandert in 2010, 2011 en 2012 licht (art. 2.1.4).

4.3. Vergroten van bereik

Zoals uitvoerig toegelicht in paragraaf 3 moeten de nodige methodische kanttekeningen worden geplaatst bij het interpreteren van de naleving van de bereikafspraken over het audioaanbod, te weten afspraak 3.1.2 en 3.2.2. Hoewel de methodische wijzigingen evengoed van toepassing zijn op de verantwoording over afspraak 3.1.3, is het effect minder groot omdat de naleving is gebaseerd op een relatieve maat, luistertijdaandeel, in plaats van bereik. Derhalve beschouwen wij de naleving van deze afspraak in 2012 min of meer vergelijkbaar met 2011. Dit in tegenstelling tot de afspraken 3.1.2 en 3.2.2:

- In de eerste plaats kan het Commissariaat alleen een oordeel vellen met de nodige voorbehoud over het effect van de inspanningen van de NPO ten aanzien van de eerder niet nageleefde bereikafspraken 3.1.2 in het rapportagejaar 2010 alsmede 2011;
- In de tweede plaats kan het Commissariaat geen gewicht geven aan de mate waarin bereikafspraken 3.2.2 ten dele niet is nageleefd in 2012;

- In de derde plaats geldt dat het referentiejaar of criterium, waaraan de naleving van de bereikafspraken wordt afgemeten niet vergelijkbaar is.

Ten einde u toch te kunnen informeren over de naleving van de genoemde afspraken, hebben wij de bereikcijfers met de nodige marge geïnterpreteerd. Dit op basis van vergelijkbare gegevens ten aanzien van prestatieafpraak 3.2.1 die de NPO op het verzoek van het Commissariaat heeft overlegd. In tabel 5 tot en met 9 van de bijlage is de naleving weergegeven van alle vijf bereikafspraken over zowel het audio- als het videoaanbod zoals deze door de NPO zijn gerapporteerd in de Terugblik.

Te beginnen met de prestatieafpraak betreffende het bereik van de Nederlandse bevolking met het audioaanbod (art. 3.1.2). Met inachtneming van het effect van de methodische wijzigingen constateert het Commissariaat dat de NPO deze afspraak in 2010, 2011 noch 2012 niet wist na te leven. Ondanks een opgaande lijn vorig jaar, spraken wij uit niet te verwachten dat het criterium van 50 procent van de Nederlanders, gehaald zou worden in 2012. De NPO heeft ten genoegen van het Commissariaat toegelicht welke acties in 2012 zijn ondernomen om het bereik onder de doelgroepen van Radio 2 en Radio 5 te vergroten, waartoe dit heeft geresulteerd en hoe hierop wordt doorgepakt in 2013.

In het verlengde van de hiervoor besproken prestatieafpraak, is de NPO er in 2012 ten dele in geslaagd het bereik te vergroten van de zes radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen (art. 3.2.2). In 2010 en 2011 realiseerde de NPO vergroting van het bereik onder de drie verschillende jongere doelgroepen. In 2012 zakt het bereik onder de (relatieve) jongere doelgroep 35-44 jaar van Radio 2 net onder het percentage van het referentiejaar (2009: 44,7). De NPO heeft toegelicht dat, naast de methodische wijzigingen, hier ook het effect van de wijzigingen in de programmering uit blijkt.

De tweede in 2010 en 2011 niet nageleefde prestatieafpraak over de vergroting van het bereik van Nederland 3 onder de publieksgroep 20-34 jaar (art. 3.2.1) is ook in 2012 niet nageleefd. Het Commissariaat constateert dat het gemiddeld bereik nog verder is wegzakt in 2012 ten opzichte van de voorgaande jaren. Met 52,2 procent in 2012 komt het percentage 4 procentpunten uit onder het referentiejaar (2009: 56,3 procent). De NPO heeft ten genoegen van het Commissariaat toegelicht om welke redenen de inspanningen die in 2012 zijn verricht om het bereik van Nederland 3 onder jongeren te vergroten (onder meer het ontwikkelen en plaatsen van pilots of programmaformats) nog niet hebben geresulteerd in het gewenste effect. De NPO zal dit jaar onder meer middels crosspromotie tussen 3FM en Nederland 3 meer jongeren proberen te trekken.

Halverwege de concessieperiode constateert het Commissariaat dat de NPO wekelijks gemiddeld 85,1 procent van de Nederlanders bereikt met Nederland 1, 2 en 3 (art. 3.1.1). Hoewel de naleving van de afspraak pas in 2015 zal blijken, loopt het percentage van 86,1 in 2010 terug naar 84,3 in 2012. De NPO schrijft te verwachten dat het aantal huishoudens zonder televisie de komende jaren zal toenemen. Bij een ongewijzigde methodiek van de SKO verwacht de NPO dat het weekbereik van Nederland 1, 2 en 3 hierdoor de komende jaren zal afnemen en daarmee prestatieafpraak 3.1.1 moeilijk of mogelijk niet gehaald zal worden.

De vijfde en tevens laatste bereikafpraak stelt dat elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders staat (art. 3.1.3). Radio 2 en 3FM staan drie jaar op rij onverminderd op de tweede en derde plaats waardoor de afspraak ruimschoots wordt nageleefd. Zoals reeds vermeldt acht het Commissariaat de gegevens ten aanzien van 2011 en 2012 min of meer vergelijkbaar omdat de methodische wijzigingen een milder effect hebben op luistertijdaandeel dan bereik.

Het Commissariaat is de voorgaande twee jaar in het advies over de Meerjarenbegroting op de twee niet nageleefd prestatieafspraken terugkomen¹⁴ en zal dat dit jaar opnieuw doen om een vinger aan de pols te blijven houden.

4.4. Vergroten van de impact

Uit onderzoek van de NPO naar de bijdrage van de televisieprogramma's aan het maatschappelijk debat blijkt dat in 2012 het onderwerp van 1373 mediaberichten en/of politieke bronnen was geagendeerd door een van de nieuws- en opinieprogramma's van de NPO (art. 4.1.1). Ten opzichte van de frequentie in 2010 constateert het Commissariaat een verdubbeling in 2011 en bijna een verviervoudiging in 2012.

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 77 en 59 mediaberichten en/of politieke bronnen werden opgepikt in 2012. Ten opzichte van de frequentie in 2010 constateren wij een verdriedubbeling in 2011 en een verzesvoudiging in 2012.

Evenals het voorgaande jaar heeft de NPO verklaard dat de enorme toenames bij beide prestatieafspraken niet toe te schrijven zijn aan methodische wijzigingen. Deze wordt veroorzaakt door de media-aandacht die is ontstaan naar aanleiding van bepaalde nieuwsgebeurtenissen, zoals de Tweede Kamerverkiezingen in september 2012, waarvoor de NPO extra programmering heeft verzorgd. Hoewel het Commissariaat het effect van nieuwsgebeurtenissen onderkent, is de enorme stijging opmerkelijk te noemen.

De uitvoering van het onderzoek dat aan de verantwoording van deze prestatieafspraken ten grondslag ligt is op losse schroeven komen te staan met het wegbezuinigen van het Informatiecentrum van de NPO¹⁵ met ingang van 2013. De NPO heeft toegezegd het Commissariaat op de hoogte te stellen zodra interne besluitvorming heeft plaatsgevonden over de wijze waarop de NPO voorstelt hiermee om te gaan.

¹⁴ Brief met kenmerk: 25700/2011014412 en brief met kenmerk: 27800/2012013282.

¹⁵ NPO (2012). Jaarverslag NPO 2011, pp. 6-7.

5. Tot slot

Met dit schrijven heeft het Commissariaat voldaan aan zijn opdracht de gegevens betreffende de naleving van de prestatieovereenkomst in 2012 te *verifiëren*. Bij deze verificatie hebben wij een voorbehoud gemaakt bij de naleving van de prestatieafspraken 3.1.2 en 3.2.2 over het bereik van het audioaanbod. De naleving van prestatieafpraak 3.1.3 achten wij min of meer vergelijkbaar tussen 2011 en 2012. Dit vanwege het feit dat de methodische wijzigingen een ander effect sorteren op luistertijdaandeel dan op bereik.

Ten aanzien van onze taak van *valideren* zullen wij, zoals reeds toegelicht, met de NPO in gesprek treden.

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



prof. mr. dr. Madeleine de Cock Buning
voorzitter



drs. Eric Eljon
commissaris

Bijlage

Tabel 1. Overzicht naleving prestatieafspraken

Artikel	Prestatieafpraak	Naleving		
		2010	2011	2012
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 zendtijverdeling 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.	✓	✓	✓
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.	✓	✓	✓
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 muziek evenementen: - Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziek evenementen 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.		in 2015	
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.		in 2015	
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 zendtijverdeling 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.	x	x	x
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.	x	x	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.

✓ ✓ ✓

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

✓ ✓ ✓

Tabel 2. Prestatieafspraken 2.1.1: De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24).

Domein	2008	2009	2010*	2011	2012	Vershil **
Nieuws	26,5	24,9	25,2	22,4	24,1	1,7
Opinie	12,2	12,9	13,8	16,8	18,4	1,6
Samenleving	16,3	17,1	16,1	16,2	15,5	-0,7
Expressie	24,5	25,6	23,7	24,2	22,6	-1,6
Kennis	13,8	14,3	15,5	13,5	14,6	1,1
Amusement	6,8	5,2	5,7	6,8	4,8	-2,0
Totaal	100,1	100,0	100,0	99,9	100,0	
Totaal (uren)	g.g.	21.281**	21.800	21.883	22.116	

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

** Verschil tussen 2011 en 2012 in procentpunten.

g.g. = geen gegevens

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

Tabel 3. Prestatieafspraken 2.1.2: De optiesom 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 (tijdvak 00-24).

Genre	NPO (NL1, 2, 3)			RTL (RTL 4, 5, 7, 8)			SBS (SBS6, NetS, Veronica)			Verschil*			Gem.
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is groter of gelijk dan 1 procentpunt													
Actualiteiten	6,7	8,7	10,8	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,5	8,7	10,8	8,7
Meningsvorming	7,8	8,9	9,7	1,7	1,2	1,3	0,2	0,2	0,4	6,9	8,2	8,9	8,0
Educatie	7,3	4,5	4,6	1,3	0,9	1,3	0,8	0,3	0,4	6,3	3,9	3,8	4,6
Kunstinformatie	3,0	3,3	4,5	0,7	0,6	0,4	0,5	0,1	0,8	2,4	3,0	3,9	3,1
Human actua	6,3	6,8	8,2	5,8	6,9	6,5	3,8	2,3	2,7	1,5	2,2	3,6	2,4
NL educatieve fictie	2,6	2,8	2,5	0,3	0,8	0,9	0,0	0,0	0,0	2,5	2,4	2,1	2,3
Actuele sportinformatie	5,1	3,7	3,7	3,4	2,3	3,1	3,1	1,1	0,2	1,9	2,0	2,1	2,0
Populaire muziek	2,7	2,6	2,5	1,7	1,1	0,2	0,2	0,4	0,4	1,8	1,9	2,2	1,9
Religie**		2,6	2,4		0,7	0,7		0,6	0,5		2,0	1,8	1,9
Overige NL fictie	4,2	4,0	4,8	3,0	4,1	4,2	0,6	1,0	2,4	2,4	1,5	1,5	1,8
Buitenlandse educatieve fictie	1,6	1,2	2,8	0,0	1,8	1,4	0,0	0,0	0,0	1,6	0,3	2,1	1,3
Educatieve quiz****	1,6	1,6	1,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,7	0,2	1,6	1,2	1,1	1,3
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is kleiner dan 1 procentpunt en groter dan -1 procentpunt													
Human culture**		0,8	0,6		0,0	0,1		0,1	0,2		0,8	0,5	0,6
Satire	0,5	0,5	0,5	0,0	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,4	0,4	0,3	0,3
Klassieke muziek	0,6	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,3	0,1	0,3
Cabaret/kleinkunst	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,3	0,2
Overige muziek	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,3	0,0	0,2
Overige sportinformatie	1,0	0,5	0,3	1,0	0,8	1,1	0,0	0,2	0,0	0,5	0,0	-0,3	0,1
Sportreportage	2,0	1,8	1,3	2,0	3,9	3,3	0,4	1,3	0,9	0,8	-0,8	-0,8	-0,3
Nieuws	16,8	16,3	15,9	16,6	16,8	16,7	16,2	16,4	17,7	0,4	-0,3	-1,3	-0,4
Artistiek spel*****		0,2	0,4		1,1	2,2		0,0	0,8		-0,4	-1,1	-0,7
Factual	0,0	0,0	0,1	2,6	0,2	1,4	0,4	0,1	0,1	-1,5	-0,2	-0,7	-0,8
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is groter of gelijk dan -1 procentpunt													
Overig amusement	4,2	4,9	2,7	6,3	4,9	4,3	5,0	5,1	4,0	-1,5	-0,1	-1,5	-1,0
Human interest	6,2	7,7	5,8	8,2	9,9	9,8	8,0	11,3	11,7	-1,9	-2,9	-5,0	-3,3
Service	3,8	4,4	5,0	8,4	6,2	9,0	11,7	6,4	7,3	-6,3	-1,9	-3,2	-3,8

Overige spel en quiz***	1,6	2,5	2,0	7,7	10,8	9,4	3,4	11,7	11,8	-4,0	-8,8	-8,6	-7,1
Overige buitenlandse fictie	9,8	9,0	7,3	28,0	24,7	22,4	44,3	40,8	37,6	-26,4	-23,8	-22,7	-24,3
Levensbeschouwing**	4,1			0,7			1,1				3,2		
Totaal	100,1	100,1	100,0	99,9	100,0	100,0	100,0	100,2	100,2				
Totaal (uren)	3.753	3.784	3.761	2.568	2.806	2.843	1.968	2.091	2.062				

* Het verschil in procentpunten 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@ppélin.

Tabel 4. Prestatieafspraken 2.6.1: Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genre-mix en zendtijdverdeling van de genre-mix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie (tijdvak 00-24).

Genre	Z@ppelin			Nickelodeon			Disney Channel			Disney XD			Verschil*			Gem.
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is groter of gelijk dan 1 procentpunt																
Nederlandse educatieve fictie	12,4	13,1	11,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	12,3	13,1	11,5	12,3	
Overige Nederlandse fictie	9,5	12,7	16,7	3,4	4,2	1,5	0,0	0,0	0,0	3,4	4,9	0,0	7,2	9,7	16,2	11,0
Educatie	7,2	8,1	9,5	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,1	7,2	7,9	9,5	8,2	
Overig amusement	8,9	8,6	8,0	2,3	1,0	1,0	0,0	0,2	0,4	0,0	0,0	0,0	8,1	8,2	7,5	8,0
Populaire muziek	5,3	4,3	2,6	0,2	0,2	0,1	0,0	0,2	0,6	0,9	0,3	0,1	4,9	4,1	2,3	3,8
Human interest	3,0	3,8	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,8	3,1	3,3
Overige spel en quiz***	3,2	4,0	3,2	0,3	1,3	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	3,1	3,6	2,7	3,1
Buitenlandse educatieve fictie	7,2	5,5	12,8	18,8	12,3	12,0	0,0	0,0	3,2	1,4	2,0	0,3	0,5	0,7	7,6	2,9
Nieuws	3,1	2,8	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	2,6	2,5	2,8
Service	0,8	1,8	2,6	0,5	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,6	1,7	2,5	1,6
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is kleiner dan 1 procentpunt en groter dan -1 procentpunt																
Overige sportinformatie	2,2	0,0	1,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	1,0	1,0
Artistiek spel****		0,4	0,9		0,3	0,0		0,4	0,0		0,0	0,0		0,2	0,9	0,5
Human actua	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,4
Kunstinformatie	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,1
Human culture		0,0	0,2		0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,2	0,1
Religie**		0,1	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0		0,1	0,0	0,1
Educatieve quiz****	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,2	0,0
Verschil aandeel NPO t.o.v. de commerciële zenders is groter of gelijk dan -1 procentpunt																
Overige buitenlandse fictie	36,4	33,0	24,8	74,3	80,3	83,6	99,5	97,8	95,1	94,0	92,7	99,3	-52,9	-57,3	-67,9	-59,3
Levensbeschouwing**		0,3		0,0			0,0			0,0			0,3			
Totaal	99,5	99,9	99,9	100,1	100,1	100,0	99,9	99,9	100,1	99,9	100,0	100,0				
Totaal (uren)	774	794	808	840	905	906	673	664	1.415	1.426	1.387	1.034				

* Het verschil in procentpunten 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'.

Tabel 5. Prestatieafspraken 3.1.1: De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.

	2009	2010	2011	2012
Bereik van het videoaanbod* (in procenten)	85,0	86,1	84,8	84,3
Gemiddeld bereik			85,5	85,1

* Nederland 1, Nederland 2 en Nederland 3

Tabel 6. Prestatieafspraken 3.1.2: De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.

	2009	2010	2011	2012**
Bereik van het audioaanbod* (in procenten)	45,7	47,5	48,1	46,6

* Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 4, Radio 5 Nostalgie en Radio 6.

** In verband met methodische wijzigingen in het NLO zijn de gegevens in 2012 niet te vergelijken met de voorgaande jaren.

Tabel 7. Prestatieafspraken 3.1.3: De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.

	2010	2011	2012*
Luistertijd aandeel van het audioaanbod (in procenten, per radioprogrammakanaal)			
Plaats 1. Radio 538	10,6	11,6	11,2
Plaats 2. Radio 2	10,0	10,0	9,9
Plaats 3. 3FM	9,6	9,9	9,7

* Ondanks de methodische wijzigingen in het NLO worden de gegevens in 2012 op basis van luistertijdaandeel vergelijkbaar geacht met de voorgaande jaren, dit in tegenstelling tot bereik.

Tabel 8. Prestatieafspraken 3.2.1: Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.

	2009*	2010	2011	2012
Bereik van het videoaanbod (in procenten)	56,3**	55,6	54,1	52,3

* Referentiejaar zoals vastgesteld in het validatiedocument.

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

Tabel 9. Prestatieafspraken 3.2.2: De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.

	2009*	2010	2011	2012***
Bereik van het audioaanbod** (in 15-24 jaar)	32,4	34,2	35,4	35,1

procenten per doelgroep)	25-34 jaar	42,4	45,1	46,1	44,7
	35-44 jaar	44,7	45,8	47,0	44,2

* Referentiejaar zoals vastgesteld in het validatiedocument.

** Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 4, Radio 5 Nostalgie en Radio 6.

*** In verband met methodische wijzigingen in het NLO zijn de gegevens in 2012 niet te vergelijken met de voorgaande jaren.

Postbus 1426 IIII 1200 BK Hilversum IIII

PostNL

€7,47

Afz. I 200BK I 2



NEDERLAND
11.06.13
NetSet PB 826857



Frankiemachine & (Digitale) Postzegel

R NL  Aangetekend

Brief: D-A-1
Pakket: B-P-3



3SRRDT0494153

Kaart:
1A



3SRRDT0494153

1010u 2013-06-11 125 2500BJ 16375

Vak

7

20