



Terugblik 2012



NEDERLANDSE
PUBLIEKE
OMROEP



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Terugblik 2012

NEDERLANDSE
PUBLIEKE
OMROEP



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

Colofon

Voorjaar 2013

Eindredactie en productie

NPO

Corporate website

Publiekeomroep.nl

Vormgeving

Jack and Jones Communication

Fotocredits

Daniel J. Ashes

Michel Schnater

Hans Pool

Leonard Faustie

RJRFotografie

Roy Borghouts

Studio Monde

Paul Ridderhof

Stefan Heijendael

Leendert Jansen

Lilian van Rooij

Hans-Peter van Velthoven

Ans van Heck

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



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

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64



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

Algemeen

Leeswijzer

Deze Terugblik bevat de rapportage van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) over de Prestatieovereenkomst in 2012 en de doelstellingen uit de Meerjarenbegroting (MJB) 2012-2016. De NPO rapporteert hiermee volgens de structuur van het Concessiebeleidsplan 2010-2015, en volgens de Prestatieovereenkomst 2010-2015.

Dit betekent dat een indeling langs de lijnen van de Directie Audio en de Directie Video en langs de lijnen van de vier hoofdambities uit het Concessiebeleidsplan wordt aangehouden.

Bij de rapportage over de doelen uit de MJB 2012-2016 zijn deze doelen steeds vetgedrukt in de tekst weergegeven. De realisatie van de afspraken uit de Prestatieovereenkomst in 2012 is verwerkt in de tekst. Bovendien staan in de bijlage alle afspraken in tabelvorm op een rij.

1. Algemene terugblik

Met gemengde gevoelens kijken we terug op 2012. Met heel veel trots en voldoening, omdat het een fantastisch jaar was waarin de Nederlandse Publieke Omroep zijn waarde voor het Nederlandse publiek op tal van fronten heeft onderstreept. In de onvermijdelijke top 10-lijstjes aan het eind van het jaar figureerden veel programma's van de publieke omroepen. Nederland 1 bleek wederom het belangrijkste net van Nederland te zijn in de ogen van het Nederlandse publiek en ook de radiozenders 3FM en Radio 2 zijn binnen en buiten hun doelgroepen toonaangevend. Voor de publieke radiozenders en televisienetten was 2012 ook een belangrijk en sterk jaar door de verslaglegging van superevenementen als de Olympische Zomerspelen en het EK Voetbal vanuit Oekraïne en Polen. Radio 1 bracht gedurende de Sportzomer een succesvolle en hoog gewaardeerde programmering waarbij redacties van alle omroepen samenwerkten. Daarnaast leverde de Nederlandse Publieke Omroep een belangrijke bijdrage aan het publieke debat gedurende de Tweede Kamerverkiezingen en werd de daaropvolgende kabinetsformatie op veel publieke kanalen intensief gevolgd en van duiding voorzien.



Maar de terugblik op 2012 levert ook gevoelens van verbijstering, woede en onbegrip, omdat het nieuwe kabinet zonder scrupules en tegen alle eerder gewekte verwachtingen en afspraken in, nog eens 100 miljoen euro budgetkorting heeft aangekondigd. Als gevolg daarvan wordt de komende jaren het budget van de Nederlandse Publieke Omroep disproportioneel teruggebracht. Weinig andere organisaties in Nederland zijn op deze wijze geconfronteerd met opeenstapelend kabinetsbeleid in een zo kort tijdsbestek. Tegelijkertijd benadrukt datzelfde kabinet echter de brede taak van de Nederlandse Publieke Omroep en zegt te hechten aan een brede publieke omroep die onderscheidend is, die een groot bereik heeft, die kwaliteitsproducties maakt in allerlei genres en die toegankelijk is via diverse media voor alle mensen in Nederland. De Raad van Bestuur, omroepen en makers nemen deze taak vol overtuiging voor hun rekening, maar kunnen geen ijzer met handen breken.

De voorgenomen nieuwe bezuinigingen zullen grote schade aanrichten aan het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep en in het verlengde daarvan aan andere partijen in de audiovisuele sector. Het kabinet stuurt er daarmee willens en wetens op aan dat een van de beste – en nu al goedkoopste – publieke omroepen in Europa in een proces van marginalisering terecht komt. Wij zullen daarom in 2103 alles op alles zetten om de verantwoordelijke politiek ertoe te bewegen deze voornemens niet tot uitvoering te brengen.

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64

Algemeen



1.1 De mening van het publiek

1.1.1 Waardering

Het Nederlandse publiek ziet een duidelijk onderscheid tussen de Nederlandse Publieke Omroep en de commerciële omroepen. Dat geldt zowel voor Nederlanders met een voorkeur voor de Nederlandse Publieke Omroep als voor mensen met een voorkeur voor de commerciële omroepen. Dit blijkt uit onafhankelijk onderzoek van Ipsos naar het imago en de waardering van de Nederlandse Publieke Omroep en commerciële omroepen.

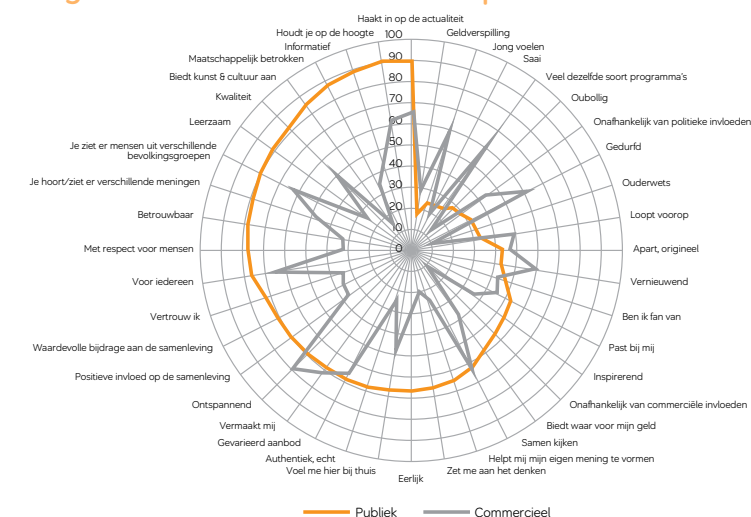
Zoals dat al het geval was in voorgaande jaren kwam ook in 2012 naar voren dat Nederlanders de Nederlandse Publieke Omroep hoog waarden, hoger dan de commerciële omroepen (7,2 versus 6,7). Vooral de kwaliteit, maatschappelijke betrokkenheid, het informatieve karakter, het ruime en afwisselende aanbod en de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid worden daarbij genoemd.

De Nederlandse Publieke Omroep levert een waardevolle bijdrage aan de maatschappij, vinden zowel mensen met een publieke als commerciële voorkeur. Aan de andere kant heeft de bevolking een beeld van de Nederlandse Publieke Omroep als soms oubollig, conservatief en voor ouderen.

De commerciële omroepen worden als totaliteit als meer vernieuwend, ontspannend en gedurfd gezien. Opvallend is dat deze verschillen op het niveau van individuele televisienetten en radiozenders veel kleiner zijn.

Met andere woorden, de Nederlandse Publieke Omroep als geheel wordt als minder vernieuwend gezien dan haar individuele netten en zenders over het algemeen. Dit geeft aan dat er een verschil is in perceptie van de Nederlandse Publieke Omroep als instituut en haar publieke zenders. Niettemin geldt voor beide dat deze gemiddeld gezien als kwalitatief hoogstaand worden gezien en ook zodanig worden gewaardeerd.

Imago Nederlandse Publieke Omroep



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

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64

Algemeen

De NPO streeft ernaar dat het publiek zijn nieuws- en opinieaanbod op radio en televisie als kwalitatief goed en pluriform beoordeelt. Net als in afgelopen jaren is deze ambitie, en daarmee de bijbehorende prestatieafpraak, gerealiseerd.

De grote meerderheid van het publiek vond dit aanbod kwalitatief goed en pluriform.

Voor audio wordt deze afspraak naast Radio 1 ook gemeten voor Radio 5, vanwege het opiniërende aanbod in delen van de avond- en weekend-programmering op deze zender. Het is echter niet uit te sluiten dat ook het beeld van de programmering van Radio 5 Nostalgie, die geen opiniërend aanbod bevat, heeft meegespeeld in de perceptie en zo een rol in de uitkomst van het onderzoek heeft gespeeld.



Nr.	Afspraak	Realisatie		
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt het nieuws en opinie-programma-aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep pluriform.	Gerealiseerd:		
		Video		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		72,6%	7,6%	19,8%
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de Nederlandse Publieke Omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed. ¹	Audio		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		62,7%	13,8%	23,5%
		Gerealiseerd		
		Video		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		71,9%	8,2%	20,0%
		Audio		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		67,3%	8,5%	24,3%
		(Gemeten op Radio 1 en Radio 5 vanwege aanbod nieuws en opinie)		

¹ Dit resultaat is wel te vergelijken met de rapportage over deze afspraak over 2011, maar niet met de rapportage over 2010. Vanaf 2011 wordt namelijk, na overleg met het Commissariaat voor de Media, op een andere manier gemeten dan in de rapportage over 2010.

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

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64

Algemeen

1.1.2 Prijzen

De programma's van omroepen vielen in 2012 vele malen in de prijzen, zowel in Nederland als in het buitenland. Onderstaande tabel bevat een selectie van de nationale prijzen voor publieke omroepproducties. In bijlage 2 is een selectie van de internationale prijzen voor programma's van de publieke omroepen opgenomen.

Audio

Festival	Inzending	Prijzen
Nipkow	Giel Beelen (VARA) Zwarte Lijst (Radio 6)	Zilveren Reismicrofoon Eervolle vermelding Reismicrofoon
Marconi Award	Felix Meurders (VARA) Radio 1 Barend van Deelen en Wijnand Speelman (NCRV)	Marconi Oeuvreaard Marconi Award Beste Radiozender Marconi Award Aanstormend Talent
Radioring	Gerard Ekdorf (AVRO) Effe Ekdorf (AVRO, 3FM)	Zilveren Radioster Man Gouden Radioring
Philip Bloemendalprijs	Luuk Ikink (BNN)	Philip Bloemendalprijs

Video

Festival	Inzending	Prijzen
Nipkow	O'Hanlons Helden (VPRO) Taarten van Abel (VPRO) Van God Los (BNN)	Zilveren Nipkowschijf Ere Zilveren Nipkowschijf Eervolle vermelding
Televizier-Ring	Het Klokhuis (NTR) Ali B. (TROS) Yvon Jaspers (KRO) Gerard Ekdorf (AVRO)	De Gouden Stuiver Zilveren Televizier-Ster Man Zilveren Televizier-Ster Vrouw Televizier Talent Award
Cinekid Kinderkast	Mijn vader is (VPRO) Mijn vader is (VPRO) Checkpoint (EO) Hoe overleef ik (AVRO) Mina Moes (VPRO)	Juryprijs Gouden Kinderkast Juryprijs Kinderkast Non-fictie Publieksprijs Kinderkast Juryprijs Kinderkast Fictie Publieksprijs Kinderkast Fictie



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

Algemeen

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64



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

Vervolg Video

Festival	Inzending	Prijzen
Beeld en Geluid Awards 2011	E.V.A. (VPRO) Joop Keesmaat (Den Uyl en de affaire Lockheed, VARA) Catherine ten Bruggencate (Den Uyl en de Affaire Lockheed, VARA) Janine (Uur van de Wolf, NTR) Sien van Sellingen (afl. Het kapsel) (KRO)	Beeld en Geluid Award Fictie Beste acteur (Fictie) Beste actrice (Fictie) Cultuur Jeugd
De Tegel 2011	EenVandaag	De Tegel, categorie TV Nieuws

1.1.3 Festivals en activiteiten

De partnerships van de NPO met nationale festivals zijn het afgelopen jaar afgenomen vanwege de bezuinigingen op de NPO. Hieronder worden de ondernomen activiteiten toegelicht. Omroepen hebben in 2012 op program-matisch gebied samengewerkt met een groot aantal festivals.

INPUT Nederland

Jaarlijks worden voor de INPUT Nederland de meest innovatieve en spraak-makende documentaires, formats, fictieprogramma's en sportprogramma's voor de INPUT Nederland geselecteerd. INPUT Nederland is een Nederlandse variant van de internationale INPUT. Op maandag 8 oktober vond in het Nederlandse instituut voor Beeld en Geluid dit festival, een samenwerking tussen de NPO en de NOS, plaats. Deze dag is bedoeld voor alle televisie-makers en een selectie uit opleidingsinstituten gericht op media om geïnspi-reerd te raken en kennis te nemen van de internationale ontwikkelingen op mediagebied.

Onder leiding van diverse presentatoren zoals Hugo Borst, Rik van der Westerlaken en Jacomien Nijhoff vonden discussies plaats met een selectie van internationale makers wier programma's op het festival draaiden. Dit jaar stond o.a. het thema Scandinavië centraal. De producent van The Killing was uitgenodigd om te komen praten over het succes van het Scandinavische

drama, maar er was ook weer plek voor nieuwe formats die in Cannes en op de internationale INPUT vooral de aandacht trokken. Ook werden er vier spraakmakende workshops gegeven door Yves Hinant (documentairemaker uit België), Corinne van Egeraat (nieuwe media-platforms), Ireen van Ditschuyzen (films die het maatschappelijk debat beïnvloeden) en Floris Jan van Luyn (onderzoeksjournalistiek).



Algemeen

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms Video	25
Terugblik platforms Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1 Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2 Internationale prijzen	64



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

Meeting met omroepen en culturele sector

Ook in 2012 zijn er bijeenkomsten met omroepen en de culturele sector georganiseerd. Bijvoorbeeld een bijeenkomst met makers van cultuurprogramma's, bedoeld om in algemene zin bij te praten over de ontwikkelingen binnen de Nederlandse Publieke Omroep en de sector. Maar ook waren er bijeenkomsten met producenten uit de dramasector (in het EYE) en met de podiumkunsten.

Cinekid

In 2012 vond voor de vierde keer de Zappdag plaats tijdens Cinekid. Naast de NPO was de NTR een actieve partner. Doelen waren het betrekken van Nederlandse film- en televisiemakers bij Zapp, hen informeren over nieuwe trends in televisieland, én het ontwikkelen krijgen van een nieuw format voor Zapp. Onderwerpen op de Zappdag waren de overgang van publieke kindertelevisie naar publieke kindermedia en een pitch rondom een nieuw kindertelevisieprogramma met als thema duurzaamheid.

IDFA

Jaarlijks committeert Nederland 2 zich aan het IDFA (International Documentary Festival Amsterdam). In de week dat het IDFA plaatsvindt brengt Nederland 2 de documentaires onder de aandacht van het publiek door de programmering dan toe te spitsen op het genre.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

2.1.1 Expressie/kunst

Gevarieerd aanbod aan expressie

Het aanbod aan kunst en expressie was afgelopen jaar wederom breed en gevarieerd. Zowel op radio als op televisie was er voor het publiek veel om van te genieten. Op televisie strekte het aanbod zich uit van kwalitatief hoogstaande fictieseries tot satire (zoals Koefnoen (AVRO) en Toren C (VPRO)) en van kunstinformatie tot concertregistraties. De variatie blijkt uit het overzicht op de volgende pagina.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																			
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 .	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing aanbodsdomein expressie per net – tijdvak 00-24 inclusief Zapp(elin) / 2012</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">percentages</td> <td colspan="4">uren</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>138,9</td> <td>42,4</td> <td>3,6</td> <td>17,9</td> <td>288</td> <td>495</td> <td>112</td> <td>895</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>5,3</td> <td>11,9</td> <td>0,9</td> <td>4,1</td> <td>40</td> <td>138</td> <td>28</td> <td>206</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>33,5</td> <td>30,6</td> <td>2,7</td> <td>13,8</td> <td>248</td> <td>357</td> <td>83</td> <td>688</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>11,7</td> <td>12,5</td> <td>23,7</td> <td>19,3</td> <td>87</td> <td>146</td> <td>732</td> <td>964</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>10,3</td> <td>8,8</td> <td>17,5</td> <td>14,4</td> <td>76</td> <td>102</td> <td>542</td> <td>720</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>0,7</td> <td>2,2</td> <td>4,7</td> <td>3,5</td> <td>6</td> <td>25</td> <td>146</td> <td>177</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>1,2</td> <td>0,8</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>37</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,2</td> <td>1,3</td> <td>0,2</td> <td>0,5</td> <td>2</td> <td>16</td> <td>7</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>20,8</td> <td>30,8</td> <td>49,9</td> <td>41,1</td> <td>154</td> <td>360</td> <td>1.545</td> <td>2.059</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>5,8</td> <td>1,7</td> <td>2,1</td> <td>2,6</td> <td>43</td> <td>20</td> <td>66</td> <td>129</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>3,8</td> <td>0,2</td> <td>1,3</td> <td>1,4</td> <td>28</td> <td>2</td> <td>40</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>5,0</td> <td>0,3</td> <td>1,4</td> <td>1,7</td> <td>37</td> <td>3</td> <td>42</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>14,0</td> <td>12,2</td> <td>18,0</td> <td>16,1</td> <td>104</td> <td>142</td> <td>557</td> <td>804</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>11,9</u></td> <td><u>3,5</u></td> <td><u>17,9</u></td> <td><u>13,7</u></td> <td><u>88</u></td> <td><u>40</u></td> <td><u>555</u></td> <td><u>683</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>4,5</td> <td>3,0</td> <td>4,0</td> <td>3,9</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>124</td> <td>193</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>7,4</td> <td>0,4</td> <td>13,9</td> <td>9,8</td> <td>55</td> <td>5</td> <td>431</td> <td>491</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>1,7</u></td> <td><u>7,4</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>2,0</u></td> <td><u>13</u></td> <td><u>86</u></td> <td><u>3</u></td> <td><u>102</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>1,5</td> <td>7,1</td> <td>0,1</td> <td>1,9</td> <td>11</td> <td>82</td> <td>2</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>0,4</u></td> <td><u>1,4</u></td> <td><u>0,0</u></td> <td><u>0,4</u></td> <td><u>3</u></td> <td><u>16</u></td> <td><u>0</u></td> <td><u>19</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>0,4</td> <td>1,2</td> <td>0,0</td> <td>0,3</td> <td>3</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>TOTAAL</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>740</td> <td>1.168</td> <td>3.095</td> <td>5.003</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				uren				Kunstinformatie	138,9	42,4	3,6	17,9	288	495	112	895	- documentaires	5,3	11,9	0,9	4,1	40	138	28	206	- overig	33,5	30,6	2,7	13,8	248	357	83	688	Nederlandse fictie	11,7	12,5	23,7	19,3	87	146	732	964	- tv-serie	10,3	8,8	17,5	14,4	76	102	542	720	- speelfilm	0,7	2,2	4,7	3,5	6	25	146	177	- telefilm	0,4	0,0	1,2	0,8	3	0	37	40	- toneelregistratie	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	1	2	- kort drama	0,2	1,3	0,2	0,5	2	16	7	24	- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1	Buitenlandse fictie	20,8	30,8	49,9	41,1	154	360	1.545	2.059	Artistiek spel	5,8	1,7	2,1	2,6	43	20	66	129	Cabaret/kleinkunst	3,8	0,2	1,3	1,4	28	2	40	71	Satire	5,0	0,3	1,4	1,7	37	3	42	83	Muziek	14,0	12,2	18,0	16,1	104	142	557	804	<u>Populaire muziek</u>	<u>11,9</u>	<u>3,5</u>	<u>17,9</u>	<u>13,7</u>	<u>88</u>	<u>40</u>	<u>555</u>	<u>683</u>	- liveregistratie	4,5	3,0	4,0	3,9	34	35	124	193	- overig	7,4	0,4	13,9	9,8	55	5	431	491	<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>7,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,0</u>	<u>13</u>	<u>86</u>	<u>3</u>	<u>102</u>	- liveregistratie	1,5	7,1	0,1	1,9	11	82	2	96	- overig	0,2	0,3	0,0	0,1	2	4	0	6	<u>Overige muziek</u>	<u>0,4</u>	<u>1,4</u>	<u>0,0</u>	<u>0,4</u>	<u>3</u>	<u>16</u>	<u>0</u>	<u>19</u>	- liveregistratie	0,4	1,2	0,0	0,3	3	14	0	17	- overig	0,0	0,2	0,0	0,0	0	2	0	2	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	740	1.168	3.095	5.003
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																													
	percentages				uren																																																																																																																																																																																																																																																
Kunstinformatie	138,9	42,4	3,6	17,9	288	495	112	895																																																																																																																																																																																																																																													
- documentaires	5,3	11,9	0,9	4,1	40	138	28	206																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	33,5	30,6	2,7	13,8	248	357	83	688																																																																																																																																																																																																																																													
Nederlandse fictie	11,7	12,5	23,7	19,3	87	146	732	964																																																																																																																																																																																																																																													
- tv-serie	10,3	8,8	17,5	14,4	76	102	542	720																																																																																																																																																																																																																																													
- speelfilm	0,7	2,2	4,7	3,5	6	25	146	177																																																																																																																																																																																																																																													
- telefilm	0,4	0,0	1,2	0,8	3	0	37	40																																																																																																																																																																																																																																													
- toneelregistratie	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	1	2																																																																																																																																																																																																																																													
- kort drama	0,2	1,3	0,2	0,5	2	16	7	24																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1																																																																																																																																																																																																																																													
Buitenlandse fictie	20,8	30,8	49,9	41,1	154	360	1.545	2.059																																																																																																																																																																																																																																													
Artistiek spel	5,8	1,7	2,1	2,6	43	20	66	129																																																																																																																																																																																																																																													
Cabaret/kleinkunst	3,8	0,2	1,3	1,4	28	2	40	71																																																																																																																																																																																																																																													
Satire	5,0	0,3	1,4	1,7	37	3	42	83																																																																																																																																																																																																																																													
Muziek	14,0	12,2	18,0	16,1	104	142	557	804																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Populaire muziek</u>	<u>11,9</u>	<u>3,5</u>	<u>17,9</u>	<u>13,7</u>	<u>88</u>	<u>40</u>	<u>555</u>	<u>683</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	4,5	3,0	4,0	3,9	34	35	124	193																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	7,4	0,4	13,9	9,8	55	5	431	491																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>7,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,0</u>	<u>13</u>	<u>86</u>	<u>3</u>	<u>102</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	1,5	7,1	0,1	1,9	11	82	2	96																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,2	0,3	0,0	0,1	2	4	0	6																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Overige muziek</u>	<u>0,4</u>	<u>1,4</u>	<u>0,0</u>	<u>0,4</u>	<u>3</u>	<u>16</u>	<u>0</u>	<u>19</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	0,4	1,2	0,0	0,3	3	14	0	17																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,2	0,0	0,0	0	2	0	2																																																																																																																																																																																																																																													
TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	740	1.168	3.095	5.003																																																																																																																																																																																																																																													

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																			
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.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing domein expressie per net – tijdvak 16-24 inclusief Zapp(elin) / 2012</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">percentages</td> <td colspan="4">uren</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>9,2</td> <td>39,8</td> <td>7,2</td> <td>18,3</td> <td>28</td> <td>257</td> <td>72</td> <td>358</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>0,5</td> <td>13,3</td> <td>2,6</td> <td>5,8</td> <td>1</td> <td>86</td> <td>26</td> <td>113</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>8,7</td> <td>26,5</td> <td>4,6</td> <td>12,5</td> <td>27</td> <td>171</td> <td>47</td> <td>245</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>24,4</td> <td>16,5</td> <td>36,1</td> <td>27,8</td> <td>75</td> <td>106</td> <td>363</td> <td>544</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>21,6</td> <td>13,3</td> <td>26,0</td> <td>21,1</td> <td>66</td> <td>86</td> <td>261</td> <td>413</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>1,7</td> <td>1,7</td> <td>7,2</td> <td>4,5</td> <td>5</td> <td>11</td> <td>72</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,5</td> <td>0,0</td> <td>2,8</td> <td>1,5</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>28</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,6</td> <td>1,1</td> <td>0,1</td> <td>0,5</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>1</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>33,9</td> <td>35,1</td> <td>34,7</td> <td>34,7</td> <td>104</td> <td>226</td> <td>349</td> <td>679</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>9,3</td> <td>0,8</td> <td>4,4</td> <td>4,0</td> <td>28</td> <td>5</td> <td>44</td> <td>78</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>7,0</td> <td>0,2</td> <td>3,7</td> <td>3,1</td> <td>22</td> <td>1</td> <td>37</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>6,1</td> <td>0,0</td> <td>3,8</td> <td>2,9</td> <td>19</td> <td>0</td> <td>38</td> <td>57</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>10,1</td> <td>7,7</td> <td>10,1</td> <td>9,3</td> <td>31</td> <td>50</td> <td>101</td> <td>182</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>7,5</u></td> <td><u>4,4</u></td> <td><u>9,9</u></td> <td><u>7,7</u></td> <td><u>23</u></td> <td><u>28</u></td> <td><u>99</u></td> <td><u>150</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>6,2</td> <td>3,6</td> <td>6,3</td> <td>5,4</td> <td>19</td> <td>23</td> <td>64</td> <td>106</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>1,4</td> <td>0,7</td> <td>3,5</td> <td>2,3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>36</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>1,7</u></td> <td><u>2,7</u></td> <td><u>0,2</u></td> <td><u>1,3</u></td> <td><u>5</u></td> <td><u>18</u></td> <td><u>2</u></td> <td><u>25</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>1,6</td> <td>2,7</td> <td>0,2</td> <td>1,2</td> <td>5</td> <td>17</td> <td>2</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>0,9</u></td> <td><u>0,6</u></td> <td><u>0,0</u></td> <td><u>0,3</u></td> <td><u>3</u></td> <td><u>4</u></td> <td><u>0</u></td> <td><u>7</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>0,9</td> <td>0,6</td> <td>0,0</td> <td>0,3</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAAL</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>306</td> <td>645</td> <td>1.004</td> <td>1.956</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				uren				Kunstinformatie	9,2	39,8	7,2	18,3	28	257	72	358	- documentaires	0,5	13,3	2,6	5,8	1	86	26	113	- overig	8,7	26,5	4,6	12,5	27	171	47	245	Nederlandse fictie	24,4	16,5	36,1	27,8	75	106	363	544	- tv-serie	21,6	13,3	26,0	21,1	66	86	261	413	- speelfilm	1,7	1,7	7,2	4,5	5	11	72	89	- telefilm	0,5	0,0	2,8	1,5	2	0	28	29	- toneelregistratie	0,0	0,2	0,0	0,1	0	1	0	1	- kort drama	0,6	1,1	0,1	0,5	2	7	1	10	- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1	Buitenlandse fictie	33,9	35,1	34,7	34,7	104	226	349	679	Artistiek spel	9,3	0,8	4,4	4,0	28	5	44	78	Cabaret/kleinkunst	7,0	0,2	3,7	3,1	22	1	37	60	Satire	6,1	0,0	3,8	2,9	19	0	38	57	Muziek	10,1	7,7	10,1	9,3	31	50	101	182	<u>Populaire muziek</u>	<u>7,5</u>	<u>4,4</u>	<u>9,9</u>	<u>7,7</u>	<u>23</u>	<u>28</u>	<u>99</u>	<u>150</u>	- liveregistratie	6,2	3,6	6,3	5,4	19	23	64	106	- overig	1,4	0,7	3,5	2,3	4	5	36	44	<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>2,7</u>	<u>0,2</u>	<u>1,3</u>	<u>5</u>	<u>18</u>	<u>2</u>	<u>25</u>	- liveregistratie	1,6	2,7	0,2	1,2	5	17	2	24	- overig	0,1	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	<u>Overige muziek</u>	<u>0,9</u>	<u>0,6</u>	<u>0,0</u>	<u>0,3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>0</u>	<u>7</u>	- liveregistratie	0,9	0,6	0,0	0,3	3	4	0	7	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	306	645	1.004	1.956
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																													
	percentages				uren																																																																																																																																																																																																																																																
Kunstinformatie	9,2	39,8	7,2	18,3	28	257	72	358																																																																																																																																																																																																																																													
- documentaires	0,5	13,3	2,6	5,8	1	86	26	113																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	8,7	26,5	4,6	12,5	27	171	47	245																																																																																																																																																																																																																																													
Nederlandse fictie	24,4	16,5	36,1	27,8	75	106	363	544																																																																																																																																																																																																																																													
- tv-serie	21,6	13,3	26,0	21,1	66	86	261	413																																																																																																																																																																																																																																													
- speelfilm	1,7	1,7	7,2	4,5	5	11	72	89																																																																																																																																																																																																																																													
- telefilm	0,5	0,0	2,8	1,5	2	0	28	29																																																																																																																																																																																																																																													
- toneelregistratie	0,0	0,2	0,0	0,1	0	1	0	1																																																																																																																																																																																																																																													
- kort drama	0,6	1,1	0,1	0,5	2	7	1	10																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1																																																																																																																																																																																																																																													
Buitenlandse fictie	33,9	35,1	34,7	34,7	104	226	349	679																																																																																																																																																																																																																																													
Artistiek spel	9,3	0,8	4,4	4,0	28	5	44	78																																																																																																																																																																																																																																													
Cabaret/kleinkunst	7,0	0,2	3,7	3,1	22	1	37	60																																																																																																																																																																																																																																													
Satire	6,1	0,0	3,8	2,9	19	0	38	57																																																																																																																																																																																																																																													
Muziek	10,1	7,7	10,1	9,3	31	50	101	182																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Populaire muziek</u>	<u>7,5</u>	<u>4,4</u>	<u>9,9</u>	<u>7,7</u>	<u>23</u>	<u>28</u>	<u>99</u>	<u>150</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	6,2	3,6	6,3	5,4	19	23	64	106																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	1,4	0,7	3,5	2,3	4	5	36	44																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>2,7</u>	<u>0,2</u>	<u>1,3</u>	<u>5</u>	<u>18</u>	<u>2</u>	<u>25</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	1,6	2,7	0,2	1,2	5	17	2	24																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,1	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Overige muziek</u>	<u>0,9</u>	<u>0,6</u>	<u>0,0</u>	<u>0,3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>0</u>	<u>7</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	0,9	0,6	0,0	0,3	3	4	0	7																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																													
TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	306	645	1.004	1.956																																																																																																																																																																																																																																													

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



Nr.	Afspraak	Realisatie
2.3.2	Jaarlijks live verslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	Gerealiseerd: Radio 6 8 3FM 13 FunX 10
	Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2; minimaal drie per jaar.	Gerealiseerd: 4
	Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4; minimaal 75 per jaar.	Gerealiseerd: 144

Voorbeelden van fictieseries in 2012 waren Dokter Deen (MAX), Flikken Maastricht (TROS), en Beatrix, Oranje onder vuur (VPRO) op Nederland 1, De geheimen van Barslet (NCRV/NTR) en Lijn 32 (KRO/NCRV) op Nederland 2, Feuten II (BNN) en Penozo II (KRO) op Nederland 3 en op Zapp(elin), De 4 van Westwijk (AVRO) en nieuwe series van SpangaS (NCRV) en VRijland (KRO).

De programmering van de radiozenders bestaat voor een belangrijk deel uit muziek en daarmee 'expressie'. De grote variatie in muzieksoorten en programmavormen werd in 2012 gecontinueerd: urban, pop/rock, klassiek en jazz en soul, met veel aandacht voor nieuwe (Nederlandse) muziek. Naast eigen geproduceerde radioconcerten, bieden de radiozenders ook live-verslagen van festivals (zoals North Sea Jazz, Lowlands en Eurosonic/Noorderslag) en concerten. Ook Nederland 3 was in 2012 aanwezig op de festivals Eurosonic/ Noorderslag, Pinkpop en Lowlands met de 3 On Stage containersessies. Deze sessies zijn onder andere uitgezonden op Nederland 3, 3FM en 101.TV.

Visie- en strategieontwikkeling

Hieronder worden voor de benoemde ambities met betrekking tot kunst en expressie in het Concessiebeleidsplan de belangrijkste resultaten in 2012 weergegeven.

Verbeteren herkenbaarheid en vindbaarheid

Via redactionele crosspromotie, de inzet van sociale media zoals Twitter en aandacht op de kunst en cultuurportal Cultura hebben **de kunstprogramma's op Nederland 2 in 2012 meer aandacht besteed aan het geleiden van het publiek naar andere kunstprogrammering.**

Aan de ambitie om het **drama-aanbod op Nederland 2 aantrekkelijk te maken voor een breder publiek** is gewerkt door onder andere de series Wonderen van Barslet (NCRV/NTR) en Lijn 32 (KRO/NCRV).

Het bereik van onze tv-programma's binnen het domein expressie is ten opzichte van 2011 licht gedaald. De belangrijkste oorzaken hiervoor zijn de



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

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
 - 2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 10
 - 2.1.1 Expressie/kunst 10
 - 2.1.2 Representatie 16
 - 2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 16
 - 2.2 Verbeteren bereik 17
 - 2.2.1 Vergroten bereik jongeren 17
 - 2.2.2 Video overall 19
 - 2.2.3 Audio overall 19
 - 2.3 Vergroten van impact 20
 - 2.3.1 Publiciteit en agendasetting 20
 - 2.3.2 Focus en herkenbaarheid 22
 - 2.3.3 Samenwerking 23
 - 2.4 Veranderend mediagebruik 24
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



daling van het totale weekbereik en de eveneens lichte daling van het aantal uren binnen dit domein. Het is niet goed mogelijk om op dergelijke lichte schommelingen in uren en aandeel effectief te sturen, omdat dit van vele, vaak slecht te beïnvloeden, factoren in het programmeringsproces afhankelijk is.

Domein Expressie - gemiddels weekbereik % (vijf minuten aaneengesloten gekeken)	2011	2012
6+	63,3	62,3
20 tot 34 jaar	53,3	50,5
Gem. programmaduur (hh:mm) per week	97:13	95:55

Binnen het palet van Radio 4 zijn in 2012 extra inspanningen verricht om klassieke muziek bij het publiek te brengen. Via het Radio 4 Concerthuis op internet kan het publiek wanneer het wil online klassieke concerten, uitgezonden door Radio 4, beluisteren. Via dit Concerthuis zijn altijd meer dan 100 concerten te beluisteren. Een andere manier om klassieke muziek bij het publiek te brengen is **het evenement dat in 2012 ontwikkeld is om de band**

met de luisteraar te versterken: de Hart & Ziel-lijst. In oktober werd het publiek opgeroepen om te vertellen door welk klassiek muziekstuk men het meest werd geraakt. De lijst met de werken die het hoogst zijn geëindigd werden op Radio 4 tijdens twee speciale Hart & Ziel-dagen uitgezonden. Er was ook een live-uitzending vanuit het Bimhuis in Amsterdam op Nederland 2, verzorgd door de NTR. Hierin ging Hans Haffmans op zoek naar verhalen van luisteraars en prominenten achter de muziek uit de Hart & Ziel-lijst. De verhalen werden afgewisseld met livemuziek van onder andere pianist Lucas Jusse, violiste Liza Ferschtman en de Italiaanse pianist Enrico Pace.

Door **de inperking van het aantal MCO-ensembles** vanaf augustus 2013 kan de Nederlandse Publieke Omroep voor zijn eigen Levende Muziek-series op Radio 4 nog slechts beschikken over het Radio Filharmonisch Orkest en het Groot Omroepkoor. Conform het door de minister van OCW overgenomen advies van de NPO, zullen de bestaande Levende Muziek-series in enigszins ingekorte wijze worden gecontinueerd. De twee ensembles zullen, samen met



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

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

degenen die bij NTR, AVRO en TROS betrokken zijn bij programmering en productie van de series, worden ondergebracht in de, binnen de Nederlandse Publieke Omroep gepositioneerde, nieuwe Stichting Omroep Muziek.

Via onze jongerenplatforms willen we meer aandacht besteden aan cultuur. Ook in 2012 **zijn de vaste kunst- en muziekslots** zoals het Kinderprinsengracht-festival en het Junior Songfestival op Zapp en De tiende van Tijd (AVRO) op Nederland 3 **verder ontwikkeld en gecontinueerd**. Onder andere door tv en radio-uitzendingen rondom grote popfestivals zoals Lowlands en Pinkpop en het jaarlijkse evenement Serious Request zijn **de bestaande samenwerkingsmogelijkheden tussen de jongerenplatforms Nederland 3 en 3FM gecontinueerd**. Tijdens Serious Request waren er op Nederland 3 updates te zien, en van Lowlands en Pinkpop werd op dit net verslag gedaan. Met bijvoorbeeld de zoektocht naar een nieuwe Singer-Songwriter (BNN/VARA) en de ontwikkeling van TopPop 3 (AVRO) wordt deze samenwerking verder geïntensiveerd. Door de inzet van vooral Nederlandse dramaserie, zoals Penosa (KRO) en Van God Los (BNN), op de zondagavond, krijgt **Nederlandse fictie een 'anker' in het schema van Nederland 3**: Nederlandse series worden herkenbaar neergezet op het net, zodat de kijker weet wat hij kan verwachten.

Het merendeel van de kunstprogrammering wordt verzorgd door AVRO, NTR en VPRO. Deze omroepen hebben op **Nederland 2 de samenwerking op het gebied van het Kunst-en cultuuraanbod proberen te versterken**. In 2012 zijn aan de hand van het door de AVRO, NTR en VPRO opgestelde plan voor het palet kunst en cultuur daartoe intensieve gesprekken gevoerd. Dit heeft onder andere geresulteerd in meer onderlinge afstemming van gasten en onderwerpkeuze. In 2012 **continueerden de omroepen de praktische samenwerkingsverbanden** onder andere door met de rubrieken op productioneel gebied samen te werken rondom grote evenementen zoals de Uitmarkt. In het plan van de drie omroepen is aandacht voor het beter **leiden van het publiek** vanuit de programma's op de **hoofdzender naar het aanbod op het themakanaal en portal Cultura 24**. 2013 wordt benut om deze doorverwijzingen verder te realiseren. De portal Cultura 24 heeft halverwege 2012



een re-styling ondergaan, waardoor via gemist.cultura.nl al het cultuuraanbod van de Nederlandse Publieke Omroep is samengebracht en op trefwoord doorzoekbaar is.

Sector

De Nederlandse Publieke Omroep werd in 2012 overvallen door een nieuwe bezuinigingsslag, die door zijn omvang directe en grote gevolgen zal gaan hebben voor het programma-aanbod. Duidelijk werd al snel dat door de tegelijkertijd aangekondigde opheffing van het Mediafonds de genres drama en documentaire onevenwichtig hard geraakt zouden worden. De productie en uitzending van artistieke documentaires en hoogwaardig drama voor de kanalen van de Nederlandse Publieke Omroep dreigden daarmee in gevaar te komen. Eind november heeft de Nederlandse Publieke Omroep om die reden in een brief aan het ministerie aangekondigd dat indien het budget van het Mediafonds wegvalt, de Nederlandse Publieke Omroep deze aanvullende financiering van 14 miljoen euro uit eigen budget voor talentontwikkeling en hoogwaardige drama en documentaires zal compenseren. De NPO neemt zijn verantwoordelijkheid, maar het kan niet anders dan dat dit ten koste zal gaan van andere (kostbare) programmacategorieën.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.1.2 Representatie

Aanbod

Een van de speerpunten uit het Concessiebeleidsplan is de verbetering van de afspiegeling van de samenleving in de programma's. De Nederlandse Publieke Omroep is immers van en voor alle Nederlanders, en bovendien biedt het laten zien van verschillende invalshoeken en achtergronden in programma's een creatieve kans. De focus ligt hierbij op de representatie van vrouwen en niet-westerse allochtonen. De NPO en omroepen hebben in het CBP afgesproken hierover afspraken te maken. De in de Meerjarenbegroting 2012 opgenomen ambitie luidde als volgt; **voor 2012 worden er voor de gezichtsbepalende televisienetten en toonaangevende radiozenders afspraken gemaakt tussen de NPO en omroepen over de verbetering van de representatie in een selectie van programmatitels. Hierbij wordt rekening gehouden met de kaders vanuit het CBP en de ambities van de omroep in kwestie.** Deze ambitie is deels gerealiseerd. Voor televisie zijn afspraken op hoofdlijnen gemaakt voor een selectie van titels, voor radio zijn deze afspraken niet tot stand gekomen. In de praktijk blijkt dat het gesprek tussen NPO en omroepen over dit onderwerp meer baat heeft bij een creatieve discussie over het aanbod. Daarom is de focus hiernaartoe verschoven. Wel is het onderzoek naar de representativiteit van het aanbod afgelopen jaar gecontinueerd, zodat omroepen voor een selectie van titels na afloop van de uitzending inzicht hebben in de representatie. Voor radio zijn analyses op zenderniveau uitgevoerd. In de tweede helft van 2013 zal de NPO daarnaast de monitor Representatie uit 2010 herhalen, om zo een tussentijdse stand van zaken van de prestatieafpraak over representatie te verkrijgen.

Een tweede ambitie was **het organiseren van bijeenkomsten en stimuleren van kennisdeling tussen omroepen die in 2010 en 2011 deelnamen aan het Stimuleringsplan Representatie.** Dit is gerealiseerd, onder andere door deelname aan de Diversity Show update, georganiseerd door de NTR, in februari 2012. Redacteurs van omroepen verzorgden workshops en wisselden kennis uit over het vergroten van de representatie in het aanbod.

Bereik

Voor het vergroten van het bereik onder allochtonen, ligt de focus op een inclusieve strategie, gericht op het vergroten van het bereik onder jongeren. Bereikscijfers onder niet-westerse allochtonen zijn niet in detail af te leiden uit de continu bereiksonderzoeken voor radio en televisie. Dit vanwege de representativiteit van de panels, maar ook vanwege de omvang van de groepen. Zelfs als niet-westerse allochtonen volledig representatief in de panels vertegenwoordigd zouden zijn, zijn de aantallen respondenten niet groot genoeg om per groep (bijvoorbeeld Turkse Nederlanders of jonge niet-westerse allochtonen) uitspraken te doen. De NPO doet daarom aanvullend bereiksonderzoek onder de vier grootste groepen niet-westerse allochtonen: Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse/Arubaanse Nederlanders. Uit onderzoek in 2012 bleek dat de drie televisienetten per week 68% van deze groepen bereikten. Voor de zeven radiozenders is het weekbereik 20% - waarvan een belangrijk deel wordt gerealiseerd door FunX. Het is belangrijk op te merken dat deze cijfers op geen enkele manier te vergelijken zijn met de cijfers uit het continu kijk- en luisteronderzoek, en dat de cijfers van het ene op het andere jaar kunnen variëren, doordat ze een eenmalige meting betreffen.

2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit

In het Concessiebeleidsplan is als ambitie neergelegd dat de Nederlandse Publieke Omroep een extra impuls wil geven aan de kwaliteit, pluriformiteit en



- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
 - 2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 10
 - 2.1.1 Expressie/kunst 10
 - 2.1.2 Representatie 16
 - 2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 16
 - 2.2 Verbeteren bereik 17
 - 2.2.1 Vergroten bereik jongeren 17
 - 2.2.2 Video overall 19
 - 2.2.3 Audio overall 19
 - 2.3 Vergroten van impact 20
 - 2.3.1 Publiciteit en agendasetting 20
 - 2.3.2 Focus en herkenbaarheid 22
 - 2.3.3 Samenwerking 23
 - 2.4 Veranderend mediagebruik 24
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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



Met onder andere EenVandaag (TROS/AVRO), Altijd Wat (NCRV), Brandpunt (KRO), Vandaag de Dag (WNL), Moraalridders (EO) en PowNews (PowNed) bood de Nederlandse Publieke Omroep een pluriform scala aan opiniërende rubrieken op alle netten. Door middel van onderzoek wordt het **opiniërende aanbod gemonitord**. De Nederlandse Publieke Omroep heeft als doel in zijn politieke berichtgeving een pluriform beeld te geven van de samenleving. Rond verkiezingen is dit bij uitstek van belang. In dat licht heeft de Nederlandse Publieke Omroep zijn berichtgeving rondom de verkiezingen die op 12 september 2012 zijn gehouden, tegen het licht gehouden. In 2013 worden de uitkomsten van dit onderzoek met de omroepen besproken.

Met bijvoorbeeld Argos TV (HUMAN) is op Nederland 2 nadrukkelijker **geprogrammeerd op het specifieke aandachtsgebied onderzoeksjournalistiek** en in de Slag om Brussel (VPRO) is in het bijzonder **aandacht voor berichtgeving over Europa**. De mogelijkheden voor een **specifiek programma met financieel-economische berichtgeving** worden nog onderzocht.

Ook in 2012 is door de opiniërende rubrieken ingezet op meer eigenzinnige journalistieke keuzes en dissonante geluiden. Niet alle programma's met die

het bereik van nieuwsuitzendingen en opiniërende programma's. Ook in 2012 had de Nederlandse Publieke Omroep daarom een rijk aanbod aan journalistieke en opiniërende programma's. Op werkdagen waren er tussen 7.00 uur 's morgens en middernacht gemiddeld veertien edities van het NOS Journaal, die de kijker op de hoogte hielden van het laatste nieuws.

ambitie zijn daar volgens de kijkers ook in geslaagd, zo blijkt uit publieks-onderzoek. Het **onderscheid tussen het ongeprofileerde opiniërende aanbod en het meer geprofileerde aanbod** is wel vergroot. De kijkers zien, zo blijkt uit onderzoek, een duidelijk verschil in de mate waarin standpunten worden ingenomen door de makers in programma's zoals Brandpunt (KRO) of PowNews (PowNed) dan in het neutraal gemaakte 20.00-uur Journaal (NOS)

2.2 Verbeteren bereik

2.2.1 Vergroten bereik jongeren

De Nederlandse Publieke Omroep wil in de huidige concessieperiode zijn bereik onder jongeren vergroten, het imago aantrekkelijker maken voor deze groepen en zo zijn impact onder jongeren vergroten. Allochtone jongeren worden hierbij inclusief benaderd.

Een ambitie voor 2012 was het **bereik van audio onder jongeren te consolideren door het continueren van het beleid**. Dit is gerealiseerd. 3FM was in 2012 wederom de best beluisterde radiozender in zijn doelgroep 15-34 jaar. Verder is met de inbedding van FunX in de audiostrategie een belangrijke bijdrage geleverd om in de komende jaren nog beter met publieke content jongeren te bereiken.

De prestatieafpraak over het bereik van onze radiokanalen onder jongere doelgroepen, is deels gerealiseerd. Voor de twee jongste groepen steeg het bereik ten opzichte van de nulmeting in 2009; voor de groep 35- tot 44-jarigen

Nr.	Afspraak	Realisatie	
3.2.2	De Nederlandse Publieke Omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radio-programmakkanalen onder jongere doelgroepen.	Niet gerealiseerd: ²	
		2009	2012
	15-24 jaar	32,4%	35,1%
	25-34 jaar	42,4%	44,7%
	35-44 jaar	44,7%	44,2%

² Zie opmerking over aanpassing luisteronderzoek.

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
 - 2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 10
 - 2.1.1 Expressie/kunst 10
 - 2.1.2 Representatie 16
 - 2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 16
 - 2.2 Verbeteren bereik 17
 - 2.2.1 Vergroten bereik jongeren 17
 - 2.2.2 Video overall 19
 - 2.2.3 Audio overall 19
 - 2.3 Vergroten van impact 20
 - 2.3.1 Publiciteit en agendasetting 20
 - 2.3.2 Focus en herkenbaarheid 22
 - 2.3.3 Samenwerking 23
 - 2.4 Veranderend mediagebruik 24
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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

niet. Dit kan te maken hebben met een aanpassing van het luisteronderzoek, waardoor het bereik van het totale medium radio teruggelopen is (zie pag. 37). Dit maakt vergelijking met de nulmeting uit 2009 ingewikkeld.

Een andere belangrijke doelstelling betrof de **verdere aanscherping van het profiel van Nederland 3**. Het profiel op zichzelf is niet verder aangepast – wel is binnen het bestaande profiel sterker gestuurd op programma's met een jong karakter. Bijvoorbeeld door de avonden op Nederland 3 duidelijker per thema in te kleuren, zodat kijkers beter weten wat ze wanneer kunnen verwachten van Nederland 3. Daarnaast is hierop gestuurd door **extra aandacht voor de ontwikkeling en uitvoering van sterke, onderscheidende programma's in de geaccentueerde gebieden (expressie [waaronder Nederlandse fictie], amusement en informatieve titels)**. Voorbeelden van titels zijn De Beste Singer-Songwriter (BNN/VARA), een nieuwe serie van Penzoza (KRO) en Feuten (BNN), Expeditie Poolcirkel (AVRO), Hit the Road (BNN) en DWDD University (VARA).

Ondanks de inspanningen is de prestatieafpraak om het bereik van Nederland 3 te vergroten ten opzichte van de nulmeting in 2009 (gemeten over de gehele dag), niet gerealiseerd. Zoals in eerdere terugblikken opgemerkt, is het aantrekkelijker maken van Nederland 3 voor jongeren een creatieve uitdaging die tijd vergt. Wat daarnaast een rol speelde in 2012 waren de vele sportevenementen, waaronder het EK Voetbal, op Nederland 1. Deze trekken een jongere doelgroep, die daardoor in evenementenjaren als 2012 minder naar Nederland 3 kijkt. Als we alleen kijken naar het avondtijdvak, 19.30-24.00 uur, is een stijging van het kijkjtaandeel onder 20- tot 34-jarigen zichtbaar: van 8,5% in 2011 naar 9,1% in 2012.



Tot slot is er gewerkt aan het **vergroten van de crosspromotie tussen jongerenplatforms (met name tussen 3FM en Nederland 3)**. Het overleg tussen 3FM en Nederland 3 is afgelopen jaar geïntensiveerd, en heeft ook geleid tot meer crosspromotie tussen deze kanalen voor programma's, evenementen en festivals. Bijvoorbeeld rond TopPop 3 (AVRO) en de Beste Singer-Songwriter (BNN/VARA).

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20 tot 34 jaar.	Nog niet gerealiseerd: Bereik N3 20-34 2009 56,3% ³ Bereik N3 20-34 2012 52,3%

³ In de rapportage over 2010 is hier per abuis 56,6% als streefgetal gerapporteerd. Het correcte percentage is 56,3%.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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

2.2.2 Video overall

Ook in 2012 bereikten de publieke televisienetten het overgrote deel van de Nederlanders. Het weekbereik (minstens 15 minuten aaneengesloten gekeken) kwam in 2011 uit op 84,3%. Dit is lager dan in 2011. Er is een dalende trend zichtbaar, die zich ook bij de commerciële zenders voordoet. Deze wordt voor het grootste deel veroorzaakt door de toename van het aantal huishoudens zonder televisie in het panel van het kijkonderzoek. Door de huidige opzet van het kijkonderzoek kunnen personen in huishoudens zonder tv per definitie geen televisie hebben gekeken.

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.1.1	De Nederlandse Publieke Omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders	Niet gerealiseerd: 2012: 84,3% N.B.: uiteindelijke meting gemiddeld over de gehele concessieperiode

In vroegere tijden, toen deze groep voornamelijk uit streng christelijke personen bestond, klopte deze aanname wel maar tegenwoordig houdt dat niet meer stand voor de hele groep. Door de nog steeds toenemende digitalisering kunnen mensen gemakkelijk op andere apparaten (tablets, laptops) televisie kijken. Uiteraard wordt eraan gewerkt om het kijkgedrag via pc's, laptops en tablets binnen het domein van het kijkonderzoek gemeten te krijgen. Technisch is dat echter nog niet mogelijk om dat op een eenduidige wijze voor elkaar te krijgen of het online kijkgedrag via andere apparaten dan een tv in de kijkcijfers op te nemen.

De verwachting is dat deze dalende trend door de verdergaande digitalisering alleen maar verder zal doorzetten, en dit dus ook in de komende jaren een negatief effect heeft op het weekbereik – zowel van de publieke als van de commerciële netten. In onderstaande tabel is het weekbereik van de publieke netten in 2012 weergegeven.

Gemiddeld weekbereik van de televisienetten van de NPO:

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
NL 1	74,9	77,0	75,8	77,3	75,1	75,4
NL 2	50,9	49,5	48,1	49,4	47,7	47,9
NL 3	55,6	57,0	57,6	55,7	54,7	54,0
Nederlandse Publieke Omroep	85,4	86,4	85,0	86,1	84,8	84,3

De doelstelling voor het weekbereik van de drie netten onder 3- tot 12-jarigen voor 2012 was 70%. Met 72,9% is deze gerealiseerd.

Het kijktijdaandeel van de NPO was in 2012 aanzienlijk hoger dan in 2011. De drie publieke netten hebben in 2012 een kijktijdaandeel van 37,7% behaald. De doelstelling van 33,0% is daarmee gehaald. Nederland 1 behield met een aandeel van 23,5% zijn positie als de meest bekeken zender. Ook na correctie op de superevenementen hebben alle netten een stijging gerealiseerd.

Ook op internet deed het publieke video-aanbod het goed. In 2012 is een groei van 51% voor Uitzending Gemist gerealiseerd. Het totaal aantal bekeken video's via de dienst Uitzending Gemist was in 2012 312 miljoen. De drie meest populaire programma's op Uitzending Gemist waren SpangaS (NCRV), De Wereld Draait Door (VARA) en NOS Journaal.

2.2.3 Audio overall

Het publiek wist in 2012 de publieke radiozenders wederom goed te vinden. Het totale luistertijdaandeel bedroeg in 2012 32,6% - ruim boven de doelstelling van 31,6%. Dit resultaat betekent een lichte daling (0,3%) ten opzichte van 2011, en een evenaring van het resultaat van 2010 – wat 2012 qua beluistering een goed jaar maakte.

Bij de daling van het luistertijdaandeel ten opzichte van 2011 moet een toelichting worden gegeven op de branden in de zendmasten in juli 2011. Hierdoor was een aantal van onze zenders lange tijd niet goed te ontvangen. De cijfers van 2011 vielen door de zeer goede eerste helft van dat jaar nog hoog uit.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

In 2012 was hier geen sprake meer van, wat de daling in de luistercijfers van 2011 op 2012 (deels) kan verklaren.

Onderstaande tabel bevat een overzicht van de luistertijdaandelen van Radio 1 tot en met Radio 6 in 2012, vergeleken met 2011. FunX wordt niet gemeten in het Nationaal Luisteronderzoek (NLO). Een stijging ten opzichte van vorig jaar was er bij 3FM, dat de meest beluisterde zender in zijn doelgroep is, en Radio 4.

Gemiddeld luistertijdaandeel Radio 1 – Radio 6, hele week, tijdvak 06-24, leeftijd 10+ (bron: NLO)

	2011	2012
Radio 1	7,8	7,4
Radio 2	10,1	9,8
3FM	9,9	10,0
Radio 4	1,9	2,0
Radio 5	2,9	2,6
Radio 6	0,3	0,3

Daarnaast is er afgelopen jaar een wijziging doorgevoerd in het Nationaal Luisteronderzoek. Er wordt een andere weging toegepast, die een negatief effect heeft op het bereik en de luistertijd van alle zenders – en dus ook die van de Nederlandse Publieke Omroep. Dit beïnvloedt ook de realisatie van onderstaande prestatieafspraken over het weekbereik, ze vallen lager uit. Deze resultaten kunnen daarom niet vergeleken worden met resultaten over voorgaande jaren.

Nr.	Afspraak	Realisatie												
3.1.2	De Nederlandse Publieke Omroep bereikt met het audio-aanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	Niet gerealiseerd: ⁴ 46,6%												
3.1.3	De Nederlandse Publieke Omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top 3 van meest beluisterde radiozenders.	Gerealiseerd: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nr.</th> <th>Zender</th> <th>Lta%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Radio 538</td> <td>11,2%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>3FM</td> <td>9,9%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Radio 2</td> <td>9,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Nr.	Zender	Lta%	1	Radio 538	11,2%	2	3FM	9,9%	3	Radio 2	9,7%
Nr.	Zender	Lta%												
1	Radio 538	11,2%												
2	3FM	9,9%												
3	Radio 2	9,7%												

⁴ Zie opmerking over aanpassing luisteronderzoek.

2.3 Vergroten van impact

2.3.1 Publiciteit en agendasetting

De NPO vindt het belangrijk met zijn aanbod impact te maken in de samenleving. Dit wordt gemeten aan de hand van publiciteit in de media, én aan de hand van agendasetting bij andere media en politici door aanbod van de publieke omroepen.

Publiciteit

De programma's van de publieke omroepen kregen ook in 2012 meer aandacht in de media dan programma's van commerciële omroepen. Ongeveer driekwart van alle publiciteit over programma's betrof programma's van publieke omroepen. In 2011 was het programma dat de meeste publicitaire aandacht kreeg het nieuwe The Voice of Holland (RTL), maar in 2012 is deze plaats voor een publiek programma, te weten het NOS Journaal. The Voice of Holland (RTL) blijft het commerciële programma waar de meeste publiciteit naar uitgaat.

De programma's die in 2012 de meeste publicitaire aandacht kregen, zijn:

1. NOS Journaal (NOS)
2. Boer zoekt Vrouw (KRO)
3. De Wereld Draait Door (VARA)
4. Holland Doc (VPRO, NTR, IKON, HUMAN, KRO, NCRV, VARA, EO, AVRO, BOS)
5. NOS Studio Sport (NOS)
6. Eurovisie Songfestival (TROS)
7. College Tour (NTR)
8. The Voice of Holland (RTL)
9. Zomergasten (VPRO)
10. Het Uur van de Wolf (NTR, VARA)
11. Nieuwsuur (NTR, NOS)
12. Dokument (NCRV)

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
 - 2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 10
 - 2.1.1 Expressie/kunst 10
 - 2.1.2 Representatie 16
 - 2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 16
 - 2.2 Verbeteren bereik 17
 - 2.2.1 Vergroten bereik jongeren 17
 - 2.2.2 Video overall 19
 - 2.2.3 Audio overall 19
 - 2.3 Vergroten van impact 20
 - 2.3.1 Publiciteit en agendasetting 20
 - 2.3.2 Focus en herkenbaarheid 22
 - 2.3.3 Samenwerking 23
 - 2.4 Veranderend mediagebruik 24
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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

Media-aandacht voor radioactiviteiten van de Nederlandse Publieke Omroep concentreert zich vaak op evenementen en themaweken. De meest impactvolle activiteiten qua publiciteit waren ook in 2012 de Top 2000 en Serious Request. Zowel voorafgaand als tijdens deze twee evenementen was de aandacht in printmedia en op radio en televisie overweldigend. Zo verschenen er in printmedia ruim 4000 artikelen over Serious Request 2012 – ongeveer 1000 meer dan in 2011.



Agendasetting

Naast de publiciteit voor alle titels van de Nederlandse Publieke Omroep, wordt voor de nieuws- en opinietitels gemeten in welke mate deze agendasettend zijn in het maatschappelijk debat. Bijvoorbeeld door aandacht in andere media of in het parlement te genereren. In de Prestatieovereenkomst zijn hierover afspraken vastgelegd, die ook in 2012 gerealiseerd zijn. Hieronder wordt deze realisatie in het afgelopen jaar weergegeven.

Nr.	Afspraak	Realisatie
4.1.1	Het opiniërende en nieuwsaanbod draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	Gerealiseerd: Frequentie agendasetting door nieuws- en opinie-televisietitels van de Nederlandse Publieke Omroep: 1373 keer

Deze frequentie van agendasetten is meer dan verdubbeld ten opzichte van 2011. Het beeld van de agendasetting is consistent met afgelopen jaar. De toename is relatief even groot bij agendasetting in het parlement als bij de schrijvende pers.

De top 15 van agendasettende programma's – zowel radio, internet als televisie, zowel publiek als commercieel, zag er over 2012 als volgt uit:

Titel ⁵	Frequentie agendasetting
1. NOS (nieuws overall, Journaal (tv & Radio 1, Online))	667
2. RTL (nieuws overall, Nieuws, RTL Z, RTL.nl)	326
3. Zembla	189
4. Pauw & Witteman	131
5. EenVandaag	105
6. Nieuwsuur	66
7. BNR Nieuwsradio	59
8. Radio 1 Journaal	45
9. Vijfde Dag	44
10. Reporter	37
11. Brandpunt	25
12. PowNews	22
13. Radar	18
14. Kamerbreed	16
15. Argos	16

De nieuwscontent van de NOS was het meest agendasettend. Daarna volgt RTL. Het meest agendasettende opinieprogramma was Zembla (VARA). Net als afgelopen jaar staat ook Pauw & Witteman (VARA) hoog in de lijst. De top 15 wordt verder gevuld met veel andere nieuws- en opinieprogramma's van de NPO, zoals Nieuwsuur (NOS/NTR), Buitenhof (AVRO/VARA/VPRO) en Brandpunt (KRO). De enige commerciële titels in deze toplist zijn het RTL Nieuws (tweede plaats) en BNR Nieuwsradio (gehele zender, zevende plaats).

⁵ In deze rapportage wordt de agendasetting van nieuwscontent van NOS geïntegreerd in één rij weergegeven. Hetzelfde geldt voor de nieuwscontent van RTL. Op deze manier wordt een compleet beeld gegeven van de agendasetting van deze twee partijen.

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
 - 2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 10
 - 2.1.1 Expressie/kunst 10
 - 2.1.2 Representatie 16
 - 2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 16
 - 2.2 Verbeteren bereik 17
 - 2.2.1 Vergroten bereik jongeren 17
 - 2.2.2 Video overall 19
 - 2.2.3 Audio overall 19
 - 2.3 Vergroten van impact 20
 - 2.3.1 Publiciteit en agendasetting 20
 - 2.3.2 Focus en herkenbaarheid 22
 - 2.3.3 Samenwerking 23
 - 2.4 Veranderend mediagebruik 24
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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



In onderstaande tabel wordt de agendasetting door Radio 1 en BNR Nieuwsradio op zenderniveau vergeleken. Deze prestatieafpraak is afgelopen jaar gerealiseerd.

Nr.	Afspraak	Realisatie						
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radio-programmakanaal voor nieuws en opinie.	Gerealiseerd: <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Radio 1</th> <th>BNR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Frequentie agenda-setting</td> <td>77</td> <td>59</td> </tr> </tbody> </table>		Radio 1	BNR	Frequentie agenda-setting	77	59
	Radio 1	BNR						
Frequentie agenda-setting	77	59						

2.3.2 Focus en herkenbaarheid

Het was in 2012 de tweede keer dat de intekenprocedure niet langs de lijnen van radio, televisie en internet verliep, maar langs de lijnen van Audio en Video. Deze tweede geïntegreerde intekening resulteerde in crossmedialer proposities als Vroege Vogels (VARA) bij Audio en De Gouden Eeuw (VPRO) bij Video. Dit zijn voorbeelden van ons beleid om het aanbod van de NPO beter vindbaar te maken, inhoudelijk te versterken en meer impact te laten maken. Dat is nodig omdat in een digitale omgeving met zeer veel verschillende typen aanbieders, die allemaal strijden om de schaarse posities op de digitale schermen, alertheid is geboden. Zo richtten in 2012 de Amerikaanse en Britse (betaal)tv-aanbieders HBO en Fox/Sky hun pijlen op de Nederlandse markt en kondigden internetgiganten als Google/YouTube en Netflix forse wereldwijde investeringen aan in de markt voor tv-rechten. In 2012 zijn daarom de nodige voorbereidingen getroffen voor een overkoepelend merk en een daaraan gekoppelde portal, die respectievelijk de herkenbaarheid en de vindbaarheid van de NPO moeten borgen.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.3.3 Samenwerking

De NPO heeft afgelopen jaar op veel terreinen samengewerkt met partners binnen en buiten het omroepbestel.

Internationaal en Radio Nederland Wereldomroep (RNW)

Zo werden er ook in het afgelopen jaar, in het kader van de **European Broadcasting Union (EBU)**, met publieke omroepen uit andere Europese landen intensief programma's uitgewisseld. Er werd op diverse gebieden gecoproduceerd, gezamenlijk programmarechten aangekocht en op technisch, juridisch en lobbyvlak werden er collectief belangen behartigd. In het bijzonder met onze collega's van de Vlaamse publieke omroep **VRT** waren er geregeld contacten en uitwisselingen. Een speciale rol speelde hierin de satellietzender **BVN**, sinds 1998 een samenwerkingsproject van VRT, RNW en NPO. Met de keuze van het kabinet Rutte I om de publieke mediaopdracht van RNW per ultimo 2012 te beëindigen, kwam er niet alleen een einde aan de inbreng in BVN, maar ook aan vrijwel alle andere vormen van samenwerking van RNW met NPO. Tegelijk kreeg de NPO een nieuwe wettelijke taak "het verspreiden van media-aanbod voor Nederlandstaligen in het buitenland" (Artikel 2.2, lid 2k MW). Dit heeft geleid tot een voortzetting van BVN op hetzelfde activiteiten-



en financieringsniveau door de twee overgebleven partners. De BVN-uitvoeringsorganisatie is overgeheveld van RNW naar NPO. Verder is er op verzoek van het kabinet in 2012 een Nederlandstalige **radiovoorziening voor het Caribische deel van het Koninkrijk** ontwikkeld. De kern ervan bestaat uit het beschikbaar stellen van programmamateriaal aan radiostations op de zes eilanden. De feitelijke activiteiten starten per 2013 en zijn bij de NTR ondergebracht.

Regionale en lokale publieke omroep

Ook in 2012 heeft de Raad van Bestuur regelmatig op **bestuurlijk niveau overleg gevoerd met OLON en ROOS** als vertegenwoordigers van respectievelijk de lokale en de regionale omroepen. Naast zaken als auteursrecht, onafhankelijkheid en financiering, was er vooral veel aandacht voor de door het kabinet Rutte I gevraagd integratie van de landelijke en regionale publieke omroep. Nadat de resultaten van intensief overleg hierover tussen ROOS en NPO begin 2012 aan de minister van OCW waren voorgelegd, viel het kabinet in april, waardoor de beleidsontwikkeling tijdelijk stilviel. In de mediaparagraaf van het regeerakkoord van Rutte II van eind oktober was opnieuw sprake van samenwerking en integratie van de regionale met de Nederlandse Publieke Omroep. Hierover heeft staatssecretaris Dekker op 6 december de Tweede Kamer nader geïnformeerd. Naast een overheveling vanaf 2014 van het budget van de regionale omroep van het Provinciefonds naar het (rijks)mediabudget, kondigde hij een toekomstverkenning aan van de Nederlandse Publieke Omroep, waar integratie van de regionale in de landelijke omroep deel van zal uitmaken. De aanpak en planning van deze verkenning zullen voor de zomer van 2013 bekend worden.

Programmatisch zijn diverse vormen van samenwerking en uitwisseling gecontinueerd en versterkt. Na de succesvolle voltooiing van een pilot met een beperkt aantal omroepen zijn in de loop van 2012 alle regionale omroepen aangesloten op de dienst **Uitzending Gemist** van de Nederlandse Publieke Omroep. Een ander voorbeeld van samenwerking is de speciale weekendeditie van het tv-programma **RegioNed**, met de mooiste reportages van de regio-

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	16
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	16
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	19
2.2.3 Audio overall	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	22
2.3.3 Samenwerking	23
2.4 Veranderend mediagebruik	24
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

nale omroepen, die sinds begin 2012 op zaterdag en zondag op het landelijke themakanaal Journaal 24 wordt uitgezonden. Ook is er een aantal **coproducties** te melden. Zoals de twintigdelige crimiserie Gerede Twijfel, die sinds september 2012 door elf regionale omroepen wordt uitgezonden en vanaf 2013 door Omroep Max. Of de regionale versie van het KRO radioprogramma Adres Onbekend die nu te horen is bij zeven regionale omroepen. Tijdens de door ROOS en NPO gezamenlijk georganiseerde Formatdagen 2010 en 2011 werden er twee projecten gepitcht. De eerste, de achtdelige serie Dat is andere taall, over de impact van dialecten, streektaalen en nieuwe talen, was vanaf september 2012 te zien bij negen regionale omroepen en bij de NTR op Nederland 2. Op basis van het winnende programmaconcept van 2011, Restaurant Nederland is er door EO en RTV Oost de aflevering Restaurant Overijssel geproduceerd en in november 2012 en januari 2013 uitgezonden.

Journalistieke infrastructuur

Mede op basis van de adviezen van de Commissie Brinkman heeft de NPO zich ingespannen de **samenwerking met onder andere de krantenuitgevers** te versterken, teneinde de journalistieke kwaliteit en infrastructuur in Nederland te versterken. In dat kader is er door de NPO en de NOS bij wijze van experiment in januari 2012 een speciaal on demand-nieuwsfragmentenkanaal gestart. Bestaande videocontent van de NOS kan op die manier op andere nieuwswebsites worden geplaatst en afgespeeld. Deze fragmenten zijn niet alleen beschikbaar voor de websites van dagbladen, maar ook voor de grotere actuele dagelijkse nieuwswebsites. De onderlinge concurrentieverhoudingen worden niet verstoord, omdat iedereen over hetzelfde materiaal kan beschikken.

2.4 Veranderend mediagebruik

Ook in 2012 was het aanbod van de NPO op internet populair. We waren het op één na grootste internetdomein in Nederland. Maandelijks bezochten gemiddeld 8,2 miljoen Nederlanders van 13 jaar en ouder minimaal één van onze titels op internet.

Het was ook het jaar waarin mobiel internet definitief doorbrak. Mede dankzij het succes van de met internet verbonden smartphones en tablets. Parallel hieraan groeide ook het mobiele gebruik van het aanbod in 2012 fors. Zo serveerde de NPO maar liefst 312 miljoen mobiele streams uit via het vertrouwde Uitzending Gemist en werden nieuwe apps van onder meer de NOS en NCRV's, De Slimste Mens, succesvol gelanceerd met respectievelijk ruim 800 duizend en ruim 300 duizend downloads.

Het succes van de met internet verbonden smartphones en tablets biedt de NPO daarnaast kansen om de beleving van zijn lineaire radio- en televisieprogramma's te verrijken met extra informatie en interactie, bijvoorbeeld via het tweede scherm. Hoewel het gebruik van deze mogelijkheden zich vooralsnog in een prille fase bevindt, onderstreepte de NPO zijn rol als voorloper en trekker van innovatie in technieken en gebruiksmogelijkheden. Zo deden maar liefst 181 duizend Nederlanders via het tweede scherm mee aan BNN's Nationale IQ Test.



Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

3.1 Algemeen

2012 was een sterk jaar voor de publieke televisienetten, met verslaglegging van superevenementen als het EK Voetbal vanuit Oekraïne en Polen en de Olympische Zomerspelen. Maar ook leverde de Nederlandse Publieke Omroep een belangrijke bijdrage aan het publieke debat gedurende de Tweede Kamerverkiezingen die op 12 september 2012 werden gehouden. Ook de kabinetsformatie werd intensief gevolgd en van duiding voorzien. Dit gebeurde zowel op Nederland 1, 2 en 3, als op de themakanalen Journaal 24 en Politiek 24, die veel live-uitzendingen verzorgden.

In 2012 is op Nederland 1, 2 en 3 met een aandeel van 37,7% de doelstelling van 33% ruim gehaald. Ook Zapp(elin) presteert ondanks de toegenomen concurrentie met 17,6% boven de doelstelling van 17%.

Het publiek is in 2012 meer minuten televisie gaan kijken: de totale kijktijd steeg en er werd meer uitgesteld gekeken.

3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het aanbod op de publieke televisienetten in 2012 bestond uit een evenwichtige en onderscheidende mix van de zes aanbodsdomenien: nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement. Door het EK Voetbal vanuit Oekraïne en Polen en vrijwel aansluitend de Olympische Zomerspelen vanuit Londen viel het aandeel nieuws met 24,1% hoger uit dan in 2011, dat geen superevenementen kende. Ruim 22% van het aanbod bestond uit expressie, en bijna 15% uit kennis. Het kleinste aanboddomein was ook in 2012 amusement, met 4,8%.

Ook in het avondtijdvak (16-24 uur) is het aanbod evenwichtig. Dit tijdvak laat een andere verdeling zien dan over de gehele dag: het grootste domein is dan expressie, gevolgd door samenleving.

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																		
2.1.1	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisie-programmakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % per net per aanbods domein / 2012, per tijdvak, incl. Zapp(elin)*</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % per net per aanbods domein / 2012, per tijdvak, incl. Zapp(elin)*</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">00-24 uur</td> <td>NL1</td> <td>53,6</td> <td>13,5</td> <td>9,2</td> <td>10,4</td> <td>8,9</td> <td>4,4</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>9,2</td> <td>38,5</td> <td>23,1</td> <td>16,2</td> <td>12,5</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>11,0</td> <td>4,3</td> <td>14,1</td> <td>39,7</td> <td>21,7</td> <td>9,1</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>24,1</td> <td>18,4</td> <td>15,5</td> <td>22,6</td> <td>14,6</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">16-24 uur</td> <td>NL1</td> <td>35,1</td> <td>18,4</td> <td>14,0</td> <td>12,2</td> <td>12,5</td> <td>7,7</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>4,6</td> <td>23,3</td> <td>26,4</td> <td>25,6</td> <td>19,9</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>10,1</td> <td>4,2</td> <td>18,2</td> <td>39,6</td> <td>15,8</td> <td>12,0</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>16,6</td> <td>15,3</td> <td>19,6</td> <td>25,9</td> <td>16,1</td> <td>6,6</td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	00-24 uur	NL1	53,6	13,5	9,2	10,4	8,9	4,4	NL2	9,2	38,5	23,1	16,2	12,5	0,4	NL3	11,0	4,3	14,1	39,7	21,7	9,1	NL1-3	24,1	18,4	15,5	22,6	14,6	4,8	16-24 uur	NL1	35,1	18,4	14,0	12,2	12,5	7,7	NL2	4,6	23,3	26,4	25,6	19,9	0,2	NL3	10,1	4,2	18,2	39,6	15,8	12,0	NL1-3	16,6	15,3	19,6	25,9	16,1	6,6
Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																																													
00-24 uur	NL1	53,6	13,5	9,2	10,4	8,9	4,4																																																													
	NL2	9,2	38,5	23,1	16,2	12,5	0,4																																																													
	NL3	11,0	4,3	14,1	39,7	21,7	9,1																																																													
	NL1-3	24,1	18,4	15,5	22,6	14,6	4,8																																																													
16-24 uur	NL1	35,1	18,4	14,0	12,2	12,5	7,7																																																													
	NL2	4,6	23,3	26,4	25,6	19,9	0,2																																																													
	NL3	10,1	4,2	18,2	39,6	15,8	12,0																																																													
	NL1-3	16,6	15,3	19,6	25,9	16,1	6,6																																																													



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

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2: Internationale prijzen 64

De optelsom van het aanbod van de publieke televisienetten onderscheidt zich van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieaanbieders. Ook afgelopen jaar is deze prestatieafpraak gerealiseerd. RTL en SBS boden onder andere meer amusement en minder kennis en opinie, zoals blijkt uit onderstaande tabel. Bij deze vergelijking moet opgemerkt worden dat het aantal meegenomen uren bij de NPO veel groter is dan bij RTL en SBS, zoals ook blijkt uit de grafiek op pag. 27. Dit komt doordat de uren homeshopping op de commerciële netten – die een relatief groot aandeel vormen – niet meegenomen worden.

Ook op het niveau van de classificaties binnen de domeinen onderscheidde het aanbod van de NPO zich van dat van de commerciële aanbieders (zie ook tabel in de bijlage).



Nr.	Afspraak	Realisatie																																																				
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.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % per net per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % per net per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Amusement</th> <th>Kennis</th> <th>Expressie</th> <th>Samenleving</th> <th>Opinie</th> <th>Nieuws</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">00-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>4,8</td> <td>16,1</td> <td>20,4</td> <td>17,3</td> <td>20,5</td> <td>20,9</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>13,6</td> <td>14,0</td> <td>29,8</td> <td>18,1</td> <td>1,3</td> <td>23,1</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>15,8</td> <td>8,0</td> <td>42,0</td> <td>15,1</td> <td>0,4</td> <td>18,8</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">16-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>7,4</td> <td>18,1</td> <td>22,3</td> <td>21,5</td> <td>17,9</td> <td>12,8</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>17,6</td> <td>10,8</td> <td>38,2</td> <td>20,2</td> <td>0,3</td> <td>12,9</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>19,6</td> <td>8,5</td> <td>47,2</td> <td>19,1</td> <td>0,6</td> <td>5,0</td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Net	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Opinie	Nieuws	00-24 uur	NL 1-3	4,8	16,1	20,4	17,3	20,5	20,9	RTL	13,6	14,0	29,8	18,1	1,3	23,1	SBS	15,8	8,0	42,0	15,1	0,4	18,8	16-24 uur	NL 1-3	7,4	18,1	22,3	21,5	17,9	12,8	RTL	17,6	10,8	38,2	20,2	0,3	12,9	SBS	19,6	8,5	47,2	19,1	0,6	5,0
Tijdvak	Net	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Opinie	Nieuws																																															
00-24 uur	NL 1-3	4,8	16,1	20,4	17,3	20,5	20,9																																															
	RTL	13,6	14,0	29,8	18,1	1,3	23,1																																															
	SBS	15,8	8,0	42,0	15,1	0,4	18,8																																															
16-24 uur	NL 1-3	7,4	18,1	22,3	21,5	17,9	12,8																																															
	RTL	17,6	10,8	38,2	20,2	0,3	12,9																																															
	SBS	19,6	8,5	47,2	19,1	0,6	5,0																																															



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

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																				
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.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in uren per net per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in uren per net per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">00-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>786</td> <td>771</td> <td>652</td> <td>767</td> <td>607</td> <td>179</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>658</td> <td>36</td> <td>515</td> <td>847</td> <td>399</td> <td>387</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>387</td> <td>311</td> <td>866</td> <td>165</td> <td>325</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">16-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>163</td> <td>228</td> <td>274</td> <td>284</td> <td>231</td> <td>94</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>193</td> <td>302</td> <td>573</td> <td>162</td> <td>263</td> <td></td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>52</td> <td>198</td> <td>491</td> <td>88</td> <td>204</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	00-24 uur	NL 1-3	786	771	652	767	607	179	RTL	658	36	515	847	399	387	SBS	387	311	866	165	325		16-24 uur	NL 1-3	163	228	274	284	231	94	RTL	193	302	573	162	263		SBS	52	198	491	88	204	
Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																															
00-24 uur	NL 1-3	786	771	652	767	607	179																																															
	RTL	658	36	515	847	399	387																																															
	SBS	387	311	866	165	325																																																
16-24 uur	NL 1-3	163	228	274	284	231	94																																															
	RTL	193	302	573	162	263																																																
	SBS	52	198	491	88	204																																																

De Nederlandse Publieke Omroep zendt veel eigen gemaakte programma's uit. Er is dan ook een rijk aanbod aan oorspronkelijk Nederlandstalige programma's, zoals Nederlandstalig drama, documentaires en actualiteitenprogramma's. Met 84,1% is onderstaande prestatieafspraken ook in 2012 gerealiseerd.

Nr.	Afspraak	Realisatie																				
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	<p>Gerealiseerd:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Totale zendtijd min.</th> <th>NL/Friestalig min.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NL1</td> <td>425.811</td> <td>412.581</td> <td>96,9</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>433.378</td> <td>391.017</td> <td>90,2</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>467.786</td> <td>312.499</td> <td>66,8</td> </tr> <tr> <td>NL 1-3</td> <td>1.326.975</td> <td>1.116.097</td> <td>84,1</td> </tr> </tbody> </table>		Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%	NL1	425.811	412.581	96,9	NL2	433.378	391.017	90,2	NL3	467.786	312.499	66,8	NL 1-3	1.326.975	1.116.097	84,1
	Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%																			
NL1	425.811	412.581	96,9																			
NL2	433.378	391.017	90,2																			
NL3	467.786	312.499	66,8																			
NL 1-3	1.326.975	1.116.097	84,1																			



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

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Innovatie en programmavernieuwing vinden het hele jaar plaats. Het meest zichtbaar voor het publiek is TV Lab op Nederland 3. Programmamakers van de Nederlandse Publieke Omroep krijgen in deze week de kans om tien nieuwe formats te testen op televisie, waaronder Pitch (BNN), Edwin (BNN), Ruben (BNN), Game of Fame (VARA), Ssst! (KRO), Temmen van de Feeks (AVRO) en We komen even sorry zeggen (VPRO). Internationaal is er grote interesse voor het TV Lab initiatief. In 2012 werkte de NPO samen met de EBU aan een internationale editie van dit televisie-experiment.

Voor de Nederlandse Publieke Omroep blijft het ontwikkelen en programmeren van nieuwe formats van groot belang, onderstaande prestatieafpraak is dan ook ruim gehaald. Voorbeelden van geprogrammeerde nieuwe formats zijn TopPop 3 (AVRO) en It gets better (BNN).

Nr.	Afspraak	Realisatie						
2.5	De NPO 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 en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	Gerealiseerd: <table style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieuwe formats/pilots</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>Geprogrammeerde nieuwe programmaformats</td> <td>19</td> </tr> </tbody> </table>		Aantal	Nieuwe formats/pilots	36	Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	19
	Aantal							
Nieuwe formats/pilots	36							
Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	19							

3.1.2 Vergroten van impact

2012 was het eerste jaar waarin er is gekozen voor een integrale benadering van videocontent. Het programmeren houdt niet meer op bij het medium televisie, dit vormt juist het begin.

De ambitie in het Concessiebeleidsplan luidde om te werken vanuit netpaletten, waarbij het zwaartepunt ligt op de gezichtsbepalende netten. Alle overige kanalen en activiteiten worden primair ingezet om bestaand aanbod te verbreden, te verdiepen of op andere wijze te verspreiden.

In 2012 heeft een flinke vermindering van het aantal websites plaatsgevonden. Tevens is het aantal videothemakanalen in de loop van 2012 verminderd naar acht kanalen. De themakanalen Consumenten 24 en Geschiedenis 24 zijn – na goedkeuring van de minister van OCW - volledig gestopt met uitzenden. Het media-aanbod dat betrekking heeft op deze thema's blijft nog wel op andere kanalen en websites zichtbaar. Op de digitale kabel stopten de kanalen Spirit 24 en Sterren 24 eveneens met uitzenden. Het aanbod van deze twee kanalen is on demand op internet beschikbaar.

Door de integrale benadering van videocontent en het reduceren en bundelen van delen van het aanbod is de onderlinge samenhang van het video-aanbod is in 2012 geoptimaliseerd en zijn de kwaliteit en impact vergroot. Zo programmeerde het themakanaal Best 24 in de zomer een alternatief voor de sportzomer op Nederland 1 en wordt er na afloop van een documentaire op Nederland 2 gerichter doorverwezen naar het themakanaal HollandDoc 24 en de Holland-Doc-portal. Dankzij deze betere afstemming van de programmering groeiden de aantallen kijkers en bezoekers.



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

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
3.1 Algemeen	25
3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	25
3.2 Paletten	29
3.2.1 Nederland 1	29
3.2.2 Nederland 2	30
3.2.3 Nederland 3	31
3.2.4 Zapp en Zappelin	32
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

3.2 Paletten

3.2.1 Nederland 1

Nederland 1 verbindt alle Nederlanders. Het is onze brede nationale zender waar iedereen welkom is. Hier worden belangrijke ervaringen en nieuws met elkaar gedeeld, over gebeurtenissen die ons allemaal raken, zoals Koninginnedag, de Olympische Spelen, verkiezingen, het Eurovisie Songfestival en de belangrijkste nieuwsfeiten. Nederland 1 is een zender die onmisbaar is, met programma's die het gesprek van de dag vormen en waarin echte verhalen worden verteld. Verhalen waarin je je herkent en die je betrekken bij het leven van anderen. Zo verbindt Nederland 1 ons allemaal.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De ambitie van Nederland 1 om de belangrijkste zender te zijn, wordt goed waargemaakt. Het net is de afgelopen jaren continu marktleider. Publieksonderzoek wijst verder uit dat de relevantie en het onderscheid van Nederland 1 ten opzichte van commerciële concurrenten goed worden herkend door het publiek. De gevarieerde en onderscheidende genremix van Nederland 1 is in 2012 gecontinueerd. **De ontwikkeling van nieuwe programma's aan het begin van primetime** leidde tot een flink aantal nieuwe titels, maar de al niet zo sterke vooravond werd er helaas onvoldoende mee versterkt. In 2013 wordt onderzocht hoe de vooravond kan worden verbeterd. **De doorontwikkeling van de zaterdagavondprogrammering** leidde tot het uitzenden van nieuwe familiale weekeindprogramma's, zoals Strictly Come Dancing (AVRO) en Nick tegen Simon (TROS). Deze programma's brachten echter onvoldoende het gewenste effect en zullen daarom niet worden gecontinueerd.

Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Vanuit de etalage Nederland 1 wordt een samenhangend palet van aanbod aan overige kanalen aangeboden. In 2012 heeft een **forse reductie van het aantal overige kanalen** plaatsgevonden. Het themakanaal Sterren 24 stopte in september met lineair uitzenden en ging verder als on-demand-portal op internet. Naast een flink aantal websites is er in 2012 tevens een einde gekomen



aan het themakanaal Consumenten 24. Het aanbod van dit kanaal is nog wel zichtbaar op de websites van Kassa en Radar, die net als de overige **websites zijn gekoppeld aan een programma op het hoofdkanaal**. Middels **gerichte crosspromotie** wordt het publiek gewezen op deze websites, die daardoor aan impact winnen. Veel portals en websites binnen de mediaomgeving van Nederland 1 bevinden zich in de top 10 van meest bezochte websites binnen het publieke omroepdomein. De programmering van Best 24 is in 2012 veel sterker afgestemd op de moederzender Nederland 1. Journaal 24 en Politiek 24 zijn zich sterker gaan richten op het live registreren van politieke gebeurtenissen en nieuwsfeiten. Zo bood Best 24 in de Sportzomer een alternatief voor degenen die niet van sport houden.

Vergroten bereik

Met een kijktijdaandeel van 23,5% was Nederland 1 ook in 2012 de best bekeken zender van Nederland. Wat betreft het aandeel onder twintigers, dertigers en veertigers is de concurrentie van commerciële zenders veel groter. Nederland 1 is hiervoor sterk afhankelijk van een beperkt aantal titels. Om het rendement van nieuwe titels te vergroten, zijn in 2012 minder titels gelanceerd. Een aantal

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
3.1 Algemeen	25
3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	25
3.2 Paletten	29
3.2.1 Nederland 1	29
3.2.2 Nederland 2	30
3.2.3 Nederland 3	31
3.2.4 Zapp en Zappelin	32
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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

nieuwe titels was zeer succesvol, zoals Beatrix, Oranje onder vuur (VPRO), Bauers Zigeunernacht (TROS) en Earthflight (EO). Met deze titels is een **impuls gegeven aan het samen kijken in familiair verband**.

Vergroten impact

Bij belangrijk nieuws, zoals de val van het kabinet Rutte I in april, de verkiezingsavond in september of calamiteiten zoals het skiongeluk van Prins Friso in februari schakelen veel kijkers automatisch naar het eerste net, waar de gebeurtenis **direct live te volgen is, of waar de kijker wordt doorverwezen naar een kanaal** binnen het palet van Nederland 1, zoals Politiek 24. In 2012 is er met onder andere het uitzenden van specifieke promo's meer **aandacht voor cross-promotie tussen de verschillende kanalen binnen het palet van Nederland 1**.



3.2.2 Nederland 2

Nederland 2 biedt een venster op de wereld. Het is een verdiepend net met een journalistiek accent. Een zender die de agenda bepaalt en context en achtergronden geeft bij het nieuws. Nederland 2 zet je aan het denken met

achtergrondprogramma's, onderzoeksjournalistiek, documentaires, kennisquizen, cultuurprogramma's en levensbeschouwelijke inzichten, maar ook met (maatschappelijk) drama. Het is een net dat zich verdiept in de werkelijkheid achter de actualiteit, zodat je de wereld om je heen beter kunt duiden. Zo verbindt Nederland 2 je met de wereld om je heen.

Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Vanwege te grote overlap in programmering en publiek stopte in het voorjaar het themakanaal Geschiedenis 24. Geschiedenisprogramma's blijven te zien op HollandDoc 24, Nederland 2 en on demand beschikbaar via de internetportal Geschiedenis. In september wordt het themakanaal Spirit 24 omgevormd naar een internetportal waar op aanvraag en op interactieve wijze de levensbeschouwelijke en zingevingsprogramma's voor het publiek worden ontsloten. Door deze reductie is thematisch effectievere aansluiting mogelijk tussen de programma's op Nederland 2 en de programmering van de themakanalen. **Doordat er zo gericht doorverwezen wordt vanuit Nederland 2** is het aanbod van de overige kanalen, websites en portals beter ontsloten voor de doelgroep. Door de **inzet van sociale netwerken**, zoals Twitter en Facebook, wordt het geïnteresseerde publiek gericht geattendeerd op bijvoorbeeld de laatst toegevoegde documentaire bij HollandDoc, waardoor het **archief effectiever wordt ontsloten**. Uitzonderlijk succesvol was de app bij De Slimste Mens (NCRV), die nog maanden nadat de uitzendingen op tv waren gestopt een grote groep mobiele gebruikers wist te bereiken.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De doelstellingen met betrekking tot het **versterken van het aanbod en de samenwerkingsprojecten tussen de kunstomroepen** zijn opgenomen bij de speerpunten kunst en expressie in paragraaf 2.1.1.

Vergroten van impact

Nederland 2 besteedde in 2012 net als voorgaande jaren veel aandacht aan de culturele festivals, **en geeft de culturele evenementen een herkenbare plek in de programmering**. Met festivals zoals het Holland Festival, Oerol en

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
3.1 Algemeen	25
3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	25
3.2 Paletten	29
3.2.1 Nederland 1	29
3.2.2 Nederland 2	30
3.2.3 Nederland 3	31
3.2.4 Zapp en Zappelin	32
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



de Uitmarkt is er aandacht voor zang, dans, theater en muziek. En er wordt niet alleen op Nederland 2 uitgezonden, ook Cultura 24 en Radio 4 en 6 doen veel met de verschillende culturele evenementen. Veel optredens zijn zelfs helemaal te bekijken via het culturele themakanaal.

3.2.3 Nederland 3

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

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Nederland 3 zond in 2012 zo'n 22 nieuwe titels uit. Onderscheidend en spraakmakend zijn onder andere de titels Proefkonijnen (BNN), 4 handen op 1 buik (BNN), DWDD University (VARA), PowLitie (PowNed) en Op zoek naar God

2.0 (EO). Met de series Van God los (BNN), Feuten II (BNN), Lieve Lisa (NTR/VARA/VPRO), en Penzoa II (KRO) bood Nederland 3 in 2012 een rijk aanbod aan **Nederlandse dramaserie's**. Met onder andere de aankoopseries The Spiral (VARA), Homeland (BNN), Boardwalk Empire (BNN), Spooks (VARA) en Dexter (VPRO) biedt Nederland 3 **buitenlandse fictie die goed aansluit bij het net**. Naast de evenementen zoals Serious Request en de festivals is de cross-mediale samenwerking met 3FM in 2012 verder geïntensiveerd. Bijvoorbeeld bij de zoektocht naar nieuw talent in het programma De beste Singer-Songwriter van Nederland (BNN/VARA) en in het wekelijkse TopPop 3 (AVRO). Deze samenwerking is door de inzet van radiopresentatoren als Giel Beelen (VARA) en Gerard Ekdorf (AVRO) ook voor het publiek duidelijk zichtbaar.

Vergroten van impact

In de mediaomgeving van Nederland 3 wordt bij uitstek geëxperimenteerd met nieuwe concepten die interactief en crossmediaal zijn, zo ook in 2012. Nederland 3-programma's komen over het algemeen hoog in de toprijst van Uitzending Gemist; de on demand behoefte van het publiek voor dit aanbod is dus groot. **Live streams, fragmenten en clips** van Nederland 3 programma's worden zoveel mogelijk vooraf en direct na uitzending aangeboden. **Bij het delen van content, meningen en kennis wordt ook gebruik gemaakt van andere platforms**. Op deze manier wijzen we het publiek ook op andere platforms op het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep. Hier zaten grote successen tussen, zoals het fragment van Dennis en Valerio aan het weeenapparaat uit het programma Proefkonijnen (BNN) dat 6 miljoen keer werd bekeken en zelfs internationaal de aandacht trok. De programma's met een duidelijk spelelement lenen zich goed voor een tweede schermtoepassing, zo bleek uit het succes van het tweede scherm tijdens Ranking the Stars (BNN), Nationale 2012-test (BNN), 3 op Reistest (BNN) en de Spuiten & Slikkentest (BNN). Ook werden via het tweede scherm veel verzoekplaten aangevraagd tijdens de Nacht van de Popmuziek (NTR). Een aantal Nederland 3-programma's behoort tot de titels met veel Facebook-fans, zoals Klusjesmannen (BNN, 45 duizend), 3 op Reis BNN, 34 duizend) en Keuringsdienst van Waarde (KRO, 17 duizend).

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

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

3.2.4 Zapp en Zappelin

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

In de prestatieovereenkomst is opgenomen dat de jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen ten minste wordt gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode. Met 4749 uur is deze afspraak in 2012 gerealiseerd. Dit betekent ook een toename van het aantal uren ten opzichte van 2011.

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	Gerealiseerd: Zendtijd Zapp/Zappelin Vorige concessieperiode 4526 uur 2012 4749 uur

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De kindernetten Zapp en Zappelin onderscheiden zich door een aanbod met veel eigengemaakt Nederlands product. Met evenementen als Zapp Your Planet werd de band tussen de kijkers en de aan Zapp verbonden presentatoren in 2012 versterkt. Met de inzet van drama op de zaterdagavond en programma's als Mijn vader is de beste (TROS) wordt **de kracht van het samen kijken door het programmeren van familiale titels** vergroot. De in 2012 gestarte editie van Zappbios op de woensdagmiddag bleek een groot succes. Ook de tool om in vakanties keuzefilms aan te bieden, trok veel deelnemers. Succesvolle nieuwe titels voor de hele familie waren: Welkom in de Gouden Eeuw (NTR), de Cup Cake Cup (TROS), het Zapp Sinterklaasfeest (NCRV/MAX) en Freek in 't Wild (VPRO).

Het reeds ingezette beleid voor toename van Nederlands jeugd drama leidde in 2012 naast de langlopende series SpangaS (NCRV) en VRijland (KRO) onder andere tot het uitzenden van de series Koen Kampioen (AVRO), De vier van Westwijk (AVRO) en Sien van Sellingen (KRO).

Het huidige beleid op het gebied van documentaires is gecontinueerd. Onder de naam Zapp Echt Gebeurd worden documentaires die speciaal voor kinderen worden gemaakt uitgezonden. De Zapp Echt Gebeurd is er ook voor het onderwijs. De **huidige samenwerking met IDFA werd gecontinueerd.** Er is speciaal voor scholen een lesbrief ontwikkeld om echt gebeurde verhalen in de klas te behandelen. Met het samenwerkingsproject iDocu van Stichting De frisse blik en IDFA, kunnen leerlingen zelf een filmportret maken. Hierbij leren leerlingen kritisch kijken naar de kracht van beeldtaal in documentaires en maken zij zelf een mini-documentaire.

Educatie bleef ook in 2012 een belangrijk onderdeel binnen het aanbod van de kindertzender. Met programma's als Moffel en Piertje (NTR), maar ook de serie over de Gouden Eeuw (NTR), **blijft gegarandeerd budget voor programma's die direct aan het onderwijs gelieerd zijn.** Vooral in het basisonderwijs wordt er gebruik gemaakt van het educatieve aanbod. Opvallend is de verschuiving van lineair naar on demand kijken. Met de komst van het digitale schoolbord is het voor onderwijzers makkelijker geworden zelf te bepalen op welk moment er



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

Terugblik platforms: Video

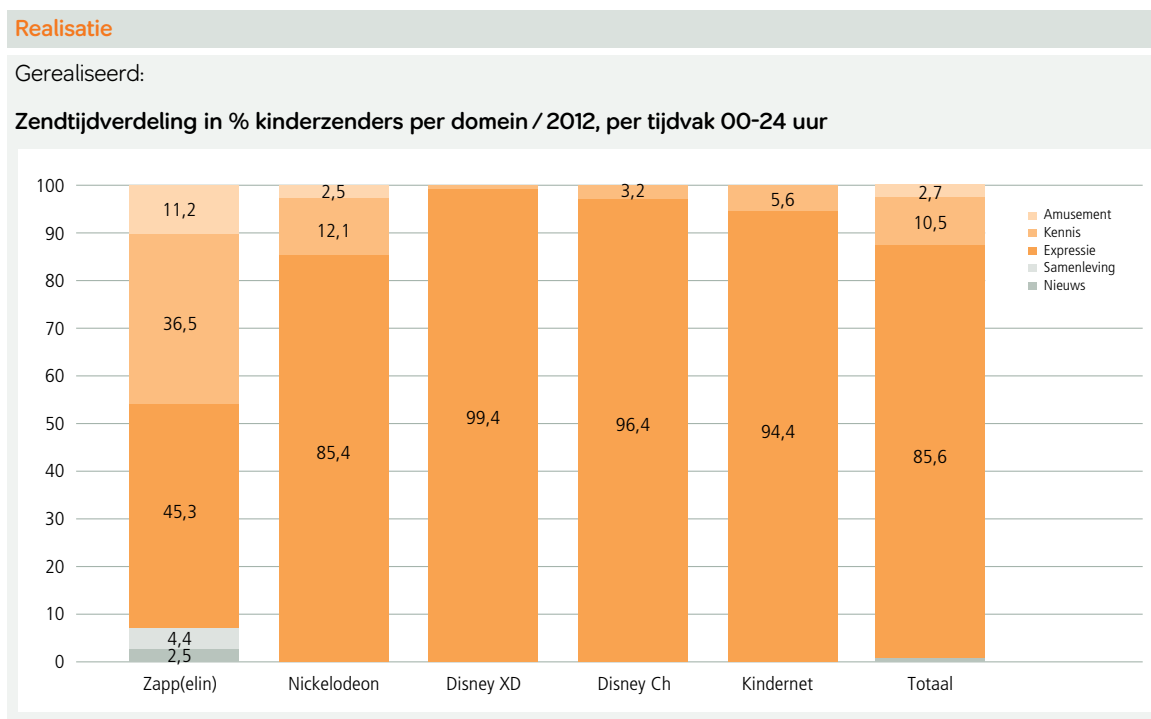
- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
 - 3.1 Algemeen 25
 - 3.1.1 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 25
 - 3.2 Paletten 29
 - 3.2.1 Nederland 1 29
 - 3.2.2 Nederland 2 30
 - 3.2.3 Nederland 3 31
 - 3.2.4 Zapp en Zappelin 32
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

in de klas naar het educatieve aanbod wordt gekeken. De educatieve website Schooltv/Beeldbank was met gemiddeld 1,2 miljoen unieke browsers per maand zeer succesvol, en vormde voor het onderwijs een aanvulling op de educatieve programma's op televisie.

Al met al bood het aanbod van de publieke kindernetten ook in 2012 meer variatie dan dat van de commerciële kindernetten. De commerciële netten zonden bijna alleen expressie uit –voor een belangrijk deel veroorzaakt door het grote aandeel buitenlandse fictie. Zapp en Zappelin boden daarentegen ook hun eigen nieuwsvoorziening aan, en kenden met 36,5% kennis ook veel educatieve programmering. Het domein amusement was op de publieke kindernetten prominenter aanwezig dan op de commerciële kindernetten. Dit kwam, net als in voorgaande jaren, door amusementshows met een publiek karakter, zoals de BZT-show (NCRV), Villa Achterwerk (VPRO) en Zapplive (NCRV).



Nr.	Afspraak
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 programma-kanalen voor kindertelevisie.
	In de bijlage met prestatieafspraken is een overzicht van de uitsplitsing van de verschillende domeinen naar CCC's opgenomen.



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

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
3.1 Algemeen	25
3.1.1 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	25
3.2 Paletten	29
3.2.1 Nederland 1	29
3.2.2 Nederland 2	30
3.2.3 Nederland 3	31
3.2.4 Zapp en Zappelin	32
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Aansluiten bij veranderend mediagebruik

De leeftijd waarop kinderen online gaan, wordt steeds lager. Via interactieve concepten is het mogelijk om kinderen nog meer te betrekken bij het aanbod van Zapp en Zappelin. In 2012 is de **Zapp-portal verder uitgebouwd met daarnaast nog websites van succesvolle titels van omroepen**. De activiteiten op internet hebben het doel kinderen op een leuke manier bezig te laten zijn met de tv-programma's die via Zapp en Zappelin worden uitgezonden. Kinderen vinden er acties, games, nieuws, informatie en filmpjes van de programma's.



Websites binnen de mediaomgeving van Zapp wisten een groot publiek te bereiken. Het meest populair waren de websites van het Jeugdjournaal (NOS) en van SpangaS (NCRV). In 2012 worden voor Zapp ook **applicaties voor smartphones en tablets ontwikkeld**. Opvallend bij Zappelin was de sterke stijging van het gebruik van de Zappelin-app, van 80 duizend unieke browsers in januari 2012 tot 118 duizend in december van dat jaar.

Vergroten van impact

Een betere onderlinge afstemming van de promotie van al **bestaande aankoopproducties** is arbeidsintensief en daardoor slechts ten dele gerealiseerd. De focus ligt op het uitzenden van televisieprogramma's. **De ontwikkeling van eigen initiatieven** om de promotieactiviteiten rondom televisieprogramma's voor kinderen aantrekkelijker te maken blijft aandacht houden.

Vanaf begin 2012 werd door de inzet van gerichte promo's de **crosspromotie tussen hoofdnet en overige kanalen** geoptimaliseerd en effectiever. Het **digitale themakanaal** Zappelin/Zapp 24 is volledig **ingericht als counterkanaal** en zendt dagelijks, 24 uur per dag uit met de beste kinderprogramma's van de Nederlandse Publieke Omroep. Aansluitend op Nederland 3 zendt het themakanaal programma's uit van Zappelin of Zapp. Is op Nederland 3 iets voor kleuters te zien dan richt het themakanaal zich op oudere kinderen en vice versa. Helaas is het themakanaal nog niet altijd beschikbaar in het basispakket en moet er nog een apart abonnement bij de kabelmaatschappij voor worden afgesloten.

Terugblik platforms: Audio

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
 - 4.1 Algemeen 35
 - 4.2 Paletten 36
 - 4.2.1 Radio 1 36
 - 4.2.2 Radio 4 37
 - 4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz 39
 - 4.2.4 Radio 5 40
 - 4.2.5 Radio 2 41
 - 4.2.6 3FM 42
 - 4.2.7 FunX 44
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

4.1 Algemeen

Op de publieke radiozenders was in 2012 een rijk aanbod te horen. Net als in voorgaande jaren was er op de muziekzenders FunX, 3FM, Radio 2, Radio 4, Radio 5 Nostalgie en Radio 6 veel ruimte voor nieuw, Nederlands product. Niet alleen in de muziekmix, maar ook in festivalverslaggeving en zenderbrede evenementen. Nieuw waren bijvoorbeeld de Radio 6 Awards en de Radio 2 Mijlpaal Award, uitgereikt aan Bløf. Radio 4 introduceerde in 2012 de Hart & Ziel-lijst en succesvolle evenementen als de 3FM Awards, Alpe D'Huzes, Top 2000 en Serious Request werden gecontinueerd. Radio 1 bracht gedurende de Sportzomer een geïntegreerde programmering in samenwerking tussen alle omroepen.

Ook in 2012 kenden alle verbindende zenders minimaal één themaweek of andere zenderbrede activiteit. Zoals Serious Request of de Top 2000, of het vanaf 2012 zenderbrede Alpe D'Huzes. Hiermee versterkten zij hun publieke waarde en impact – en de interactie met hun luisteraars.



Nr.	Afspraak	Realisatie
2.1.4	Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de Nederlandse Publieke Omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbod-concept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.	Gerealiseerd: Radio 5 1 Radio 2 2 3FM 1 FunX 1

Vergroten van impact

Nadat in 2011 radiogerelateerd internet werd geïntegreerd in de audiostrategie, is er in 2012 gewerkt aan het verder fijnlijpen van het audioportfolio op internet. Er vonden kleine veranderingen plaats in de audiopaletten (bv. websites, webkanalen). Daarnaast werd op de portal van veel zenders het etalagemodel ingevoerd. Hierbij is bovenaan op de portal een venster te zien met informatie over het programma dat op dat moment bezig is, en waar mogelijk inclusief een blik in de studio via webcams. Het media-aanbod van omroepen wordt zo op de goedbezochte zenderportals als het ware in de etalage gezet.

Aansluiten bij veranderend mediagedrag

In het Concessiebeleidsplan nam de Nederlandse Publieke Omroep zich voor audio verder te verrijken met visuele elementen, afgestemd op nieuwe vormen van mediaconsumptie. 3FM loopt vooruit op dit gebied en heeft dit verder uitgebreid in 2012. Bij Radio 2 werd de Top 2000 nog verder met visuals verrijkt, met beelden vanuit het Top 2000-café en beeldmateriaal over de nummers uit de lijst. In 2012 werden mobiele apps steeds vaker gebruikt om radio te luisteren. Het aantal opgevraagde streams via Iphone- of Androidapps verdubbelde bij sommige zenders ten opzichte van 2011. Maar ook de ontwikkeling van DAB+ als uiteindelijke opvolger van FM, heeft de aandacht. De NPO en de VCR spraken in 2012 af zich samen hard te maken voor het stimuleren hiervan.



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

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Verbeteren bereik

Ook in 2012 wist het Nederlandse publiek de landelijke publieke radiozenders in grote getale te vinden. De luistertijdaandeelstelling voor het totaal van de publieke radiozenders was voor 2012 gesteld op 31,6%. Met een realisatie van 32,6% werd dit ruimschoots gehaald. Dit is iets lager dan het uitzonderlijk hoge resultaat van 2011 (32,9%). Het goede resultaat in 2011 werd met name veroorzaakt door de zeer succesvolle eerste helft van 2011. Na de zendmastbranden in de zomer van 2011 liep de beluistering sterk terug – met name bij Radio 1. Deze zender heeft zich in de tweede helft van 2012 weer goeddeels hersteld. Toch is het hoge aandeel van begin 2011 (boven 8%) nog niet gehaald. De ambitie voor 2013 is met waardevol publiek aanbod deze groei voort te zetten, en ook bij andere zenders, zoals Radio 2 en Radio 5, nog meer publiek aan onze zenders en het aanbod van omroepen te binden.

4.2 Paletten Verrijkende paletten

4.2.1 Radio 1

Algemeen

Ook in 2012 konden luisteraars altijd terecht bij Radio 1, voor nieuws, achtergronden en opinie vanuit verschillende invalshoeken. Van de val van het kabinet en de Tweede Kamerverkiezingen, tot de rellen in Haren, het ongeluk van Prins Friso en de berichtgeving over de zaak rondom Marianne Vaatstra. Maar Radio 1 richt zich ook op buitenlands nieuws, met bijvoorbeeld de Amerikaanse presidentsverkiezingen en de berichtgeving vanuit het Midden-Oosten. Indien relevant met extra nieuwsuitzendingen.

Maar ook sport was in 2012 een belangrijk onderdeel op Radio 1 – helemaal met een evenementenzomer zoals die van afgelopen jaar: Olympische Spelen, EK Voetbal en Tour de France. Radio 1 voerde in deze periode de Sportzomer in, die maar liefst 1 miljoen extra luisteraars naar de zender trok.

Met dit alles heeft Radio 1 een bijzonder goed jaar achter de rug – dat niet voor



niets werd bekroond met de Marconi Award voor beste zender, en individuele prijzen voor Felix Meurders (VARA), Luuk Ikink (BNN) en een Prix Italia voor het hoorspel Mama Tandoori (BNN).

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Radio 1 had voor 2012 de ambitie **het profiel van gezaghebbende zender met een brede informatieve opdracht, die het nieuws brengt op de momenten dat het zich voordoet**, verder te versterken. In de dagelijkse praktijk is hier onder andere aan gewerkt door tweemaal daags telefonisch overleg tussen eindredacteuren van omroepen en de NOS. Dit is bedoeld om onderwerpen en nieuwsinbraken af te stemmen.

Een bijzondere en geslaagde actie op dit gebied is de Sportzomer. Het uitzendschema bestond in deze periode niet uit de gebruikelijke blokken per omroep, maar werd geheel in samenwerking tussen de verschillende omroepen geproduceerd op één redactievloer. Een uniek project, erop gericht

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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



om de luisteraar nog beter en actueler te informeren over nieuws en de vele sportevenementen afgelopen zomer. De Sportzomer zorgde voor hoge waarderingscijfers bij het publiek, dat de Sportzomer beoordeelde als informerend en bovenop het nieuws.

Een nieuwe service voor luisteraars in 2012 was Blauwe Vrijdag. Een dag die in het teken stond van de belastingaangifte, met hulp bij de aangifte en achtergrondgesprekken – in een samenwerking tussen alle omroepen. Op deze manier vergroot Radio 1 zijn publieke impact.

Verbeteren bereik

De belangrijkste ambitie van Radio 1 op het gebied van beluistering was een beoogde **stijging van het weekbereik naar 20%**. Deze ambitie was geformuleerd nog voor de impact van de zendmastbranden van de zomer van 2011 duidelijk was. Mede doordat de ontvangst lange tijd beperkt was, liep het bereik van Radio 1 terug en is de doelstelling niet gerealiseerd. De realisatie kwam uit op 17,7%. Een andere reden voor een overall terugval van het bereik van radiozenders is dat door een wijziging in het luisteronderzoek het bereik van het medium radio (en dus ook van afzonderlijke radiozenders) vanaf de tweede helft van 2012 lager uit valt.

Veranderend mediagedrag

In 2012 wilde Radio 1 ook op internet beter inspelen op veranderd mediagedrag. Dit onder andere door een **verrijking van de zendersite van Radio 1 met audiovisueel aanbod, waarbij tegelijkertijd de betreffende omroep als afzender beter wordt 'geëtaleerd.'** Dit is gerealiseerd door de invoering van het etalagemodel (zie eerder) op de website van Radio 1.

4.2.2 Radio 4

Algemeen

Radio 4 wil middenin de maatschappij staan en de spil zijn van het Nederlandse klassieke muziekleven zijn. Deze laatste ambitie is in 2012 nog verder uitgebouwd, met concerten en locatie-uitzendingen, maar zeker ook met de start van Dutch Classical Talent; een jonge talententrajec waarvan Radio 4 een van de initiatiefnemers is, naast onder andere Nederlandse concertzalen. Elk van de vier finalisten werd gedurende een maand uitgebreid voorgesteld op Radio 4 en de Radio 4-website – inclusief uitzending op Nederland 2 (NTR).

Ook met de Radio 4-prijs toont Radio 4 zijn band met het klassieke muziekleven aan. In 2012 ging de prijs naar dirigent Jan Willem de Vriend.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het onderscheidende aanbod van Radio 4 werd in 2012 gecontinueerd. Na vele jaren verliet Maartje van Weegen, presentatrice van De Klassieken (AVRO), de zender. Haar laatste uitzending was een bijzondere met veel liveoptredens. Ze is opgevolgd door Clairy Polak.

Vanzelfsprekend ging Radio 4 in 2012 door met het **registreren en uitzenden van klassieke concerten**, in totaal maar liefst 144. De concerten werden, in lijn met de geformuleerde ambitie, **beter toegankelijk gemaakt, onder meer door ze aan te bieden in het Radio 4 Concerthuis.**

Naast de reguliere programmering versterkte Radio 4 afgelopen jaar zijn aanbod met bijzondere evenementen en themaweken. Bijvoorbeeld Prinsengracht On Ice, een spontaan initiatief, gestart door de AVRO om te profiteren

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



van de aanhoudende vorst in februari 2012. Op de bevroren Prinsengracht gaven leden van het Koninklijk Concertgebouworkest, het Radio Filharmonisch Orkest, het Nederlands Kamerorkest, de Radio Kamer Filharmonie en het Nederlands Blazers Ensemble een uniek, winters, klassiek concert. Een bijzondere verrijking van de top 400 ontstond in 2012 met de Hart & Ziel-lijst. Er werd gekozen voor muziek die luisteraars raakt, waarbij luisteraars werden opgeroepen hun mooiste verhalen bij de muziek in te sturen. Radio 4 ontving meer dan 1000 persoonlijke verhalen. De crossmediale samenwerking met televisie vergrootte de impact, met een uitzending van de Hart & Ziel-nacht op Nederland 2. De zenderportal van Radio 4 zag een duidelijke piek in zijn bezoek in de periode van de Hart & Ziel-lijst, en de Hart & Ziel-top 100 werd door luisteraars gewaardeerd met een 7,3.

Verbeteren bereik

In de afgelopen jaren heeft Radio 4 al de nodige aanpassingen in de programmering gedaan, met name gericht op een logischer opbouw, het vergroten

van de samenhang en het dichterbij de luisteraars staan. Voor 2012 stond het **verder ontwikkelen van acties op het gebied van presentatie, muziek en tone of voice** op de agenda. Er werd onder andere een werkgroep presentatorenbeleid opgericht, waarin alle presentatoren regelmatig geëvalueerd worden. Ook is er een periodiek presentatorenoverleg gestart. Op het gebied van muzieksamenstelling wordt er gewerkt met een kroonjuwelenlijst van belangrijke en herkenbare klassieke muziek. Voor 2013 blijft het verder ontwikkelen van presentatie, muziek en tone of voice de aandacht vragen. Een andere ambitie was **het actiever naar buiten treden met relevante omroepbreed gedragen projecten en evenementen**. Dit is bijvoorbeeld gerealiseerd rondom de Hart & Ziel-lijst.

Daarnaast wilde Radio 4 **binnen programma's de interactie met luisteraars meer opzoeken**. Social media bieden op dit gebied uitkomst. De omroepen en Radio 4 zetten deze in om contact met luisteraars te zoeken. Veel presentatoren beschikken inmiddels over een eigen Twitteraccount en ook op Facebook is Radio 4 actief.

Om het bereik onder wat jongere groepen te vergroten, wilde Radio 4 zijn **marketing focussen op aantrekken breder en jonger publiek**. Een instrument hierbij is de talentencompetitie Dutch Classical Talent.

Het gemiddelde luistertijdaandeel van Radio 4 kwam over 2012 uit op 2,0%, een stijging van 0,1% ten opzichte van 2011.

Vergroten van impact

Een ambitie om de positie van Radio 4 in de klassieke muziekwereld verder te versterken, was het **aanhalen van relaties met ensembles door nauwe samenwerking binnen het Radio 4 Concerthuis**. Deze ambitie is in 2012 gerealiseerd door een verdere intensivering van de samenwerking. **Concerten worden zo snel mogelijk na opname** uitgezonden. Maar liefst 80% van de opnames werd in het afgelopen seizoen live of binnen twee weken na opname uitgezonden.

Ook de ambitie om **locatie-uitzendingen en samenwerkingsverbanden met ensembles en registraties, ook buiten de Randstad** te verzorgen, is



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

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

gerealiseerd. In 2012 werden verder voorbereidingen getroffen voor Radio 4 Klassiek in de stad – een project waarbij Radio 4 vanuit steden in verschillende provincies uitzendt. Dit is begin 2013 gestart in Den Bosch.

Verder heeft Radio 4 zijn impact vergroot door de **zichtbaarheid op festivals te vergroten door middel van meer festivalreportages en festivalnieuws**.

Radio 4 was bijvoorbeeld met speciale festivallocatie-uitzendingen aanwezig op Festival Classique, het Grachtenfestival en het Festival Oude Muziek.

In 2012 zag de nieuwe zenderportal van Radio 4 het licht. Met verbeterde navigatie, een strakkere vormgeving en nieuwe functies, bijvoorbeeld informatie over het actuele stuk dat te horen is, een gids en een gemist-functie. Luisteraars die meer informatie zoeken, kunnen zo nog beter terecht op radio4.nl.

4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz

Algemeen

Radio 6 Soul & Jazz heeft in 2012 de ingezette koers nog verder bestendigd. Het onderscheidend soul- en jazzprofiel, de aanwezigheid op festivals, en belangrijke ankers als North Sea Jazz en de Zwarte Lijst werden gecontinueerd. Om de koers nog beter uit te stralen, werd in 2012 een nieuwe huisstijl ingevoerd. Als beloning voor het succes van de Zwarte Lijst ontving Radio 6 een eervolle vermelding van de jury van de Nipkow-prijs.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Ook in 2012 konden luisteraars bij Radio 6 Soul & Jazz terecht voor soul, jazz en achtergronden bij deze muzieksoorten. Nieuw in 2012 waren de Radio 6 Soul & Jazz Awards, uitgereikt tijdens een awardshow met veel optredens van Nederlandse artiesten. Met deze awards bevestigt Radio 6 Soul & Jazz zijn centrale rol in dit muziekveld. Er waren awards voor onder andere Ruben Hein en Kris Berry. De awards zijn een perfecte manier om het publiek te laten zien waar Radio 6 Soul & Jazz voor staat. Saxofonist Maceo Parker werd tijdens North Sea Jazz in juli door de makers van Radio 6 bekroond met een Icon Award, voor zijn unieke bijdrage aan de muziek de afgelopen vijftig jaar. Deze prijs leidde tot veel publiciteit voor de artiest en de zender.



Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Vanzelfsprekend konden luisteraars ook in 2012 de Zwarte Lijst samenstellen. Ook afgelopen jaar waren de reacties enthousiast. Ongeveer 2,2 miljoen Nederlanders waren op de hoogte van de Zwarte Lijst, en het bereik steeg flink ten opzichte van 2011, met name onder 35+-ers. Meer dan een derde van de luisteraars gaf aan tijdens de Zwarte Lijst meer naar Radio 6 Soul & Jazz geluisterd te hebben dan normaal.

Een flink aantal jonge en talentvolle artiesten werd uitgeroepen tot Radio 6 Soul & Jazz Talent. Voorbeelden zijn saxofonist Tim Wes, trompettist Teus Nobel, de band Rilan & The Bombardiers en zangeres Mary Davis Jr. Deze artiesten kwamen veel aan bod in de programma's door middel van airplay, interviews en livesessies. Hiermee toont Radio 6 zich een belangrijke aanjager van nieuw nationaal talent binnen het soul- en jazzgenre.

Ook op presentatiegebied werd nieuw talent verworven en kregen nieuwe dj's de kans om zich in de nacht te bewijzen. Een deel van hen presenteert als invaller inmiddels overdag ook programma's op Radio 6.

Verbeteren bereik

De doelstelling voor het **luistertijdaandeel bedroeg 0,4%**. Radio 6 heeft dit niet gerealiseerd, maar met een jaargemiddelde van 0,3% is de realisatie 0,1% hoger dan vorig jaar. Een andere ambitie was het **vergroten van de continuïteit en herkenbaarheid van de zender, om meer als één geheel te klinken**.



Afgelopen jaar is hieraan gewerkt, bijvoorbeeld door een consistenter muziekprofiel, waarbij herkenbaarheid en toegankelijkheid in de dagprogrammering uitgangspunten waren. Het vergroten van de continuïteit blijft een ambitie voor 2013, net als het op koers houden van de hoeveelheid gesproken woord.

Veranderend mediagebruik

Eén van de ambities voor 2012 betrof het **verder ontwikkelen van mobiele media**. Een belangrijke doelstelling, aangezien Radio 6 Soul & Jazz niet over een FM-frequentie beschikt. Het aantal opgevraagde streams via iPhone, iPad en Android is in 2012 toegenomen. Het percentage luisteraars dat via een app luistert is in het afgelopen jaar sterk toegenomen; van 2% in 2011 naar 9% in 2012. In 2012 werden een geheel vernieuwde website en daarvan afgeleide mobiele website in gebruik genomen. Beide platforms zijn sterk gericht op live online luisteren via de audio- en/of videostreams.

Verbindende paletten

4.2.4 Radio 5

Algemeen

De dagprogrammering van Radio 5 richt zich onder de noemer Radio 5 Nostalgia op 55-plussers. Met name de wat lager opgeleide oudere doelgroep stemt af op deze mix van lichte muziek uit de jaren '50, '60 en '70, gecombineerd met achtergronden en service-informatie. De avond- en weekendprogrammering bestaat uit educatie, levensbeschouwing en religie, en wordt Radio 5 Avond & Weekend genoemd.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Radio5 Nostalgia bood afgelopen jaar een gewaardeerd aanbod, waaronder een aantal programma's dat over was gekomen van Radio 2. Zoals Adres Onbekend (KRO) en De Sandwich (AVRO). De Evergreen Top 1000 vond ook in 2012 weer plaats en vestigde een bereikcijferrecord. In totaal bereikte deze themaweek bijna twee miljoen Nederlanders – in de doelgroep van 55-plussers was het bereik liefst 19%. Verder reikte Radio 5 Nostalgia in 2012 weer zijn

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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

eigen oeuvreprijs uit, dit keer aan George Baker. De luisteraars konden meegenieten van de live-uitzending vanuit het De La Mar-theater in Amsterdam.

Verbeteren bereik

Radio 5 Nostalgie wilde afgelopen jaar zijn doelgroep nog beter bedienen, en zo een stijging van het luistertijdaandeel bewerkstelligen: de doelstelling was een **luistertijdaandeel van 9,5% in de doelgroep 55+**. Hiervoor is een gedeeltelijke koerswijziging ingezet. Met behulp van de overgang van enkele zondagprogramma's van Radio 2 naar Radio 5 Nostalgie, crosspromotie en een iets jongere muziekmix, was het de bedoeling meer 55- tot 64-jarigen naar de zender te trekken. Helaas is dit aantrekken van jongere luisteraars niet gelukt – en haakten daarbij andere luisteraars af door het minder heldere profiel van Radio 5 Nostalgie in het afgelopen jaar. Het aandeel in de doelgroep 55+ is teruggelopen van 8,3% in 2011 naar 7,2% in 2012. De ambitie voor 2013 is het profiel te verhelderen en zo een duidelijke propositie te bieden voor de doelgroep.

Radio 5 Avond & Weekend wilde in 2012 de **doorbeluistering verbeteren door logischer opbouw van de weekendprogrammering en langere programmatische blokken in het weekend**. Dit is gerealiseerd door de programmering in het seizoen 2011 – 2012 aan te passen; bijvoorbeeld door het vervallen van een aantal korte programma's en het oplengen van de Muzikale Fruitmand (EO).

Aansluiten bij veranderend mediagedrag

Net als bij andere zenders is Radio 5 in 2012 de etalage op de zenderportal ingevoerd; een venster binnen de website **waar de omroep die de uitzending verzorgt, actuele programmagerelateerde informatie plaatst**. Zo is de ambitie om een **betere afstemming tussen radio-uitzendingen en online content** te realiseren, verwezenlijkt. Bij het vormgeven van de etalage is rekening gehouden met de behoeften van de doelgroep.

De ambities op het gebied van de websites en app's zijn gerealiseerd. Zo zijn

mobiele applicaties uitgebreid met audio en gegevens over programma's, om luisteraars via deze platforms een optimale luisterervaring te bieden. Ook werd voor **Radio 5 Avond & Weekend de website geoptimaliseerd, onder andere door een nieuwe versie van de player te introduceren**.

4.2.5 Radio 2

Algemeen

Radio 2 bood zijn brede publiek ook in 2012 een gevarieerd aanbod van muziek, andere culturele uitingen en nieuws. Ook afgelopen jaar is er gewerkt aan het verder opruimen van Radio 2, om zijn beoogde doelgroep meer aan te spreken. Tegelijkertijd zijn succesvolle evenementen, zoals de Top 2000 en Alpe D'Huzes gecontinueerd en introduceerde Radio 2 nieuwe concepten, zoals The Rolling Stones Tribute, de Radio 2 Mijlpaalprijs en de jaren '80 themaweek 8x80.



Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De muzikale breedte en variatie bij Radio 2 zijn groter dan bij veel andere stations. Zo ontstaat er ruimte in de programmering voor verrijkende programma's, die het onderscheidende, publieke karakter van Radio 2 en zijn positie in het Nederlandse muziekleven benadrukken.

Afgelopen jaar is dit nog verder versterkt door het **uitbreiden van Nederlandse en Nederlandstalige muziek in de bestaande programmering**. In de muziekmix is meer ruimte gemaakt voor Nederlandse en Nederlandstalige muziek. De Top 2000 legde een extra accent op Nederlandse muziek.

Daarnaast startte Radio 2 in 2012 met Radio 2 Talent, om Nederlands talent te steunen door airplay en de kans op een showcase. Het eerste Radio 2 Talent was de band Ape Not Mice.

Verbeteren bereik

Radio 2 kent een breed bereik en een hoog luistertijdaandeel; in 2012 kwam het aandeel uit op 9,8%. In 2011 bedroeg de realisatie 10,0%. De doelstelling van 10,3% voor 2012 werd niet gerealiseerd. Vooral de doelgroep van Radio 2, 35- tot 54-jarigen weet de zender steeds wat minder goed te vinden. De opfrissingsoperatie is daarom, zoals gepland, voortgezet in 2012. Bijvoorbeeld door **opfrissing van programma's in de avond en op zondag om beter bij het profiel aan te sluiten**, en om deze programma's beter op elkaar af te stemmen. Dit is gerealiseerd, waarbij ook de zaterdag is betrokken. Onder andere door een nieuw programma in plaats van Adres Onbekend (KRO), twee nieuwe magazineprogramma's, Helemaal Haandrikman (KRO) en Hotel Kooij (WNL). Daarnaast is de formule van de meeste bestaande programma's aangescherpt.

Deze programmatische acties hebben niet geleid tot het gewenste resultaat. Radio 2 wilde **in de leeftijdsgroep 35-44 jaar een positie verwerven in de top 5**. Net als in voorgaande jaren bleef de zender steken op een zesde plaats, met een luistertijdaandeel van 7,4%. De best beluisterde zender in deze groep is 538 met 17,8%. In de groep 35- tot 54-jarigen kwam het aandeel van Radio 2 hoger uit op 11,0%. Dit is 0,9% lager dan in 2011. Voor 2013 blijven de inspanningen om het publiek beter te bedienen hoog op de agenda staan.

Vergroten van impact

Een manier waarop Radio 2 afgelopen jaar zijn impact op het Nederlandse muziekleven heeft versterkt, is met een **nieuw evenement rondom Nederlandstalige (pop)muziek**, de Radio 2 Mijlpaalprijs. Deze werd uitgereikt aan Bløf, voor hun bijdrage aan de Nederlandse popmuziek. De uitreiking werd omlijst met een exclusief concert bestaande uit een selectie van de grootste hits van Bløf van de afgelopen 20 jaar – waarbij luisteraars aanwezig konden zijn en konden stemmen voor de te spelen nummers. Het concert werd door de NTR uitgezonden op Nederland 3.

Daarnaast heeft Radio 2 het **crossmediale samenwerkingsproject Alpe D'Huzes nog verder uitgebouwd**. Deze sportieve inzamelingsactie voor de strijd tegen kanker bracht in 2012 een record van ruim 32 miljoen euro op. Radio 2 versloeg de dag live vanuit Frankrijk, vanaf de start tot de bekendmaking van het eindbedrag, draaide muzikale verzoekjes en liet het thuisfront de fietsers aanmoedigen. Het totaalbereik van Alpe D'Huzes op radio, televisie en internet bedroeg 6,6 miljoen mensen – waar dit er in 2011 nog 5 miljoen waren. Met een 8,2 als gemiddeld rapportcijfer, was er veel waardering voor de actie.

Vanzelfsprekend sloot Radio 2 ook 2012 af met de Top 2000. Maar liefst 75% van alle Nederlanders is op een of meerdere manieren bereikt door de Top 2000. Het bereik is licht teruggelopen ten opzichte van 2011, mede veroorzaakt doordat de uitzendingen op een minder prominente plek in de pakketten met themakanalen waren te zien; niet bij alle aanbieders was het kanaal in kwestie, Cultura, een etalagekanaal in deze periode. Hierdoor waren de uitzendingen voor minder mensen met een digitaal pakket te ontvangen. Toegenomen is het verkrijgen van informatie over de Top 2000 via social media. Het aantal likes van Top 2000 op Facebook is meer dan verdrievoudigd gedurende de periode van de uitzendingen.

4.2.6 3FM

Algemeen

De publieke pop/rockzender 3FM kende ook in 2012 een sterk profiel en een helder DNA; 3FM houdt van muziek, heeft een mening en is onderscheidend.

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

Niet voor niets werd 3FM in 2012 uitverkozen tot sterkste radiomerk (Interbrand en Tijdschrift voor Marketing). Een onderscheidende muziekmix, aansprekende d'js, themaweeken en impactvolle evenementen zorgden voor een zeer geslaagd jaar, waarbij het totale luistertijdaandeel nog iets steeg



ten opzichte van 2011; van 9,9% naar 10,0%. De doelstelling van 8,7% werd hiermee ruimschoots gehaald. In de doelgroep 15- tot 34-jarigen was 3FM, net als in 2011, de meest beluisterde zender.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De programmering van 3FM zit goed in elkaar. Het aanbod is verrassend en onderscheidend en wordt door het publiek goed beluisterd en hoog gewaardeerd. Daarom stonden er voor 2012 geen grootscheepse wijzigingen op de agenda. Wel is er, zoals gepland, gewerkt aan het **continueren van een scherp en onderscheidend muziekbeleid**. 3FM voerde ook in 2012 een consequent en scherp muziekbeleid, om de zender te positioneren als dé trendsettende, onderscheidende muziekzender voor jongeren. Bijvoorbeeld

door unieke muziek te draaien en op nieuw talent te sturen bij de samenstelling van de playlist en de wekelijkse megahits. Artiesten die 3FM in 2012 op deze manier duidelijk op de kaart heeft gezet zijn Blaudzun, Ben Howard, Passenger, Douwe Bob, The New Shining, Rudimental, Lumineers, Will & The People, Alt-J, Jake Bugg en Kensington.

Vergroten impact

3FM vervult een vooraanstaande positie in het Nederlandse muziekleven. Bijvoorbeeld rondom jong talent, festivals en awards. Ook in 2012 zijn er veel activiteiten op dit gebied ondernomen. Bijvoorbeeld het **continueren van Serious Talent**. Voorbeelden van artiesten die in 2012 door Serious Talent een extra platform kregen, zijn Mister & Mississippi, The New Shining, Douwe Bob, Kensington en Jacco Gardner.

De al uitgebreide **festivalverslaggeving werd gecontinueerd**, met bijvoorbeeld uitzendingen vanaf Lowlands, Pinkpop, Mysteryland, Concert at Sea, Zwarte Cross en Eurosonic/Noorderslag.

Ook zette 3FM in april wederom Nederlandse artiesten in het zonnetje door het **organiseren van de 3FM-awards**. Deze awardshow werd ook live uitgezonden op Nederland 3. Grote winnaars waren Raccoon, Go Back To The Zoo en Gers Pardoel. Het publiek ziet deze awards met afstand als de belangrijkste popprijzen in Nederland. De awards bereikten op radio, televisie en internet in totaal meer dan de helft van de 3FM-doelgroep (54%).

Dé impactvolle actie van 3FM, Serious Request, brak in 2012 alle records. De acties was dit jaar gericht op het terugdringen van babysterfte – daarvoor werd ruim 12 miljoen euro opgehaald. Een toename van 50% ten opzichte van 2011. Het publiek keek en luisterde massaal, met een totaalbereik van 12,1 miljoen Nederlanders. Het bereik nam op alle platforms toe. En ook de actiebereidheid voor het goede doel nam toe. Het aantal particuliere acties dat werd aangemeld voor Serious Request, verdubbelde tot ruim 4500.

Afgelopen jaar is er ook gewerkt aan het **continueren en verder ontwikkelen van interactiemogelijkheden via internet, waaronder social media**. 3FM was

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

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
4.1 Algemeen	35
4.2 Paletten	36
4.2.1 Radio 1	36
4.2.2 Radio 4	37
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	39
4.2.4 Radio 5	40
4.2.5 Radio 2	41
4.2.6 3FM	42
4.2.7 FunX	44
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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

al vroeg vertegenwoordigd op social media en heeft zijn activiteiten afgelopen jaar nog verder uitgebouwd. De interactiemogelijkheden met de luisteraar zijn hierdoor sterk toegenomen. Het aantal berichten over bijvoorbeeld Serious Request op social media is de afgelopen jaren sterk toegenomen; van 278 duizend in 2010 naar 730 duizend in 2012. Het aantal volgers van 3FM en Serious Request op Twitter nam sterk toe na afloop van Serious Request. Een belangrijke ambitie was het **bekijken van de mogelijkheden voor nieuwe crossmediale concepten met 3FM als vertrekpunt**. Op dit gebied zijn, door de intensievere samenwerking met Nederland 3, veel vorderingen geboekt. Bijvoorbeeld door TopPop 3 (AVRO), uitgezonden op Nederland 3 en gepresenteerd door 3FM dj Gerard Eklom en met een duidelijke koppeling met het muziekprofiel van 3FM. Hetzelfde geldt voor De Beste Singer-Songwriter (VARA), gepresenteerd door Giel Beelen. Er zijn plannen om in 2013 deze samenwerking nog verder te intensiveren, om zo jongeren nog beter te bereiken met publieke content.

4.2.7 FunX

Algemeen

Afgelopen jaar was achter de schermen een bewogen jaar voor FunX, de urban jongerenzender in het publieke radioprofiel. FunX richt zich op een jonge doelgroep (15- tot 35-jarigen, met een focus op 15- tot 24-jarigen) in de grote steden. Hiermee is FunX complementair aan 3FM, dat meer beluisterd wordt buiten de grote steden en onder het bovenste deel van deze doelgroep.

De NPO had zich voorgenomen **in het najaar van 2011 uit te werken óf en zo ja, hoe de landelijke editie van de zender kon worden ingepast binnen de Nederlandse Publieke Omroep**. Dit omdat de bestaande werkwijze rondom FunX niet aansloot bij de werkwijze binnen de Nederlandse Publieke Omroep. Daardoor was FunX niet goed ingebed binnen de audiostrategie en kon er geen optimale synergie ontstaan.

Deze ambitie is gerealiseerd. In 2012 zijn de betrokken partijen (NPO, landelijke omroepen, St. G4, FunX B.V.) de transitie van FunX gestart. Deze is eind 2012

succesvol afgerond, waarmee de landelijke editie van FunX vanaf 1 januari 2013 binnen de Nederlandse Publieke Omroep is ingebed. Omroepen zijn verantwoordelijk voor de productie van het media-aanbod, de NPO verzorgt de coördinatie (bv. zender- en websitemanagement) en gezamenlijksactiviteiten (zoals muzieksamenstelling en zenderbrede evenementen). Ook is FunX nu een integraal onderdeel van de audiostrategie, bijvoorbeeld waar het gaat om het bereiken van doelgroepen, crosspromotie en kennisdeling. De lokale edities van FunX vallen onder de verantwoordelijkheid van de lokale omroepen in de betreffende steden.

Het belangrijkste is echter dat in de tussentijd de uitzendingen van FunX gewoon zijn voortgezet, om zo jonge luisteraars te blijven bedienen met onderscheidend publiek aanbod.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

FunX continueerde in 2012 zijn herkenbare profiel met muzieksoorten als r&b, hiphop, turkpop en latin. De zender ontbrak niet bij belangrijkste festivals en evenementen en pakte ook dit jaar weer uit met het Zomercarnaval in Rotterdam.

Naast muziek bood FunX zijn luisteraars ook service-informatie, over onderwerpen van culturele uitingen tot sollicitatietips (bv. in Hi5), en konden zij in het discussieprogramma Critix hun mening over uiteenlopende onderwerpen geven en scherpen. Een nieuw programma vanaf september 2012 is Wat Anders. Hét programma om op de hoogte te blijven van de nieuwste hiphop-releases in Nederland en het buitenland. Wekelijks schuift een artiest uit de Nederlandse hiphopwereld aan om te vertellen over zijn of haar muziek.

Distributie

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

5. Distributie

De doelstellingen zoals opgegeven in het MJB 2012-2016 zijn in grote mate gehaald. Hieronder worden de specifieke resultaten besproken.

Platforms volgen publiek

Het toevoegen van interactiviteit via second screen applicaties is op pc, laptop, mobiel en tablet gerealiseerd voor 23 tv-programma's. Voorbeelden zijn Zomergasten (VPRO), de KRO-detectives, Tussen Kunst en Kitsch (AVRO),

Studio Sport (NOS), en de Nationale IQ Test (BNN). De deelname ligt gemiddeld op 3% met pieken tot 12% van het aantal kijkers, met als top 125 duizend gelijktijdige gebruikers. Met de komst van de Visual Radio- en de Social Radio Player hebben Radio 1, 2, 3FM en 6 ook een interactieve laag gekregen.

Ook het uitbreiden van hybride broadcast (HBB) beschikbaarheid is gerealiseerd. De hybride broadcast broadband (HBB) portal van de NPO is beschikbaar via satelliet, DVB-T (Digitenne) en een aantal kleinere kabels.



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

Distributie

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

De connectedTV apps van Uitzending Gemist op Philips, Samsung en LG televisies maken ook gebruik van dit portal. Het is het snelst groeiende platform en zonder marketing worden per dag bijna 20 duizend mensen bereikt die per maand ruim 100 duizend pagina's bekijken en 800 duizend video's opstarten. Het portal bevat naast now/next-informatie over wat er speelt op de drie hoofdkanalen, een programmagids, verdiepende informatie over de programma's en de mogelijkheid om terug te kijken via Uitzending Gemist. De NPO is founding member van het HBBNL Forum waarin wordt samengewerkt met distributiepartijen, consumenten elektronica en de toeleverende industrie. De doorgifte bij UPC en Ziggo is helaas nog niet gelukt en is onderwerp van gesprek met het ministerie.

Het geplande **experiment voor live terugkijken binnen Uitzending Gemist** is uitgesteld en zal gelanceerd worden tegelijkertijd met de NPO-portal in het eerste kwartaal van 2013.

Centrale coördinatie distributie

Een ambitie voor 2012 was het **vaststellen van ketenafspraken voor themakanalen televisie, themakanalen radio en internet, met als doel de continuïteit te vergroten**. Voor themakanalen televisie zijn deze in concept vastgesteld en die voor tv zijn geüpdate, o.a. met eisen rond luidheid (loudness). De ketenafspraken voor themakanalen radio en internet zijn niet ingevoerd aangezien de onderliggende systemen en procedures aan verandering onderhevig waren. Voor radio zullen deze in 2013 worden ingevoerd. Voor internet na de ingebruikname het nieuwe uitzendsysteem en DDV.

De NPO streefde afgelopen jaar naar het opschalen van internetdistributiecapaciteit (streaming) naar meer gelijktijdige online gebruikers.

Deze capaciteit is verder uitgebreid, o.a. door gebruikmaking van een eigen CDN en het CDN van KPN. Hierdoor hebben meer gelijktijdige kijkers en luisteraars dan voorheen de internetuitzendingen waaronder de Sportzomer kunnen volgen. Dit allemaal mede dankzij een nieuw innovatief adaptive streaming platform.

De NPO-player voor webportals is geïmplementeerd. Inmiddels maakt Spirit24.nl hier gebruik van en zullen in 2013 overige websites en portals volgen.

De (bestaande) coördinatie van de uitzendketen televisie en radio is doorgetrokken naar themakanalen, o.a. door scheduling via het centrale Whats'On systeem, en naar online-diensten, o.a. door uitbreiding van het Rechtenmeldpunt voor Uitzending Gemist en het opzetten van servicemanagement voor online diensten.

Vindbaar en herkenbaar blijven

Vergelijkbaar met het verbeteren van de kwaliteit van aangeleverd videomateriaal is een project gestart voor het **verbeteren van de kwaliteit van metadata van het media-aanbod**. Het metadatagebruik door de hele keten is in kaart gebracht. Dit is een belangrijke bron om de metadata-verrijkingprocessen te verbeteren. Hoewel enigszins vertraagd is de centrale metadata repository voor online publicatie (POMS) opgeleverd en zijn de eerste omroepportals (o.a. die van de VPRO, Sterren 24 en Spirit 24) en apps erop aangesloten.

Hoewel de functionaliteiten preview en live terugkijken nog niet gerealiseerd zijn, is de **beschikbaarheid en bereikbaarheid van de on demand-diensten (Uitzending Gemist en themaportalen)** omhoog gegaan. Meer mensen dan ooit hebben van de portals gebruik gemaakt om meer audio en video dan ooit te beluisteren en bekijken. Tevens is het extra materiaal bij de programma's meer dan ooit bekeken. Op de themaportalen is crossnavigatie naar de tv-portals en doorverwijzing naar de programma's op de lineaire kanalen gerealiseerd.

Beschikbaarheid van rechten

De NPO had op dit gebied de volgende ambitie geformuleerd: **in 2012 wordt de vereniging RoDAP operationeel en streven we naar afspraken met de one-stop shop aan CBO-zijde over de basic mediaservices (lineaire uitzendingen inclusief Uitzending Gemist op alle beschikbare platformen) en over extra media-services (zoals betaalde vormen van Video On Demand)**. Het jaar 2012 is het eerste jaar dat de vereniging RoDAP volledig operationeel

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

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

Distributie

was en onderhandelingen met de Collectieve Beheersorganisaties (CBO's) kon voeren. De inzet van RoDAP was om uiterlijk einde 2012 met de gezamenlijke CBO's overeenstemming te hebben bereikt over een nieuwe regeling voor de binnen RoDAP georganiseerde partijen (omroepen, producenten en distributeurs).

Helaas hebben de gezamenlijke CBO's het overleg eind december gestopt en gesteld dat er verder met partijen afzonderlijk moet worden onderhandeld. Op onderdelen was overeenstemming bereikt en op andere onderdelen waren partijen elkaar redelijk genaderd. Het grootste struikelblok bleek evenwel de hoge vergoeding die het collectief claimde. Pogingen van RoDAP om meer realisme in de gevraagde vergoeding te krijgen zijn gestrand, mede omdat de CBO's een andere juridische positie innemen dan volgens RoDAP op grond van recente jurisprudentie gerechtvaardigd is. Ook zijn individuele CBO's procedures gestart om rechtenbetalingen door een van de partijen binnen RoDAP, namelijk de kabels, af te dwingen.

Binnen RoDAP is besloten vooralsnog te starten met gesprekken met individueel betrokken CBO's. De inzet van RoDAP blijft om op enig moment weer met alle betrokken CBO's aan tafel te zitten en tot een gezamenlijke regeling te komen, zoals ook de wetgever het voor ogen staat. Verdere juridificering is niet de wens van RoDAP en zal vertragend werken op het doel om tot een voor alle partijen acceptabele regeling te komen, die nieuwe verdienmodellen mogelijk maakt. Een belang dat exploitanten en makers delen.

Hiernaast heeft de NPO zich ook in het afgelopen jaar ingespannen de positie van de omroepproducent internationaal en nationaal onder de aandacht te brengen in diverse wetgevingstrajecten. De NPO stelt zich ook op het standpunt dat de bezuinigingen bij de Nederlandse Publieke Omroep ook de creatieve sector zal raken als het gaat om een redelijke rechtenvergoeding.

Vrije toegang via eigen distributieplatforms

Op het gebied van de **start van de landelijke uitrol van DAB+/DMB-T** zijn de volgende vorderingen gemaakt. Na een succesvolle Europese aanbesteding voor uitzenddiensten DAB heeft de NPO de opdracht (met een einddatum op

zijn laatst in 2023) gegund aan KPN Broadcast Services. Voor dit doel heeft KPN een nieuw DAB-netwerk in gebruik genomen dat tevens geschikt is om te worden ingezet voor DAB+, de opvolger van DAB. Via DAB worden momenteel negen kanalen verspreid. Behalve Radio 1 t/m 5 zijn dat Radio 6, FunX, Top 2000 en 24 Nieuws. Er worden voorbereidingen getroffen om in 2013 DAB om te zetten in DAB+. De NPO heeft met de VCR afspraken gemaakt over de manier waarop DAB+ in de markt geïntroduceerd wordt.

De **distributie van Nederland 1, 2 en 3 via internet** is uitgesteld om gelijktijdig met de lancering van de NPO-portal plaats te vinden.

Er wordt gewerkt aan **het ontwikkelen van modellen voor hoge-kwaliteit audio/videodistributie via internet**, maar dit heeft nog niet geleid tot de realisatie van levensvatbare diensten.

De NPO had zich tot doel gesteld **bij de verantwoordelijke instanties aan te dringen op het borgen van netneutraliteit en gegarandeerde toegang tot de diensten van de Nederlandse Publieke Omroep**. De aanpassing van de Telecomwet biedt de garantie van netneutraliteit. Hiermee is wettelijk vastgelegd dat de internetproviders niet de diensten van de Nederlandse Publieke Omroep mogen afknippen dan wel stoppen. Sommige providers proberen echter nog wel een tweezijdige markt te creëren waarbij de Nederlandse Publieke Omroep voor het doorgeven van meer volume zou moeten betalen, ondanks dat het door hun betalende eindgebruikers wordt opgevraagd. De Nederlandse Publieke Omroep gaat hier niet in mee.



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

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63

- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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

1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik

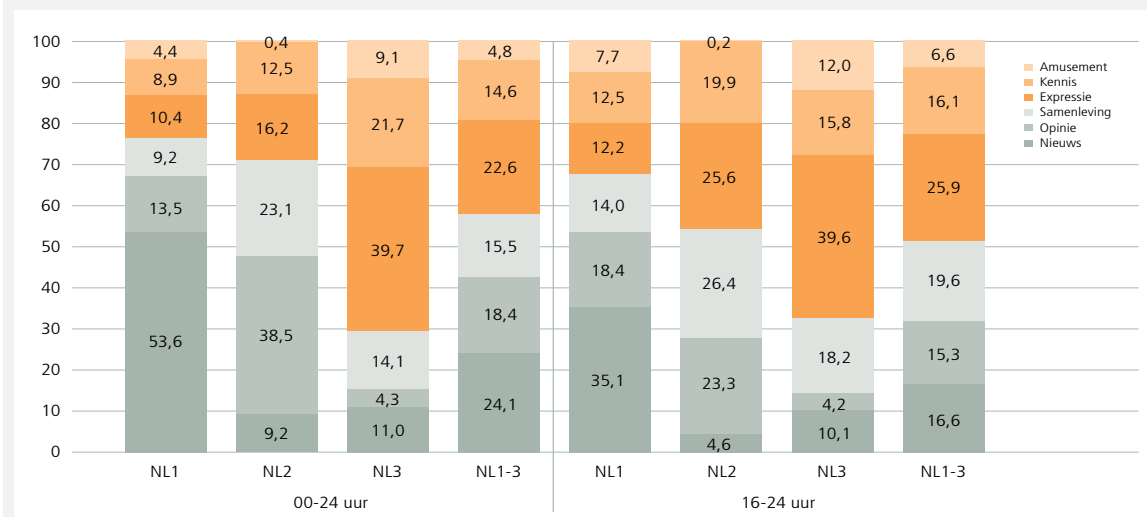
Nr.	Afspraak	Realisatie
1	De Nederlandse Publieke Omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.	Gerealiseerd: De NPO heeft in de Terugblik 2011 over deze afspraak gerapporteerd.

2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

2.1 Aanbodmix

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.1.1	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisie- programmakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement.	Gerealiseerd: Zendtijdverdeling in % per net per aanbodsdomein / 2012, per tijdvak, incl. Zapp(elin)*



vervolg tabel op pagina 49

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48

- 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
- 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
- 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
- 4 Vergroten impact 63

- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64



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

2.1.1		Gerealiseerd:								
		Zendtijdverdeling inclusief Zapp(elin) in percentages, per aanbodsdomein, per tijdvak								
		0 - 24 uur				16 - 24 uur				
		Domein	NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3
		nieuws	53,6	9,2	11,0	24,1	35,1	4,6	10,1	16,6
		opinie	13,5	38,5	4,3	18,4	18,4	23,3	4,2	15,3
		samenleving	9,2	23,1	14,1	15,5	14,0	26,4	18,2	19,6
		expressie	10,4	16,2	39,7	22,6	12,2	25,6	39,6	25,9
		kennis	8,9	12,5	21,7	14,6	12,5	19,9	15,8	16,1
		amusement	4,4	0,4	9,1	4,8	7,7	0,2	12,0	6,6
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		

2.1.1		Zendtijdverdeling inclusief Zapp(elin) in uren								
		0 - 24 uur				16 - 24 uur				
		Domein	NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3
		nieuws	3.805	667	855	5.327	881	117	256	1.254
		opinie	957	2.782	338	4.076	463	588	108	1.158
		samenleving	650	1.670	1.102	3.422	352	665	462	1.480
		expressie	740	1.168	3.095	5.003	306	645	1.004	1.956
		kennis	631	904	1.695	3.230	313	501	401	1.215
		amusement	314	32	711	1.057	194	5	303	502
		Totaal	7.097	7.223	7.796	22.116	2.509	2.521	2.535	7.565

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																					
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.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</caption> <thead> <tr> <th>Zendercombinatie</th> <th>Tijdvak</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">NL 1-3</td> <td>16-24 uur</td> <td>12,8</td> <td>17,9</td> <td>21,5</td> <td>22,3</td> <td>18,1</td> <td>7,4</td> </tr> <tr> <td>00-24 uur</td> <td>20,9</td> <td>20,5</td> <td>17,3</td> <td>20,4</td> <td>16,1</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">RTL</td> <td>16-24 uur</td> <td>0,3</td> <td>20,2</td> <td>38,2</td> <td>10,8</td> <td>17,6</td> <td>19,6</td> </tr> <tr> <td>00-24 uur</td> <td>23,1</td> <td>18,1</td> <td>29,8</td> <td>14,0</td> <td>13,6</td> <td>1,3</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">SBS</td> <td>16-24 uur</td> <td>0,6</td> <td>19,1</td> <td>47,2</td> <td>8,5</td> <td>25,6</td> <td>19,6</td> </tr> <tr> <td>00-24 uur</td> <td>18,8</td> <td>15,1</td> <td>42,0</td> <td>8,0</td> <td>15,8</td> <td>0,4</td> </tr> </tbody> </table>	Zendercombinatie	Tijdvak	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	NL 1-3	16-24 uur	12,8	17,9	21,5	22,3	18,1	7,4	00-24 uur	20,9	20,5	17,3	20,4	16,1	4,8	RTL	16-24 uur	0,3	20,2	38,2	10,8	17,6	19,6	00-24 uur	23,1	18,1	29,8	14,0	13,6	1,3	SBS	16-24 uur	0,6	19,1	47,2	8,5	25,6	19,6	00-24 uur	18,8	15,1	42,0	8,0	15,8	0,4
Zendercombinatie	Tijdvak	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																																
NL 1-3	16-24 uur	12,8	17,9	21,5	22,3	18,1	7,4																																																
	00-24 uur	20,9	20,5	17,3	20,4	16,1	4,8																																																
RTL	16-24 uur	0,3	20,2	38,2	10,8	17,6	19,6																																																
	00-24 uur	23,1	18,1	29,8	14,0	13,6	1,3																																																
SBS	16-24 uur	0,6	19,1	47,2	8,5	25,6	19,6																																																
	00-24 uur	18,8	15,1	42,0	8,0	15,8	0,4																																																

vervolg tabel op pagina 50

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.1.2	Domein naar CCC in percentages	00-24 uur			16-24 uur		
		NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS
	Nieuws	20,9	23,1	18,8	12,8	12,9	5,0
	- nieuws	15,9	16,7	17,7	5,9	8,7	3,9
	- act. sportinformatie	3,7	3,1	0,2	4,4	2,8	0,3
	- sportreportage	1,3	3,3	0,9	2,5	1,4	0,8
	Opinie	20,5	1,3	0,4	17,9	0,3	0,6
	- actualiteiten	10,8	0,0	0,0	6,0	0,0	0,0
	- meningsvorming	9,7	1,3	0,4	11,9	0,3	0,6
	Samenleving	17,3	18,1	15,1	21,5	20,2	19,1
	- religie	2,4	0,7	0,5	2,1	0,0	0,0
	- human interest	5,8	9,8	11,7	11,1	12,5	15,0
	- human actua	8,2	6,5	2,7	7,1	5,8	3,7
	- human culture	0,6	0,1	0,2	0,9	0,0	0,3
	- overig sportinformatie	0,3	1,1	0,0	0,4	1,9	0,0
	Expressie	20,4	29,8	42,0	22,3	38,2	47,2
	- kunstinformatie	4,5	0,4	0,8	5,3	0,3	0,6
	- overige NL fictie	4,8	4,2	2,4	7,5	3,3	3,6
	- overige btl fictie	7,3	22,4	37,6	5,5	30,3	41,5
	- artistiek spel	0,4	2,2	0,8	0,5	3,6	1,0
	- cabaret/kleinkunst	0,3	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0
	- satire	0,5	0,3	0,1	1,0	0,5	0,1
	- populaire muziek	2,5	0,2	0,4	1,5	0,2	0,3
	- klassieke muziek	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
	- overige muziek	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
	Kennis	16,1	14,0	8,0	18,1	10,8	8,5
	- educatie	4,6	1,3	0,4	7,2	1,0	0,0
	- service	5,0	9,0	7,3	6,9	7,5	8,0
	- factual	0,1	1,4	0,1	0,1	2,3	0,1
	- NL educatieve fictie	2,5	0,9	0,0	1,4	0,0	0,0
	- btl educatieve fictie	2,8	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
	- educatieve quiz	1,2	0,0	0,2	2,4	0,0	0,4
	Amusement	4,8	13,6	15,8	7,4	17,6	19,6
	- overig spel en quiz	2,0	9,4	11,8	3,7	12,3	13,0
	- overig amusement	2,7	4,3	4,0	3,7	5,2	6,6
	Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

vervolg tabel op pagina 51

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

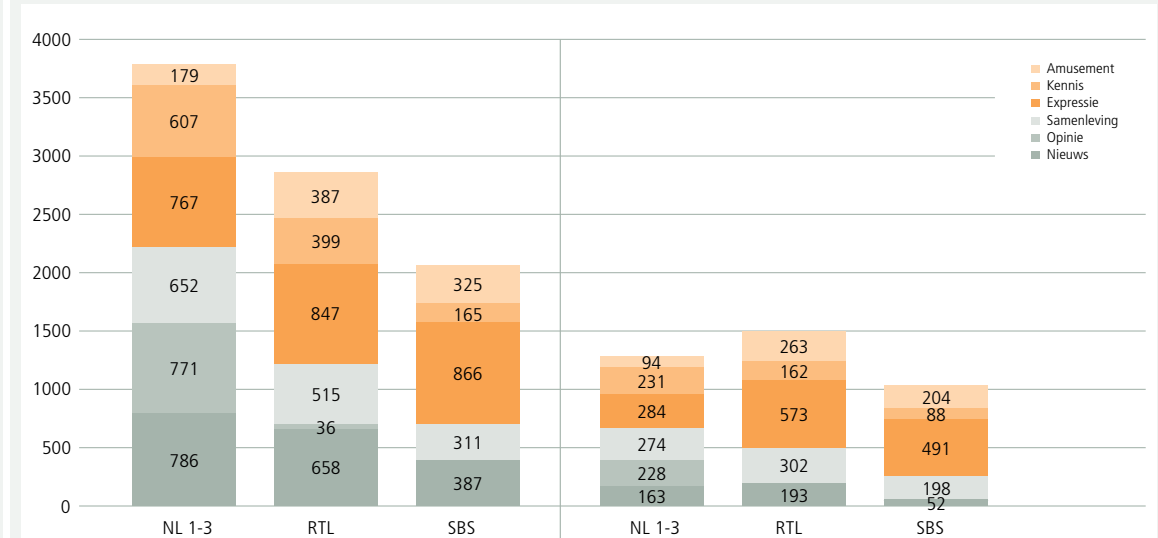
Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

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

2.1.2

Gerealiseerd:

Zendtijdverdeling in uren per zendercombinatie / 2012, per tijdvak, incl. kinderprogrammering



2.1.2

Domein naar CCC in uren

	00-24 uur incl. kinderprog.			16-24 uur incl. kinderprog.		
	NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS
Nieuws	786	658	387	163	193	52
- nieuws	599	476	364	75	130	40
- act. sportinformatie	139	88	5	56	42	3
- sportreportage	49	94	18	32	21	8
Opinie	771	36	8	228	4	7
- actualiteiten	407	1	0	77	0	0
- meningsvorming	363	36	8	151	4	7
Samenleving	652	515	311	274	302	198
- religie	90	20	11	27	0	0
- human interest	219	278	240	141	187	156
- human actua	308	184	56	90	87	39
- human culture	23	2	4	11	0	4
- overig sportinformatie	11	32	0	5	28	0

vervolg tabel op pagina 52

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63

- Bijlage 2: Internationale prijzen 64



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

2.1.2	Expressie	767	847	866	284	573	491
	- kunstinformatie	169	11	16	67	5	7
	- overige NL fictie	180	121	50	96	50	37
	- overige btl fictie	273	637	775	70	454	431
	- artistiek spel	16	64	16	6	54	10
	- cabaret/kleinkunst	10	0	0	10	0	0
	- satire	17	8	1	12	8	1
	- populaire muziek	93	7	9	19	2	3
	- klassieke muziek	6	0	0	2	0	0
	- overige muziek	2	0	0	1	0	0
	Kennis	607	399	165	231	162	88
	- educatie	174	36	9	92	15	0
	- service	187	257	151	88	113	83
	- factual	2	39	2	2	34	2
	- NL educatieve fictie	93	26	0	18	0	0
	- btl educatieve fictie	106	40	0	0	0	0
	- educatieve quiz	44	0	4	31	0	4
	Amusement	179	387	325	94	263	204
	- overig spel en quiz	76	266	243	47	185	135
	- overig amusement	102	121	81	48	78	68
Totaal	3.761	2.843	2.062	1.274	1.498	1.039	

Nr.	Afspraak	Realisatie		
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:		
		Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%
		NL1 425.811	412.581	96,9
		NL2 433.378	391.017	90,2
		NL3 467.786	312.499	66,8
		NL 1-3 1.326.975	1.116.097	84,1

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veran-
derend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit
en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma-
vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64



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

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.1.4	Op alle verbindende toon- aangevende radioprogramma- kanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de Nederlandse Publieke Omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbod-concept dat de publieke waarde van het radioprogramma- kanaal versterkt.	Gerealiseerd: Radio 5 1 Radio 2 2 3FM 1 FunX 1

2.2 Representatie

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.2.1	Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en alloctonen op de gezichtsbepalende televisie- programmakanalen verbeterd.	Rapportage aan het eind van de concessieperiode.

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.2.2	Over vijf jaar heeft de Neder- landse Publieke Omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en alloctonen op de toonaangevende radio- programmakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doel- stellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.	Rapportage aan het eind van de concessieperiode.

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veran- derend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64

2.3 Expressie / Kunst

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																			
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 .	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 00-24 inclusief Zapp(elin) / 2012</p> <p>tijdvak 00-24 uur inclusief Zapp(elin)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <th></th> <th colspan="4">percentages</th> <th colspan="4">uren</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>38,9</td> <td>42,4</td> <td>3,6</td> <td>17,9</td> <td>288</td> <td>495</td> <td>112</td> <td>895</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>5,3</td> <td>11,9</td> <td>0,9</td> <td>4,1</td> <td>40</td> <td>138</td> <td>28</td> <td>206</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>33,5</td> <td>30,6</td> <td>2,7</td> <td>13,8</td> <td>248</td> <td>357</td> <td>83</td> <td>688</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>11,7</td> <td>12,5</td> <td>23,7</td> <td>19,3</td> <td>87</td> <td>146</td> <td>732</td> <td>964</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>10,3</td> <td>8,8</td> <td>17,5</td> <td>14,4</td> <td>76</td> <td>102</td> <td>542</td> <td>720</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>0,7</td> <td>2,2</td> <td>4,7</td> <td>3,5</td> <td>6</td> <td>25</td> <td>146</td> <td>177</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>1,2</td> <td>0,8</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>37</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,2</td> <td>1,3</td> <td>0,2</td> <td>0,5</td> <td>2</td> <td>16</td> <td>7</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>20,8</td> <td>30,8</td> <td>49,9</td> <td>41,1</td> <td>154</td> <td>360</td> <td>1.545</td> <td>2.059</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>5,8</td> <td>1,7</td> <td>2,1</td> <td>2,6</td> <td>43</td> <td>20</td> <td>66</td> <td>129</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>3,8</td> <td>0,2</td> <td>1,3</td> <td>1,4</td> <td>28</td> <td>2</td> <td>40</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>5,0</td> <td>0,3</td> <td>1,4</td> <td>1,7</td> <td>37</td> <td>3</td> <td>42</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>14,0</td> <td>12,2</td> <td>18,0</td> <td>16,1</td> <td>104</td> <td>142</td> <td>557</td> <td>804</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>11,9</u></td> <td><u>3,5</u></td> <td><u>17,9</u></td> <td><u>13,7</u></td> <td><u>88</u></td> <td><u>40</u></td> <td><u>555</u></td> <td><u>683</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>4,5</td> <td>3,0</td> <td>4,0</td> <td>3,9</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>124</td> <td>193</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>7,4</td> <td>0,4</td> <td>13,9</td> <td>9,8</td> <td>55</td> <td>5</td> <td>431</td> <td>491</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>1,7</u></td> <td><u>7,4</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>2,0</u></td> <td><u>13</u></td> <td><u>86</u></td> <td><u>3</u></td> <td><u>102</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>1,5</td> <td>7,1</td> <td>0,1</td> <td>1,9</td> <td>11</td> <td>82</td> <td>2</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>0,4</u></td> <td><u>1,4</u></td> <td><u>0,0</u></td> <td><u>0,4</u></td> <td><u>3</u></td> <td><u>16</u></td> <td><u>0</u></td> <td><u>19</u></td> </tr> <tr> <td>- liveregistratie</td> <td>0,4</td> <td>1,2</td> <td>0,0</td> <td>0,3</td> <td>3</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Totaal</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>740</td> <td>1.168</td> <td>3.095</td> <td>5.003</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				uren				Kunstinformatie	38,9	42,4	3,6	17,9	288	495	112	895	- documentaires	5,3	11,9	0,9	4,1	40	138	28	206	- overig	33,5	30,6	2,7	13,8	248	357	83	688	Nederlandse fictie	11,7	12,5	23,7	19,3	87	146	732	964	- tv-serie	10,3	8,8	17,5	14,4	76	102	542	720	- speelfilm	0,7	2,2	4,7	3,5	6	25	146	177	- telefilm	0,4	0,0	1,2	0,8	3	0	37	40	- toneelregistratie	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	1	2	- kort drama	0,2	1,3	0,2	0,5	2	16	7	24	- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1	Buitenlandse fictie	20,8	30,8	49,9	41,1	154	360	1.545	2.059	Artistiek spel	5,8	1,7	2,1	2,6	43	20	66	129	Cabaret/kleinkunst	3,8	0,2	1,3	1,4	28	2	40	71	Satire	5,0	0,3	1,4	1,7	37	3	42	83	Muziek	14,0	12,2	18,0	16,1	104	142	557	804	<u>Populaire muziek</u>	<u>11,9</u>	<u>3,5</u>	<u>17,9</u>	<u>13,7</u>	<u>88</u>	<u>40</u>	<u>555</u>	<u>683</u>	- liveregistratie	4,5	3,0	4,0	3,9	34	35	124	193	- overig	7,4	0,4	13,9	9,8	55	5	431	491	<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>7,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,0</u>	<u>13</u>	<u>86</u>	<u>3</u>	<u>102</u>	- liveregistratie	1,5	7,1	0,1	1,9	11	82	2	96	- overig	0,2	0,3	0,0	0,1	2	4	0	6	<u>Overige muziek</u>	<u>0,4</u>	<u>1,4</u>	<u>0,0</u>	<u>0,4</u>	<u>3</u>	<u>16</u>	<u>0</u>	<u>19</u>	- liveregistratie	0,4	1,2	0,0	0,3	3	14	0	17	- overig	0,0	0,2	0,0	0,0	0	2	0	2	Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	740	1.168	3.095	5.003
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																													
	percentages				uren																																																																																																																																																																																																																																																
Kunstinformatie	38,9	42,4	3,6	17,9	288	495	112	895																																																																																																																																																																																																																																													
- documentaires	5,3	11,9	0,9	4,1	40	138	28	206																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	33,5	30,6	2,7	13,8	248	357	83	688																																																																																																																																																																																																																																													
Nederlandse fictie	11,7	12,5	23,7	19,3	87	146	732	964																																																																																																																																																																																																																																													
- tv-serie	10,3	8,8	17,5	14,4	76	102	542	720																																																																																																																																																																																																																																													
- speelfilm	0,7	2,2	4,7	3,5	6	25	146	177																																																																																																																																																																																																																																													
- telefilm	0,4	0,0	1,2	0,8	3	0	37	40																																																																																																																																																																																																																																													
- toneelregistratie	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	1	2																																																																																																																																																																																																																																													
- kort drama	0,2	1,3	0,2	0,5	2	16	7	24																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1																																																																																																																																																																																																																																													
Buitenlandse fictie	20,8	30,8	49,9	41,1	154	360	1.545	2.059																																																																																																																																																																																																																																													
Artistiek spel	5,8	1,7	2,1	2,6	43	20	66	129																																																																																																																																																																																																																																													
Cabaret/kleinkunst	3,8	0,2	1,3	1,4	28	2	40	71																																																																																																																																																																																																																																													
Satire	5,0	0,3	1,4	1,7	37	3	42	83																																																																																																																																																																																																																																													
Muziek	14,0	12,2	18,0	16,1	104	142	557	804																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Populaire muziek</u>	<u>11,9</u>	<u>3,5</u>	<u>17,9</u>	<u>13,7</u>	<u>88</u>	<u>40</u>	<u>555</u>	<u>683</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	4,5	3,0	4,0	3,9	34	35	124	193																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	7,4	0,4	13,9	9,8	55	5	431	491																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>7,4</u>	<u>0,1</u>	<u>2,0</u>	<u>13</u>	<u>86</u>	<u>3</u>	<u>102</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	1,5	7,1	0,1	1,9	11	82	2	96																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,2	0,3	0,0	0,1	2	4	0	6																																																																																																																																																																																																																																													
<u>Overige muziek</u>	<u>0,4</u>	<u>1,4</u>	<u>0,0</u>	<u>0,4</u>	<u>3</u>	<u>16</u>	<u>0</u>	<u>19</u>																																																																																																																																																																																																																																													
- liveregistratie	0,4	1,2	0,0	0,3	3	14	0	17																																																																																																																																																																																																																																													
- overig	0,0	0,2	0,0	0,0	0	2	0	2																																																																																																																																																																																																																																													
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	740	1.168	3.095	5.003																																																																																																																																																																																																																																													

vervolg tabel op pagina 55



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

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

2.3.1

Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 16-24 inclusief Zapp(elin)

	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal
	percentages				uren			
Kunstinformatie	9,2	39,8	7,2	18,3	28	257	72	358
- documentaires	0,5	13,3	2,6	5,8	1	86	26	113
- overig	8,7	26,5	4,6	12,5	27	171	47	245
Nederlandse fictie	24,4	16,5	36,1	27,8	75	106	363	544
- tv-serie	21,6	13,3	26,0	21,1	66	86	261	413
- speelfilm	1,7	1,7	7,2	4,5	5	11	72	89
- telefilm	0,5	0,0	2,8	1,5	2	0	28	29
- toneelregistratie	0,0	0,2	0,0	0,1	0	1	0	1
- kort drama	0,6	1,1	0,1	0,5	2	7	1	10
- overig	0,0	0,1	0,0	0,0	0	1	0	1
Buitenlandse fictie	33,9	35,1	34,7	34,7	104	226	349	679
Artistiek spel	9,3	0,8	4,4	4,0	28	5	44	78
Cabaret/kleinkunst	7,0	0,2	3,7	3,1	22	1	37	60
Satire	6,1	0,0	3,8	2,9	19	0	38	57
Muziek	10,1	7,7	10,1	9,3	31	50	101	182
<u>Populaire muziek</u>	<u>7,5</u>	<u>4,4</u>	<u>9,9</u>	<u>7,7</u>	<u>23</u>	<u>28</u>	<u>99</u>	<u>150</u>
- liveregistratie	6,2	3,6	6,3	5,4	19	23	64	106
- overig	1,4	0,7	3,5	2,3	4	5	36	44
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,7</u>	<u>2,7</u>	<u>0,2</u>	<u>1,3</u>	<u>5</u>	<u>18</u>	<u>2</u>	<u>25</u>
- liveregistratie	1,6	2,7	0,2	1,2	5	17	2	24
- overig	0,1	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
<u>Overige muziek</u>	<u>0,9</u>	<u>0,6</u>	<u>0,0</u>	<u>0,3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>0</u>	<u>7</u>
- liveregistratie	0,9	0,6	0,0	0,3	3	4	0	7
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	306	645	1.004	1.956



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

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.3.2	Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	Gerealiseerd: Radio 6 8
		3FM 13
		FunX 10
	Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2; minimaal drie per jaar.	Gerealiseerd: 4
	Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4; minimaal 75 per jaar.	Gerealiseerd: 144



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

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofddambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma-vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64



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

2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt het nieuws en opinie-programma-aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep pluriform.	Gerealiseerd:
		Video
		Past wel Past niet Geen mening
		72,6% 7,6% 19,8%
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de Nederlandse Publieke Omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed ⁶ .	Gerealiseerd:
		Video
		Past wel Past niet Geen mening
		71,9% 8,2% 20,0%
		Audio
		Past wel Past niet Geen mening
		62,7% 13,8% 23,5%
		(Gemeten op Radio 1 en Radio 5 vanwege aanbod 'nieuws' en 'opinie')

⁶ Dit resultaat is wel te vergelijken met de rapportage over deze afspraak over 2011, maar niet met de rapportage over 2010. Vanaf 2011 wordt namelijk, na overleg met het Commissariaat voor de Media, op een andere manier gemeten dan in de rapportage over 2010.

2.5 Programmavernieuwing televisie

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.5	De Nederlandse Publieke Omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit; jaarlijks minimaal 20 pilots of programma-formats en programmering van minimaal vier nieuwe programma-formats.	Gerealiseerd:
		Aantal
		Nieuwe formats/pilots 36 Geprogrammeerde nieuwe programmaformats 19

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 25
- Terugblik platforms: Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63

- Bijlage 2: Internationale prijzen 64

2.6 Kindertelevisie

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																													
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 programma-kanalen voor kindertelevisie.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / maart + oktober 2012, per tijdvak 00-24 uur</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / maart + oktober 2012, per tijdvak 00-24 uur</caption> <thead> <tr> <th>Domain</th> <th>Zapp(elin)</th> <th>Nickelodeon</th> <th>Disney XD</th> <th>Disney Ch</th> <th>Kindernet</th> <th>Totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Amusement</td> <td>11,2</td> <td>2,5</td> <td>0,0</td> <td>3,2</td> <td>5,6</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>Kennis</td> <td>36,5</td> <td>12,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>10,5</td> </tr> <tr> <td>Expressie</td> <td>45,3</td> <td>85,4</td> <td>99,4</td> <td>96,4</td> <td>94,4</td> <td>85,6</td> </tr> <tr> <td>Samenleving</td> <td>4,4</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Nieuws</td> <td>2,5</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> </tbody> </table>	Domain	Zapp(elin)	Nickelodeon	Disney XD	Disney Ch	Kindernet	Totaal	Amusement	11,2	2,5	0,0	3,2	5,6	2,7	Kennis	36,5	12,1	0,0	0,0	0,0	10,5	Expressie	45,3	85,4	99,4	96,4	94,4	85,6	Samenleving	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																			
Domain	Zapp(elin)	Nickelodeon	Disney XD	Disney Ch	Kindernet	Totaal																																																																									
Amusement	11,2	2,5	0,0	3,2	5,6	2,7																																																																									
Kennis	36,5	12,1	0,0	0,0	0,0	10,5																																																																									
Expressie	45,3	85,4	99,4	96,4	94,4	85,6																																																																									
Samenleving	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
Nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
2.6.1		<p>Domein naar CCC: in percentages</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Zapp(elin)</th> <th>Nickelodeon</th> <th>Disney XD</th> <th>Disney Ch</th> <th>Kindernet</th> <th>Totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieuws</td> <td>2,5</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>- nieuws</td> <td>2,5</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>- act. sportinformatie</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- sportreportage</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Samenleving</td> <td>4,4</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,8</td> </tr> <tr> <td>- religie</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- human interest</td> <td>3,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,6</td> </tr> <tr> <td>- human actua</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- human culture</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- overig sportinformatie</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> </tr> </tbody> </table>		Zapp(elin)	Nickelodeon	Disney XD	Disney Ch	Kindernet	Totaal	Nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	- nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	- act. sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- sportreportage	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Samenleving	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	- religie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- human interest	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	- human actua	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- human culture	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- overig sportinformatie	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
	Zapp(elin)	Nickelodeon	Disney XD	Disney Ch	Kindernet	Totaal																																																																									
Nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4																																																																									
- nieuws	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4																																																																									
- act. sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- sportreportage	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
Samenleving	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8																																																																									
- religie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- human interest	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6																																																																									
- human actua	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- human culture	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- overig sportinformatie	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2																																																																									

vervolg tabel op pagina 59



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

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.6.1	Expressie	45,3	85,4	99,4	96,4	94,4	85,6
	- kunstinformatie	0,3	0,2	0,0	0,8	0,0	0,3
	- overige NL fictie	16,7	1,5	0,0	0,0	8,9	4,0
	- overige btl fictie	24,8	83,6	99,3	95,1	85,5	80,4
	- artistiek spel	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
	- cabaret/kleinkunst	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- satire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- populaire muziek	2,6	0,1	0,1	0,6	0,0	0,7
	- klassieke muziek	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- overige muziek	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Kennis	36,5	12,1	0,5	3,2	5,6	10,5
	- educatie	9,5	0,0	0,1	0,0	0,0	1,7
	- service	2,6	0,1	0,1	0,0	0,0	0,5
	- factual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- NL educatieve fictie	11,5	0,0	0,0	0,0	3,7	2,4
- btl educatieve fictie	12,8	12,0	0,3	3,2	1,9	5,9	
- educatieve quiz	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Amusement	11,2	2,5	0,1	0,4	0,0	2,7	
- overig spel en quiz	3,2	1,5	0,1	0,0	0,0	0,9	
- overig amusement	8,0	1,0	0,0	0,4	0,0	1,8	
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
2.6.1	Domein naar CCC: in uren						
		Zapp(elin)	Nickelodeon	Disney XD	Disney Ch	Kindernet	Totaal
	Nieuws	20	0	0	0	0	20
	- nieuws	20	0	0	0	0	20
	- act. sportinformatie	0	0	0	0	0	0
	- sportreportage	0	0	0	0	0	0
	Samenleving	36	0	0	0	0	36
	- religie	0	0	0	0	0	0
	- human interest	25	0	0	0	0	25
	- human actua	0	0	0	0	0	0
	- human culture	2	0	0	0	0	2
	- overig sportinformatie	8	0	0	0	0	8
	Expressie	366	773	1.028	1.364	329	3.861
	- kunstinformatie	3	2	0	11	0	15
	- overige NL fictie	135	14	0	0	31	179

vervolg tabel op pagina 60

Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

2.6.1	- overige btl fictie	200	758	1.027	1.345	298	3.628
	- artistiek spel	7	0	0	0	0	7
	- cabaret/kleinkunst	0	0	0	0	0	0
	- satire	0	0	0	0	0	0
	- populaire muziek	21	1	1	8	0	31
	- klassieke muziek	0	0	0	0	0	0
	- overige muziek	0	0	0	0	0	0
	Kennis	295	110	5	45	20	475
	- educatie	77	0	1	0	0	78
	- service	21	1	1	0	0	23
	- factual	0	0	0	0	0	0
	- NL educatieve fictie	93	0	0	0	13	106
	- btl educatieve fictie	103	109	3	45	7	267
	- educatieve quiz	1	0	0	0	0	1
	Amusement	91	23	1	6	0	120
	- overig spel en quiz	26	14	1	0	0	41
- overig amusement	65	9	0	6	0	80	
Totaal	808	906	1.034	1.415	349	4.512	

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	Gerealiseerd: Zendtijd Zapp/Zappelin Vorige concessie- periode 4526 uur 2012 4749 uur



Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	25
Terugblik platforms: Audio	35
Distributie	45
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2012	48
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	48
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	48
2.1 Aanbodmix	48
2.2 Representatie	53
2.3 Expressie/Kunst	54
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
3.2 Jongeren	62
4 Vergroten impact	63
Bijlage 2: Internationale prijzen	64



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

3 Vergroten bereik

3.1 Algemeen

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.1.1	De Nederlandse Publieke Omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.	2012: 84,3% ⁷ N.B.: uiteindelijke meting gemiddeld over de gehele concessieperiode.

⁷ Zie opmerking over kijkonderzoek op pag. 18.

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie												
3.1.2	De Nederlandse Publieke Omroep bereikt met het audio-aanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	Niet gerealiseerd: 46,6% ⁸												
3.1.3	De Nederlandse Publieke Omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.	Gerealiseerd: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nr.</th> <th>Zender</th> <th>Lta%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>Radio 538</td> <td>11,2%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Radio 2</td> <td>9,9%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>3FM</td> <td>9,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Nr.	Zender	Lta%	4	Radio 538	11,2%	5	Radio 2	9,9%	6	3FM	9,7%
Nr.	Zender	Lta%												
4	Radio 538	11,2%												
5	Radio 2	9,9%												
6	3FM	9,7%												

⁸ Zie opmerking over aanpassing luisteronderzoek op pag. 37.



Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofddambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veran-
derend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit
en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma-
vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64



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

3.2 Jongeren

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie	
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	Nog niet gerealiseerd:	
		Bereik N3 20-34 2009	Bereik N3 20-34 2012
		56,3% ⁹	52,3%

⁹ In de rapportage over 2010 is hier per abuis 56,6% als streefgetal gerapporteerd. Het correcte percentage is 56,3%.

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie		
3.2.2	De Nederlandse Publieke Omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radio-programmakanalen onder jongere doelgroepen.	Niet gerealiseerd: ¹⁰		
			2009	2012
		15-24 jaar	32,4%	35,1%
		25-34 jaar	42,4%	44,7%
		35-44 jaar	44,7%	44,2%

¹⁰ Zie opmerking over luisteronderzoek op pag. 37.



Bijlage 1: prestatieafspraken 2012

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 48
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 48
 - 2.1 Aanbodmix 48
 - 2.2 Representatie 53
 - 2.3 Expressie/Kunst 54
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 3.2 Jongeren 62
 - 4 Vergroten impact 63
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64



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

4 Vergroten impact

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
4.1.1	Het opiniërende en nieuwsaanbod draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	Gerealiseerd: Frequentie agendasetting door nieuws- en opinie-televisietitels van de Nederlandse Publieke Omroep: 1373 keer

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie						
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radio-programmakanaal voor nieuws en opinie.	Gerealiseerd: <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Radio 1</th> <th>BNR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Frequentie agenda-setting</td> <td>77</td> <td>59</td> </tr> </tbody> </table>		Radio 1	BNR	Frequentie agenda-setting	77	59
	Radio 1	BNR						
Frequentie agenda-setting	77	59						

Bijlage 2: internationale prijzen

voor publieke omroeproducties (een selectie)

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Festival International de Programmes Audiovisuels (Biarritz, januari)	<ul style="list-style-type: none"> • Entre Nosotoros – NTR/VARA/VPRO 	tv-film	FIPA d'Argent (special prize)
International Filmfestival (Berlijn, februari)	<ul style="list-style-type: none"> • Hemel – VPRO • Kauwboy - NTR 	speelfilm jeugdfilm	International Film Critics Award beste debuutfilm & Grand Prix Deutsches Kinderhilfswerk
Festival ImagéSanté (Luik, maart)	<ul style="list-style-type: none"> • Anne vliegt - NCRV 	documentaire	Tweede prijs "Santé Mentale"
Youngabout International Film Festival (Bologna, maart)	<ul style="list-style-type: none"> • Papa's tango - BOS 	jeugdfilm	Beste korte film (zowel jeugd- als volwassenenjury)
New York International Children's Film Festival (maart)	<ul style="list-style-type: none"> • Ik ben een meisje - NCRV 	jeugdfilms (12-18)	Audience Award
Festival REGARD sur le court métrage (Saguenay, maart)	<ul style="list-style-type: none"> • Anne vliegt - NCRV 	documentaire	Prix meilleur court métrage
International Independent Festival IndieLisboa (maart/april)	<ul style="list-style-type: none"> • Ouwehoeren - VPRO 	documentaire	World Pulse RTP Award
Aljazeera International Documentary Film Festival (Doha, april)	<ul style="list-style-type: none"> • Toestemming om te vuren - VPRO 	medium films	Aljazeera Golden Award
Tribeca Film Festival (New York, april)	<ul style="list-style-type: none"> • Wavumba / zij die naar vis ruiken - BOS 	feature documentary	Best New Documentary Director Award Winner
San Francisco International Film Festival (april/mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Ik ben echt niet bang - VPRO 	short film	Best documentary short film
DOXA Documentary Film Festival (Vancouver, mei)	<ul style="list-style-type: none"> • Water children - VPRO 	feature documentary	DOXA Award
Rose d'Or (Luzern, mei)	<ul style="list-style-type: none"> • De sterkste man van Nederland – KRO • Hoe overleef ik....? – AVRO 	tv-film kinder TV	nominatie (laatste drie) nominatie (laatste drie)

vervolg tabel op pagina 65



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

Bijlage 2: internationale prijzen

voor publieke omroeproducties (een selectie)

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Prix Jeunesse International (München, juni)	<ul style="list-style-type: none"> • 2Broers – KRO/RKK • Klokhuis – NTR • Checkpoint – EO 	7-11 non-fiction 7-11 interactivity 7-11 non-fiction	Prix Jeunesse + PJ Heart Prize Prix Jeunesse Prix Jeunesse Children's Jury
Comenius-EduMedia-Auszeichnungen (Berlijn, juni)	<ul style="list-style-type: none"> • De Slavernij / De Slavernij Junior / Lekker goedkoop– NTR • LUX - Wolven in schaapskleren? – IKON / ZVK • Wat zou jij doen? – NTR • HoelaHoep - NTR 	Politische, historische und zeitgeschichtliche Bildung Allgemeine Multimediaprodukte Allgemeine Multimediaprodukte Computerspiele mit kompetenz-förderlichen Potenzialen	EduMedia Siegel EduMedia Siegel EduMedia Siegel EduMedia Siegel
Banff World Television Festival (juni)	<ul style="list-style-type: none"> • Yotta – VPRO • De Dijk: hold tight – NTR • Permission to engage – VPRO/VARA • Ontsnapt – Max • Mina Moes - VPRO Doctor Cheezy – (VPRO) • Weg van Nederland – VPRO • De sterkste man van Nederland - KRO 	youth programs 13 + (non fiction) arts & performing arts programs investigative & current affairs programs social & humanitarian programs children's programs 2+ (fiction) music & variety programs made-for-TV-movies	nominatie (laatste 6) nominatie (laatste 6) nominatie (laatste 5) nominatie (laatste 6) nominatie (beide laatste 6) nominatie (laatste 6) nominatie (laatste 5)
Giffoni International Children's Film Competition (juli)	<ul style="list-style-type: none"> • Mina Moes – VPRO • Dolfje weerwolfje – AVRO • 170 Hz - VPRO 	korte jeugdfilm (3- 6 jaar) jeugdfilm (3 – 6 jaar) speelfilm (16+)	Miglior Cortometraggio / Gryphon Award 2de prijs Premio Ambiente / Gryphone di Alluminio
Festival Internacional de Cine para Niños (Mexico, augustus)	<ul style="list-style-type: none"> • Oma Lien - NCRV 	jeugddocumentaire	Mejor Documental - jurado infantil
BUSTER International Film Festival for Children and Youth (Kopenhagen, september)	<ul style="list-style-type: none"> • Papa's Tango - BOS • Door de oren van Ellen – NCRV 	short film & documentary	Best Short Film Best Documentary



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

vervolg tabel op pagina 66

Bijlage 2: internationale prijzen

voor publieke omroeproducties (een selectie)

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 25
- Terugblik platforms:
Audio 35
- Distributie 45
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2012 48
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 64

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Jecheon International Music & Film Festival (augustus)	<ul style="list-style-type: none"> • Paradiso - NTR 	World Music Film TV	Grand Prize
Prix Italia (Turijn, september)	<ul style="list-style-type: none"> • Mama Tandoori – BNN • Anton Corbijn inside out - VPRO • nederlandvanboven.vpro.nl 	adapted drama radio Performing Arts TV interactive website linked to a TV programme	Prix Italia Prix Italia Prix Italia
Fantastic Fest (Austin, september)	<ul style="list-style-type: none"> • 900 dagen – IKON • De hoer en het meisje - HUMAN 	cultural/general interest documentary TV Movies and Mini-series TV	nominatie (laatste 3) nominatie (laatste 3)
C21/Frapa International Formats Awards (Cannes, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> • Pan C - AVRO 	"Next Wave" Spotlight competition	best screenplay
Prix Europa (Berlijn, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> • Who's in, who's out - BNN 	format	Best Multi Platform Format Award
Prix Europa (Berlijn, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> • 1-minuutje – NTR • Ouwehoeren - VPRO • Toestemming om te vuren - VPRO/VARA • nederlandvanboven.vpro.nl • Powermapping – VPRO 	radio drama series TV documentary TV investigation online TV concept to reach new audiences	Prix Europa Prix Europa Prix Europa speciale aanbeveling speciale aanbeveling
Prix Genève Europe (Berlijn, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> • Doodslag - Human • Vast – VPRO/VARA/NTR 	TV drama TV fiction script by a newcomer	speciale aanbeveling Prix Genève Europe
Chicago International Children's Film Festival (oktober)	<ul style="list-style-type: none"> • Door de oren van Ellen – NCRV 	documentary short film	Adult Jury: First Prize Children's Jury: Second Prize
European Film Award (Malta, december)	<ul style="list-style-type: none"> • Kauwboy – NTR 	jeugdfilm	European Discovery Award



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