



NEDERLANDSE
PUBLIEKE
OMROEP

TERUGBLIK

2008



Colofon

voorjaar 2009

**Eindredactie en
productie**

NPO

Corporate website

www.omroep.nl/npo

Vormgeving

Studio FC Klap

Druk

ZuidamUithof

Drukkerijen, Woerden



Terugblik op 2008

Inhoudsopgave	3
Leeswijzer	4
Voorwoord	5
1. Algemeen	7
2. Terugblik platforms	13
2.1 Radio	13
2.2 Televisie	23
2.3 Internet	38
3. Aanbodsdomeinen	43
3.1 Domeinmix	43
3.2 Nieuws	43
3.3 Opinie	46
3.4 Samenleving	50
3.5 Expressie	54
3.6 Kennis	62
3.7 Amusement	66
4. I&NM en DTU	69
4.1 I&NM	69
4.2 DTU	69
5. Samenwerking	73
Bijlage	77

Leeswijzer

In deze terugblik op 2008 zijn zowel de resultaten verwerkt van de Meerjarenbegroting 2008-2012 als ook die van de Prestatieovereenkomst.

In voorgaande jaren hadden de Raad voor Cultuur en het Commissariaat voor de Media kritiek op de omvang van de rapportage. Daarom gaan we voor wat betreft de Meerjarenbegroting alleen in op de belangrijkste doelen en acties.

De resultaten van de afspraken uit de Prestatieovereenkomst zijn integraal opgenomen in de bijlage en daarnaast zoveel mogelijk geïntegreerd in de tekst.

De terugblik is op twee manieren uitgevoerd. Er is teruggeblikt vanuit het perspectief van de TV-netten, radiozenders en internet. Dit gebeurt langs de lijnen van indicatoren van de Kwaliteitskaart (programmamakwaliteit, bereik en aandeel, vernieuwing en ontwikkeling, maatschappelijke invloed en interactie). Daarnaast is ook teruggeblikt vanuit het perspectief van het aanbod. Voor dit laatste is gebruik gemaakt van een indeling in aanbods domeinen (nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement). Logischerwijs overlappen beide evaluaties.

Hierbij moet worden opgemerkt dat voor de afspraken over televisie een ander classificatiesysteem is gebruikt dan in de proefrapportage over de Prestatieovereenkomst over 2007¹. Daardoor kunnen ten opzichte van de rapportage van de Prestatieovereenkomst over het afgelopen jaar verschillen zijn opgetreden.

Ook willen wij aantekenen dat – waar het gaat om de indeling van het aanbod in nieuwe producties en herhalingen – voor wat betreft het aanbod van Educom (Teleac/NOT en RVU), en dat van de 39f-omroepen, uitsluitend is afgegaan op hetgeen door de desbetreffende omroepen is opgegeven. Deze omroepen wijken daarin af van de omroepen die werken met de geld-op-schema-systematiek, die een eenduidig overzicht oplevert van het type aanbod.



¹Zie p. 43 (aanbods domeinen)

Voorwoord

Ons dagelijks werk bij de publieke omroep is vooruitkijken. De uitdagingen liggen in de toekomst. Het medialandschap verandert voortdurend door technologische ontwikkelingen, door de economische en politieke omgeving, door nieuwe trends bij het publiek. Het afgelopen jaar heeft de publieke omroep bewezen klaar te zijn voor die toekomst. De weg omhoog, die in 2007 begon, werd doorgezet. Meer dan ooit is de publieke omroep *van iedereen en voor iedereen*. Het succesvol uitbouwen van bestaande platforms (televisie, radio, internet) en het betreden van nieuwe platforms (on-demand, themakanalen, mobiel) gingen hand in hand. Goede bestuurlijke samenwerking en stevige creatieve competitie hebben een dynamiek op gang gebracht die leidt tot steeds betere prestaties. Kortom: we zien de toekomst met vertrouwen tegemoet.

Hoe toekomstgericht ook, toch is het goed om af en toe een pas op de plaats te maken en terug te blikken. Enerzijds om op een transparante wijze verantwoording af te leggen aan de samenleving, anderzijds om te leren van opgedane ervaring. Deze Terugblik betreft zowel de Meerjarenbegroting 2008-2012 als de Prestatieovereenkomst en doet op geïntegreerde wijze verslag van onze activiteiten in 2008.

In aansluiting op de nieuwe Mediawet, die per 1 januari 2009 in werking is getreden, hebben we (deels) gekozen voor een platformafhankelijke benadering. De nieuwe Mediawet formuleert de opdracht van de publieke omroep niet langer

in termen van platforms (bijv. televisienetten of radiozenders), maar in termen van media-aanbod. Om met dat media-aanbod het gewenste publiek te bereiken, kunnen tal van bestaande en nieuwe platforms worden ingezet. Voor sommige aanbodscategorieën en publieksgroepen zijn dat traditionele aanbodkanalen zoals analoge, lineaire TV-zenders, voor andere publieksgroepen zijn dat nieuwe platforms zoals bijvoorbeeld mobiele TV of digitale themakanalen. Kortom: de inhoud en de te bereiken publieksgroep bepalen het te kiezen platform. De nieuwe Mediawet anticipeert daarmee op een digitale toekomst met een steeds groter aanbod van verspreidingswijzen. De publieke omroep heeft zich op deze toekomst voorbereid door bij het bepalen van de strategie niet langer de platforms voorop te stellen, maar de inhoud te vertalen in aanbodsdomeinen. In het nieuwe Concessiebeleidsplan 2010-2015 zal deze indeling in domeinen leidend zijn. We onderscheiden een zestal domeinen (nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis, amusement) die in deze Terugblik voor het eerst gehanteerd worden om onze prestaties op televisie te verantwoorden. In die zin is deze Terugblik toch een knipoog naar de toekomst geworden!

Henk Hagoort
Voorzitter Raad van Bestuur NPO





20
08 een mooi

1. Algemeen

Het nieuwe programmeermodel, in combinatie met de al in 2007 ingezette bestuurlijke rust, wierpen in 2008 verdere vruchten af, getuige de waaier aan succesvolle, invloedrijke en verbindende programma's die omroepen en makers afleverden. Nederland 1 werd daarmee de meest bekeken en hoogst gewaardeerde televisiezender van Nederland, terwijl tegelijkertijd ook het verdiepende Nederland 2 het gewenste publiek aan zich wist te binden. Het crossmediale Top2000 vierde zijn 10-jarig bestaan en schreef wederom geschiedenis door in december meer dan 30% van het totale luisterpubliek aan zich te binden: een presentatie van formaat. Radiozender 3FM zet zich steeds beter op de kaart als succesvolle maatschappelijk geëngageerde jongerenzender en heeft het crossmediale format van Serious Request inmiddels geëxporteerd naar België, Zweden en Kenia. Ook de websites van de radiozenders en televisienetten worden goed bezocht. Zo staat de publieke omroep tweede in de lijst van grootste internetdomeinen in Nederland, met een groter bereik dan populaire sites als Hyves en Marktplaats. Ook trok Uitzending Gemist in 2008 meer unieke bezoekers dan ooit. Met per maand gemiddeld meer dan 1,6 miljoen unieke bezoekers werd het vorige record gebroken. De bezoekersaantallen stegen 44% ten opzichte van 2007. Het baanbrekende werk van Uitzending Gemist vindt inmiddels brede navolging bij commerciële partijen. De innovatieve voortrekkersrol van de publieke omroep op het gebied van digitale technologie was ook goed zichtbaar tijdens de Olympische Spelen, met veelbelovende experimenten met mobiele telefonie en uitzendingen in HD. Al met al wordt ons aanbod over de volle breedte herkend en gewaardeerd. Het succes van 2007 bleek geen eendagsvlieg.

De mening van het publiek

In het najaar van 2008 vond het jaarlijkse imago-onderzoek plaats onder het Nederlandse publiek. Over de gehele linie stemmen de uitkomsten overeen met die van 2007: het overgrote deel van de bevolking vindt de aanwezigheid van een publieke omroep van groot belang en waardeert het aanbod.

Kwaliteit

Vorig jaar bleek dat de Nederlandse bevolking nooit eerder zoveel waardering heeft gehad voor de programma's van de publieke omroep. Ten opzichte van 2007 is deze hoge waardering van het publiek gelijk gebleven. Ruim driekwart van de bevolking geeft aan het belangrijk te vinden dat de publieke omroep er is en deze te missen als die er niet meer zou zijn. Als sterke punten noemen de ondervraagden de kwaliteit, de betrouwbaarheid, het informatieve karakter en de veelzijdigheid van het aanbod. Gevraagd naar de zwakke punten worden termen als 'oubollig' en 'saaï' genoemd. Verder is de perceptie dat de publieke omroep minder innovatief is dan de commerciële omroep, waarbij bij innovatie gedacht wordt aan spraakmakende en ook grensverleggende concepten als "Big Brother" en "Idols".

Bereik

In 2008 bereikte de publieke omroep, net als in voorgaande jaren, wekelijks ruim 86% van de bevolking. Het bereik onder jongere leeftijdsgroepen blijft over de hele linie een punt van aandacht. In de groep 6-12-jarigen is een bereik van bijna 74% gemeten, maar in de groep 13-19-jarigen ligt dat op 69%. Het goede nieuws is dat het bereik ten opzichte van het afgelopen jaar in die leeftijdscategorie licht is gestegen.

Publieke omroep in de pers

Ook in 2008 was er weer veel aandacht voor de audiovisuele media en hun aanbod in de geschreven pers. En net als voorgaande jaren concentreerde die aandacht zich voor het overgrote deel op de programma's van de publieke omroep. Uitgedrukt in percentages scoorde de publieke omroep 75% aandacht in de pers tegenover 25% voor commerciële omroepen. Dat was nog iets meer dan in 2007. Het verschil valt grotendeels te verklaren door de programmering van commerciële omroepen, met minder en ook minder zelf geproduceerde programmatitels dan de publieke omroep.

jaar

Agendasetting

Sinds enkele jaren houdt de publieke omroep bij in hoeverre onderwerpen die in zijn programma's worden aangekaart vervolgens ook op de politieke of maatschappelijke agenda terecht komen. Hieruit kan mede de maatschappelijke impact van de publieke omroep worden afgeleid. Ook in 2008 bleek de publieke omroep weer een belangrijke agendasetter.

Agendasetting in programma's van publieke en commerciële omroepen 2008 en 2007 (in procenten)

	Publieke omroepen	Commerciële omroepen
2008	81	19
2007	83	17

In de top-10 van invloedrijke programma's staan negen titels van de publieke omroep. De nummer 1 op deze lijst is overigens RTL Nieuws.

Prijzen

De publieke omroep verovert jaarlijks het leeuwendeel van alle Nederlandse radio- en televisieprijsen. Dat was in 2008 niet anders dan in voorgaande jaren. Zo werden Zembla en NOVA (beide VARA/NPS), In Europa en 3voor12 (beide VPRO) ieder bekroond met een Tegel, de jaarprijs voor journalistieke onafhankelijkheid. De

documentaireserie Van Dis in Afrika (VPRO) ontving de Zilveren Nipkowschijf van de radio- en tv-critici. Holland Doc, een samenwerkingsproject van VPRO, NPS, IKON en Human, kreeg een Zilveren Pritchettprijs voor de geïntegreerde crossmediale samenbundeling van tv-programma, radioprogramma, website en digitaal kanaal.

Ook internationaal was er weer volop waardering, met als belangrijk hoogtepunt de International Emmy Award voor de Grote Donor Show van BNN. De speelfilm Den Helder (VPRO) werd onderscheiden met een Gouden Kalf.

Alle Televizier-Ringen gingen in 2008 naar programma's en makers van de publieke omroep: Paul de Leeuw kreeg de Zilveren Televizier Ster voor TV-man van het Jaar en zijn programma Mooi! weer de Leeuw (VARA) won de Gouden Televizier-Ring. Yvon Jaspers kreeg de Zilveren Televizier-Ster voor TV-vrouw van het Jaar. De Coen en Sander Show (BNN) won de Gouden Radio-Ring voor het beste radioprogramma. Verder vielen onder andere Yolenthe Cabau van Kasbergen (grootste talent) en SpangaS van de NCRV (beste programma voor de jeugd) in de prijzen.

De Game Studio van Het Klokhuis kreeg ondermeer de Cinekid New Media Award en een SpinAward.



Internationale waardering 2008

Radio			
Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
International Rostrum of Composers (Dublin, juni)	<ul style="list-style-type: none"> La belle chocolatière (componiste : Mayke Nas) - VPRO 	muziek	aanbevolen werk (laatste 10)
Prix Europa (Berlijn, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> 1 minuut - VPRO 	documentaire	Prix Europa

Televisie			
Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
BaKa Forum on educational and societal TV and Media (Karlsruhe, januari)	<ul style="list-style-type: none"> Adriaan - KRO 	educatieve programma's	City of Basel Prize
Festival International du Film sur L'Art (Montreal, maart)	<ul style="list-style-type: none"> Jimmy Rosenberg - de vader, de zoon & het talent - HUMAN 	kunstprogramma's	FIFA Grand Prix
Cairo International Film Festival for Children (maart)	<ul style="list-style-type: none"> Kort! 2007: Koest - NPS 	jeugdprogramma's	Golden Cairo
Philadelphia Film Festival (april)	<ul style="list-style-type: none"> Telefilm: TBS - BNN 	feature films	Best Feature Film
Gouden Roos Montreux (mei)	<ul style="list-style-type: none"> The Phone - AVRO 	amusementsprogramma	Gouden Roos
Banff World Television Festival (juni)	<ul style="list-style-type: none"> Car Men - NPS Danny's Parade - NPS Sexy - VPRO 	uitvoerende kunsten jeugdprogrammering jeugdprogrammering	Rocky Award nominatie (laatste 5) nominatie (laatste 5)
Europees Parlement Persprijs (Brussel, juni)	<ul style="list-style-type: none"> In Europa - VPRO 	beste TV-programma	winnaar
Prix Jeunesse Unesco (München, juni)	<ul style="list-style-type: none"> Genji - KRO 	fictie	winnaar
Prix Italia (Cagliari, september)	<ul style="list-style-type: none"> Doctor Atomic - NPS Beperkt Houdbaar - VPRO 	uitvoerende kunsten documentaire	nominatie (laatste 3) speciale aanbeveling
Prix Europa (Berlijn, oktober)	<ul style="list-style-type: none"> Kruispost - NCRV 	multiculturele programma's (Prix Iris)	speciale aanbeveling
Festival Cinéma Tous Ecrans (Genève, oktober-november)	<ul style="list-style-type: none"> SKIN - HUMAN 	lang drama	Reflet d'Or pour le meilleur film
Premios Ondas Internacionales (Barcelona, november)	<ul style="list-style-type: none"> Keuringsdienst van Waarde - RVU 	kwaliteit en innovatie	speciale aanbeveling
International Emmy Awards (New York, november)	<ul style="list-style-type: none"> De Grote Donor Show - BNN Slotakkoord. Sterven in Nederland (Tegenlicht) - VPRO Couscous & Cola - BNN 	'non-scripted entertainment' documentaire kinderen & jeugd	Winnaar Emmy Award finalist (laatste 9) finalist (laatste 8)
Chicago International Children's Film Festival (november)	<ul style="list-style-type: none"> Waar is het paard van Sinterklaas? - AVRO 	'live-action feature film or video'	tweede prijs
Art in the Media (Brussel, november)	<ul style="list-style-type: none"> Van de Straat - AVRO 	audiovisuele pers	winnaar
Leipzig Festival for Documentary and Animated Films (november)	<ul style="list-style-type: none"> El Olvido - IKON 	documentaire	Silver Dove

Internet			
Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Comenius Preis (Berlijn, juni)	<ul style="list-style-type: none"> gamestudio.hetklokhuis.nl - NPS 	educatief product van hoge kwaliteit	Comenius EduMedia Zegel
Prix Jeunesse (München, juni)	<ul style="list-style-type: none"> gamestudio.hetklokhuis.nl - NPS 	'school age/youth'	nominatie (beste 3)
Prix Italia (Cagliari, september)	<ul style="list-style-type: none"> www.landroof.nl - VPRO www.hollanddoc.nl - VPRO/NPS/IKON/HUMAN 	'empowering audiences' beste cross media	Prix Italia

Festivals voor programmamakers

In 2008 organiseerde de publieke omroep een tweetal spraakmakende festivals waar programmamakers van binnen en buiten de publieke omroep elkaar konden ontmoeten om kennis en inspiratie op te doen. Thema's waren innovatie en diversiteit.

NPOX08 Festival

Het medialandschap verandert continu. Fenomenen als YouTube en Last.fm roepen de vraag op of het einde van het lineaire tijdperk nabij is. Tijdens het festival stond de vraag centraal wat die veranderingen betekenen voor innovatie bij de publieke omroep: wat willen programmamakers aan wie vertellen en waarom? Ruim 1100 belangstellenden bezochten het festival voor de grote variëteit aan seminars, presentaties en workshops. Voor het eerst werd de NPOX-prijs uitgereikt. Deze werd gewonnen door het multimediale programma Metropolis van de VPRO.

The Diversity Show

Op 6 november vond The Diversity Show plaats: een gezamenlijke activiteit van de publieke omroepen, onder verantwoordelijkheid van de NPO en georganiseerd door de NPS. De dag was een internationale praktische conferentie over de creatieve kansen en uitdagingen die diversiteit in programma's biedt. Meer dan 600 geïnteresseerden bezochten het festival. Omroepen konden na afloop een pilotvoorstel voor een televisieprogramma met een interculturele component indienen. Daaruit heeft de NPO een voorstel geselecteerd.







Ziek publiek
53-plussers
activering
aansluitingen
nummer
name
nummer
Boorgerover
week
aanwezigheid
ontwikkelingen
jongere
media
Nederlands
avond
druk
Serreconcerten
samenwerking
vanuit
groot
alleen
behoort
NPS programma
behoort
NPS
dergelijke
concurrenties
hoorbeleving
verbodsbepalingen
start
laten
music
interactief
grote
djs
3FM
luister tijd
aandeel
verder
radiozenders
daarom
kwaliteits
stemmen
voorbeeld
bekendheid
gemaakt
serious
gehaald
mijneen
belangrijke
Realisatie
Dichtbij
35-54
Mede
invloed
mogelijkheden
interacties
lelijke
jaren
50-60-er
16-34-jarigen
Calamiteiten
zeitten
Daarmee
geleid
gestart
gemaakt
bouw
Torraal
eigen
invloed
mogelijkheden
interacties
lelijke

2. Terugblik platforms

2.1 Radio

Algemeen

De publieke radiozenders hebben een geslaagd jaar achter de rug. Luisteraars waardeerden de programmering van de afzonderlijke zenders met cijfers van 7,5 en hoger en veel nieuwe initiatieven zagen het licht. Denk bijvoorbeeld aan de nieuwe programmering van Radio 1, de activiteiten rondom de week van de Nederpop op Radio 2 en de Serreconcerten op Radio 4, inclusief multimediale aanpak. Het jaar werd traditiegetrouw afgesloten met de twee grote crossmediale projecten: de Top2000 en Serious Request.

Prestatieafspraken 73

	Afspraak	Realisatie
Grote crossmediale projecten – al dan niet met een fundraisend karakter – waarbij het publiek vergaande invloed uitoefent op samenstelling en inhoud van het programma	Jaarlijks 2	Gerealiseerd: 2

Afgelopen jaar stonden twee publieke radiozenders (Radio 1 en Radio 2) in de top vijf van favorieten bij publieksgroepen van 35 jaar en ouder. Dit neemt niet weg dat in 2008 het bereik en het luistertijdaandeel van de publieke radiozenders onder druk stonden. Het totale luistertijdaandeel kwam met 29,9% net iets lager uit dan in 2007 (30,0%), na een aantal jaar achtereenvolgens toegenomen te zijn. Het Nederlandse radiolandschap is een competitieve omgeving, met name in de doelgroep tussen de 35 en de 54 jaar, bij uitstek de doelgroep van Radio 2. Met name deze zender voelt daardoor de druk op zijn luistertijdaandeel en bereik. De aansluiting tussen 3FM (doelgroep 15-34 jaar) en Radio 2 (doelgroep 35-54 jaar) is niet meer optimaal. De publieke omroep zal de komende periode benutten om een passende aanpak voor dit punt en andere relevante aandachtspunten in zijn radiostrategie te formuleren.

Prestatieafspraken 92

	Afspraak	Realisatie
Aantal publieke zenders dat binnen publieksgroepen van 35 jaar en ouder tot favorieten behoort	2 zenders in top-5	Gerealiseerd: 2
	1 zender in top-3	Gerealiseerd: 2

Prestatieafspraken 93

	Afspraak	Realisatie
Aantal publieke zenders dat binnen publieksgroepen tussen 10 en 34 jaar tot top-3 behoort	1	Gerealiseerd: 1

Een speerpunt in 2008 was diversiteit. Radiozenders zijn sterker dan televisienetten gesegmenteerd en richten zich dus elk op een specifieke doelgroep, vaak gekoppeld aan muziekkeuze. Dit maakt het moeilijk met één zender meerdere doelgroepen te bereiken. Mede daarom heeft de publieke omroep ervoor gekozen om de landelijke editie van FunX onderdeel te maken van zijn radiostrategie. Deze zender staat midden in zijn doelgroep van stadsjongeren met verschillende achtergronden en levert zo een belangrijke bijdrage aan de opdracht van de publieke omroep.

Dit wil echter niet zeggen dat de overige publieke radiozenders geen aandacht hebben voor diversiteit. Afgelopen jaar zijn voor de verschillende radiozenders binnen hun specifieke mogelijkheden afspraken gemaakt over de bijdrage aan het diversiteitsbeleid.

Prestatieafspraken 92

	Afspraak	Realisatie
Afspraken over de wijze waarop en de mate waarin zenders bijdragen aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijks afspraken op zenderniveau	Gerealiseerd

Dit heeft onder andere geleid tot het opzetten van een diversiteitsforum voor Radio 1. Een panel van mensen met een niet-westerse achtergrond zal regelmatig de programmering op deze zender bespreken. Komend jaar willen we bekijken of deze opzet ook voor bijvoorbeeld Radio 2 nuttig kan zijn. Op Radio 5 heeft de NPS een nieuw multicultureel programma (Dichtbij Nederland) ontwikkeld.

Radio 1

Programmamakwaliteit

Het afgelopen jaar stond voor Radio 1 in het teken van de vernieuwing van de zender. Eind augustus ging de nieuwe programmering van start, met als doel beter aan te sluiten bij de belevingswereld en het luistergedrag van het publiek. Programma's bedoeld voor intensieve beluistering werden meer verspreid over de hele dag en het weekend en daarnaast lag de focus op een evenwichtiger aanbod van onderwerpen. Nieuwe programma's waren onder andere in de ochtend Goedemorgen Nederland (KRO) en Dit is de dag (EO); in de middag het lunchprogramma (NCRV) en Villa VPRO. De versterking van de nieuws- en opiniefunctie gebeurde onder andere door de verlenging van het NOS Journaal in de ochtend met een half uur. Ook breekt de NOS in geval van belangrijke ontwikkelingen met een 'nieuwsflits' in bij andere programma's. Vanzelfsprekend werd ook afgelopen jaar bij calamiteiten ingebroken in de programmering om de luisteraars van de belangrijkste ontwikkelingen op de hoogte te houden.

Prestatieafspraken 74

	Afspraak	Realisatie
In geval van calamiteiten en grote evenementen	Inbreken in reguliere programmering op één van de hoofdzenders	Gerealiseerd

Een aantal programma's heeft zijn presentatie verder horizontaal ingericht om de continuïteit en herkenbaarheid te vergroten. De bedoeling is dit in 2009 verder uit te bouwen.

Een ingrijpende programmatische vernieuwing heeft tijd nodig om zich goed te zetten. De pers reageerde niet altijd positief op de wijzigingen. Het oordeel van het luisterpubliek over de vernieuwing moet blijken uit luistergegevens en onderzoek. De eerste cijfers wijzen op een voorzichtig positieve trend. Inhoudelijk was 2008 natuurlijk het jaar van grote nieuwsontwikkelingen als de verkiezingen in Amerika en de kredietcrisis die snel, betrouwbaar en grondig werden verslagen op Radio 1. De zomer kende met de Olympische Spelen, het EK Voetbal en de Tour de France veel belangrijke sportevenementen, waarvoor veel luisteraars op Radio 1 afstemden.

Bereik en doelgroepen

In de jaren voorafgaand aan 2008 nam de tijd die mensen naar Radio 1 luisterden steeds af. In 2008 heeft Radio 1 dit weten te

keren: de luistertijd nam licht toe naar 8 uur en 31 minuten per week. In 2009 moet duidelijk worden of deze positieve ontwikkeling zich voortzet. De daling van het bereik is nog niet gestuit, waardoor het marktaandeel is gezakt van 7,3% naar 7,1%. Daarmee is de oorspronkelijke doelstelling van 8,0% niet gehaald. Radio 1 bereikte in 2008 per week gemiddeld 2.526.000 luisteraars, oftewel 17,8% van de Nederlandse bevolking ouder dan 10 jaar. De doelstelling was 20,0%.

Vernieuwing en ontwikkeling

Vernieuwing was in 2008 het credo op Radio 1. Naast de introductie van nieuwe titels stond vernieuwing ook binnen de bestaande programma's hoog op de agenda. Zo heeft BNN Ranking the News ontwikkeld, waarbij het publiek door te stemmen aan kan geven welk nieuwsbericht zij het nieuws van de dag vinden. In Goedemorgen Nederland (KRO) en Lunch! (NCRV) zijn updates te horen en BNN Today maakt bekend wat de luisteraars het nieuws van de dag vinden. Met de invoering van de nieuwe programmering is ook de website van Radio 1 vernieuwd. Iedere dag worden nieuwe geluidsfragmenten uit programma's op de website geplaatst. Bezoekers kunnen zich hiermee – geholpen door de zoekfunctie – heel gericht laten informeren.

Maatschappelijke interactie en invloed

Bij een nieuws- en achtergrondzender als Radio 1 is interactie met het publiek van wezenlijk belang. Zo is Stand.nl (NCRV) een begrip geworden. In 2008 zijn de interactiemogelijkheden verder uitgebreid. Denk aan de nieuwsquiz in Lunch! (NCRV), en aan presentatoren die luisteraars steeds vaker oproepen om te reageren. Een ander goed voorbeeld zijn de weblogs die presentatoren gebruiken om in gesprek te raken met hun publiek.

Radio 2

Programmamakwaliteit

Radio 2 werd in 2008 hoog gewaardeerd: de luisteraars gaven de programma's, presentatie en muziek gemiddeld een 7,5. De zender heeft vanaf de tweede helft van 2007 wel te kampen met teruglopende luistertijdaandelen in zijn doelgroep van 35- tot 54-jarigen. De sterkste daling vindt plaats in de groep tussen 35 en 44 jaar. Daarom heeft de zender zich in 2008 sterker op zijn doelgroep gefocust. Bijvoorbeeld door bepaalde muziekgenres over te hevelen naar Radio 5, of door te participeren in evenementen die een jongere doelgroep aanspreken, zoals de

Vrienden van Amstel Live. In februari 2008 startte een nieuwe ochtendshow met een jongere uitstraling: De Heer Ontwaakt (VARA), gepresenteerd door Sander de Heer.

Radio 2 biedt zijn luisteraars niet alleen muziek, maar ook nieuws en achtergronden. Om dit onderdeel van de programmering verder te versterken is in 2008 het idee geopperd de nieuwsvoorziening op Radio 2 uit te breiden. Dit punt wordt in 2009 nader bekeken.

Bereik en doelgroepen

Radio 2 bereikte in 2008 gemiddeld 2.386.000 luisteraars per week. Het gemiddelde luistertijdaandeel van de zender bedroeg 10,5%, een half procent minder dan in 2007. Daarmee is het de tweede landelijke zender in de groep van 10 jaar en ouder. Het beoogde luistertijdaandeel van 12,0% werd echter niet gehaald. Onder de doelgroep 35-54 jaar was het luistertijdaandeel 12,0%.

De doelstelling was 15,0%. In de doelgroep van 35- tot 54-jarigen is Radio 2 de op twee na best beluisterde zender.

Vernieuwing en ontwikkeling

In 2008 heeft Radio 2 veel nieuwe initiatieven gelanceerd. Bijvoorbeeld de activiteiten rondom

50 jaar Nederpop – waaronder een groot concert waar ongeveer een miljoen mensen naar luisterden. Een ander voorbeeld is de participatie in Vrienden van Amstel Live. Dit soort projecten sluit aan bij de in 2008 gelanceerde slogan 'Radio 2 is overal.' Radio 2 verzorgde ook vertrouwde themaweken als Made in the Sixties, Seventies en Eighties. In 2009 optimaliseert Radio 2

de formats van een aantal themaweken verder, om ook aan te blijven sluiten bij de wensen van het jongere deel van de doelgroep van 35-54 jaar.

Luisteraars konden in 2008 genieten van veel nieuwe zelf geproduceerde live-concerten. Regelmatig zocht Radio 2 samenwerking met het Metropole Orkest, zoals bij de concerten van Rob de Nijs en Barry Hay. De uitsmijter van het Radio 2-jaar, de Top2000, vierde afgelopen jaar zijn tiende verjaardag. Tussen Kerst en Oud Nieuw bereikte de Top2000 via Radio 2 ongeveer 6,8 miljoen Nederlanders van 10 jaar en ouder. Top2000 in Concert, dat op Oudejaarsavond op televisie werd uitgezonden, trok niet minder dan 3,8 miljoen kijkers. Het concept werd nog verder multimediaal uitgebouwd: voor het eerst bracht Radio 2 een Top2000-boek en een cd-box uit.

Maatschappelijke interactie en invloed

Een van de pijlers van het programmabeleid van Radio 2 is nauw contact met het publiek. Afgelopen jaar heeft de zender gewerkt aan nieuwe manieren om dit te bewerkstelligen. Een belangrijke verandering bij de Top2000 was het feit dat luisteraars in 2008 niet konden stemmen. Dit wilde niet zeggen dat luisteraars hun voorkeur niet kenbaar konden maken. Radio 2 ontwikkelde een internetconcept, waarbij luisteraars hun eigen platenkoffer konden vullen met de 2000 populairste nummers uit eerdere edities van de Top2000 en deze online konden zetten. Dit concept sloeg aan, en zal komend jaar ook bij themaweken ingezet worden. De Top2000 is bij uitstek een evenement dat mensen bij elkaar brengt. Daarmee levert Radio 2 een bijdrage aan de sociale cohesie: de Top 2000 gaat niet alleen over de nummers in de lijst, maar steeds meer ook over de verhalen achter deze nummers en de herinneringen die mensen hebben bij deze muziek. Door hier veel aandacht aan te besteden – bijvoorbeeld in het Verhalenarchief of de Top2000 a Gogo – creëert Radio 2 in de laatste week van het jaar een niet te missen evenement.





3FM

Programmamakwaliteit

3FM, All for music! Ook in 2008 stelde 3FM muziek, en dan met name pop/rock, voorop. De zender heeft het consequente muziekbeleid doorgevoerd en heeft gewerkt aan het uitbreiden van de hoeveelheid muziek: door minder gesproken woord kan 3FM nog meer kwalitatief goede muziek draaien. Dit blijft ook in 2009 een punt van aandacht. 3FM heeft bijzondere aandacht voor livemuziek en muziek van Nederlandse bodem. 3FM doet verslag van alle toonaangevende festivals, zoals Lowlands, Extrema en Eurosonic/Noorderslag, en heeft met de 3FM Awards zijn eigen awardshow. Daarnaast zijn er de concerten die de zender adopteert in het kader van 3FM Presents, met in 2008 bijvoorbeeld Jack Johnson en Kane.

Bereik en doelgroepen

3FM heeft te maken met sterke concurrentie, maar weet zich staande te houden als publieke popzender. Het gemiddelde weebereik in 2008 was 2.129.000 luisteraars – 20.000 meer

dan in 2007. Het gemiddelde luistertijdaandeel bedroeg 7,6%. Dat is 0,1% minder dan in 2007 en net onder de doelstelling van 7,8%. Het luistertijdaandeel in de doelgroep van 15-34-jarigen was 16,7%. Hiermee is de doelstelling van 17,5% niet gehaald. Het aandeel onder 10-34-jarigen is enigszins afgenomen, doordat 3FM aandeel verloor onder 25-34-jarigen. Daar staat tegenover dat het luistertijdaandeel onder 15-24-jarigen licht is gestegen. Ook het luistertijdaandeel onder 35-54-jarigen nam toe.

Vernieuwing en ontwikkeling

Jongeren maken steeds meer gebruik van de mogelijkheden van nieuwe media. 3FM speelt hier actief op in door het monitoren van ontwikkelingen in de jongerencultuur. Zo werd de succesvolle marketingcampagne 'All for music' met Lenny Kravitz voor een belangrijk deel via nieuwe media zoals Hyves gevoerd. Ook hield 3FM in 2008 een gameweek.

3FM heeft verder afgelopen jaar zijn crossmediale concepten verder uitgebouwd. Bij 3FM Presents waren concerten van Bløf en Adele niet alleen in losse nummers op de hoofdzender te horen,



doet verslag van
 alle toonaangevende festivals, zoals
 Lowlands, Eurosonic/Noorderslag, 3FM Awards en heeft met de
 zijn eigen awardshow

maar via ook integraal via internet. Verder heeft 3FM in 2008 geëxperimenteerd met mobiel, bijvoorbeeld met een Lowlands-programmaboekje dat bezoekers op hun mobiele telefoon konden downloaden. 3FM bracht als interessant experiment met visuele content camerastreams vanuit het Glazen Huis. Het publiek kon hierbij zelfs via digitale televisie meedoen aan Serious Request. 3FM leidt al jaren met veel succes zijn eigen dj's op. In 2008 zijn maar liefst drie nieuwe dj's in het opleidingsprogramma ingestroomd.

Prestatieafpraak 63

	Afspraak	Realisatie	
Opleiding nieuwe presentatoren	3FM	Gerealiseerd: 3FM	
		Nieuwe dj's in opleiding	3
		Gecontinueerde dj's in opleiding	6
		Totaal dj's in opleiding	9

Maatschappelijke interactie en invloed

3FM heeft zich de afgelopen jaren onmiskenbaar gemanifesteerd als maatschappelijk relevante publieke jongerenzender. Er is aandacht

voor nieuws en actualiteiten, toegespitst op de doelgroep. 3FM heeft een belangrijke rol in het bieden van een platform voor nieuwe muziek, met name Nederlands product. Dit is terug te zien in de muziekmix op de zender, maar ook in andere activiteiten zoals Serious Talent. Artiesten kunnen zich inschrijven op de profielensite Serioustalent.nl. Vier keer per jaar selecteert 3FM vervolgens vier artiesten die op 3FM gedraaid worden en op 3FM-podia op festivals optreden. Voorbeelden van Serious Talent-artiesten die in 2008 zijn doorgebroken zijn Miss Montreal, Giovanca, Bertolf en Rigby. Het 3FM-jaar is niet compleet zonder Serious Request. De dj's zamelden in 2008 geld in voor de vluchtelingenactie van het Rode Kruis, vanaf het Glazen Huis op de Grote Markt in Breda. Een groot succes: via 3FM werden in totaal 5,9 miljoen mensen bereikt, via de televisieuitzendingen volgden 6,0 miljoen kijkers de dj's en maar liefst 200.000 mensen bezochten het Glazen Huis op de Grote Markt. De overige 3FM-dj's zamelden ook geld in, zodat de opbrengst in Nederland op ruim €5.600.000 uitkwam.

Radio 4

Programmakwaliteit

Radio 4 biedt zijn publiek een uniek en onderscheidend klassiek aanbod. Daar maken de vele, al dan niet zelfgeproduceerde, live-concerten onderdeel van uit. In 2008 was er nog meer aandacht voor bijzondere en historische opnames door het avondprogramma Bis! (TROS), met opnames uit het omroeparchief. Ook is Radio 4 gestart met een nieuwe serie maandelijkse live kamermuziekconcerten: de Serreconcerten. In de Donderdagavondserie komen avontuurlijke uitvoeringen van hedendaagse muziek aan bod. Vanzelfsprekend zijn succesvolle series – De Vrijdag van Vredenburg, De Zaterdagmatinee en Het Zondagochtendconcert – gecontinueerd. Het Muziekcentrum van de Omroep (MCO) speelt hierbij een belangrijke rol.

Met deze combinatie van muziek en presentatie biedt Radio 4 zijn luisteraars een kwalitatief hoogstaand aanbod. De zender kan desondanks nog meer als een samenhangend geheel klinken. In 2009 wordt bekeken hoe hier invulling aan kan worden gegeven.

Bereik en doelgroepen

Radio 4 kende in 2008 een doelstelling van 2,5% luistertijd-aandeel. Deze doelstelling is met de uiteindelijke realisatie van 1,9% niet gehaald. In 2009 worden plannen ontwikkeld om de (door)beluistering van de zender te verbeteren. Afgelopen jaar bereikte Radio 4 per week gemiddeld 705.000 luisteraars. Sterke uitschieters in het bereik waren onder andere te zien in de week rondom het 120-jarig jubileum van het Koninklijk Concertgebouworkest. Meer dan driekwart van de luisteraars naar deze uitzendingen waardeerde deze bovendien zeer.

Vernieuwing en ontwikkeling

De afgelopen jaren heeft Radio 4 steeds meer aandacht besteed aan crossmediale concepten en het gebruik van internet. Een voorbeeld in 2008 is de uitvoering van de opera Lohengrin in de ZaterdagMatinee, verbonden door een televisieregistratie, een interactieve website en een cd-dvd-box. Ook de in 2008 geïntroduceerde Serreconcerten worden – inclusief beeld door middel van webcams – live gestreamd en zijn terug te kijken via het

Met deze combinatie van muziek en presentatie biedt Radio 4 zijn luisteraars een kwalitatief hoogstaand aanbod

webcastarchief. Speciale vermelding verdient het project rondom het 120-jarig jubileum van het Koninklijk Concertgebouworkest. Radio 4 zond in de jubileumweek elke dag live uit vanuit het Concertgebouw. Via Radio4.nl konden tien gratis symfonieën worden gedownload. Dit project was met 600.000 downloads een groot succes. Een bijzonder nieuw project was Roll over Beethoven: op 20 november namen 3FM-dj's de zender over. Samen met Radio 4-presentatoren lieten zij hun favoriete klassieke muziek horen, wat voor verrassende combinaties zorgde. In 2008 voerde Radio 4 voor de derde keer het eigen opleidingsplan uit. De eerdere lichten van de opleiding leverden twee jonge presentatoren op die nu hun eigen programma's – Nachtbries (AVRO), Maanlicht (AVRO) en à la Carte (TROS) – hebben.

Prestatieafspraken 63

	Afspraak	Realisatie	
Opleiding nieuwe presentatoren	Radio 4	Gerealiseerd: Radio 4 Nieuwe dj's in opleiding	3
		Totaal dj's in opleiding	3

Maatschappelijke interactie en invloed

Radio 4 heeft ook in 2008 een belangrijke initiërende rol in het Nederlandse muziekleven vervuld. De zender gaf in samenwerking met omroepen, het MCO en zalen opdracht tot meer dan 85 concerten. Aan de al bekende series voegde Radio 4 in 2008 nog de serie De Serreconcerten toe. Afgelopen jaar heeft de zender ook gewerkt aan het uitbreiden van de interactie met luisteraars. Dit onder andere door de uitbreiding van het gebruik van internet, waaronder interactieve websites, en door luisteraars te laten stemmen en hun persoonlijke verhalen te laten vertellen in de Top400 en de Radio4daagse.

Radio 5

Programmamakwaliteit

Radio 5 is eind 2006 gestart met de dagprogrammering voor 55-plussers. In de avonden en weekenden kent Radio 5 een ander profiel, gericht op thema's als educatie, levensbeschouwing, religie en verschillende culturen.

De eerste jaren stonden in het teken van opbouw, met name van de nieuwe dagprogrammering. In 2008 werkte Radio 5 aan de inhoudelijke uitbouw van deze programmering. Het nieuwe educatieve programma van de RVU, Familie Nederland, heeft zijn plek gevonden en is een succes. Radio 5 heeft ook nieuwe themaprogrammering ingevoerd, zoals rondom Koninginnedag en 5 mei. Een zeer geslaagde nieuwkomer is de Evergreen

Top1000. Deze uitzendingen bereikten ongeveer 660.000 luisteraars van 55 jaar en ouder. De Evergreen Top1000 was meteen in het eerste jaar de hoogst gewaardeerde themaweek van Radio 5 met een 8,0 gemiddeld. Natuurlijk heeft Radio 5 in 2008 de andere themaweeken (Jaren '50, '60 en het Nederlandstalige lied) voortgezet.

Bereik en doelgroepen

In 2008 heeft Radio 5 voor het derde jaar op rij een stevige groei in het luistertijdaandeel weten te realiseren: van 2,0 naar 2,6%. Deze stijging is volledig toe te schrijven aan een langere luistertijd van het publiek van de dagprogrammering. De programmering heeft onder de doelgroep een gemiddelde luistertijd van ruim vier uur per dag en onder 55-plussers een luistertijdaandeel van 7,3%. Het doelgrooptarget van 6,5% is dan ook ruimschoots gehaald. Het gemiddelde bereik is met 664.000 echter niet gestegen en het luistertijdaandeel van de avond- en weekendprogrammering is gedaald van 2,0% naar 1,8%. Radio 5 gaat zich in 2009 daarom richten op het trekken van nieuwe groepen luisteraars. Verder zal het onderscheid tussen dag- en de avond- en weekendprogrammering duidelijker gemaakt worden.

Vernieuwing en ontwikkeling

Belangrijke programmatische vernieuwingen in 2008 betroffen de invoering van meer themaprogrammering (zoals rondom Koninginnedag en 5 mei). Deze hebben mede geleid tot een stijging van het luistertijdaandeel en het bezoek aan de website. De bekendheid van Radio 5 is hier niet door toegenomen. Dit blijft een punt van aandacht in 2009. Afgelopen jaar heeft Radio 5 ook in de avond- en weekendprogrammering wijzigingen doorgevoerd om deze te moderniseren. De NPS zendt nu op doordeweekse avonden het multiculturele programma Dichtbij Nederland uit. Dit is in plaats gekomen van de magazines in de eigen taal op zaterdag. De samenwerkende 39f-omroepen maken op zaterdagmiddag een levensbeschouwelijk magazine. Ook is Radio 5 afgelopen jaar steeds meer gebruik gaan maken van internet. Uit de ervaringen met Familie Nederland (RVU) en de reacties in gastenboeken bleek dat de 55+-doelgroep zich steeds meer op internet begeeft. Rondom themaweeken reageerden duizenden luisteraars, bijvoorbeeld over hun herinneringen aan de gedraaide muziek.



Prestatieafspraken 94

	Afspraak	Realisatie	
Programma's voor migranten van de eerste generatie (Radio 5)	Wekelijks 4 uur	Gerealiseerd	
		Jan. - aug.:	4,5 uur
		Sept. - dec.:	15 uur

Maatschappelijke interactie en invloed

Radio 5 onderhoudt een nauwe band met zijn luisteraars. Niet voor niets vindt meer dan 90% van de doelgroep de kernwaarden 'toegankelijk' en 'dichtbij de luisteraar' van toepassing op de zender. In 2008 is deze band verder versterkt door bijvoorbeeld de aanwezigheid van Radio 5 op de 50PlusBeurs en op de Max Proms.

Radio 6

Programmamakwaliteit

Radio 6, het platform van de publieke omroep voor jazz en wereldmuziek, heeft pas zijn tweede volledige jaar achter de rug sinds de start van de zender. Veel werk is afgelopen jaar verricht om de zender verder uit te bouwen. Dit was mogelijk omdat de zender de budgetten per tijdslot op een realistischer niveau

bracht. Via thema-activiteiten heeft Radio 6 geprobeerd de bekendheid met de zender en de internetportal te vergroten. Voorbeelden zijn de live verslaggeving van de Edison Jazz Awards en de Quincy Jones-dag. Hoogtepunt van het jaar was de verslaggeving vanaf het North Sea Jazz-festival. Drie dagen lang zond Radio 6 live vanuit Rotterdam uit, niet alleen met concertregistraties maar ook met interviews en archiefmateriaal. Desondanks was de bekendheid van de zender niet erg hoog. Wel laat het bezoek aan Radio6.nl een sterke groei van 21% zien. Eind 2008 begon Radio 6 met de voorbereidingen voor centrale muzieksamenstelling, zoals het opbouwen van een database. Begin 2009 is de centrale muzieksamenstelling van start gegaan. De bedoeling is dat dit een belangrijke bijdrage gaat leveren aan het versterken van de doorbeluistering. Een andere doelstelling was het versterken van het muziekprofiel. Dit blijft een punt van aandacht in 2009. In de eerste helft van het jaar wordt in overleg met de omroepen een profiel voor de zender opgesteld. Vanuit dit profiel stemt Radio 6 vervolgens programma's en aanvullende activiteiten zoals marketing op elkaar af.

Bereik en doelgroepen

Radio 6 is niet te ontvangen in de ether. Het luistertijdaandeel van de zender in 2008 bedroeg 0,2%. Het is moeilijk een vergelijking met het voorgaande jaar te maken, doordat Radio 6 pas vanaf september 2007 in het Continu Luisteronderzoek meedraait. Radio 6 bereikte per week in 2008 gemiddeld 124.000 luisteraars. Uitschieter was het North Sea Jazz-festival. Met deze uitzendingen heeft Radio 6 ongeveer 170.000 luisteraars van 35 jaar en ouder bereikt.

Vernieuwing en ontwikkeling

Radio 6 is er het afgelopen jaar beter in geslaagd internet-publiek aan zich te binden. Het bereik van de portal is gegroeid naar 29.000 unieke bezoekers per maand. Deze bezoekers zijn bovendien trouw: ruim een vijfde van de bezoekers is een terugkerende bezoeker.

Met ingang van 2009 is de weekendprogrammering gewijzigd. De Stichting Concertzender verzorgt niet langer programma's op Radio 6. De publieke omroep wil dergelijke programmering een rol geven op digitale themakanalen. Daarom heeft de NPO voor dergelijke kanalen een aanvraag gedaan bij het ministerie van OCW. Dit biedt een logischer kader voor deze programmering en biedt Radio 6 de mogelijkheid een duidelijker profiel neer te zetten. Weekend in Radio City (KRO), Afslag Thunder Road (VARA) en Weekend Winfried (NPS) zijn voorbeelden van nieuwe programma's die in het weekend op Radio 6 te horen zijn. De crossmediale projecten waar Radio 6 om bekend staat, zijn verder uitgebreid. Bijvoorbeeld het streamen van concerten van North Sea Jazz. Verder heeft Radio 6 rondom zijn eenjarig bestaan een concert georganiseerd met optredens van onder andere Michiel Borstlap, Minyeshu en Jesse van Ruller. Dit concert was ook via internet te volgen.

Maatschappelijke interactie en invloed

Radio 6 besteedt veel aandacht aan interactie met zijn publiek, door middel van de uitgebreide internetportal. Ook de aanwezigheid bij evenementen en concerten, zoals North Sea Jazz, Jazz op het Dak en de Music Meeting biedt veel mogelijkheden tot interactie met luisteraars.

FunX

Programmamakwaliteit

FunX heeft zich de afgelopen jaren gepositioneerd als trendsettende publieke zender met een urban, multicultureel format

voor stadsjongeren tussen 15 en 34 jaar. In 2008 heeft FunX deze positie uitgebouwd. Bijvoorbeeld door de aanwezigheid op festivals en het programmeren van eigen podia, zoals bij Parkpop en Zomercarnaval. FunX is nadrukkelijk ook aanwezig bij festivals buiten de Randstad, om daar ook in contact met zijn doelgroepen te komen. Daarnaast is de reguliere programmering versterkt. Met ingang van september 2008 heeft het hiphop-programma Lijn 5, dat eerst op Radio 5 werd uitgezonden, met zijn medewerkers een plek gekregen op FunX. Met deze integratie is deze programmering in een logischer omgeving terecht gekomen.

De samenwerking tussen FunX en de landelijke publieke omroep is versterkt. FunX-ers hebben meegewerkt aan projecten van de publieke omroep zoals NPOX (een festival voor omroep-medewerkers) en een conferentie over diversiteit. Verder werken sommige FunX-medewerkers (gedeeltelijk) voor de landelijke publieke omroep.

Bereik en doelgroepen

In 2008 bereikte FunX 43% van de radioluisterende jongeren in de leeftijd van 15 tot 24 jaar in de grote steden (Synovate, voorjaar 2008). Dit is een stijging van 6%, en hiermee was FunX ook in 2008 de zender met het verreweg hoogste weekbereik onder deze jongeren. Het weekbereik onder 25-34-jarigen steeg van 17 naar 19%. Hiermee versterkte FunX zijn positie in de gehele doelgroep van 15-34-jarigen: het weekbereik in deze groep steeg naar 29%.

Prestatieafspraken 95

	Afspraak	Realisatie
Wekelijks bereik onder jongeren in vier grote steden in leeftijd van 15 tot 34 jaar (FunX)	25%	Gerealiseerd: 29% (Synovate, voorjaar 2008)

FunX draait in tegenstelling tot andere publieke radiozenders niet mee in het Continu Luisteronderzoek. Dit komt doordat de doelgroep van FunX onvoldoende vertegenwoordigd is in de onderzoekspanels. De NPO bekijkt in 2009 hoe hier verandering in aangebracht kan worden, maar is hierbij ook afhankelijk van andere partijen.

Vernieuwing en ontwikkeling

De website Funx.nl is afgelopen jaar verder uitgebreid. Het aanbod aan webkanalen – bijvoorbeeld reggae, latin arab en hiphop – is in de tweede helft van 2008 vergroot en de

presentatoren van alle programma's schrijven weblogs. Hierdoor is het aantal unieke bezoekers per maand – dat in de eerste helft van het jaar nog terugliep – in deze periode sterk gestegen; FunX behoort inmiddels tot de top-5 van alle NPO-sites. Ook evenementen verspreidt FunX zoveel mogelijk via verschillende kanalen, zowel via de radio als via de website of via het FunX YouTube-kanaal. Verder is FunX in 2008 begonnen met het trainen van medewerkers voor videoproductie via internet. Ook werken NPO en FunX sinds eind 2008 aan de uitbreiding van hun samenwerking.

FunX verzorgt interne opleiding van zijn medewerkers door middel van een opleidingstraject.

Prestatieafspraken 63

	Afspraak	Realisatie	
Opleiding nieuwe presentatoren	FunX	Gerealiseerd: FunX	
		Presentatoren in opleiding lokale vensters	12
		Presentatoren in opleiding raam-programmering en landelijk venster	1

Maatschappelijke interactie en invloed

Luisteraars hebben een belangrijke inbreng in veel FunX-programma's, zoals Forum, Start en Poll. De programmamakers staan zelf midden in de doelgroep. FunX heeft in 2008 projecten uitgevoerd om zijn maatschappelijke betekenis verder uit te bouwen. In navolging van de 3FM Serious Request-actie stond dit jaar ook een Glazen Huis in Kenia. dj's van Ghetto Radio namen hierin plaats, en FunX DJ Shay ging bij hen op bezoek. Ook was FunX aanwezig bij de Olympische Spelen. Twee reporters reisden af naar Beijing om reportages te maken over sport, muziek en jongerencultuur in Beijing. Dit leverde interessante updates in de uitzendingen én goed bekeken filmpjes voor op de website op. Naast deze projecten participeert FunX ook in culturele of informatie evenementen, zoals Skills Masters, een jaarlijks groot beroepenevenement in Ahoy.



2.2 Televisie

2008 was een succesvol jaar voor de televisienetten van de publieke omroep. De publieke omroep zond veel nieuwe programma's uit, waarvan het merendeel eigen producties waren. Niet alleen keek het publiek in 2008 meer naar Nederland 1, 2 en 3, zij waardeerden de publieke omroep ook goed; 80% gaf aan de publieke omroep te associëren met kwaliteit. Maar liefst 86,4% van de Nederlanders kijkt wekelijks minimaal 15 minuten naar de publieke omroep.

Prestatieafspraken 84

	Afspraak	Realisatie
Percentage van de Nederlanders dat gemiddeld over de gehele contractperiode wekelijks minimaal 15 minuten aaneengesloten naar de publieke omroep kijkt (incl. uitgesteld kijken)	85%	Gerealiseerd: 86,4%

De vernieuwing van het jeugdnet Z@PP/Z@ppelin in 2008 pakte positief uit: niet alleen onderging het programmaschema een facelift, ook het kijktijdaandeel steeg van 16,2% naar 18,5%. Voor alle netten samen kwam het kijktijdaandeel 6+ uit op 36%, exclusief het EK Voetbal en de Olympische Spelen. Tellen wij deze sportevenementen mee, dan was dit zelfs 37,7%, het beste resultaat sinds 2004. Nederlanders keken in 2008 gemiddeld 184 minuten per dag naar de televisie, twee minuten korter dan in 2007. De publieke televisienetten nemen sterke posities in op de lijst van best bekeken netten.

Prestatieafspraken 86

	Afspraak	Realisatie
Positie 3 hoofdnetten in toplijst meest bekeken netten	De 3 hoofdnetten behoren tot de 7 meest bekeken netten in Nederland.	Gerealiseerd

Prestatieafspraken 87

	Afspraak	Realisatie
Positie Nederland 1 in toplijst meest bekeken netten	Nederland 1 behoort tot de 3 meest bekeken netten van Nederland.	Gerealiseerd (nr. 1)

De publieke televisienetten besteden veel aandacht aan het ontwikkelen van nieuwe programma's. In 2008 testte de publieke omroep een groot aantal pilots en formats.

Prestatieafspraken 64

	Afspraak	Realisatie
Ontwikkeling pilots of formats	Jaarlijks 20	Gerealiseerd: 35

Acht hiervan kwamen in 2008 in de uitzendschema's terecht.

Prestatieafspraken 65

	Afspraak	Realisatie
Programmering nieuwe eigen, originele formats	Jaarlijks 4	Gerealiseerd: 8

Diversiteit was een van de programmatische speerpunten van de afgelopen jaren. In 2008 hebben de NPO en de omroepen per televisienet en op programmativelniveau afspraken gemaakt over de bijdrage aan het diversiteitsbeleid. Het ging hierbij bijvoorbeeld om de samenstelling van de cast, gastenkeuze en onderwerpkeuze.

Prestatieafspraken 96

	Afspraak	Realisatie
Afspraken over de wijze waarop en de mate waarin programma's bijdragen aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijks op programmativelniveau	Gerealiseerd

De publieke omroep ging in 2008 verder met al bestaande goede voorbeelden op deze gebieden – zoals Goedemorgen Nederland, Raymann is Laat, Onderweg naar Morgen, Tante in Marokko, SpangaS en Puberruil. Maar ook in andere programma's besteedden de omroepen nadrukkelijk aandacht aan het afspiegelen van de samenleving in beeld, bijvoorbeeld door de keuze van de gasten en het publiek in De Wereld Draait Door of in de presentatie van het NOS Journaal. De NPS introduceerde het programma De Meiden van Haram. Het Schnitzelparadijs, Flow en Forza Utrecht zijn voorbeelden van nieuwe programma's die op een vanzelfsprekende manier diversiteit gebruiken. Maar ook in de promo's en campagnes voor de verschillende netten letten de omroepen en de NPO op de representativiteit.

Prestatieafspraken 98

	Afspraak	Realisatie
Mate van representativiteit op de netprofielen (idents, promo's, campagnes, look & feel)	Jaarlijkse rapportage door de publieke omroep	Gerealiseerd



Nederland 1 kon in 2009
dies voortbouwen op
marcante succesprogramma's
Boer Zoekt Vrouw (KRO) en
Mooi Weer De Leeuw (VARA),
die eronder de Televisiering won.
Binnend Nederland 1 ook tot
vruchtbare voedingsbodem
het introduceren
van nieuwe programmatitels.

Nederland 1

Programmamakwaliteit

Uit het jaarlijkse imago-onderzoek bleek dat de kijkers Nederland 1 duidelijk herkennen op de publieke waarden (met respect, zet me aan het denken, diepgang, authenticiteit, kunst en cultuur). Het onderscheid met de zenders RTL4 en SBS6 is substantieel. Ook blijkt dat de kijkers Nederland 1 zien als een belangrijk platform voor expressie en kunst. Met onder andere populaire uitzendingen van Tussen Kunst en Kitsch (AVRO) en André Rieu in Australië (TROS) voelden kijkers zich in dit genre goed bediend. Nederland 1 kon in 2008 deels voortbouwen op vertrouwde succesprogramma's als Boer Zoekt Vrouw (KRO) en Mooi! Weer De Leeuw (VARA), dat in oktober de Televizerring won. Dit maakt Nederland 1 ook tot een vruchtbare voedingsbodem voor het introduceren van nieuwe programmatitels. Voorbeelden zijn Het Mooiste Meisje van de Klas van de TROS, dat werd geïntroduceerd na het succesvolle Wie is de Mol? (AVRO), en dat al na één seizoen de Beeld & Geluid Award in de categorie Amusement won. Ook de nieuwe VARA-dramaserie Deadline direct na Mooi! Weer De Leeuw profiteerde van een kansrijke programmeringsplek op Nederland 1, en dat gold ook voor de nieuwe comedyserie We Gaan nog niet naar Huis van de AVRO. In de zomermaanden stond Nederland 1 op sportgebied in het teken van het EK Voetbal, Tour de France, Studio Sportzomer en de Olympische Spelen (NOS). De terugkeer in het najaar van de eredivisiesamenvattingen op zondagavond in Studio Sport was voor veel voetballiefhebbers een heuglijk moment.

Bereik en doelgroepen

Nederland 1 behaalde over 2008 – exclusief EK Voetbal en Olympische Spelen – een kijkcijdaandeel 6+ van 20,9%, een stijging met bijna twee procent ten opzichte van 2007. Worden de sportevenementen meegerekend, dan kwam Nederland 1 in de zomer uit op 28% en over het hele jaar 2008 op 22,5%. De doelstelling van 17% werd daarmee ruimschoots gehaald. Nederland 1 versterkte in 2008 zijn nummer één-positie ten opzichte van nummer twee RTL4 met 6,3% verschil ten opzichte van 4,9% in 2007. Ook voor de leeftijdsgroep 20-49 jaar kwam Nederland 1 in 2008 hoger uit dan de doelstelling: exclusief EK Voetbal en Olympische Spelen 14,6%, waar 14% als doel was gesteld. Dat is een stijging met 1,5% ten opzichte van 2007. RTL4 is nog koploper bij deze leeftijdsgroep, maar Nederland 1 is RTL4 tot op 0,4% genaderd. Programma's als Op zoek naar Joseph (AVRO) en Boer Zoekt Vrouw (KRO), maar ook Mooi! Weer De Leeuw (VARA) en cabaretregistraties worden door hun evenementachtig karakter goed bekeken

door ouderen én jongeren samen en dragen zo bij aan de sociale cohesie. Dat geldt ook voor de VARA-comedyserie Kinderen geen Bezwaar die op de vroege zaterdagavond wordt uitgezonden. Titels die het goed doen bij de kijkers onder de 50 jaar zijn verder onder andere Wie is de Mol? (AVRO), Ik Vertrek (TROS) en Het Mooiste Meisje van de Klas (TROS). Vijf van de tien best bekeken programma's van alle Nederlandse zenders in 2008 – exclusief het EK Voetbal en de Olympische Spelen – waren te zien op Nederland 1. Het record van 4.427.000 kijkers voor Boer Zoekt Vrouw op 3 februari willen wij hier niet onvermeld laten. Maar ook het NOS Journaal van acht uur beleefde een record. Op 19 oktober keken gemiddeld ruim 3,1 miljoen mensen naar het nieuws op Nederland 1, waarin minister Wouter Bos van Financiën de financiële steun aan bankbedrijf ING aankondigde. De terugkeer van het Eredivisievoetbal leverde de uitzendingen van Studio Sport op zondagavond van 19.00 tot 20.00 uur in de periode september-december een kijkcijdaandeel 6+ van 44,4% op. De samenvattingen van de eredivisiewedstrijden bij Talpa/RTL4 bereikten destijds een 6+ kijkcijdaandeel van 36 procent. Onder de prioritaire doelgroepen Gemakzoekende Burgers en Zorgzame Opvoeders steeg het kijkcijdaandeel van Nederland 1 met respectievelijk 2,7% en 2,4%. Ook het aandeel bij de Bezorgde Burger nam toe, zij het in bescheidener mate (+0,5%). Nederland 1 neemt bij alle leefstijlgroepen de eerste plaats in, met uitzondering van de Ambitieuze Pleziermaker.

Vernieuwing en ontwikkeling

Enkele nieuwe titels van Nederland 1 noemden wij al: Het Mooiste Meisje van de Klas (TROS), Op zoek naar Joseph (AVRO), de comedy We gaan nog niet naar Huis, eveneens van de AVRO, en de 12-delige dramaserie Deadline van de VARA, waarin een anti-terreurteam onder grote druk geheime opdrachten moet uitvoeren. Nederland 1 had meer nieuwe programma's in 2008. Slechts een kleine greep: De Italiaanse Droom van de KRO, waarin vier stellen bouwen aan en strijden om een bed-and-breakfasthuis in Italië. Omroep MAX kwam in de zomer met een goed bekeken nieuw consumentenprogramma voor de vakantieganger: Groeten van MAX. Het programma Onverwacht Bezoek van de EO verraste geëmigreerde Nederlanders in hun nieuwe vaderland met een bezoek van een dierbare. De meeste succesvolle nieuwe titels op Nederland 1 bewogen zich binnen de genres waar het net al goed in is. Voor 2009 staat de zoektocht naar echt vernieuwende programmaconcepten hoog op de agenda.

Maatschappelijke interactie en invloed

Dat de kijkers de publieke waarden van Nederland 1 goed herkennen is ongetwijfeld mede te danken aan de belangrijke plek die nieuws en actuele informatie innemen. De actualiteit is de leidraad voor de programmering van Nederland 1, waar de Journaals om 18.00 en 20.00 uur, de actualiteitenrubriek EénVandaag en de late actuele talkshow Pauw & Witteman (VARA/NPS) of Knevel & van den Brink (EO) vaste ankers in de programmering zijn. Onmiskenbaar is het NOS Journaal van 20.00 uur een van de meest stabiele en best gewaardeerde programma's. Rond het uitbreken van de kredietcrisis begin oktober keken één miljoen meer mensen naar het journaal dan de 1,9 miljoen Nederlanders die doorgaans om 20.00 uur op Nederland 1 afstemmen. De spannende Amerikaanse presidentsverkiezingen, over de uitslag waarvan de NOS rechtstreeks verslag uitbracht, kwamen ruimschoots aan bod in het nieuws. Pauw & Witteman maakte in september twee speciale uitzendingen vanuit Kamp Holland in Uruzgan. De combinatie van nieuws, achtergronden en sport, afgewisseld met human interestprogramma's en amusement, maken Nederland 1 niet alleen tot de meest bekeken, maar ook tot de meest invloedrijke TV-zender van Nederland. Van alle zenders wordt Nederland 1 door het publiek het vaakst genoemd als 'belangrijkste zender van Nederland'.

(Bron: Imagobarometer 2008 - KLO)



Nederland 2

Programmamakwaliteit

Voor Nederland 2 was 2008 vooral het jaar van de geschiedenis, met een gevarieerde Week van de Geschiedenis in oktober. De eerste reeks van In Europa naar het gelijknamige boek van Geert Mak werd in maart afgesloten, waarna de VPRO de draad in november weer oppakte met de vervolgreeks. Dit 'intelligente programma van ongeëvenaarde schoonheid' (website In Europa) trok gemiddeld ruim 715.000 kijkers. Van Dis in Afrika (VPRO) werd bekroond met de Zilveren Nipkowschijf voor het beste televisieprogramma van 2008. De jury noemde de serie 'knap gemaakt, intelligent, informatief, integer, mooi, ontroerend en confronterend, (...) het beste dat de Nederlandse televisie in het afgelopen seizoen voortbracht.'

Voor een overzicht van deze en andere geschiedenisprogramma's in 2008, zie het kader op pagina 65.

Nederland 2 is ook het net voor kunst en expressie, met agenda-programma's als AVRO's Cultuurshake, in het najaar omgedoopt in Opium TV, en Kunststof TV van de NPS.

Maar Nederland 2 is ook de thuishaven voor de dagelijkse of wekelijkse journaals van belangrijke culturele festivals: het filmfestival in Cannes, het Oerol festival, Festival Classique, Holland Festival, Nederlands Film Festival en het IDFA. In juni was de afsluiting van het Holland Festival te zien, de voorstelling La Pasi3n seg3n San Marcos van de Argentijnse componist Osvaldo Golijov. De opera's Lohengrin van Richard Wagner en Saint Fran3ois d'Assise van Olivier Messiaen werden integraal door de NPS uitgezonden. Daarnaast bracht Nederland 2 De Avond van het Boek en De Avond van de Jonge Danser. Ook op het gebied van speelfilms en documentaires had Nederland 2 veel te bieden met onder andere Holland Doc (VPRO/NPS/Human/IKON), Het Uur van de Wolf (NPS/VPRO) en Close-Up (AVRO), Cinema 2, het vaste filmslot op de vrijdagavond, Cinema Erotica in de zomermaanden en Made in China, een rijkgeschakeerde blik in speelfilms en documentaires op China, gastland van de Olympische Spelen.

Op het terrein van levensbeschouwing vervult Nederland 2 de belangrijkste rol in het Nederlandse televisielandschap. Kruispunt, Soeterbeeck (beide RKK), Het zal je maar gebeuren (EO), Het Vermoeden (IKON), Herberg de Verandering (EO), Schepper & Co (NCRV), Nederland Zingt (EO) en Nioscoop (NIO) zijn programma's die de kijkers in aanraking brengen met godsdienstbeleving en levens- en zingevingsvragen. Ook op het gebied van opinie en debat, met onder andere Netwerk

(EO/NRCV), NOVA/Den Haag Vandaag (NPS/VARA), Tegenlicht (VPRO), Zembla (NPS/VARA), Reporter (KRO) en Rondom Tien (NCRV) neemt Nederland 2 een sterke en onderscheidende positie in. Datzelfde geldt voor kennis en wetenschap, met programma's als Hoe?Zo! (Teleac), de voorrondes en de finale van de Wetenschapsquiz, en Dat kan Beter! (VPRO).

Bereik en doelgroepen

In het kijkcijdaandeel 6+ laat Nederland 2 over 2008 een stijging zien ten opzichte van 2007. Desondanks bleek de doelstelling van 7,5% te hoog; het aandeel 6+ eindigde op 7%. Inclusief het EK Voetbal en de Olympische Spelen kwam Nederland 2 voor heel 2008 uit op 7,1% en voor de zomerperiode op 7,7%. Bij de geprioriteerde doelgroepen Standvastige Gelovigen en Participerende Burgers steeg het kijkcijdaandeel ten opzichte van 2007 met respectievelijk 0,4% en 1,3%. Nederland 2 staat zes van de zeven dagen in de Top 5 van best bekeken Nederlandse zenders. Het kijkerprofiel van Nederland 2 wordt geleidelijk wat ouder. Programmering voor de groep 35-50-jarigen op dit net krijgt dan ook speciale aandacht.

Vernieuwing en ontwikkeling

Nederland 2 heeft in 2008 werk gemaakt van de vernieuwing van de programmering in de vooravond. Programma's met een licht informatief of servicekarakter lijken daar goed tot hun recht te komen. Op maandagavond plaatste de NPO het consumentenprogramma Kassa – De Verlenging van de VARA. De TV-versie van VARA's radio-icoon Vroege Vogels en het programma LInk in Natura brengen op dinsdagavond lichte informatie op het gebied van natuur en milieu. Het programma Talenwonders over taal en reizen van Teleac op woensdag voldeed niet helemaal aan de verwachtingen. Eveneens op woensdag stond Kaaskoppen en Waterlanders (NCRV), over bekende historische figuren. In de Knip van Omroep MAX sloot goed aan bij het kijkerspubliek van Nederland 2, evenals NCRV's Hart en Ziel, in redactionele samenwerking met de Volkskrant. Ook de zaterdagavond van Nederland 2 heeft veel nieuwe programma's gebracht. Schrijvers op de veranda (NCRV) wist op prime time zo'n 350.000 kijkers ertoe te verleiden naar een interview met een bekende schrijver te kijken. Ook Paul Rosenmöller in China van de IKON deed het goed bij de kijkers van Nederland 2. KRO's Sister Act kwam minder goed uit de verf, Korenslag van de EO daarentegen juist wel, evenals In de Schaduw van het Nieuws (KRO).



Maatschappelijke interactie en invloed

Door het informatieve en opiniërende karakter van de programmering van Nederland 2 was en is het net een factor van betekenis in het publieke debat. Netwerk, NOVA en Tegenlicht stonden elk op hun eigen wijze stil bij de financiële crisis, de presidentsverkiezingen in de VS en andere belangrijke nieuwsfeiten, en droegen zo bij aan de publieke meningsvorming. Daarnaast agendeerden deze rubrieken zelf onderwerpen. Zowel NOVA als Netwerk komen voor in de top 10 van de meest agendasettende programma's van de Nederlandse televisie.

Veel van de genoemde programma's van Nederland 2 blinken uit door hun multimediale aanpak. Via informatieve nieuwsbrieven en interactieve websites bereiken zij de mensen die meer willen weten over een onderwerp dat hen bezighoudt of daar zelf iets over kwijt willen.

In 2008 heeft Nederland 2 een begin gemaakt met de integratie en afstemming van zijn programmering met die van een aantal themakanalen. Cultura programmeert bijvoorbeeld door op de festivaluitzendingen die Nederland 2 brengt van onder andere Oerol, Festival Classique en Holland Festival. Holland Doc doet hetzelfde rond het IDFA. /Geschiedenis sluit met zijn programmering aan bij belangrijke historische gebeurtenissen die op of rond de bewuste datum plaatsvonden, maar ook bij de historische programma's die op Nederland 2 uitgezonden worden.

Nederland 3

Programmamakwaliteit

Nederland 3 richt zich op jongere kijkers en op vernieuwing. Spanning, humor en competitie zijn belangrijke elementen in de programmering van het net. Maar ook eigen nieuwsuitzendingen, infotainment en sport bepalen mede het profiel van Nederland 3. De Wereld Draait Door (VARA), dagelijks op weekdagen bleef groeien en trok gemiddeld meer dan een miljoen kijkers per aflevering. Mede dankzij de populariteit van De Wereld Draait Door slaagt Nederland 3 er in ook jongere kijkers met actuele onderwerpen en cultuur te bereiken. De dagelijkse soap ONM (BNN) kende een lichte terugloop. In de loop van 2008 hebben we een plan opgesteld om deze ontwikkeling te keren. Na de twee vaste ankers in de vroege avond heeft elke avond een eigen kleuring gekregen, onderbrekingen door de Champions League en de UEFA Cup daargelaten. Zo is de maandag meer voor de Tolerante Wereldburger, met programma's als Holland Sport van de VPRO en Westermans Nieuwe Wereld (KRO). Dinsdag staat de jongere kijker (Ambitieuze Pleziermaker)

meer centraal met programma's als Jong (EO), 40 dagen zonder seks (EO) en Family Matters (NCRV). De woensdag ligt het accent meer op de mannelijke kijker met onder andere Op de Bon (AVRO). De donderdag heeft een actueler karakter met programmering voor de Tolerante Wereldburger met onder andere thema-avonden, de Nova College Tour (NPS/VARA) en sociaal-maatschappelijke documentaires. Vrijdag heeft een breder profiel en is vooral gereserveerd voor humor en amusement met bijvoorbeeld Ranking the Stars, De Lama's (beide BNN) en Toren C (VPRO). De zondag heeft weer een jonger profiel met onder andere Draadstaal (VPRO) en 3 op Reis van LLiNK. Voor de zaterdagavond wordt nog gewerkt aan het profiel. De zaterdagavond ondervindt concurrentie van Mooi! Weer De Leeuw op Nederland 1, dat veel jongere kijkers trekt.

In de zomer heeft Nederland 3 veel programmering herhaald vanwege de grote sportevenementen op Nederland 1: het EK Voetbal en de Olympische Spelen.

Crossmediale ontwikkelingen zijn belangrijk voor Nederland 3. Het net heeft in crossmediale samenwerking met 3FM en Radio 2 aandacht en zendtijd gewijd aan Serious Request en de Top2000 en wil meer formats met radio en internet ontwikkelen en de samenwerking verder uitbouwen.

Imago-onderzoek (Imagobarometer 2008 - KLO) heeft uitgezonden dat Nederland 3 zich met name op informatieve waarden onderscheidt van andere, concurrerende zenders als RTL5, Net5 en Veronica. Maar ook op de waarden 'vernieuwend', 'origineel' en 'apart' loopt Nederland 3 voor op zijn concurrenten.

Bereik en doelgroepen

Met een kijktijdaandeel 6+ van 8,4% haalde Nederland 3 in 2008 zijn doelstelling van 8%. Ten opzichte van 2007 is er sprake van groei die zich het sterkst voordeed in het voorjaar. De doelstelling van 8,5% voor de leeftijdsgroep 20-49 jaar werd met een gerealiseerd aandeel van 9,1% eveneens gehaald. Bij de prioritaire doelgroep Ambitieuze Pleziermakers steeg Nederland 3 in de voorkeursset van zenders van een zevende naar een zesde positie. Bij de andere twee doelgroepen, de Tolerante Wereldburgers en de Zorgeloze Spanningszoekers, handhaafde Nederland 3 zijn derde, respectievelijk vierde positie in de zenderset.

De terugloop van de Tolerante Wereldburger is in 2008 omgebogen naar winst. Daarnaast ontwikkelt het bereik van de zender zich goed.

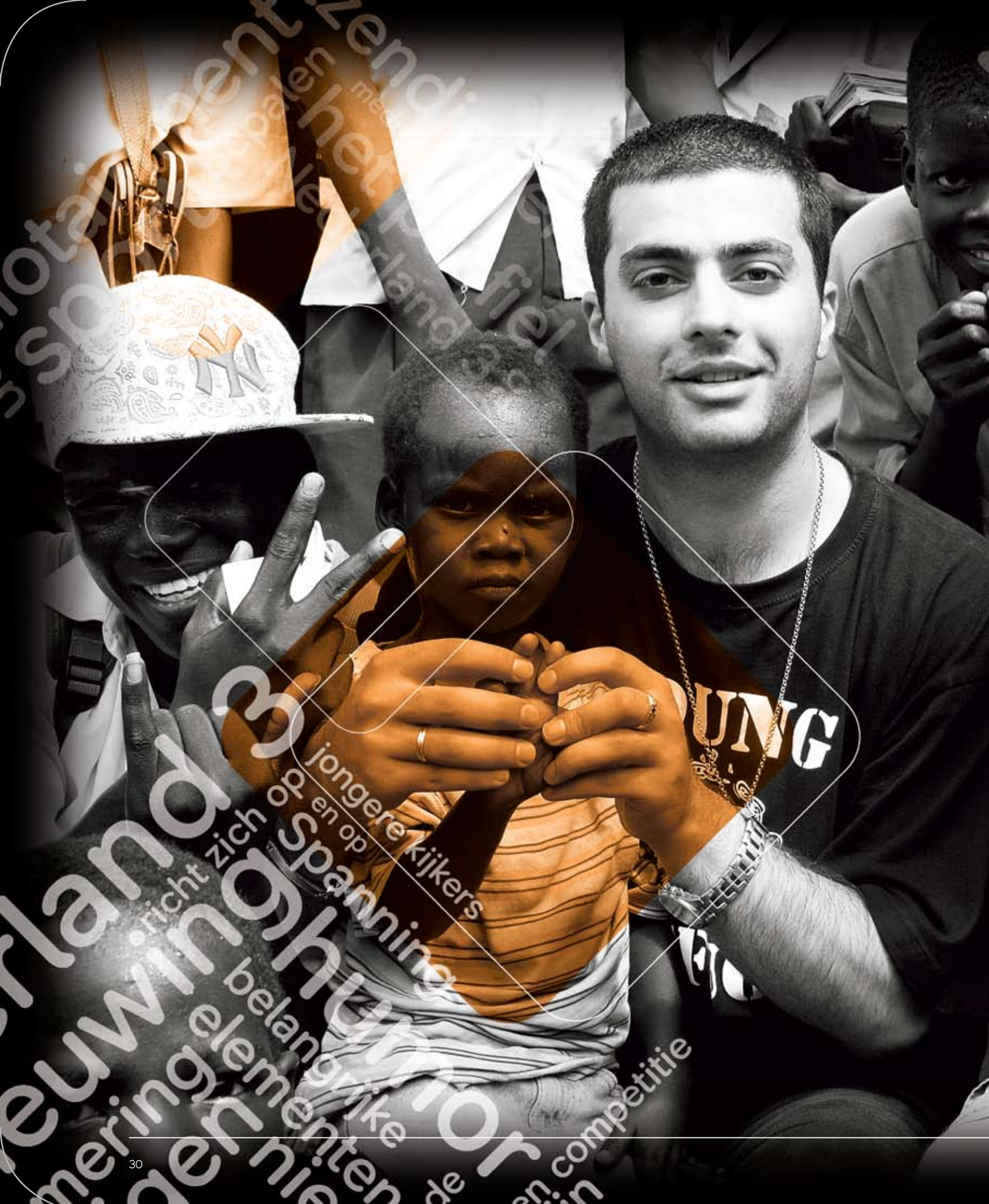
Vernieuwing en ontwikkeling

In 2008 heeft de NPO kwalitatief onderzoek gedaan naar het merk Nederland 3 in de doelgroepen waarop Nederland 3 zich met name richt: de Tolerante Wereldburger, de Zorgeloze Spanningzoeker en de Ambitieuze Pleziermaker. Op basis van de uitkomsten daarvan heeft Nederland 3 een begrippenkader ontwikkeld, waarmee het net samen met makers aan de slag gaat om het netprofiel verder te versterken. In plaats van met de leefstijlgroepen, die voor makers een lastig richtsnoer zijn, wordt gewerkt met stijlkenmerken die kunnen inspireren tot nieuwe concepten. 'Nieuwsgierig' en 'kwajongensachtig' zijn bijvoorbeeld positieve kenmerken voor Nederland 3, maar 'opdringerig' of 'vooringenomen' en 'braaf' of 'nodeloos kwetsend' als andere uitersten niet. In 2009 wordt met dit begrippenkader in workshops met makers gewerkt aan de verdere vernieuwing op Nederland 3.

Maatschappelijke interactie en invloed

De programma's van Nederland 3 kenmerken zich door een op de doelgroepen afgestemde combinatie van informatie en amusement, dat zich in 2008, zoals blijkt uit imago-onderzoek (Imagobarometer 2008 – KLO), onderscheidt van wat andere zenders brengen. De Nederland 3-programma's haken sterker in op de actualiteit en geven volgens de respondenten een goed beeld van wat speelt in Nederland en de wereld. Omdat jongere kijkers minder naar de 'grote' journaals keken, ontwikkelde de NOS speciaal voor Nederland 3 kortere journaals, waarin wel de grote nieuwsonderwerpen aan bod komen. Deze 60-secondenjournaals en de vijfminutenjournaals na het 22.30 uur Sportjournaal voorzien in een behoefte. Ze voorkomen dat jongeren zich afwenden van het nieuws en hebben in dat opzicht een belangrijke betekenis voor onze samenleving. Ook de toegankelijke aanpak van De Wereld Draait Door speelt hierin een beduidende rol. Op de website van Nederland 3 en diverse programmasites kunnen kijkers reageren op programma's en aandacht vragen voor onderwerpen die zij van belang achten.

De Nederland 3-
programma's
haken sterker in
op de actualiteit
en geven een
goed beeld
van wat speelt
in Nederland en
de wereld.



3
jongere kijkers
en op
Spanning

belangrijke
elementen
in competitie



Z@pp(elin)

Programmamakwaliteit

In totaal verzorgde Z@pp(elin) in 2008 meer dan 4.000 uur televisie speciaal voor kinderen tussen 3 en 12 jaar. Een substantieel deel hiervan betrof nieuwe, eigen programma's.

Prestatieafspraken 104

	Afspraak	Realisatie
Zendtijd speciaal gericht op kinderen de leeftijd van 3 tot 12 jaar	Jaarlijks 3.500 uur (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 4.472 uur

Z@pp(elin) zette in 2008 een offensief in om met name in de groep 6-12-jarigen (Z@PP) haar positie te versterken. Enkele oude en kortlopende titels werden stopgezet en nieuwe titels geïntroduceerd, met als uiteindelijk doel het aantal titels te verminderen en series langer te laten doorlopen. Daarnaast is het prime time 18.00 uur slot op Z@PP, dat begint met SpangaS (NCRV), in 2008 verder doorgroeid. SpangaS ontving in 2008 de Gouden Stuiver, de prijs voor het beste jeugdprogramma op het Televisiering Gala. Programma's voor en na SpangaS, zoals Het Klokhuis en het Jeugdjournaal, liften mee op het succes en werden ook beter bekeken.

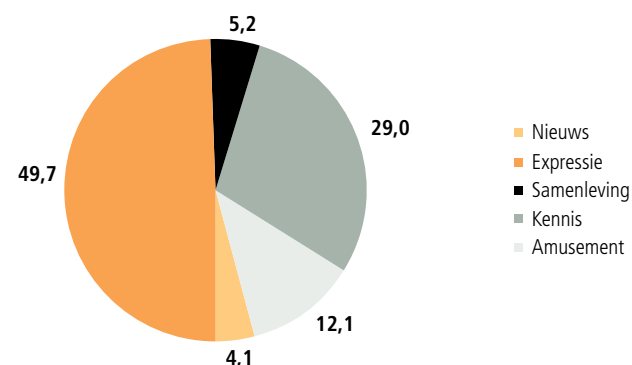
Vanaf het najaar van 2007 ruimde Nederland 3 onder het Z@PP-label op zaterdagavond 19.00 uur een slot in voor familiale programma's, waar ouders en kinderen samen naar kunnen kijken. In het voorjaar waren hier onder andere familiefilms te zien. In het najaar van 2008 startte de TROS in dit slot met Te Leuk om Waar te Zijn en de EO bracht de serie Snuf en de jacht op Vliegende Volckert, een dramaserie die regelmatig tegen de 500.000 kijkers trok. Daarnaast was het populaire AVRO Junior Songfestival ook in dit slot een groot succes.

In het najaar bracht de VPRO op zondagochtend de dramaserie Sterke verhalen uit Zoutvloed.

Belangrijke domeinen binnen het aanbod van Z@PP zijn Expressie – bijvoorbeeld SpangaS en de dramaserie Sterke verhalen uit Zoutvloed – en Kennis, waaronder bijvoorbeeld Het Klokhuis en de Nationale Wetenschapsquiz Junior vallen.

Prestatieafspraken 106

	Afspraak	Realisatie
Verscheidenheid in de mix van kinderprogrammering	Jaarlijkse rapportage	Gerealiseerd:



Evenementachtige programmering op de jeugdzender blijkt goed uit te pakken. De TROS-special rond 10 jaar K3 in oktober was een groot succes bij de leeftijdsgroep 3-12 jaar. Ook de Mega Mindy-special in november deed het goed. Tegen het einde van het schooljaar bracht Z@PP Groep 8 op Kamp (EO) en de Hondsdolle Herfstvakantie stond helemaal in het teken van hondenfilms, gekoppeld aan de quiz Baasjes.

Prestatieafspraken 105

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe Nederlandse (eigen) programma's voor kinderen in de leeftijd van 3 tot 12 jaar	Jaarlijks 200 uur	Gerealiseerd: 668 uur

Bereik en doelgroepen

Meer dan driekwart van de kinderen tussen 3 en 12 jaar keek in 2008 wekelijks naar de publieke omroep.

Prestatieafspraken 85

	Afspraak	Realisatie
Percentage van de kinderen (3-12 jaar) dat wekelijks minimaal 15 minuten aaneengesloten naar de publieke omroep kijkt	70%	Gerealiseerd: 76,1%

Met een gerealiseerd kijktijdaandeel van 18,5% heeft Z@pp(elin) de doelstelling van 17% in 2008 ruim gehaald. Ten opzichte van 2007 laat Z@pp(elin) in 2008 een stevige groei zien, in het najaar groeide het aandeel ten opzichte van 2007 met bijna 4% (3-12 jaar). De groei manifesteerde zich zowel bij de 3-5-jarigen als bij de 6-12-jarigen. In deze laatste groep nam het aandeel relatief





veel sterker toe dan bij de 3-5-jarigen, maar in deze jonge doelgroep is de publieke jeugdzender wel weer – net als in 2007 – met 26,4% marktleider onder de kindzenders geworden. Het kijkijdaandeel in de groep 6-12-jarigen groeide na een jarenlange daling met 3,1% naar 14%. Vanaf het najaar steeg ook het weekbereik onder de jongens, een van de doelstellingen van de nieuwe strategie voor Z@PP. Alle cijfers betreffen het tijdvak 07.00-19.00 uur.

Vernieuwing en ontwikkeling

Z@PP zette in augustus 2008 de nieuwe koers in die een werkgroep met onder andere omroepdirecteuren in het voorjaar had uitgestippeld om de jeugdzender steviger op de kaart te zetten. Het bereik moest verbeteren en de zender moest een meer jongensachtige uitstraling krijgen. Er kwam een nieuwe netstyling met een stoerder logo dan het oude Z@PP-logo. Vijf Z@PPers staan hierin centraal: B.B., Spark, Lizz, Chica en Olec. Ook de site van Z@PP heeft een herstart gemaakt in de nieuwe netstyling.

Uit imago-onderzoek van december 2008 blijkt dat Z@PP ten opzichte van een jaar daarvoor duidelijk beter scoort op de

kenmerken 'leuk', 'grappig', 'niet nep, maar echt', en minder saai en minder kinderachtig wordt gevonden. Kinderen ervaren Z@PP nog steeds als leerzamer dan Nickelodeon en Jetix en Z@PP brengt kinderen het meest op nieuwe ideeën. Ook heeft Z@PP de leukste presentatoren. Het nieuwe logo van Z@PP, ten tijde van het onderzoek nog maar zo'n drie maanden oud, was al even bekend als het oude logo en spreekt meer aan bij de ondervraagde kinderen, met name oudere kinderen en jongens. De bekendheid van de Z@PP-website is nog niet erg groot; hier worden nog acties voor ondernomen.

De beoogde scherpere scheiding tussen Z@PP en Z@ppelin is volgens het imago-onderzoek steeds duidelijker. Meer dan voorheen zien kinderen in dat Z@PP voor oudere kinderen is en Z@ppelin voor jongere kinderen.

Om het jeugdrama een nieuwe impuls te geven nam Z@PP het initiatief tot de ontwikkeling van acht nieuwe projecten, van Annie M.G. Schmidt's Jip en Janneke tot Hoe overleef ik...? naar de populaire boeken van Francine Oomen. Deze series zullen de komende jaren onder meer te zien zijn in het familiale slot op de zaterdagavond.

Prestatieafspraken 107

	Afspraak	Realisatie
Nieuw jeugdrama (gerekend onder afspraken Nederlands drama)	Jaarlijks 15 uur	Gerealiseerd: 51 uur

De stijging van het aantal uren jeugdrama ten opzichte van 2007 is vooral toe te schrijven aan de dagelijkse serie SpangaS, die in 2008 in voor- en najaar werd uitgezonden (in 2007 alleen in het najaar).

Ook jeugddocumentaires krijgen een stevige impuls.

Prestatieafspraken 49

	Afspraak	Realisatie
Kinderdocumentaire	Jaarlijks minimaal vijf nieuwe uitzendingen	Gerealiseerd: 8

Daarnaast heeft de publieke omroep de banden met de animatiesector aangehaald om samen het genre animatie nieuw leven in te blazen. Zowel voor Z@PP als voor Z@ppelin heeft de NPO een startbudget gereserveerd om met internationale co-financiering een animatieserie te realiseren. De drama-,





documentaire- en animatieprojecten komen tot stand in goede samenwerking met het Mediafonds.

Maatschappelijke interactie en invloed

Z@PP en Z@ppelin mikken met hun programma's op kwaliteit en op een zo groot mogelijk bereik onder kinderen in alle lagen van de bevolking. Programma's als Sesamstraat, Het Klokhuis, Jeugdjournaal en SpangaS brengen de werkelijkheid in beeld op een voor kinderen hanteerbare en verantwoorde manier.

Prestatieafspraken 108

	Afspraak	Realisatie
Nieuwsbulletin speciaal gericht op kinderen	Dagelijks	Gerealiseerd: 1 nieuwsbulletin plus aanvullende programmering

Daarnaast hebben Z@PP en Z@ppelin aantrekkelijke interactieve portalsites waar kleine kinderen (3-5 jaar) met hun ouders spelletjes kunnen doen en oudere kinderen zelfstandig kunnen rondneuzen, filmpjes maken, videochatten en inloggen op Z@PP-hyves.

Prestatieafspraken 109

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke portal voor het aanbod voor kinderen	1	Gerealiseerd: 2

Maar ook diverse sites van TV-programma's zijn heel populair onder de doelgroep. Zo heeft de Klokhuis Game Studio, waarmee kinderen hun eigen game kunnen bouwen, in 2008 diverse prijzen mogen ontvangen. Daaronder was de SpinAward in de categorie 'Beste Innovatie' van de onafhankelijke stichting SpinAwards die zich sterk maakt voor de ontwikkeling van interactieve communicatie. In Berlijn won de Klokhuis Game Studio de Comenius EduMedia Zegel Plus, een prijs van het Duitse Gesellschaft für Pädagogik und Information (GPI) voor de hoge kwaliteit en het innovatieve karakter van het concept. De website van KRO Kindertijd kreeg de Gouden @penstaart voor de beste kindersite, uitgelooft door de stichting 'Mijn Kind Online'. Z@PP is in 2008 uitgegroeid tot een belangrijk crossmediaal platform voor kinderen.

Prestatieafspraken 103

	Afspraak	Realisatie
Crossmediale formats voor kinderen	Ontwikkeling	Gerealiseerd: 5 formats, 1 portal



Ondertiteling

De landelijke publieke en commerciële omroepen zijn met ingang van 1 januari 2008 verplicht een deel van hun oorspronkelijk Nederlandstalige programma's te voorzien van ondertiteling. Voor de publieke omroep geldt dat in 2011 95% van alle oorspronkelijk Nederlandstalige programma's moet worden ondertiteld. Om de omroepen de tijd te geven hun werkwijze aan de nieuwe regel aan te passen, geldt voor de tussenliggende jaren een oplopend percentage. Overigens is het niet verplicht om de programma's in beeld te ondertitelen; omroepen worden alleen verplicht de programmaondertiteling aan te bieden. Dat kan via Teletekst 888, maar ook via andere technieken. Er is een aantal ontheffingen verleend, bijvoorbeeld omdat Teletekst 888 niet goed werkt bij verschillende digitale pakketten. Ook de themakanalen van de publieke omroepen blijken technisch lastig te ondertitelen. De NPO werkt aan een oplossing.



In 2008 is een belangrijke stap voorwaarts gezet met de ondertiteling van televisieprogramma's: de publieke omroep realiseerde een gemiddeld percentage van 81,4%, waar 80% gehaald moest worden. In het voorjaar kwam De Wereld Draait Door bij het pakket ondertitelde programma's. De afdeling Ondertiteling TT888 werkt hard aan uitbreiding van de ondertiteling, onder andere in de ochtend. Vanaf september 2008 worden Goedemorgen Nederland en de NOS ochtendjournaals vanaf 7 uur ondertiteld. In de nachtcarousel – de herhalings van onder andere, NOVA/Den Haag Vandaag, Netwerk, Man Bijt Hond, EénVandaag, De Wereld Draait Door – wordt de ondertiteling inmiddels automatisch uitgezonden. Dit kan overigens niet met alle programma's. In de herhalings van Studio Sport wordt bijvoorbeeld geknipt in verband met de uitzendrechten buitenlandse voetbal, waardoor de titelbestanden niet meer bruikbaar zijn.



Voor 2008 is voor de themakanalen vrijstelling van de ondertitelingsverplichting verkregen, omdat de technische mogelijkheden er nog niet zijn. Daarnaast geldt ook bij de themakanalen dat veel programma's gemonteerd worden voor uitzending, waardoor de titelbestanden niet zonder meer te gebruiken zijn.

Enkele cijfers*:

- 82% van de Nederlanders is bekend met het bestaan van teletekstondertiteling.
- Teletekstondertiteling heeft 4 miljoen gebruikers. Dat betekent dat een veel grotere groep wordt bediend dan de primaire doelgroep, de 1,5 miljoen doven en slechthorenden.
- Gebruikers van teletekstondertiteling maken veruit het vaakst gebruik van TT888 van de publieke omroep: 69%. Dat komt neer op 2,7 miljoen gebruikers.
- Ruim de helft van de gebruikers maakt gebruik van teletekstondertiteling vanwege omgevingsgeluiden tijdens het tv-kijken.
- Het gebruik ligt het hoogst in de groep 19-24 jaar en 75-plus.
- Van de ondervraagden kent 28% bedrijven of instellingen waar televisies aan staan zonder geluid en met ondertiteling
- Ruim 4 op de 10 allochtonen (41%) maken gebruik van teletekstondertiteling.

* Bron: *Bereik en waardering Teletekstondertiteling 2007 – MOA*

Themakanalen

De 17 digitale themakanalen van de publieke omroep richten zich vooral op het aantrekkelijk en overzichtelijk uitzenden van programma's uit het rijke omroeparchief. Daarnaast programmeren themakanalen nieuwe extra's, zoals bijvoorbeeld verlengde uitzendingen van programma's op de open netten.

De kanalen Humor TV, Journaal24 en Politiek24, Consumenten TV en Sterren.nl werden in 2008 het meest bekeken, maar vergeleken met de reguliere TV-netten was het aantal kijkers voor de zeventien kanalen klein. En hoewel de publieke omroepen optimistisch bleven over de belangstelling voor deze zenders, noopten het geringe bereik en budget, maar ook het niet doorgeven van alle kanalen in heel Nederland, tot de ontwikkeling van een nieuwe strategie, die een groter bereik en betere bekendheid moet opleveren.

Dit alles neemt niet weg dat de themakanalen in 2008 bijzondere programma's hebben gebracht. Zo was Cultura onder meer uitvoerig aanwezig bij het North Sea Jazz Festival. Het themakanaal Geloven haakte onder de titel 'De ware Joseph' een weekend lang in op de populaire 'Op zoek naar Joseph'-programma's met films en informatie over Jozef, de zoon van Jacob. De livestreams van de Pleinfeesten van de TROS op Sterren.nl brachten kijkers veel extra's in aanvulling op de programma's op Nederland 1. En Holland Doc stond traditiegetrouw uitvoerig stil bij het IDFA.

Bekendheid en doelgroepen

Uit onderzoek van de publieke omroep in 2008 bleek dat de meeste mensen wel eens hadden gehoord van Humor TV en Consumenten TV, maar themakanalen als Geloven of Nederland-e (het educatieve themakanaal) waren nog erg onbekend. Humor TV, Hilversum Best en 101 TV stegen in 2008 het meest in bekendheid vergeleken met het jaar ervoor.

Bereik en doelgroepen

Het aantal huishoudens met een digitaal televisiepakket bedroeg in 2008 ongeveer 3 miljoen. Bijna één miljoen daarvan had toegang tot het uitgebreide programmapakket met daarin de digitale zenders van de publieke omroep. In 2008 keek tweederde van de digitale televisiekijkers met een aanvullend pakket minstens één keer per week naar één of meerdere themazenders uit het aanvullend pakket met daarin de themakanalen van de publieke omroep.

De best bekeken digitale themakanalen in 2008 waren Humor TV, Consumenten TV en Journaal 24. Verder scoorde 101 TV relatief hoog onder jongeren.

Halverwege 2008 werd een proef gestart om de kijkcijfers van de digitale kanalen in kaart te brengen. De resultaten hiervan worden in de loop van 2009 verwacht.

(Bron: Digitale themakanalen onderzoek - voorjaar/najaar 2008 - KLO)

Kwaliteitskaart

Uit de kwaliteitskaart komt naar voren dat de digitale themakanalen in 2008 gemiddeld hoger scoren op de dimensie innovatie dan de reguliere kanalen (Nederland 1, 2 en 3) gemiddeld.

Vernieuwing en ontwikkeling

Het jaar 2008 stond geheel in het teken van de nieuwe aanpak van de themakanalen en van een nieuwe overeenkomst met de kabelmaatschappijen voor 2009.

In juni 2008 werd besloten het aantal themakanalen terug te brengen van 17 naar 12. De NPO en de omroepen hebben hard gewerkt aan nieuwe profielen voor de digitale zenders; bovendien koppelen we de themakanalen voortaan aan een van de drie hoofdnetten, zodat crosspromotie beter mogelijk is. De themakanalen die in het voorjaar van 2009 (opnieuw) gelanceerd werden, zijn:

- Consumenten 24 (consumenteninformatie en service)
- Cultura 24 (expressie en kunst)
- Geschiedenis 24 (historische programma's)
- Holland Doc 24 (documentaires),
- HumorTV 24 (comedy, cabaret, stand up)
- Journaal 24 (NOS Journaal en actualiteiten)
- Familie 24 (Z@ppelin24)²
- Politiek 24 (Sport24)²
- Spirit 24 (levensbeschouwing en zingeving)
- Sterren 24 (Nederlandstalig muziek)
- 101TV (gericht op jongeren) en
- Best 24 (oude TV-successen).

Deze kanalen zijn samengebracht onder de noemer van de gezamenlijke publieke omroepen, waarbij één omroep het beheer voert over een themakanaal, terwijl meerdere omroepen erop kunnen uitzenden. Deze aanpak stimuleert de samenwerking tussen omroepen.

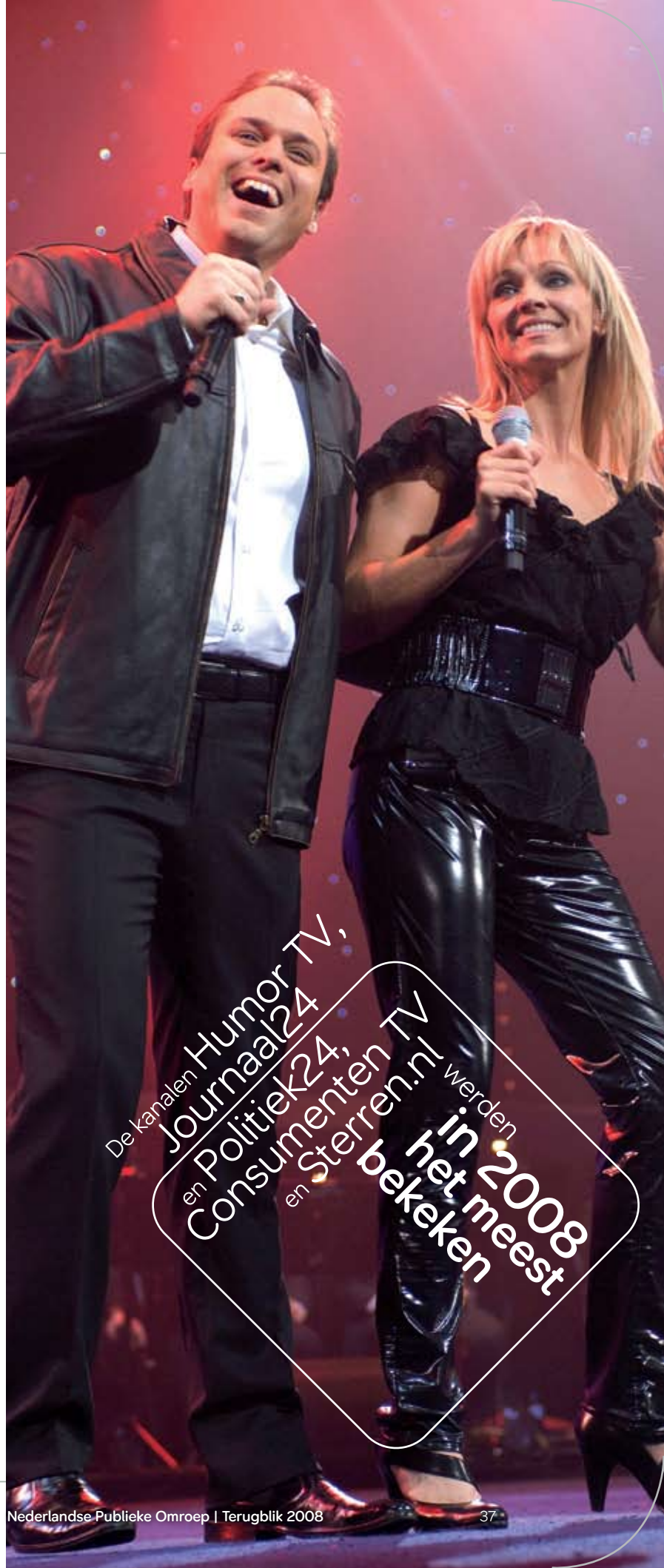
Eind december introduceerde de NPO op de site Nederland4.nl de Nederland 4-player, waar alle themakanalen te bekijken zijn mét een programmagids.

De oude merknaam Nederland 4, de verzamelnaam voor alle 17 oude kanalen, wordt vervangen door Nederland 24, een verwijzing naar de 24-uurs beschikbaarheid van de zenders. Het cijfer 24 wordt voor de herkenbaarheid toegevoegd aan de namen van de kanalen. Voor 101TV wordt hierbij een uitzondering gemaakt, omdat dit kanaal zich specifiek op jongeren richt, een groep die erg gevoelig is voor merken en graag op een aparte wijze wil worden aangesproken.

Maatschappelijke interactie en invloed

Hoewel nog niet goed bekeken, lijken de digitale themakanalen een zinvolle en innovatieve aanvulling te kunnen zijn op de open televisienetten. Ze sluiten aan bij de behoefte van bepaalde doelgroepen om op andere momenten specifieke content te bekijken. De toenemend populaire on-demand-kanalen kunnen deze lineair geprogrammeerde themakanalen op termijn geheel of gedeeltelijk verdringen. Dit vraagt dan ook om voortdurende analyse en waar nodig bijstelling van de strategie. Met de nu uitgezette strategie en crosspromotie die in 2009 zijn beslag krijgt, zullen de themakanalen hun betekenis beter kunnen en moeten bewijzen.

²Voor de nieuwe themakanalen Familie 24/Z@ppelin 24 en Politiek 24/Sport 24 is goedkeuring aangevraagd bij het ministerie van OCW



De kanalen Humor TV,
Journaal24,
en Politiek24,
Consumenten TV
en Sterren.nl werden
in 2008
het meest
bekeken



2.3 Internet

Programmamakwaliteit

Het internet is voor velen een overvloed aan aanbod van informatie, beelden en geluid. De publieke omroep wil tegemoet komen aan de behoefte van het publiek om het aanbod voor bepaalde thema's te 'clusteren'. Dit is in 2008 gedaan binnen de verschillende portals die voor verschillende thema's zijn ingericht (zie hiervoor ook het hoofdstuk Aanbodsdomeinen).

Diversiteit is – net als op de andere platforms – een speerpunt voor internet. Daarom worden afspraken gemaakt over de bijdrage van internet aan het diversiteitsbeleid.

Prestatieafspraken 99

	Afspraak	Realisatie
Wijze waarop en mate waarin internet bijdraagt aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijkse afspraken	Gerealiseerd

Dit wordt in de praktijk gebracht via portals die mede gericht zijn op niet-westerse allochtonen: de portal van FunX en het project KROSSOVER (KRO).

Prestatieafspraken 101

	Afspraak	Realisatie
Internetportal specifiek gericht op niet westerse allochtonen	1	Gerealiseerd: 2

Een zeer dominante rol voor internet was weggelegd bij de verslagen en beelden van de verschillende sportevenementen in 2008. Het EK Voetbal, de Tour de France en de Olympische Spelen waren voor de publieke omroep een groot succes op

internet omdat dit platform duidelijk aanvullend was aan radio en TV. Zo bracht de NOS via zijn site beelden van nagenoeg alle evenementen op de Olympische Spelen, terwijl via de televisie-uitzendingen alleen de grootste evenementen en hoogtepunten konden worden getoond.

In 2007 kreeg de publieke omroep voor zijn websites van bezoekers een waarderingcijfer van 7,7. In 2008 bleef dit cijfer onveranderd. Bij deze meting van 'gebruiksvriendelijkheid' wordt rekening gehouden met gebruiksgemak, inhoud, uitstraling en overzichtelijkheid. De gebruiksvriendelijkheid van een website is de bepalende factor voor de toegankelijkheid die het publiek ervaart bij het bezoeken van de website. Als publiek bijvoorbeeld eenvoudig kan navigeren en intuïtief kan surfen dan is de content op de website 'toegankelijker' dan wanneer dat niet het geval is. De publieke omroep scoort bij de genoemde vier factoren van gebruiksvriendelijkheid het beste op inhoud en het minst op overzichtelijkheid.

In 2008 is de NPO een traject gestart waarin speciale aandacht wordt besteed aan de zogenaamde 'usability' van een website. Door het geven van workshops aan redacteurs en webmanagers, maar ook door intensief onderzoek op 'usability' in de ontwikkelfase van grote websites, wil de publieke omroep het niveau hoog houden.

Speciale aandacht had de verbetering van de gebruiksvriendelijkheid voor de doelgroep 50+ in verband met een toename van het aantal internetters in deze doelgroep. Deze aandacht blijkt effectief te zijn geweest. De doelgroep 50+ beoordeelt de gebruiksvriendelijkheid van de websites van de publieke omroep in 2008 zelfs beter dan de andere leeftijdsgroepen. Maar nog



belangrijker: ten opzichte van 2007 heeft deze doelgroep op drie van de vier onderdelen een hoger cijfer gegeven. Voor 'overzichtelijkheid' scoorde de publieke omroep bij deze doelgroep net zo hoog als in 2007. Een voorbeeld van de verbetering van de usability in 2008 is de verbetering van de overzichtelijkheid van Uitzendinggemist.nl.

Een van de verbeteringen die Uitzendinggemist.nl in 2008 heeft ondergaan is dat het zoeken naar materiaal eenvoudiger is geworden. Daarmee is de toegankelijkheid van audiovisueel aanbod vergroot. Daarnaast is in 2008 vanzelfsprekend de hoeveelheid beschikbaar materiaal verder toegenomen.

Bereik en doelgroepen

Afgelopen jaar bereikte de publieke omroep via zijn internetsites per week gemiddeld bijna een derde van de Nederlanders. Het unieke bereikscijfer per maand bedroeg 53,6%.

Prestatieafspraken 88

	Afspraak	Realisatie
Gemiddeld weebereik van de publieke omroep op internet	23%	Gerealiseerd: 31,4%

Prestatieafspraken 89

	Afspraak	Realisatie
Unieke maandbereik van de publieke omroep op internet onder Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder	40%	Gerealiseerd: 53,6%

Iets meer dan de helft van dit bereik werd gerealiseerd door mensen jonger dan 39 jaar.

Prestatieafspraken 90

	Afspraak	Realisatie
Percentage van het bereik van de internetsites van de publieke omroep dat ligt bij doelgroepen tot en met 39 jaar	50%	Gerealiseerd: 51,1%

Zo'n 2,7 miljoen mensen (unieke bezoekers) volgden de Olympische Spelen via internet. Zij bekeken gezamenlijk meer dan 20 miljoen live-streams van evenementen en bijna 8 miljoen losse items. Ook de website van het EK Voetbal had in 2008 driemaal zoveel unieke bezoekers als tijdens het WK 2006. Ook bij de Top2000 en 3FM Serious Request droeg internet substantieel bij aan de kwaliteit van het totale concept.

In de ranglijst van de grootste internetdomeinen in Nederland neemt de publieke omroep een indrukwekkende tweede plek in.

Prestatieafspraken 91

Positie publieke omroep in ranglijst van grootste internetdomeinen in Nederland	Afspraak	Realisatie	
	In top 10	Nr.	Bereik(%)
		Gerealiseerd:	
		1	Ilse Media 62,3
		2	Publieke omroep 53,6
		3	Hyves 52,1
		4	Marktplaats 48,4
		5	Microsoft 35,6
		6	Telegraaf 35,2
		7	Telefoongids 26,6
		8	RTL 25,4
		9	Wegener 22,7
		10	PCM 18,7

Vernieuwing en ontwikkeling

Ook in 2008 stelde de publieke omroep via Uitzendinggemist.nl een grote hoeveelheid aan audiovisueel materiaal beschikbaar aan het publiek.

Prestatieafspraken 67

	Afspraak	Realisatie
Eigen audiovisueel materiaal ontsloten op internet	Jaarlijks 30.000 uur	Gerealiseerd

Een groot deel hiervan bestond uit nieuwe programmering.

Prestatieafspraken 66

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe audiovisuele programmering on-demand ontsloten via internet	Jaarlijks 9.000 uur	Gerealiseerd

In 2008 heeft de publieke omroep de beschikbaarheid van audiovisuele content op internet en de mobiele telefoon vergroot. Ook hebben wij geëxperimenteerd met functionaliteiten in de 'player' van de publieke omroep die het mogelijk maken dat gebruikers content kunnen plaatsen op websites, zoals sociale netwerksite Hyves. Daarnaast is audiovisueel aanbod beschikbaar gekomen op mobiele telefoons. Ten behoeve van Uitzending Gemist via de mobiele telefoon is zelfs een speciale applicatie ontwikkeld.

Eveneens hebben wij in 2008 'multimediale concepten' geïntroduceerd waarbij ieder platform (televisie, radio, internet en mobiel internet) een eigen rol in het concept vervulde.

Nadat eerder voor titels als Kassa (VARA) het concept is uitgebreid van televisie naar radio, hebben wij in 2008 meer concepten een 'multimediale verspreiding' gegeven. Een voorbeeld hiervan is Goedemorgen Nederland (KRO), waarvoor



vanuit het televisieprogramma het concept is uitgebreid naar radio en internet.

Om de communicatie met de samenleving over het internet-aanbod te intensiveren is de publieke omroep in 2008 gestart met het Testlab op internet. Dat biedt alle nieuwe internet-applicaties van de publieke omroep aan om te testen en om over te discussiëren. Het Testlab vormt daarmee een belangrijk instrument om de mening van het publiek te betrekken bij de verdere ontwikkeling van internet bij de publieke omroep.

Maatschappelijke interactie en invloed

We hebben in 2008 veel aandacht besteed aan het vergroten van de participatie van het publiek bij de programma's van de publieke omroep. Web 2.0, een verzamelnaam voor verschillende nieuwe webmogelijkheden die de interactie met publiek bevorderen, heeft de publieke omroep in staat gesteld om deze ambitie te realiseren. Voorbeelden hiervan zijn weblogs, forums, wiki's, pagina's op sociale netwerksites maar ook RSS-feeds en podcasts. De publieke omroep heeft in 2008 voor tientallen websites de technieken succesvol toegepast en zo de participatie met het publiek vergroot. Het aantal personen dat content aanlevert op internet van de publieke omroep is in 2008 sterk toegenomen.

Prestatieafspraken 77

	Afspraak	Realisatie
Toename van het aantal personen dat content aanlevert op internet van de publieke omroep	Jaarlijks 25%	Gerealiseerd: 309%

Ook hebben televisie- of radioprogramma's vaste online panels geïntroduceerd, samengesteld uit kijkers en luisteraars. Deze panels worden geregeld bevestigd op hun mening over onderwerpen uit de actualiteit.

Prestatieafspraken 79

	Afspraak	Realisatie
Vaste online panels waarmee enquêtes worden gefaciliteerd over onderwerpen uit de actualiteit	3	Gerealiseerd: 4

Daarnaast wordt steeds meer gebruik gemaakt van internet-concepten met een actieve communicatie met de gebruiker. Bijvoorbeeld door het aanbod op een site te ordenen op basis van de populariteit van items.

Prestatieafspraken 78

	Afspraak	Realisatie
Aanbod internetconcepten dat een actieve communicatie met de gebruiker faciliteert	Jaarlijkse toename, tot 50% in 2010	Gerealiseerd: toename met 9% tot 43% van het totaal in 2008

Vermeldenswaard is de 2.0-site Landroof van de VPRO, die in 2008 de Prix Italia gewonnen heeft in de webcategorie. Het thema voor die categorie was vorig jaar 'empowering people'. Andere succesvolle toepassingen zijn gerealiseerd bij de websites van Kassa van de VARA (waarop gebruikers van producten elkaar antwoorden op vragen en tips kunnen geven) en 3FM Serious Request.

Zo is de Hyves-pagina van 3FM Serious Request qua leden de op een na populairste op deze netwerksite. Vanzelfsprekend biedt dit de publieke omroep de mogelijkheid om intensieve interactie met zijn publiek te realiseren en hen zo actief te betrekken en te activeren voor dit jaarlijkse evenement met het 'Glazen Huis'.

Crossmedialiteit

Multimediaal aanbod betekent dat een programmaconcept via verschillende platforms (televisie, radio, internet en mobiel) bij het publiek gebracht wordt. Crossmedialiteit gaat een stap verder in die zin dat bij crossmediaal aanbod het concept is afgestemd op het gegeven dat het via meer platforms gebracht wordt. Als dit concept niet via verschillende platforms zou worden gedistribueerd, zou het een meer dan proportionele daling in de meerwaarde van het concept betekenen.

De publieke omroep heeft in 2008 een aantal grote crossmediale concepten gerealiseerd.

Prestatieafspraken 60

	Afspraak	Realisatie
Grote, in het oog springende crossmediale concepten	Jaarlijks 5	Gerealiseerd: 6

Zo is de wijze waarop de publieke omroep in 2008 de sport-evenementen bij het publiek heeft gebracht, een crossmediale aanpak optima forma geweest. Het EK Voetbal, de Tour de France maar vooral de Olympische Spelen zijn via verschillende platforms (televisie, radio, internet en mobiel) naar het publiek gebracht op een manier waarbij ieder platform zijn eigen specifieke bijdrage aan het totaalconcept leverde. Met indrukwekkend resultaat. De hoogtepunten van de evenementen waren te zien en te horen via televisie en radio. Internet en mobiel brachten

achtergronden, extra interviews en veelal extra 'live' materiaal van – in het geval van de Olympische Spelen – onderdelen die op dat moment niet live op televisie of radio verslagen werden. Ondanks het veelal ontbreken van commentaar bij deze live-streams, was deze verspreiding via het internet een groot succes. De nieuwe aanpak heeft voor de NOS-website van het EK Voetbal 2008 geresulteerd in drie maal zoveel unieke bezoekers als de site van het WK van 2006. (Bron: Sitestat & STIR - 2008)

	EK 2008	WK 2006
Aantal unieke bezoekers op internet	1.600.000	500.000

Het aantal unieke bezoekers op de website van de Olympische Spelen was zelfs 2,8 mln. Samen vroegen zij meer dan 20 mln live-streams op en bijna 8 mln losse items. De site is in totaal bijna 100 mln keer geraadpleegd. Dit culmineerde in augustus 2008 in een bereik van bijna 28% voor NOS.nl, waarmee de website bijvoorbeeld Nu.nl achter zich liet. (Bron: Sitestat & STIR - 2008.)

Een ander groot crossmediaal succes in 2008 was de Top2000. Het gezamenlijke bereik van de platforms (TV, radio, internet) was 75% (10,6 mln Nederlanders van 10 jaar en ouder), een groei van 400.000 ten opzichte van 2007 en een nieuw record voor de Top2000.

De achtste editie van de Top2000 op Radio 2 trok, inclusief Het Top2000 Verhalenarchief op eerste kerstdag en de SubTop2000 op nieuwjaarsdag, een recordaantal luisteraars van 6,4 miljoen. Vorig jaar luisterden 6,1 miljoen mensen naar dit radio-evenement. Nieuw aspect van de Top2000 was natuurlijk Het Verhalenarchief; een bloemlezing van de mooiste verhalen van luisteraars bij platen uit de Top2000. De Top2000 op Radio 2 werd gewaardeerd met een 7,7. Zeven miljoen mensen keken naar de Top2000-televisieprogramma's, een half miljoen meer dan in 2005. Vooral Top2000 a Gogo bij de NPS op Nederland 3 deed het goed met 5,4 miljoen kijkers. In 2005 zagen 5 miljoen mensen dit dagelijkse programma met presentator Matthijs van Nieuwkerk. Kijkers waardeerden Top2000 a Gogo dit jaar met het rapportcijfer 8,0. Top 2000 in Concert werd uitgezonden tijdens de oudejaarsnacht en trok 2,6 miljoen kijkers. Op internet zorgde de Top2000 ook voor een nieuw record. In de laatste week van 2006 kwamen 800.000 unieke bezoekers af op de speciale Top2000-website, zo'n 100.000 meer dan vorig jaar. De meest populaire dag was 31 december. Die dag werden 135.000 unieke bezoekers geregistreerd. Getuige de vele

reacties uit de gehele wereld luisterde een groot aantal Nederlanders in het buitenland via de site naar de Top2000. De site kreeg het waarderingcijfer 7,6.

(Bron: SKO, Sitestat en onderzoek Radiocall - 2008)

Het crossmediale concept 3FM Serious Request evenaarde de prestaties van de Top2000 qua bereik, waarbij het bereik op internet ten opzichte van 2007 68% steeg naar 623.000. Serious Request is een jaarlijkse actie waarbij geld wordt ingezameld voor projecten van het Rode Kruis. Drie dj's worden zes dagen opgesloten in een glazen huis waar ze dag en nacht, in ruil voor een donatie, verzoeknummers voor luisteraars draaien. In 2008 werd het evenement in Breda gehouden. Het bereik van de digitale themakanalen, waarop Serious Request non-stop te volgen was, groeide met 50% ten opzichte van 2007. Themakanaal 101 had met een bereik van 13% (1,9 mln) een substantiële stijging in bereik. Het toegevoegde bereik van dit kanaal en andere etalagekanalen van kabelzenders is overigens niet groot. Bijna alle kijkers (99%) hebben ook beelden van Serious Request op de hoofdkanalen bekeken. Uit een enquête bleek dat vrijwel alle ondervraagden (89%) het 'enigszins of zeer op prijs stellen' als 3FM ook volgend jaar dit evenement weer organiseert.

(Bron: SKO, telefonisch onderzoek DVJ en Sitestat - 2008)

Het dagelijkse Z@PP-programma SpangaS (NCRV) over een middelbare school ergens in Nederland is bij uitstek een crossmediaal concept voor de jeugd. Het heeft een drukbezochte website Spangas.nl die verder gaat waar de televisieserie stopt en waar de agenda's van de scholieren uit de serie te bekijken zijn, evenals hun weblogs en filmpjes. In de SpangaS Nieuwsbrief staan om de week alle nieuwtjes over de acteurs, de serie en wat er nog meer gebeurt. Op het forum kunnen de bezoekers vragen stellen en tips uitwisselen over het leven met pukkels, proefwerken, liefde en ander tienerleed. Kinderen kunnen ook zelf een agenda aanmaken, foto's en plaatjes toevoegen, een eigen weblog bijhouden en natuurlijk vrienden maken. Ook kunnen ze een zelfgemaakte video uploaden om mee te doen aan een videoprijsvraag. Op de site zijn bovendien SpangaS-boeken en -magazines te bestellen. Daarnaast was SpangaS vanzelfsprekend ook op Uitzending Gemist te bekijken. Dat is meer dan 4 mln keer gebeurd.

(Bron: Sitestat - 2008)



De achtste editie
van de **TOP 2000**
op **Radio 2** trok een
recordaantal luisteraars
van 6,4 miljoen

3. Aanbodsdomeinen

De publieke omroep stelt een zestal maatschappelijke domeinen centraal: nieuws, opinie, cultuur, expressie, kennis en amusement. Deze gaan in de nieuwe Concessieperiode dienen als kader van waaruit programmatische aandachtspunten en prioriteiten worden gedefinieerd.

Vooruitlopend hierop is het afgelopen jaar gewerkt aan een nieuw crossmediaal content classificatiesysteem (CCC) waarmee alle programmatitels kunnen worden herleid tot deze domeinen, die overigens ieder weer zijn opgebouwd uit een aantal subthema's en categorieën.

Op deze wijze wordt het mogelijk om niet alleen langs de lijnen van de verschillende platforms, maar ook langs de lijnen van aanbodscategorieën inzicht te krijgen in de prestaties van de publieke omroep. Voor 2008 is dit systeem al toegepast op de televisieprogrammering van de hoofdnetten. De komende jaren wordt het systeem uitgebreid naar onze andere platforms.

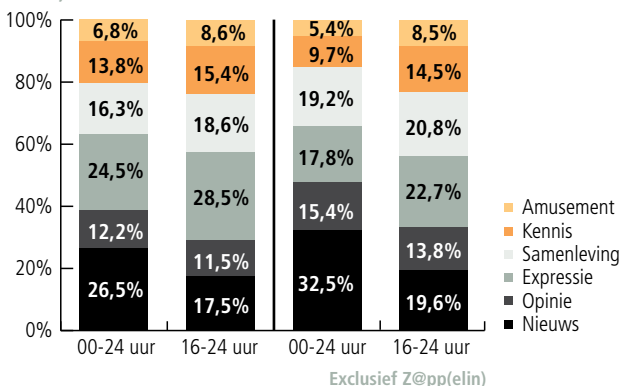
Zoals we eerder hebben opgemerkt kunnen ten opzichte van de rapportage van de prestatieovereenkomst over het afgelopen jaar verschillen zijn opgetreden als gevolg van het nieuwe classificatiesysteem. Ook kan een onzuiverheid zijn opgetreden bij de aantallen nieuwe producties van Educom (Teleac/NOT en RVU) en de 39f-omroepen, omdat deze niet centraal konden worden geregistreerd.³

3.1 Domeinenmix

Prestatieafspraken 1 betreft een jaarlijkse rapportage over de programmamix op televisie. In onderstaande tabel is voor twee tijdvakken een overzicht gegeven van de verdeling in 2008 van de televisiezendtijd over de zes domeinen.

Aanbod: Domein Nederland 1 - 3 / 2008

naar tijdvak



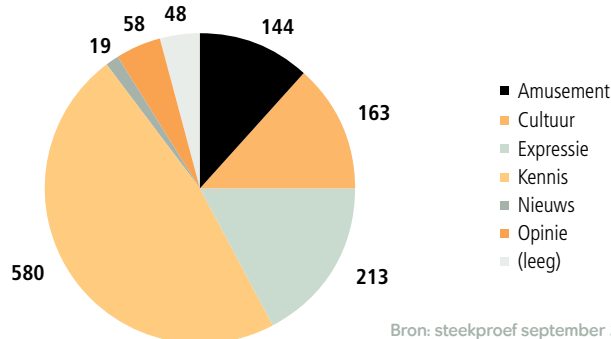
Nieuws is in 2008 het grootste domein en Amusement sluit de rij. Wanneer Z@PP en Z@ppelin niet worden meegerekend, waren de domeinen Expressie en Samenleving – na Nieuws – het afgelopen jaar de grootste, gevolgd door de domeinen Opinie en Kennis.

Ook het internetaanbod van de publieke omroep is gevarieerd. Belangrijke domeinen zijn Nieuws, Expressie en Kennis. Dit laatste domein is in het onderstaande overzicht zeer omvangrijk omdat alle inhoudelijke portals vooralsnog als 'service' zijn aangemerkt, een categorie die in de indeling onder het domein Kennis valt. Zoals gezegd moeten we echter het komend jaar nog een slag maken om de titels van internet definitief te classificeren.

Prestatieafspraken 3

	Afspraak	Realisatie
Aanbodmix op internet	Jaarlijkse rapportage	Gerealiseerd: ⁴

Aantal sites per domein



3.2 Nieuws

Nieuws betreft de zo objectief mogelijke informatie over actuele gebeurtenissen en evenementen, over alle terreinen van het maatschappelijke leven. Sportverslaggeving en -nabeschouwingen maken eveneens deel uit van dit domein, net als beknopte en neutrale achtergronden en analyses over alle terreinen van het maatschappelijke leven.

³ Deze omroepen maken geen deel uit van de geld-op-schema-systematiek met behulp waarvan gestuurd kan worden op de verhouding tussen nieuwe producties en aantallen herhalingen en waarmee dus een overall inzicht kan worden verkregen.

⁴ NB: door een wijziging in de classificatie van het internetaanbod worden andere categorieën aangehouden dan in de rapportage over 2007. De onderverdeling per domein is voor internet in 2008 nog niet volledig. Per 1 januari 2009 wordt de Crossmediale Content Classificatie definitief doorgevoerd voor het medium internet. Het domein Kennis is in deze mix zwaarder vertegenwoordigd, doordat de verschillende portals als 'service' en dus onder het domein Kennis geassocieerd zijn.

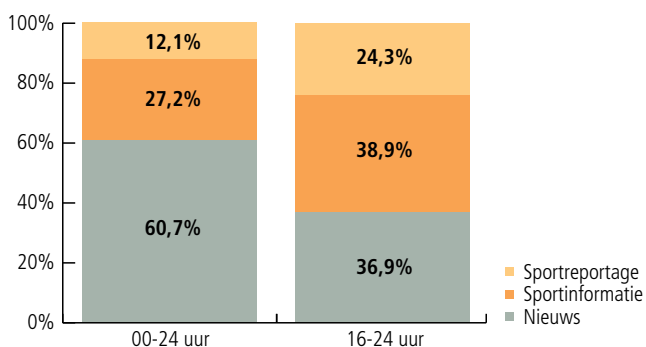


Televisie

Het domein Nieuws, dat vrijwel volledig voor rekening komt van de NOS, valt op televisie uiteen in **Nieuws** (onder andere het Journaal, Jeugdjournaal, Gesprek minister-president, Koninginnedag), **Sportreportage** (onder andere voetbal, Olympische Spelen, schaatsen) en **Actuele sportinformatie** (onder andere Studio Sport, Sportjournaal).

Aanbod: Nieuws uitgesplitst naar CCC / 2008

per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



Prestatieafspraken 7

	Afspraak	Realisatie	
Nieuwsuitzendingen tijdens primetime op elk van de televisienetten (mogelijke uitzonderingen op feestdagen en calamiteiten voorbehouden)	Dagelijks minimaal 1 op elk van de televisienetten	Gerealiseerd:	
		Net:	Gerealiseerd:
		Nederland 1	1
		Nederland 2	1
		Nederland 3 / Z@PP	1 (werkdagen: 2)

In 2008 werd enkele malen alert ingespeeld op de actualiteit. Zo brak Nederland 2 in oktober tijdens de kredietcrisis de programmering open voor "De Avond van het Grote Geld". Economen, bankiers en vakbondsbestuurders debatteerden over de gevolgen van de financiële crisis voor spaarders, beleggers, huizenbezitters en pensioengerechtigden in Nederland. In de aanloop naar de Amerikaanse verkiezingen besteedde de publieke omroep veel aandacht aan deze historische race. In de verkiezingsnacht zelf deed de NOS vanuit Amerika rechtstreeks verslag van de ontknoping. Het jaar 2008 was ook een sportevenementenjaar. In juni werd verslag gedaan van het EK Voetbal en in augustus werden de



Nieuws betreft de **ZO**
objectief mogelijke
informatie over **actuele**
gebeurtenissen en
evenementen

Olympische Spelen uitgebreid in beeld gebracht. Van begin juni tot eind juli verzorgde de NOS de dagelijkse late-night-talkshow Studio Sportzomer op Nederland 1 met onder andere aandacht voor tennis op Roland Garros, het EK Voetbal in Oostenrijk en Zwitserland en de Tour de France.

De publieke omroep besteedde voor een breed publiek en vanuit verschillende invalshoeken aandacht aan de Olympische Spelen. Naast de dagelijkse actuele sportverslaggeving van de NOS van-uit Beijing, bracht Omroep MAX de interviewserie Op Weg naar Goud met Frits Barend. De VPRO zond 10 afleveringen uit van de Olympische Sportquiz. Z@PP bracht speciale afleveringen van Z@PPsport (TROS). Ook nam Z@PP het initiatief tot een internationaal, crossmediaal sportproject met een interactieve site: Kids Sports News. Dit project was erop gericht om kinderen van 8 tot 14 jaar over de hele wereld in beweging te krijgen door ze de belangrijke sportevenementen van de zomer actief te laten meebeleven. Onderdelen van Kids Sport News waren interactieve websites, gaming, print, evenementen en televisie, waarbij de nadruk werd gelegd op het uitwisselen van nieuwsitems.

In augustus keerde het Eredivisievoetbal terug bij de publieke omroep en kon het publiek weer als vanouds 'met het bord op schoot' op zondagavond naar het voetbal kijken.

Tijdens de Paralympische Spelen in Beijing in september bracht de NOS op Nederland 2 een dagelijkse terugblik met in het bijzonder aandacht voor de prestaties en belevenissen van de Nederlandse sporters.

Radio

Radio 1 is bij uitstek de publieke radiozender voor nieuws en achtergronden. Vanaf september 2008 kent deze zender een vernieuwde programmering. De belangrijkste doelen van deze vernieuwing waren een betere aansluiting bij de belevingswereld van het publiek en het verbeteren van de nieuwsfunctie van de zender. Dit laatste gebeurde onder andere door de verlenging van het Radio 1 Journaal (NOS) in de ochtend met een half uur. Ook breekt de NOS in geval van belangrijke ontwikkelingen met een 'nieuwsflits' in bij andere programma's.

Ook de andere zenders houden met frequente nieuwsbulletins

en items over de actualiteit hun luisteraars op de hoogte van de belangrijkste ontwikkelingen. Denk bijvoorbeeld aan het krantenoverzicht in Wekker Wakker! (MAX) op Radio 5 en de op jongeren gerichte NOS Headlines op 3FM en FunX.

Internet

Op internet was in de zomer veel aandacht voor de grote sportevenementen. De NOS heeft voor de Olympische Spelen een zeer succesvolle internetsite ontwikkeld, waarbij voor het eerst alle wedstrijden van alle sporten live konden worden gevolgd door middel van verschillende videokanalen op internet. Een mobiele versie van deze internetsite maakte het mogelijk om deze uitzendingen ook via de mobiele telefoon te volgen. Ook de Tour de France was op internet in 2008 een groot succes. Via meerdere applicaties (video, statistiek, etc.) op de website kon de tour live worden gevolgd.

Al het aanbod op het gebied staat overzichtelijk bijeen in een sportportal.

Prestatieafspraken 8b

	Afspraak	Realisatie
Sportportal	1	Gerealiseerd: 1

Hetzelfde geldt voor het aanbod op het gebied van nieuws.

Prestatieafspraken 8a

	Afspraak	Realisatie
Nieuwsportal	1	Gerealiseerd: 1

Daarnaast vertoont de NOS ook alle nationale nieuwsevenementen (met uitzondering van sport), live via internet en werkt de NPO aan het snel na uitzending via internet beschikbaar maken van de Journaals.

Prestatieafspraken 9

	Afspraak	Realisatie
Nationale nieuwsevenementen (met uitzondering van sport)	Alle live vertoond op internet	Gerealiseerd, met uitzondering van: - Algemene beschouwingen - Langdurende culturele festivals zoals Lowlands of Zomercarnaval (geheel streamen niet mogelijk of relevant)

Prestatieafspraken 10

	Afspraak	Realisatie
Journaals on-demand beschikbaar via Uitzending Gemist	Alle binnen 30 minuten	Niet gerealiseerd: Circa 73% van de Journaaluitzendingen ⁵ is binnen 30 minuten na uitzending beschikbaar op Uitzending-gemist.nl. De overige 27% kwam later beschikbaar. Reden hiervoor was een vertraging in het opleveren van de benodigde technische faciliteiten

3.3 Opinie

In zijn opiniërende programma's geeft de publieke omroep een stem aan wat leeft in de samenleving en duidt hij de betekenis en achtergronden daarvan. Het gaat daarbij – naast de feiten – nadrukkelijk ook om meningen. Actualiteitenrubrieken zijn een belangrijke categorie binnen dit domein maar net zo belangrijk zijn het maatschappelijke debat met een langere adem of minder actuele zaken die een belangrijke rol spelen in het alledaagse leven van mensen.

Evenals in voorgaande jaren heeft de publieke omroep in 2008 weer ruim baan gegeven aan een gevarieerd opiniërend aanbod op radio, televisie en internet.

Binnen en buiten de publieke omroep is al enige tijd een discussie gaande over de vraag of het aanbod wel voldoende herkenbaar is voor de verschillende bevolkingsgroepen en meningen die Nederland rijk is. Critici wijzen ondermeer op een vermeende homogeniteit in de uitstraling van actualiteitenrubrieken en het ontbreken van het geluid en gezicht van multicultureel Nederland.

De publiciteit hierover wordt nog wel eens gedomineerd door in dit opzicht kritische geluiden. Afgaande op de mening van het publiek komt echter, net als in 2007, een genuanceerder beeld naar voren. De publieke omroep is er voor iedereen, vindt de Nederlandse bevolking en dat wordt ook als zodanig herkend. De meerderheid vindt dat de publieke omroep aanbod heeft voor jong en oud. Ruim de helft van de Nederlanders vindt de publieke omroep zowel gericht op jongeren als ouderen; 40% vindt echter dat er een grotere gerichtheid is op ouderen. Tweederde van de bevolking vindt dat de publieke omroep noch links noch rechts geïntereerd is. Ruim een kwart (28%) vindt de publieke omroep links. Dat is hetzelfde beeld als dat in 2007 werd opgetekend. De helft van de Nederlandse bevolking vindt dat de publieke omroep volks noch elitair is. Driekwart van de bevolking vindt dat zowel autochtonen als allochtonen

⁵ Berekend op basis van een steekproef.



zich kunnen herkennen. Bij dit laatste past overigens de kanttekening dat het onderzoekspanel geen representatieve vertegenwoordiging van allochtone bevolkingsgroepen bevatte (Imagobarometer 2008 - KLO).

In 2008 is binnen de publieke omroep een discussie gestart over de functie en invulling van opiniërende programma's op de verschillende platforms. Deze discussie is nog niet uitgekristalliseerd en wordt in 2009 voortgezet, mede in het licht van het Concessiebeleidsplan dat in 2010 gereed moet zijn.

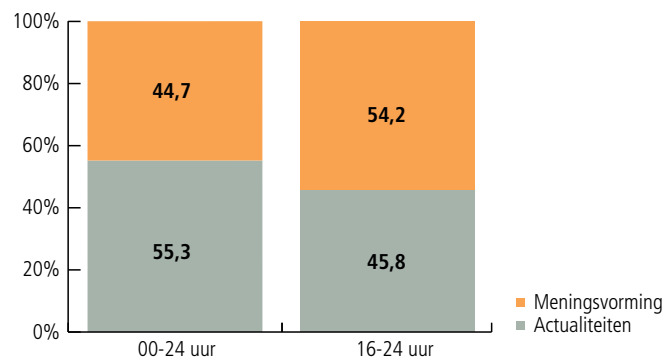
Televisie

Het aanbod *Opinie* valt binnen televisie uiteen in programma's met een accent op de actualiteit (onder andere *Goedemorgen Nederland* (KRO), *EénVandaag* (TROS/AVRO), *Netwerk* (NCRV/EO), *NOVA* (NPS/VARA)) en een breed scala aan meningsvormende programma's (onder andere *Pauw & Witteman* (NPS/VARA), *Knevel en Van den Brink* (EO), *Rondom Tien* (NCRV), *Elfde Uur* (EO), *Paul Rosenmöller en ...* (IKON), *Zembla* (VARA), *Buitenhof*

(VPRO/NPS/VARA), *Reporter* (KRO), *Hof van Joosten* (VARA), *Tegenlicht* (VPRO), *VPRO's Import*).

Aanbod: *Opinie* uitgesplitst naar CCC / 2008

per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



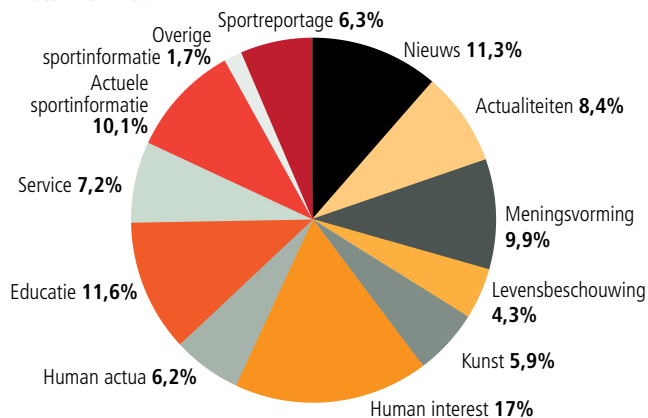
Uit bovenstaand overzicht blijkt dat de beide categorieën Actualiteiten en Meningsvorming elkaar in 2008 min of meer in evenwicht houden.

Hieronder is de mix binnen het informatieve genre weergegeven.

Prestatieafspraken 15

Mix informatieve genre

minuten / 16-24 uur



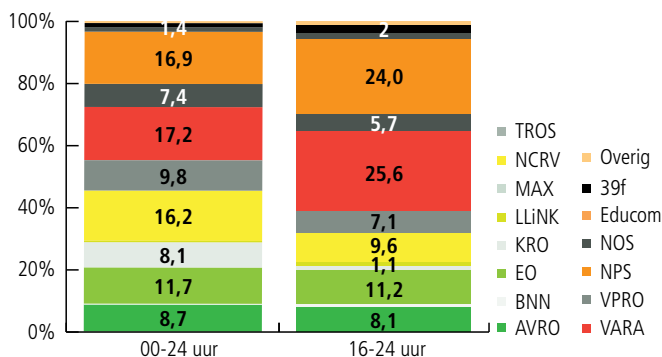
Op televisie is een grote verscheidenheid aan omroepen actief binnen het domein Opinie. Opinie en achtergronden zijn, passend bij de afzonderlijke profielen, wekelijks op elk van de netten te zien.

Prestatieafspraken 14

	Afspraak	Realisatie
Opinie en achtergronden passend bij het netprofiel en aansluitend bij het kijkgedrag van de beoogde doelgroepen	Wekelijks op alle netten	Gerealiseerd

Aandeel omroep in domein opinie / 2008

per tijdvak, excl. Z@pp(elin)



Qua uren zendtijd waren VARA en NPS in 2008 de grootste spelers, gevolgd door NCRV en EO, zo blijkt uit het overzicht hierboven.

Op twee van de televisienetten is op werkdagen minimaal een actualiteitenuitzending te zien.

Prestatieafspraken 13

	Afspraak	Realisatie	
Actualiteiten-uitzending tijdens primetime	Op 5 dagen van de week op 2 netten	Gerealiseerd:	
		Net:	Actuele uitzending:
		Nederland 1	1
Nederland 2	2		

De meest invloedrijke programma's, in termen van agendasettende werking, waren Buitenhof (VPRO/VARA/NPS), EénVandaag (TROS/AVRO), NOVA (VARA/NPS) en Zembla (VARA).

Nieuw was in 2008 Hotdog, het multiculturele debatprogramma voor jongeren van de EO. Ook nieuw was het actualiteitenprogramma De Nieuwste Show (BNN/NPS) op Nederland 3 waarmee werd aangesloten op de doelstelling om een actueel satirisch programma te maken voor een jongere doelgroep. Het programma voldeed helaas niet aan de verwachtingen. Het afgelopen jaar was tot doel gesteld om een betere afstemming tussen actualiteitenrubrieken en coördinatie van informatieve rubrieken te realiseren. Dit onderwerp is nadrukkelijk geagendeerd, maar heeft in 2008 nog niet tot concrete afspraken geleid. Nederland 2 had het oogmerk om in 2008 vaker maatschappelijke thema's te agenderen en het debat daarover te initiëren, waaraan omroepen vanuit hun eigen invalshoek een bijdrage konden leveren. Dit gebeurde onder andere rond de financiële crisis die zich in het najaar manifesteerde.

Radio

Radio 1 is de belangrijkste radiozender voor opiniërende programma's. Maar ook de overige zenders hebben binnen de context van het zenderprofiel veel ruimte voor opinie, zoals ook blijkt uit onderstaande prestatieafspraken. Voorbeelden zijn de magazineprogramma's De Heer Ontwaakt! (VARA), Tijd voor Twee (KRO) en Knooppunt Kranenburg (NCRV) op Radio 2 en Forum op FunX. Op Radio 5 was het afgelopen jaar in de avond op alle werkdagen OBA Live (LLiNK, NMO, NIO, IKON, Human) te beluisteren, een radiotalkshow met gasten en livemuziek vanuit de Openbare Bibliotheek in Amsterdam.

Prestatieafpraak 11

	Afspraak	Realisatie	
Opinie en achtergronden binnen de kaders van het zenderprofiel	Dagelijks op alle zenders	Gerealiseerd:	
		Zender	Uitzending
		Radio 1	3 programma's
		Radio 2	3 programma's
		3FM	3 programma's
		Radio 4	1 programma
		Radio 5	4 programma's
		Radio 6	2 programma's
FunX	2 programma's		

Prestatieafpraak 12

	Afspraak	Realisatie
Aan nieuws en opinie gerelateerde items in magazineprogramma's op werkdagen (Radio 2)	3 programma's 10 items in totaal	Gerealiseerd: 3 magazineprogramma's op werkdagen met aan nieuws en opinie gerelateerde items

In totaal leveren, naast de NOS en de 39f-omroepen, ruim 10 omroepen een bijdrage aan Radio 1. De grootste spelers waren, naast de NOS voor het nieuws, de NCRV, EO, AVRO en VARA. Qua agendasetting waren de radioprogramma's Kamerbreed (TROS) en Argos (VPRO) in 2008 het meest invloedrijk, zij het wel aanmerkelijk minder dan de televisieprogramma's in de top-10.

Het afgelopen jaar deden op Radio 1 verschillende nieuwe programma's hun intrede in het licht van de beoogde versterking van de opiniefunctie. Zo verzorgde de EO vanaf eind augustus dagelijks het ochtendprogramma Dit is de Dag, met een reportage uit binnen- of buitenland. Ook nieuw was Villa VPRO in de middag met interviews, reportages en achtergronden bij het nieuws. Daarnaast werden gevestigde en succesvolle programma's voortgezet. Voorbeelden zijn Argos (VPRO) met onthullende

reportages en de nieuwsrubriek Onjo-radio, de TROS Nieuwsshow met nieuws, wetenschappelijke ontwikkelingen en kunst en cultuur en TROS Kamerbreed waarin het politieke nieuws aan de hand van gesprekken met politieke en maatschappelijke hoofdrolspelers wordt gevolgd.

Internet

Het opinieaanbod op internet staat voor het overgrote deel in het verlengde van de radio- en televisieprogrammering. Een voorbeeld van een aanvullende activiteit via internet is de bijzondere wijze waarop het Radio 5-programma OBA-live (LLiNK, NMO, NIO, Human en IKON) wordt vormgegeven. Door middel van een low budget studioteknik wordt op internet een videostream van het radioprogramma aangeboden. Ook alle afzonderlijke items zijn als videoregistratie op de website beschikbaar.

Het publiek kan via gemodereerde internetfora de discussie aangaan over verschillende actuele onderwerpen.

Prestatieafpraak 17

	Afspraak	Realisatie
Gemodereerde discussiefora op het gebied van opinie en achtergronden	Verdubbeling in 2010	Gerealiseerd: toename van 7 naar 22

Om het aanbod over opinie en achtergronden gemakkelijker toegankelijk te maken, biedt de publieke omroep portals aan op dit gebied. Bijvoorbeeld de websites van EénVandaag (AVRO, TROS) en Netwerk (EO, NCRV), of Onjo.nl, een portal voor onderzoeksjournalistiek.

Prestatieafpraak 16

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke portal voor het aanbod over opinie en achtergronden	1	Gerealiseerd: 3

3.4 Samenleving

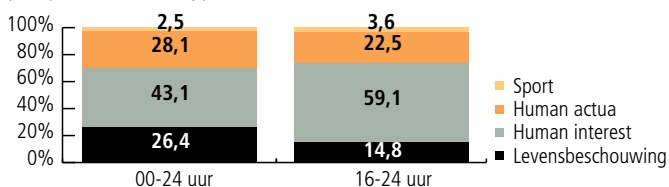
Het domein Samenleving omvat al het aanbod dat raakt aan normen, waarden en overtuigingen in de samenleving en de daarmee verbonden levensstijlen en tradities. Zowel de individuele beleving als de gedeelde ervaringen van mensen krijgen aandacht. Anders dan in het domein Opinie staat niet zozeer de meningsvorming voorop, maar vooral gevoels- en identiteitskwesties en de reflectie op menselijke drijfveren.

Televisie

De aanbodscategorieën van het domein Samenleving zijn **Levensbeschouwing** (onder andere Een Goed Begin (EO), Kruispunt (RKK), Omega Code (EO), Eucharistieviering (KRO), Infocus (NMO), **Human interest** (onder andere Spoorloos (KRO), Huisartsenpost (AVRO), Ingang Oost (EO), Man Bijt Hond (NCRV), De TV Show (TROS), Holland Doc (VPRO/NPS/Human/IKON), **Human actua** (DWDD (VARA), Tijd voor MAX (Omroep MAX) Blauw Bloed (EO) en **Sportinformatie** (onder andere Holland Sport (VPRO).

Aanbod: Samenleving uitgesplitst naar CCC / 2008

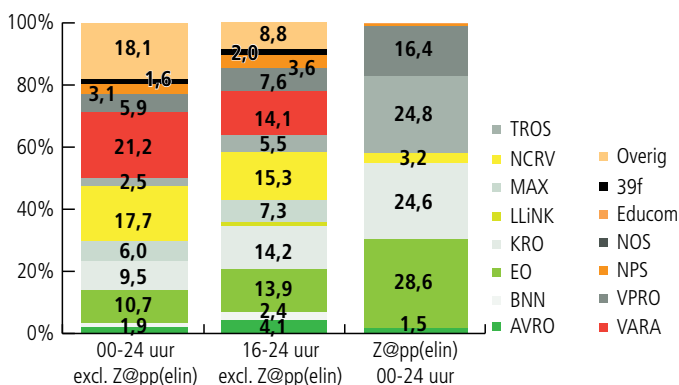
per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



De tabel hierboven geeft aan dat Human interest veruit de grootste categorie is. Het betreft een breed scala aan programma's door een groot aantal omroepen en bestemd voor verschillende doelgroepen, gevolgd door Human actua, Levensbeschouwing en een bescheiden percentage Sportinformatie.

Aanbod: Aandeel omroep in domein Samenleving / 2008

Per tijdvak en voor Z@pp(elin)



Ook binnen het domein Samenleving was in 2008 op televisie een groot aantal omroepen actief. De grootste spelers, in termen van zendtijd, zijn – naast vanzelfsprekend de 39f-omroepen – de EO KRO, NCRV en VARA.

De EO maakte programma's als De Huwelijksreis en Onverwacht Verzoek. Metropolis TV, het buitenlandprogramma van de VPRO in samenwerking met Hivos, won tijdens het NPOX-festival in november de eerste NPOX-prijs. Het werd uit 20 inzendingen gekozen als het meest vernieuwende project van de publieke omroep. Man Bijt Hond van de NCRV vierde zijn tienjarig jubileum met een marathonuitzending die op 27 december om 00.20 uur van start ging en tot de volgende middag 16.00 uur duurde.

Nederland 2 is voor het domein samenleving een belangrijk platform. Het afgelopen jaar stelde dit net zich tot doel om nieuwe formats te ontwikkelen voor levensbeschouwelijke programma's. Dit resulteerde onder meer in Hart en Ziel van de NCRV en Herberg de Verandering van de EO. Op Z@PP bracht de EO de Omega Code voor jongeren.

Prestatieafspraken 45

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe programmering over levensbeschouwelijke en zingevende onderwerpen en thema's	Jaarlijks 300 uur	Gerealiseerd: 483 uur

Een andere doelstelling betrof het agenderen van normatieve onderwerpen op Nederland 2. Dat gebeurde onder meer in het programma Tot de Dood Ons Scheidt van de EO, waarin echtparen waarvan een partner ongeneeslijk ziek is verklaard, vertellen over hun liefde voor elkaar in het licht van het naderende afscheid. Maar ook in programma's als Buitenhof, Rondom Tien, NOVA en Zembla en Reporter komen regelmatig onderwerpen aan bod die raken aan wat ons als samenleving bindt en die soms de aanzet vormen voor een bredere, maatschappelijke discussie. Een belangrijk genre binnen het domein Samenleving is de documentaire. Aangezien dit genre domeinoverstijgend is wordt hierover apart verslag gedaan (zie pagina 53).

Radio

Het domein Samenleving is op de radio vooral vertegenwoordigd op Radio 5 en in bescheiden mate ook op Radio 1. Radio 5 is in 2008 in het weekend voor een groot deel gevuld met aanbod dat valt binnen het domein Samenleving. De levensbeschouwelijke programma's op Radio 5 worden met name



Het domein
Samenleving
omvat al het aanbod
dat raakt aan **normen,**
waarden en
overtuigingen
in de samenleving en
de daarmee
verbonden **levensstijlen**
& **tradities**

verzorgd door de 39f-omroepen en omroepen met een christelijke signatuur: EO, NCRV en KRO.

Op zaterdag zijn veel EO-programma's te horen en op zondag kerkdiensten en Schepper & Co (NCRV).

Prestatieafspraken 44

	Afspraak	Realisatie
Rechtstreekse uitzendingen kerkdiensten op zondag (Radio 5)	Wekelijks 3	Gerealiseerd: 3

De Zevende Hemel is een nieuw programma op zaterdagmiddag door de samenwerkende 39f-omroepen (NIO, NMO, BOS, OHM) wordt samengesteld en gepresenteerd. Iedere omroep vult een uur, maar zij werken wel vaak vanuit hetzelfde thema.

Prestatieafspraken 43

	Afspraak	Realisatie
Programma's van levensbeschouwelijke aard (Radio 5)	Wekelijks 24 uur (incl. herhaling, excl. kerkdiensten)	Gerealiseerd: Jan. - aug.: 31,5 uur/week Sept. - dec.: 30 uur/week

Radio 1 en Radio 5 lieten een groot aantal radiodocumentaires horen, verzorgd door veel verschillende omroepen. Deze documentaires boden de luisteraars door hun uiteenlopende onderwerpkeuze een breed venster op de wereld.

Prestatieafspraken 42

	Afspraak	Realisatie
Radiodocumentaires (Radio 1 en Radio 5)	Jaarlijks 80 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 114

Op Radio 1 was in 2008 iedere zondagavond Holland Doc Radio (VPRO) te beluisteren, hét documentaireprogramma van Radio 1 met een kort én een langer verhaal over onderwerpen die mensen in Nederland bezighouden. Jair Stein (VPRO) won de Prix Europa met De Radiominuut.

Internet

Het merendeel van de internetsites is een op een terug te voeren op de televisieprogramma's. In het oog springend was in 2008 het al eerder gememoreerde internetproject Landroof van de VPRO. Op de website zijn rond het programma verschillende multimediale applicaties toegevoegd en is een belangrijke community ontstaan.

In 2008 zijn twee gezamenlijke levensbeschouwelijke portals aangeboden. Het gaat daarbij om Christelijk.nl, een gezamenlijk initiatief van vijf christelijke omroepen (EO, IKON, NCRV, RKK, ZvK) en Ruimzien.nl, een gezamenlijk initiatief van negen levensbeschouwelijke omroepen (BOS, HUMAN, IKON, JO, NIO, NMO, OHM, RKK, ZvK).

Prestatieafspraken 51

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke portal met het internetaanbod over cultuur en levensbeschouwing	1	2



Documentaires

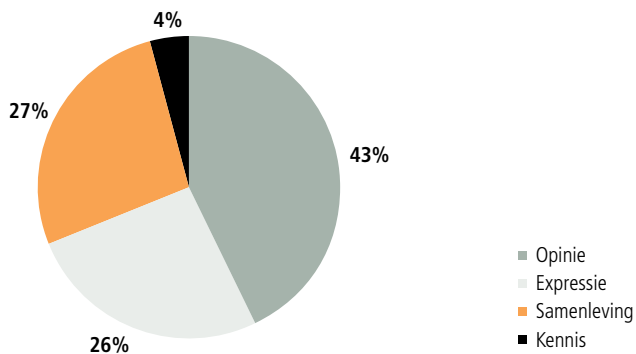
De publieke omroep zond in 2008 201 nieuwe televisiedocumentaires uit, variërend van maatschappelijke documentaires en portretfilms tot onderzoeksjournalistieke en auteursdocumentaires, en voldeed daarmee aan de in de beleidsbrief documentaires geformuleerde voornemens. De vaste documentairerubrieken – waaronder Dokument, Profiel, Holland Doc, Close Up en Het Uur van de Wolf – bleven belangrijke ankerpunten in de programmering van Nederland 2. Dit net programmeerde in de zomer, in de aanloop naar de Olympische Spelen, een aantal documentaires over het leven in China. Tegenlicht bracht vier documentaires over de toekomst van onze energievoorziening en een reeks over het leven van jonge mensen in Rotterdam-Zuid, Georgië, China en Wallonië. Nederland 2 werkt samen met de omroepen aan het inhoudelijk afstemmen en samenbrengen van documentaires rond een thema.

De documentaireserie Van Dis in Afrika (VPRO) ontving de Zilveren Nipkowschijf van de radio- en tv-critici. Holland Doc, een project van VPRO, NPS, IKON en Human, kreeg een Zilveren Pritchettprijs voor de geïntegreerde, crossmediale samenbundeling van tv-programma, radioprogramma, website en digitaal kanaal.

Het genre documentaire is te vinden in de domeinen Samenleving, Kennis en Expressie.

Documentaires naar domein / 2008

00-24 uur exclusief Z@pp(elin)



In september bracht de VPRO op Nederland 2 de docudramareeks De Onzichtbare Film, gebaseerd op het boek Anthologie du Cinéma Invisible van Christian Janicot. In dit boek verzamelde Janicot van talloze schrijvers en kunstenaars filmscenario's die nooit zijn verfilmd. Cherry Duyns, Kees Hin, Rolf Orthel en Digna Sinke maakten ieder een film naar een van deze scenario's.

De RVU bracht in mei en juni een documentairereeks van vier korte en twee lange films van filmmaker Bob Entrop over de Sinti en Roma. De reeks Sinti en Roma in Beeld was een persoonlijke zoektocht naar hun cultuur.

Tijdens het IDFA stelde Nederland 2 de portretfilm centraal. In de publieksactie De Keuze van de Kijker werd de film Rock 'n Roll Junkie over Herman Brood tot beste portretfilm gekozen. Naast de dagelijkse festivaljournaals vanaf het IDFA

zond Nederland 2 in de festivalweek ruim 20 oude en nieuwe documentaires uit. Ook tijdens IDFA het presenteerden de publieke omroep, het CoBO-fonds en het Nederlands Fonds voor de Film het Teledoc-project. Een Teledoc is een lange documentaire met een eigentijds Nederlands onderwerp dat op een prikkelende, toegankelijke en cinematografische manier wordt verteld. De documentaires zijn bestemd voor een breed publiek. De gezamenlijke financiering van de Teledocs – met een budget van gemiddeld € 300.000 per documentaire – moet toptalent op het gebied van documentaire stimuleren. In 2009 zullen de eerste Teledocs op televisie te zien zijn.

Ook Nederland 3 programmeerde in 2008 documentaires die aansluiten bij het profiel en doelgroepen van het net. Voorbeelden daarvan waren Het Verdraaide Leven van Nico B. over de skinhead die in 1983 de jonge Antilliaan Kerwin Duinmeijer doodstak, een tweeluik over de popgroep Bløf, Sex Sells over hoe jongeren denken over seks en een documentaire over het wel en wee van drie jonge voetballerinnen, Alles voor de bal. De vierdelige serie Loverboys volgde Anita de Wit, oprichtster van de stichting Stop Loverboys Nu. BNN bracht in december een portret van de in 2002 overleden Bart de Graaff, die tien jaar geleden BNN oprichtte.

Themakanaal en website Holland Doc, beide samenwerkingsverbanden van VPRO, NPS, IKON en Human, bieden in het digitale domein een keur aan documentaires en achtergrondinformatie over wat er speelt op documentair gebied. Op het themakanaal zijn de meest recente afleveringen van alle documentairerubrieken van de publieke omroep te zien. Daarnaast vertoont het kanaal bijzondere documentaires uit de archieven rondom wekelijkse thema's. Op de site zijn ook recente en oudere radiodocumentaires terug te luisteren.

Op Radio 1 en Radio 5 was een groot aantal radiodocumentaires te horen, verzorgd door veel verschillende omroepen. Op Radio 1 was in 2008 iedere zondagavond Holland Doc Radio (VPRO) te beluisteren, hét documentaireprogramma van Radio 1 met een kort én een langer verhaal over onderwerpen die mensen in Nederland bezighouden.

In 2008 werd de mogelijkheid tot co-financiering van programma's door de landelijke overheid en door volledig door de overheid gesubsidieerde instellingen afgeschaft, als gevolg waarvan de financiering onder druk komt te staan van maatschappelijke documentaires die niet in aanmerking komen voor steun van het Mediafonds.

Prestatieafspraken 47

	Afspraak	Realisatie
Actuele documentaires gebaseerd op onderzoeksjournalistiek (gerekend onder afspraak bij documentaires)	Jaarlijks 50	Gerealiseerd: 58

Prestatieafspraken 46

	Afspraak	Realisatie
Maatschappelijke, levensbeschouwelijke, auteurs, biografische en kunstdocumentaire	Jaarlijks 5 reguliere slots Jaarlijks minimaal 125 nieuwe documentaires	Gerealiseerd: Reguliere slots: 6 Aantal nieuwe documentaires: 201

Prestatieafspraken 48

	Afspraak	Realisatie
Buitenlandse documentaire	Jaarlijks 20 nieuwe uitzendingen	Gerealiseerd: 38

Prestatieafspraken 50

	Afspraak	Realisatie
Teledoc-project	Onderzoeken haalbaarheid in 2008	Gerealiseerd: Het Teledoc-project is in 2008 van start gegaan

3.5 Expressie

Alle aanbod waarin op enigerlei wijze sprake is van een artistieke uitingsvorm valt onder het domein Expressie. Populaire en volkscultuur en hogere kunsten krijgen hierbinnen een podium, onder andere in de vorm van muziek, film, drama, beeldende kunst, cabaret en dans. Ook beschouwingen over kunst en expressie behoren ertoe, evenals informatieve programma's over artistieke uitingen en stromingen.

De publieke omroep kwam begin 2008 met een Cultuurdelta-plan. Dit plan beschrijft de ambities op het gebied van expressie en kunst in relatie tot de crossmediale toekomst. Het themakanaal Cultura is een van de pijlers van die toekomst, maar ook een hechtere samenwerking tussen omroepen die kunstprogramma's brengen én een goede afstemming en crosspromotie tussen de verschillende platforms van de publieke omroep maken deel uit van dit plan.



In gesprekken met de culturele sector, het ministerie van OCW en het Commissariaat voor de Media stonden de partijen stil bij verruiming van de mogelijkheden tot samenwerking tussen omroepen en culturele instellingen. Zij zetten deze verkenningen voort. Tijdens het Oerol-festival, maar ook bij het IDFA, organiseerde de publieke omroep ontmoetingen en discussies met vertegenwoordigers uit de betreffende sectoren.

Als speerpunten in de programmering kregen Expressie en Kunst in 2008 op alle fronten de aandacht die ze verdienen bij de publieke omroep. Van drama tot popmuziek en van opera tot literatuur, van kunst voor fijnproevers tot meer toegankelijke kunstuitingen en volkskunst: het was allemaal te horen en te zien op de zenders, netten, themakanalen en sites van de publieke omroep. Bij alle belangrijke culturele manifestaties en festivals in

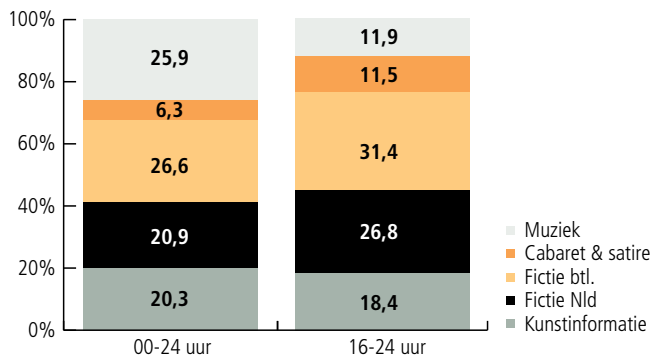
Nederland – International Film Festival Rotterdam, Boekenweek, Pinkpop, Oerol, Festival Classique, North Sea Jazz, Lowlands, Uitmarkt, Nederlands Film Festival en IDFA – was de publieke omroep aanwezig om de highlights te registreren en de kijker en luisteraar van achtergrondinformatie te voorzien.

Televisie

Het domein Expressie omvat op televisie **Muziek** (onder andere NPS Klassiek, André Rieu (TROS), MAX Proms (Omroep MAX), **Cabaret en Satire** (onder andere Draadstaal (VPRO) De Lama's (BNN), **Buitenlandse fictie** (onder andere KRO detectives, Sopranos (VARA), Italiaanse filmzomer (KRO/VPRO), **Nederlandse fictie** (onder andere Het Schnitzelparadijs (BNN), Flikken Maastricht (TROS), Deadline (VARA), Snuf de Hond (EO) en **Kunst-informatie** (onder andere Uur van de Wolf (NPS/VPRO, Close Up (AVRO), Kunststof TV van de NPS en Opium TV van de AVRO).

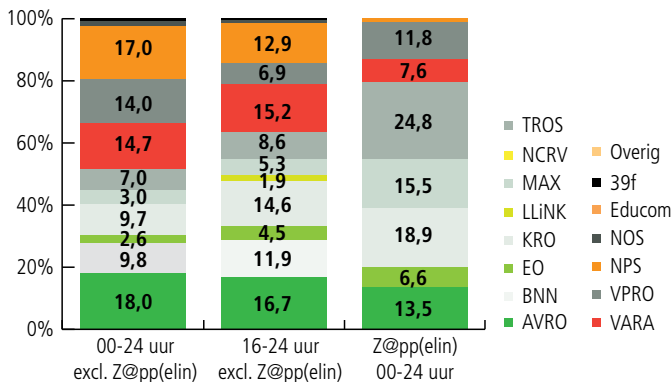


Aanbod: Expressie uitgesplitst naar CCC / 2008
per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



Buitenlandse fictie was in 2008 de grootste categorie, gevolgd door Nederlandse fictie. Deze percentages vallen wat lager uit wanneer Z@pp(elin) niet wordt meegerekend. De publieke omroep onderscheidt zich op dit punt overigens van de commerciële omroepen. Enerzijds door de variatie en kwaliteit in de titels, maar anderzijds ook omdat buitenlandse fictie bij de acht commerciële zenders samen zo'n 47% van hun zendtijd beslaat (2008, exclusief jeugd-drama, tijdvak 16-24 uur).

Aanbod: Aandeel omroep in domein Expressie / 2008
Per tijdvak en voor Z@pp(elin)



Veel omroepen zijn actief binnen het domein Expressie. De grootste spelers zijn de AVRO, KRO, NPS, VARA en VPRO; op Z@pp(elin) zijn de TROS en KRO in dit domein prominent aanwezig met fictie voor kinderen.

De Z@PP-serie SpangaS (NCRV) werd in 2008 bekroond met de Gouden Stuiver. KRO Kindertijd werd onderscheiden met de Prix Jeunesse Unesco Prijs in de categorie fictie voor de korte jeugdfilm Genji. De speelfilm Den Helder (VPRO) werd onderscheiden met een Gouden Kalf.

Naast de vertrouwde televisietitels als Uur van de Wolf, Boeken, Close Up, Vrije Geluiden en Kunstuur namen omroepen in 2008 ook nieuwe initiatieven: de Leescoupé van de KRO en AVRO's Cultuurshake. Dit laatste programma kwam niet helemaal uit de verf en maakte in het najaar een succesvolle doorstart onder de titel Opium TV. De Kunst van de NPS werd omgedoopt in Kunststof TV en kreeg een nieuw gezicht.

De ruim vier uur durende registratie van Wagners Lohengrin door het Radio Filharmonisch Orkest, het Groot Omroepkoor en diverse solisten onder leiding van Jaap van Zweden, trok 71.000 kijkers, altijd nog ruim 35 volle grote zalen van het Concertgebouw.

Prestatieafspraken 27

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe kunstprogrammering: kunstinformatie (waaronder kunst-documentaires), serieuze muziek, dans & ballet, wereldmuziek, jazz en concertregistraties	Jaarlijks 250 uur	Gerealiseerd: 401 uur

De publieke omroep bood op het gebied van cabaret en kleinkunst een breed en gevarieerd aanbod: onder andere Ivo in Carré (TROS), Andermans Veren (AVRO), de Grote Arie en Silvester Spektakelshow (BNN), de theatershow van Veldhuis en Kemper (KRO), Hans Liberg in Carré (TROS) en een keur aan cabaret- en kleinkunstartiesten bij de VARA, van de Ashton Brothers, Micha Wertheim en Brigitte Kaandorp tot Herman Finkers en Youp van 't Hek.

Prestatieafspraken 28

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe Nederlandse cabaret-registraties en kleinkunst	Jaarlijks 15 uur	Gerealiseerd: 43 uur

Het genre satire was vertegenwoordigd door onder andere Koefnoen (AVRO), Doe Maar Normaal en de Lama's bij BNN, Dit Was Het Nieuws (TROS), en van de VPRO Draadstaal en Toren C.

Prestatieafspraken 29

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe Nederlandse satire	Jaarlijks 30 uur	Gerealiseerd: 41 uur

Ook De Wereld Draait Door en Pauw & Witteman ontvingen regelmatig gasten uit de wereld van film, literatuur en podiumkunsten.

Themakanaal Cultura

In 2008 programmeerde Cultura meer dan 900 uur televisie. Iedere dag werd drie uur televisie samengesteld op basis van de culturele agenda, maar ook in reactie op het nieuws, zoals bij het overlijden van Hugo Claus en Luciano Pavarotti. In overleg met gezelschappen, kunstenaars en uitgeverijen konden ook regelmatig tv-premières worden geprogrammeerd. Voorbeelden zijn de registraties van de voorstellingen *In de Ban van Bannink*, de Magische Muziekfabriek en een concert van het Nederlands Blazers Ensemble. In mei werden twintig uur lang veelal nooit eerder uitgezonden concerten van Nederlandse popgroepen uitgezonden. Gedurende het gehele jaar zond Cultura een flink aantal reportages over toneel en dans uit en werden veel korte Nederlandse speelfilms (New Arrivals) getoond. Jef Rademakers gunde Cultura de première van zijn documentaire over de schrijver Boudewijn van Houten. Experimentele televisie over allerlei moderne kunstvormen kwam tot stand in

samenwerking met het Rotterdamse initiatief Numoon-Labtv. Het dagelijkse cultuurjournaal stopte in de zomer van 2008.

Cultura maakte in 2008 zesentwintig afleveringen van Cultura Film over nieuwe Nederlandse films en de premières van die week. Cultura bracht ook maandelijks een portret van een grote filmster of regisseur, zoals Nicole Kidman, Woody Allen, George Clooney en Grace Kelly.

Een bijzondere kans kreeg Cultura om dertien keer op zondagmiddag een programma op Nederland 2 te maken. In de zomer maakte Cultura voor hetzelfde net ook Kijk op Themakanalen met impressies van het aanbod van het themakanaal.

In 2008 zond Cultura vijf afleveringen van *Knetterende Letteren* uit, diepgaande gesprekken met prominente schrijvers onder wie Remco Campert, Doeschka Meijsing en Frans Thomése.

In samenwerking met culturele instellingen verzorgde Cultura low-budgetregistraties van onder andere het festival *Crossing Border* en de uitreiking van de jaarlijkse cabaretprijzen. Tijdens het North Sea Jazz-festival zond het themakanaal complete concerten uit. De concerten van de Matinee op zaterdag in het Concertgebouw werden regelmatig live uitgezonden.

In 2008 kwam de samenwerking met de publieke radio goed van de grond. Cultura nam enkele concerten van Radio 6 op voor uitzending op televisie. In nauwe samenwerking met de AVRO kwam wekelijks het radio-kunstprogramma *Opium* op televisie. En ook met radio 4 werkt Cultura inmiddels goed samen.

Vanaf januari 2008 bracht Cultura wekelijks een opnieuw gemonteerde en actueel door Adriaan van Dis ingeleide versie van *Hier is ...* Adriaan van Dis. De uitzendingen zijn inmiddels als DVD-box in de winkel beschikbaar.



Drama

In de Prestatieovereenkomst is een stapsgewijze verhoging van het dramabudget tot totaal € 15 mln extra in 2011 ten opzichte van 2007 opgenomen. Het budget voor Nederlands drama werd in 2008 fors verhoogd. In 2008 werden onder andere 16 nieuwe afleveringen van Keyzer & De Boer Advocaten uitgezonden door KRO en NCRV. De VARA bracht Deadline (12 afleveringen), de TROS een nieuwe reeks van tien Flikken Maastricht, en de AVRO 13 afleveringen van We gaan nog niet naar Huis en 10 nieuwe afleveringen van Spoorloos Verdwenen. Op het gebied van jeugd-drama bracht de VPRO de reeks van Sterke verhalen uit Zoutvloed en de EO Snuf de Hond. De AVRO kwam in december met een nieuwe reeks van Tita Tovenaar op Z@ppelin.

De dagelijkse jeugdserie SpangaS van de NCRV ging in september 2008 zijn tweede seizoen in en bleef het goed doen. De Stichting Mijn Kind Online riep de bij het programma behorende website Spangas.nl uit tot beste kindersite van Nederland en de website ontving daarvoor De Gouden @penstaart.

De jury roemt de site om de creatieve en interactieve manier waarop deze een relatie legt met het bijbeho-

rende televisieprogramma. "Zo worden berichtjes die kinderen sturen aan de personages uit de serie ook daadwerkelijk beantwoord. De site is modern en aantrekkelijk vormgegeven, zonder de gebruiksvriendelijkheid aan te tasten," vond de jury.

Film

Net als in voorgaande jaren participeerde de publieke omroep in 2008 in 18 Nederlandse speelfilms. Uit de nieuwe reeks Telefilms werd De Fuik van Mischa Kamp genomineerd voor beste televisiefilm. TBS van Pieter Kuijpers, ook uit deze serie, kreeg tijdens het Nederlands Film Festival in september een Gouden Film, omdat meer dan 100.000 bioscoopbezoekers de film kwamen zien.

Van de op Nederland 2 uitgezonden reeks One Night Stand films werd Den Helder van Jorien van Nes op het Nederlands Filmfestival bekroond met een Gouden Kalf voor beste televisiefilm.

In september zond de KRO de succesvolle kinderfilm Don van Arend Steenberg uit. Deze film kwam tot stand in het kader van Cinema Junior – een initiatief van KRO, VPRO, Filmfonds, Stimuleringsfonds en CoBO-fonds. Cinema Junior is erop gericht de artistieke

kinderfilm een nieuwe impuls te geven. Don, over een 12-jarige jongen die zich een plaats weet te verwerven op zijn nieuwe school dankzij zijn voetbaltalent, werd onder meer onderscheiden op filmfestivals in Hamburg, Tsjechië, Spanje en Uruguay. Twee nieuwe artistieke kinderspeelfilms in het kader van Cinema Junior II, Kikkerdril van Simone van Dusseldorp en De Indiaan van Ineke Houtman, zullen in 2009 in de bioscopen te zien zijn.

De KRO-productie Marathon Girl van Maria Peters werd rond de Olympische Spelen in Peking uitgezonden op Z@PP. Deze korte film was ook in twaalf andere Europese landen te zien en in Mexico en China als onderdeel van het project Olympic Fire. Marathon Girl werd gemaakt in het kader van een jaarlijkse uitwisseling van korte jeugdfilms van de EBU.

In september bracht de NPS weer de Avond van de Korte Film met aandacht voor de beste en bijzondere korte films uit binnen- en buitenland. Nederland 2 zond tien korte films uit, die geproduceerd werden in het kader van de zevende editie van Kort! De films werden afgewisseld met gesprekken met verschillende jonge makers. Kort! is een jaarlijks project waarbinnen tien makers de kans krijgen een korte film te realiseren.

Prestatieafspraken 33-37

	Afspraak	Realisatie
33 - Jaarlijkse mix aan fictievormen	Mix bevat variatie aan fictievormen	Gerealiseerd: De publieke omroep heeft in 2008 een breed scala aan fictievormen gebracht, zowel Nederlands als buitenlands. Voorbeelden van fictievormen in 2008 zijn: Educatieve fictie Bv. docudrama, maar ook drama gericht op het leren van vaardigheden aan kinderen, zoals Sesamstraat). Drama Hieronder vallen alle films en series met een literaire en/of culturele waarde. Bijvoorbeeld auteursdrama, politiek- en maatschappelijk drama. Overige fictie Onder overige fictie valt alle fictie die niet is onder te brengen in de bovenstaande categorieën. Dit type drama is lichtvoetig en vooral op ontspanning gericht. Bijvoorbeeld comedy, soap, melodrama, actie, en politiers
34 - Nieuw Nederlands drama (incl. jeugd-drama)	Jaarlijks 125 uur	Gerealiseerd: 256 uur
35 - Nieuwe Nederlandstalige dramaseries	Jaarlijks 2	Gerealiseerd
36 - Nederlandstalige vervolgserie van een bestaande titel	Jaarlijks 1 op elk televisienet	Gerealiseerd
37 - Budget Nederlands drama	Vanaf 2008 substantiële verhoging (€7 mln in 2008, oplopend tot €15 mln in 2011)	Gerealiseerd

Prestatieafspraken 39-40

	Afspraak	Realisatie	
39 - Participatie in Nederlandse speelfilms	Jaarlijks 18, waarbinnen jaarlijks twee Telescoopfilms	Gerealiseerd, uitgezonden op televisie respectievelijk release in	
		Nederlandse speelfilms	Aantal
		Uitgezonden speelfilms (inclusief korte films)	30
		Telescoopfilms	2
		Totaal	32
40 - Telefilms	Jaarlijks 6 geproduceerd	Gerealiseerd:	6

Radio

Expressie is voor radio het meest belangrijke domein. Vrijwel alle omroepen leverden in 2008 een bijdrage aan dit domein op een van deze zenders. In onderstaand overzicht zijn de grootste spelers in termen van zendtijd opgenomen.

Radio 2	AVRO	KRO	NCRV
3FM	BNN	VARA	NPS
Radio 4	AVRO	NPS	TROS
Radio 5	EO	VPRO	MAX
Radio 6	NPS	VPRO	KRO

Op Radio 1 bleven de vertrouwde, dagelijkse uitzendingen van NPS Kunststof, waarin een schrijver, acteur, kunstenaar, filmer een uur lang aan het woord komt over de passie voor zijn werk. Opium (AVRO) neemt in het weekend de culturele agenda door en blikkt vooruit op de culturele actualiteit van de komende week.

Prestatieafspraken 18

	Afspraak	Realisatie
Informatie over en aandacht voor actuele ontwikkelingen in de sfeer van kunst en expressie (Radio 1)	Dagelijks mini-maal 1 uur	Gerealiseerd: 1 uur per dag

Radio 2 besteedde ook in 2008 in het weekend veel aandacht aan theater, cabaret en kleinkunst, en bracht zelfgeproduceerde live-concerten.

Prestatieafspraken 19a

	Afspraak	Realisatie
Grote zelfgeproduceerde live-concerten	Radio 2: 5	Gerealiseerd: 5

3FM vervult met zijn onderscheidende profiel een belangrijke rol in het ontdekken van nieuwe Nederlandse muziek en is niet weg te denken bij de grote Nederlandse festivals.

Prestatieafspraken 21a

	Afspraak	Realisatie
21a - Verslag belangrijkste Nederlandse festivals, passend binnen muziekprofiel (3FM, FunX)	3FM: live-verslag	Gerealiseerd

Radio 4 heeft in 2008 veel nieuwe activiteiten binnen het domein expressie ondernomen. Zo zijn nu nog meer unieke historische opnames te horen en is de zender een nieuwe concertserie gestart: de Serreconcerten. Bijzondere projecten in 2008 waren de crossmediale activiteiten rondom de uitzending van de opera Lohengrin en het jubileum van het Koninklijk Concertgebouw-orkest, waarbij het publiek muziekstukken kon downloaden. Radio 4 ging door met de bestaande concertseries. In totaal zond Radio 4 niet minder dan 350 concerten uit in 2008, waarvan 90 zelfgeproduceerde klassieke concerten.

Prestatieafspraken 22-23

	Afspraak	Realisatie
22 - Dagelijkse concertregistraties (Radio 4)	2 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 2
23 - Zelfgeproduceerde klassieke concerten (Radio 4)	75	Gerealiseerd: 90

Muziekcentrum van de Omroep

Binnen de activiteiten van de publieke omroep op het gebied van kunst en expressie nemen die van de ensembles van het Muziekcentrum van de Omroep (MCO) een bijzondere plaats in. Daarbij gaat het in de eerste plaats om de concerten van AVRO, NPS en TROS in de spraakmakende concertseries van De Vrijdag van Vredenburg (Utrecht), ZaterdagMatinee en Zondagochtendconcert (beide in het Concertgebouw in Amsterdam). Deze zijn in toenemende mate niet alleen live en in herhaling te horen op Radio 4, maar ook te zien via Cultura en Nederland 2, terwijl de publieke omroep streeft ook de nieuwe media zo optimaal mogelijk in te schakelen.



Het meest duidelijke voorbeeld in het afgelopen jaar was de concertante uitvoering van Wagners opera Lohengrin door het Radio Filharmonisch Orkest en het Groot Omroepkoor. Dat gebeurde niet alleen in een uitverkocht huis op 2 februari tijdens de ZaterdagMatinee (en een succesvolle herhaling drie dagen later in Parijs), maar ook live via Radio 4, Cultura en Operalohengrin.nl. Deze speciaal voor dit concert ontwikkelde website bood liefhebbers tevens de gelegenheid om partituur, libretto en aanvullende informatie te raadplegen en om de hele opera, een documentaire en extra video- en audiomateriaal on-demand te bekijken en te beluisteren. Daarnaast verscheen op het omroepelabel QuattroLive een box van de opera met drie cd's en twee dvd's.

De twee klassieke orkesten en het Groot Omroepkoor speelden ook in 2008 een belangrijke rol in de vertolking van Nederlandse premières en wereldpremières die traditiegetrouw vooral in de ZaterdagMatinee aan bod komen. Zoals A Flowering Tree van John Adams, Hard Pace van Luca Francesconi, Grace van Joep Franssens, Offrande musical sur le nom de BACH van Charles Koechlin, Der Sturm van Frank Martin, het Tripelconcert van Olli Mustonen, het vioolconcert van Robin de Raaff, Riflesso sull'acqua van Richard Rijnovs, Searching for Roots van Erkki Sven Tüür en Mountain Top van Jacob ter Veldhuis. De Radio Kamer Filharmonie ontving in augustus de Muziekgebouw Prijs voor een eerdere wereldpremière van Richard Rijnovs.

Dit aanbod werd aangevuld met veel opmerkelijke concerten op locatie. Daarbij was ook in 2008 een belangrijke rol weggelegd voor het Metropole Orkest, dat op radio en TV actief was in een grote diversiteit aan genres: jazz, pop, klassiek, kleinkunst, filmmuziek, wereldmuziek, etc. Bijvoorbeeld: A Tribute to Joe Zawinul tijdens North Sea Jazz; een concert met death-metalband Noneuclid tijdens de Nederlandse Muziekdagen; filmmuziek tijdens De Vrijdag van Vredenburg; een musicalconcert tijdens de Uitmarkt; balkanmuziek tijdens het Eurovisie Songfestival in Belgrado; de Edison Jazz Awards in Eindhoven; etc.

In de programmering van Radio 5 op doordeweekse dagen bleef volop ruimte voor muziek voor een wat oudere doelgroep met bijvoorbeeld evergreens en chansons die je nergens anders hoort. Radio 5 wil ook hiernaast meer zelfgeproduceerde live-concerten brengen. Dit is in 2008 gedeeltelijk gelukt.

Prestatieafspraken 19b

	Afspraak	Realisatie
Grote zelfgeproduceerde live-concerten	Radio 5: 2	Niet gerealiseerd: 1 Niet gerealiseerd vanwege beperkte beschikbaarheid Radio 5-artisten en praktische bezwaren.

Radio 6 was ook afgelopen jaar het platform voor jazz en wereldmuziek van de publieke omroep, met bijvoorbeeld de uitgebreide registratie van North Sea Jazz en de concertregistraties op werkdagen.

	Afspraak	Realisatie
24 - Concertregistraties op werkdagen (Radio 6)	1 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1
25 - Programma van minimaal twee uur over kunst, expressie en wetenschap (Radio 6)	Dagelijks 1	Gerealiseerd: 1
26 - Radiodramaserie (verschillende zenders)	1 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1

FunX kende ook afgelopen jaar een onderscheidend multi-cultureel profiel gericht op stadsjongeren. De zender heeft onder andere een bijdrage geleverd aan het aanbod op het gebied van Expressie door zijn verslaggeving van Nederlandse festivals.

Prestatieafspraken 21-b

	Afspraak	Realisatie
Verslag belangrijkste Nederlandse festivals, passend binnen muziekprofiel (3FM, FunX)	FunX: live-verslag	Gerealiseerd

Internet

Op internet bieden de websites van het digitale themakanaal Cultura en van de kunst- en muziekprogramma's op televisie en radio een schat aan aanvullende informatie bij wat in de programma's aan bod is gekomen.

Een van de grote successen op het gebied van kunst op het internet was in 2008 het aanbod van tien gratis downloads van prachtige symfonieën, uitgevoerd door het Koninklijk Concertgebouworkest (KCO) ter gelegenheid van de viering van het 120-jarig bestaan van het orkest. De viering was een groot succes, met in de eerste week al 215.000 downloads. Volgens het International Music and Media Centre IMZ vestigde de speciaal door Radio 4, de AVRO en het KCO ingerichte website met deze actie een wereldrecord voor een klassieke muzieksite. Ook in 2008 ontwikkelde de AVRO, in samenwerking met het Nederlands Uitburo en de Museumvereniging, op internet de Cultuurgids, die een duidelijk overzicht geeft van de cultuuragenda in Nederland en gebruikers op basis van een zelf opgegeven profiel attendeert op voorstellingen en evenementen naar hun interesse.

De site van 3VOOR12 (VPRO) werd bekroond met een Tegel, een prijs voor journalistieke onafhankelijkheid.

In april 2008 werd de nieuwe website van Cultura gepresenteerd. De website kent vijf hoofdfuncties:

- nieuws en achtergronden – te vinden op de homepage. De nieuwsberichten blijven ook na enkele weken nog toegankelijk via het archief;
- tv-gids – informatie over alle kunstprogramma's bij de publieke omroep;
- on demand – alle programma's waar de rechten van zijn verworven zijn op ieder gewenst moment in een hoge kwaliteit op te roepen en te bekijken, vaak vergezeld van aanvullende informatie; Cultuur.gemist.nl – onderdeel van Uitzendinggemist.nl – wordt in het voorjaar van 2009 geïntegreerd in de website;
- dossiers – de redactie heeft dossiers aangelegd over een aantal kunstenaars, met geschreven informatie, beeld- en geluidsfragmenten, links, illustraties, etc. Deze dossiers worden ook de komende tijd verder verrijkt en in aantal uitgebreid;
- meeting point – gebruikers van Cultura kunnen rechtstreeks met elkaar in contact treden, overleggen over voorstellingen of nieuwe boeken, of afspraken maken. De weblogs van bekende kunstenaars en gebruikers van Cultura zijn ook onderdeel van het meeting point.

Prestatieafspraken 31

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke muziek-portals	2	Gerealiseerd: 2

Prestatieafspraken 32

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke portal met het internetaanbod over kunst en expressie	1	Gerealiseerd: 2

3.6 Kennis

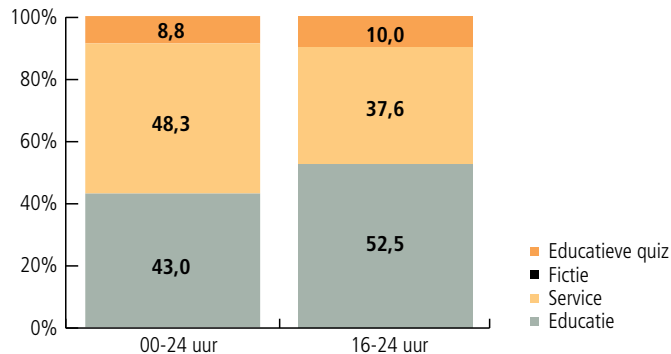
Het domein Kennis omvat feitelijke informatie, waaronder ook (wetenschappelijke) kennis over uiteenlopende terreinen als gezondheid, consumentenproducten, dier, milieu, geschiedenis, persoonlijke ontwikkeling en leefstijlen. Hierbinnen valt tevens educatie: de doelbewuste overdracht van kennis en vaardigheden.

Televisie

Kennis kent als aanbodscategorieën **Educatieve quiz** (onder andere Nationale IQ Test (BNN), Per seconde wijzer (VARA)), **Fictie** (onder andere Zandkasteel (Teleac), Sesamstraat (NPS)), **Service** (onder andere Op Uw Gezondheid (EO), Radar (TROS), Vinger aan de pols (AVRO), Nederland in beweging (MAX)) en **Educatie** (onder andere Verre verwanten (Teleac), Galileo (EO), Willem Wever NCRV)).

Aanbod: Kennis uitgesplitst naar CCC / 2008

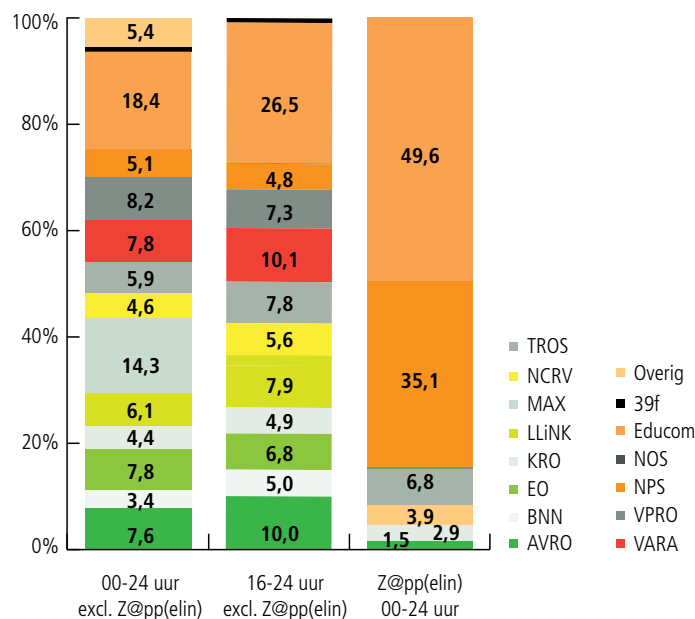
per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



De twee grootste categorieën zijn Educatie en Service, op afstand gevolgd door Fictie en Educatieve quiz.

Aanbod: Aandeel omroep in domein Kennis / 2008

Per tijdvak en voor Z@pp(elin)



Niet geheel verrassend is Educom de grootste speler binnen het domein, gevolgd door Omroep MAX, en de VARA. Op Z@PP is de NPS de een na grootste speler. Dit kan vrijwel geheel worden toegeschreven aan Het Klokhuis. Voor het overige geldt dat de grote variëteit aan omroepen garant staat voor een evenzo grote verscheidenheid aan programmering.

Prestatieafspraken 54

	Afspraak	Realisatie
Educatieve/vormende programmering van Educom (nieuw en herhaling, incl. schooltv)	Jaarlijks 500 uur (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1033 uur

Teleac/NOT brengt dagelijks op Nederland 3 Schooltv, gericht op peuters, basisschoolleerlingen, leerlingen in het voortgezet onderwijs en hun leerkrachten. 92% van alle scholen voor primair onderwijs en circa 60% van de docenten in het voortgezet onderwijs maakt gebruik van Schooltv. Peuter TV bracht programma's als Het Zandkasteel, Tweenies en Teletubbies, die goed in te passen zijn in de activiteiten van kinderdagverblijven en peuterspeelzalen. In oktober koos een vakjury weer de drie beste leraren van het jaar.

Van de RVU kwam begin 2008 op Nederland 3 de achtdelige programmareeks Aan de Bak, waarin kandidaten zich moesten bewijzen tegenover een sollicitatiecommissie met als inzet een baan. In het najaar volgde een nieuwe reeks.

De VPRO kwam op Nederland 2 met Noorderlicht Nieuws, een wekelijks journaal met nieuws over wetenschap en belangrijke technologische doorbraken, en Dat kan beter!, waarin wetenschappers discussieerden over de vraag hoe de wetenschap de mens of zijn omgeving kan verbeteren.

Prestatieafspraken 55

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe programma's over wetenschap	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 38 uur

Het genre educatieve kennisquizen bestond in 2008 onder andere uit Tien voor Taal (KRO), Twee voor Twaalf en Per Seconde Wijzer (VARA), de Nationale IQ Test (BNN), het Groot Dictee der Nederlandse Taal (NPS) en de Nationale Wetenschapsquiz (VPRO).

Prestatieafspraken 56

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe educatieve kennisquizen	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 122 uur

Teleac bracht op Nederland 1 vanaf juli 2008 13 nieuwe afleveringen van Hoe?Zo!, een populairwetenschappelijke spelshow waarin twee bekende Nederlanders het tegen elkaar opnemen. De VARA verzorgde met Nieuwslicht op Nederland 3 een wekelijks wetenschappelijk magazine waarin de wetenschappelijke aspecten van de actualiteit aan bod komen.

Prestatieafspraken 58

	Afspraak	Realisatie
Slots in primetime voor (populair) wetenschappelijke programmering	Jaarlijks 1	Gerealiseerd: 2 slots

Klootwijk aan Zee (RVU) maakte voor Nederland 2 in de zomer van 2008 acht nieuwe afleveringen met wetenswaardigheden over en ontmoetingen in de wereld van vis en visserij.

Kassa TV van de VARA had in 2008 zijn reguliere wekelijkse uitzendingen op Nederland 1 en daarnaast op Nederland 2 Kassa 2, later omgedoopt in Kassa De Verlenging.

Net als Kassa stelt TROS Radar kwalijke verkooppraktijken, onjuiste voorlichting en slechte producten aan de kaak. Kassa en Radar trokken in 2008 gemiddeld 1.365.000 resp. 1.916.000 kijkers.

De Keuringsdienst van Waarde van de RVU bracht een nieuwe serie consumentenprogramma's met reportages over voedselveiligheid en consumenteninformatie. In de eerste vier afleveringen van deze serie deden kinderen het werk van de Keuringsdienst van Waarde. Daarna namen de vaste verslaggevers het weer over.

In het genre natuur en milieu kent het populaire zondagochtendradioprogramma Vroege Vogels sinds 2007 ook een wekelijkse uitzending op TV met natuurnieuws en oude en nieuwe inzichten over onze flora en fauna. Teleac en VPRO verrichtten samen met wetenschappelijke organisaties voorbereidend werk voor het in 2009 te lanceren digitaal wetenschappelijk platform, Wetenschap24.nl

Radio

Op het gebied van consumentennieuws verzorgt de VARA dagelijks de rubriek Kassa Radio, eveneens op Radio 1. Dit programma is onderdeel van een crossmediale aanpak van Kassa dat ook via televisie en internet problemen en klachten over producten, bedrijven en maatschappelijke instellingen behandelt.

Ook in 2008 was Vroege Vogels, het natuur- en milieu-programma van VARA Radio te beluisteren op Radio 1. Elke zondagochtend tussen acht en tien uur worden een half miljoen Nederlanders wakker met geluiden van fluitende vogels, burlende edelherten, ruisende bomen en klassieke muziek. Op de radio zijn ook geschiedenisprogramma's te horen. Zie kader op pagina 65.

Binnen het domein kennis is eveneens op radio een belangrijke rol voor Educom weggelegd. Voorbeelden zijn Familie Nederland (RVU), Hoe?Zo! Radio (Teleac/NOT), dat iedere werkdag



de wetenschap van alle dag belicht, en Verre Verwanten Radio (Teleac/NOT). Dit laatste programma gaat het land in, op zoek naar oude verhalen op historisch belangrijke plekken en laat zo door interviews, reportages en historische fragmenten het verleden weer tot leven komen.

Prestatieafspraken 52

	Afspraak	Realisatie
Educatieve programmering door Educom (Radio 5)	Jaarlijks 500 uur (inclusief herhaling)	Gerealiseerd: 503 uur

Op Radio 1 brengt Noorderlicht Radio (VPRO) wekelijks nieuws en achtergronden over wetenschappelijke onderzoeken en ontdekkingen. Het programma verhuisde in augustus 2008 van de dinsdagochtend naar Villa VPRO op de dinsdagmiddag. Daar trekt Noorderlicht Radio gemiddeld 115.000 luisteraars. De TROS brengt wekelijks in Radio Online het laatste nieuws over internet, computers en telecommunicatie. Ook dit programma verhuisde in augustus: van de dinsdagavond naar de late zaterdagmiddag op Radio 1.

Prestatieafspraken 53

	Afspraak	Realisatie
Wetenschapsprogramma (Radio 1)	Wekelijks 2 programma's (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 2

Internet

Veel programma's in het domein kennis hebben uitgebreide websites die niet alleen achtergrondinformatie leveren bij radio- of televisieprogramma's, maar die zelf dagelijks het nieuws bijhouden op hun specifieke deel terrein. Daarnaast kunnen kijkers en luisteraars op veel van deze sites zelf foto- en filmmateriaal uploaden. Daarmee verrijken ze deze websites en betrekken ze anderen bij hun verhaal, of het nu om een ondeugdelijk product, gebrekkige dienstverlening, een natuurbedreigend bouwplan of de eerste zwaluwen van het jaar gaat.

Binnen het domein Kennis heeft de publieke omroep twee grote portals: Nederland-e en de geschiedenisportal /Geschiedenis (zie ook kader hiernaast).

Prestatieafspraken 59

	Afspraak	Realisatie
Gezamenlijke portal met het internet-aanbod over kennis en wetenschap	1	Gerealiseerd: 1

Geschiedenis

Radio

OVT (VPRO) brengt al sinds 1992 wekelijks twee uur historische radio op zondagochtend op Radio 1, met korte reportages, documentaires, interviews met historici en radiocolumns over alle mogelijke historische onderwerpen. OVT is samen met Met het Oog op Morgen (NOS) het best gewaardeerde programma van Radio 1. Het programma heeft ook in 2008 zijn publiek weten vast te houden, met een gemiddelde van 240.000 luisteraars over twee uur.

Familie Nederland van de RVU startte in september 2008 op Radio 5. Het programma behandelt dagelijks thema's van vroeger, daarin bijgestaan door een familieraad. Op de website kan de luisteraar Familie Nederland volgen en bekijken welke thema's de revue passeren. Daar staan ook de profielen van de familieraadsleden. Familie Nederland wordt op Radio 5 dagelijks uitgezonden sinds september 2008.

Televisie

Het wekelijkse programma Andere Tijden op Nederland 2 heeft zich in de ruim acht jaar van zijn bestaan tot een sterk merk ontwikkeld. Het vertelt de verhalen van de 20e eeuw, meestal met een link naar de actualiteit. In 2008 keken elke week zo'n half miljoen mensen naar het programma. Andere Tijden bracht in dat jaar ook twee documentaires van vijftig minuten: De Andere Familie Frank over het leven van het Joodse gezin Frank uit Ochten, en een portret van Joop den Uyl.

In de zomer van 2008 lanceerde Andere Tijden in samenwerking met NOS Studio Sport op Nederland 1 Andere Tijden Sport, met historische reportages over sportonderwerpen. Andere Tijden Sport behaalde gemiddeld 710.000 kijkers en werd genomineerd voor de Televiziering en voor de Beeld en Geluid Awards 2008.

Sinds 2004 maakt Andere Tijden ieder jaar één bijzondere aflevering van dubbele lengte: de Andere Tijden Special. Anders dan bij een gewone aflevering zijn blijven de interviews achterwege: het archiefbeeld staat centraal. De specials werden in september 2008 geclusterd herhaald en werden goed bekeken en hoog gewaardeerd.

In 2008 zijn bovendien drie thema-avonden uitgezonden op Nederland 3: Made in de Sixties, Made in the Seventies en Made in the Eighties. Er keken opvallend veel jongeren naar deze programma's.

Een vast onderdeel van het geschiedenis-aanbod is de Grote Geschiedenis Quiz, een jaarlijks evenement samen met *de Volkskrant* en het *Historisch Nieuwsblad*.

De tweede serie van In Europa ging eind november 2008 van start op Nederland 2 en als crossmediaal offensief. Opnieuw hoorde het tot de best bekeken programma's van Nederland 2. Een van de afleveringen uit de eerste reeks kreeg in juni 2008 de persprijs voor het beste televisieprogramma van het Europees Parlement Bureau Den Haag.

NPS en VPRO waren als coproductent betrokken bij het grootschalige project van IDTV, Verleden van Nederland. Ook deze achtjarige televisieserie, uitgezonden in de

herfst van 2008, werd begeleid door een massief crossmediaal geschiedenisoffensief. Verder waren in 2008 Verre Verwanten en De Geschiedenis van Nederland in 12 Moorden van Teleac, Kaaskoppen en Waterlanders (NCRV) en Wij zijn de Geschiedenis van de KRO te zien.

De website /Geschiedenis, met als vaste onderdelen onder meer Anderetijden.nl en Vpro.nl/ovt, en /Geschiedenis TV is in enkele jaren uitgegroeid tot verreweg de grootste en best bezochte geschiedenisite van Nederland. Er zijn gemiddeld 300.000 bezoekers per maand, die samen één miljoen pagina's (inclusief video- en audiobestanden) bekijken. De site bevat honderden uren aan audiovisueel materiaal. Niet alleen zijn praktisch alle oude uitzendingen van Andere Tijden en OVT te zien en te beluisteren, er staan ook honderden andere historische film- en audiofragmenten op. Sinds 2005 is ook het digitale kanaal /Geschiedenis TV een integraal onderdeel van de site. Een ander succesvol onderdeel van de website is de online quiz Netspanning. Het spel heeft vijftigduizend geregistreerde spelers, nog afgezien van de duizenden gastspelers. /Geschiedenis won in 2008 de NVJ-Tegel, als beste crossmediale internetproductie.

Themakanaal

Het digitale themakanaal /Geschiedenis TV is met een gemiddeld waarderingscijfer van 7,4 het hoogst gewaardeerde themakanaal van de publieke omroep. Kijkcijfers zoals bij de 'ouderwetse' televisiekanaalen kunnen nog niet worden gemeten. Wel staat vast dat maandelijks meer dan 300.000 mensen ten minste één keer naar /Geschiedenis TV kijken via een set-top box. Daarnaast heeft het themakanaal op de website elke maand zo'n 170.000 pageviews.

Op Plaatsvanherinnering.nl, de interactieve historische kaart van Nederland, brengt /Geschiedenis TV het collectieve geheugen van Nederland in kaart. /Geschiedenis TV maakt minidocumentaires die op het themakanaal te zien zijn en vervolgens op de site als basis dienen voor het uploaden van herinneringen van bezoekers. Er wordt samengewerkt met de Universiteit van Amsterdam en het Nationaal Archief.

Prestatieafspraken 57

	Afspraak	Realisatie
Nieuwe programma's over geschiedenis	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 70 uur

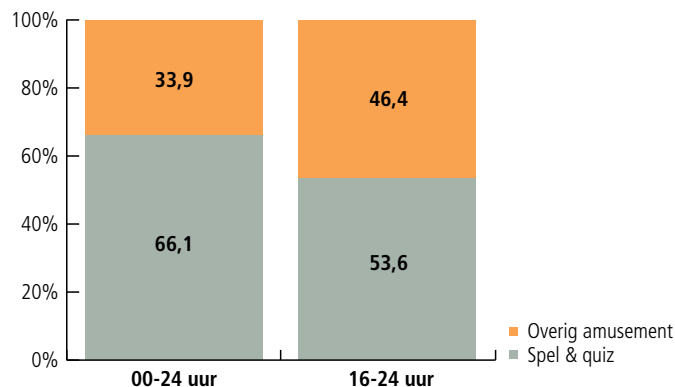
3.7 Amusement

Amusement is een wezenlijk onderdeel van de taak van de publieke omroep, met als doel mensen te verbinden, te verrijken en te verrassen. Het domein Amusement omvat al het aanbod dat primair bedoeld is ter ontspanning. Binnen de publieke omroep is het vooral het platform Televisie dat wordt ingezet voor dit domein. Televisie is immers voor veel mensen

de belangrijkste vrijetijdsbesteding en bron van ontspanning. Binnen het totale aanbod op alle drie de televisiezenders van 00-24 uur nam amusement overigens in 2008 een bescheiden plaats in: een kleine 7% (5,5% exclusief Z@PP en Z@ppelin).

Aanbod: Amusement uitgesplitst naar CCC / 2008

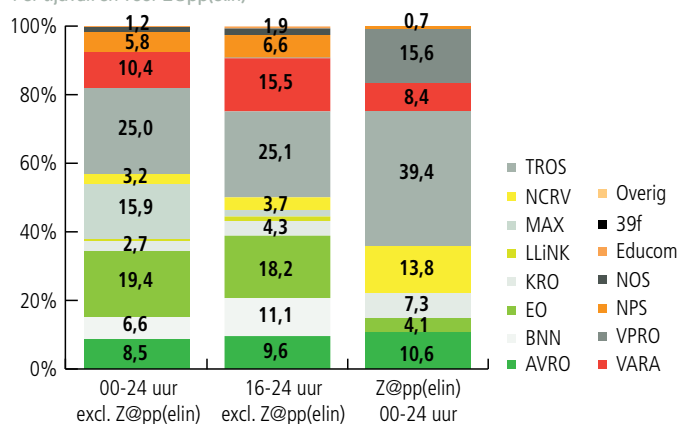
per tijdvak exclusief Z@pp(elin)



De twee aanbodscategorieën in het domein amusement zijn **spel en quiz** – zoals Wie is de Mol? (AVRO), Expedition Unlimited (LLiNK), Een van de Acht (EO), Slag om Pampus (NCRV) – en **overig amusement** waartoe onder andere Lingo (TROS), That's The Question (EO), Try before you Die (BNN), In de Hoofdrrol (AVRO), Mooi! Weer de Leeuw (VARA) en Ranking the Stars (BNN). Uit bovenstaand overzicht blijkt dat spel en quiz in 2008 de grootste categorie vormden.

Aanbod: Aandeel omroep in domein Amusement / 2008

Per tijdvak en voor Z@pp(elin)



De TROS, de EO en Omroep MAX leveren dankzij hun dagelijkse spelprogramma's Lingo, That's The Question en De

Geheugentrainer in tijd gemeten het grootste aandeel aan amusementsprogramma's, respectievelijk 25%, 19% en 16%.

Met populaire programma's als Mooi! Weer De Leeuw (VARA), Raymann is Laat (NPS) en Boer zoekt Vrouw (KRO) bood de publieke omroep in 2008 een breed en gevarieerd palet aan vermaak dat de diversiteit in bevolkingsgroepen en smaken in de bevolking goed weerspiegelt. Mooi! Weer De Leeuw haalde in oktober maar liefst 2.435.000 kijkers. Andere programma's die het goed deden waren Gewoon Jan Smit, Jan Smit de Zomer Voorbij (TROS) en Ranking the Stars (BNN). Twinzz, een talentenjacht voor muzikale tweelingen van de TROS bleef daarentegen in het voorjaar wat achter bij de verwachtingen.

Op het gebied van jeugd amusement op Z@PP en Z@ppelin is de TROS weer de grootste speler met programma's als Real Djumbo, De Wereld is Mooi, en Te Leuk om Waar te Zijn.

Met populaire programma's als Mooi! Weer De Leeuw (VARA), Raymann is Laat (NPS) en Boer zoekt Vrouw (KRO) bood de publieke omroep in 2008 een breed en gevarieerd palet aan vermaak dat de diversiteit in de bevolking goed weerspiegelt





nieuwe ook op
 de publieke
 omroep
 content
 valt te
 Daarom hebben
 de
 met zijn
 daar
 van
 randvoorwaarden
 creëren
 tot aan
 de werkt
 die
 ervoor
 NRO
 die
 zorgen
 dat de
 publieke
 content
 platformen
 omroepen
 recht
 komt.

4. I&NM en DTU

4.1 Innovatie en nieuwe media

Mediaconsumptie is aan het fragmenteren en aan het verschuiven. Om hier als mediaorganisatie adequaat mee om te gaan heeft de publieke omroep drie relevante processen geïdentificeerd, namelijk een toekomstbestendige contentverzekering, de transformatie naar een mediabedrijf en een goede positionering op platforms. In 2008 is hier op de volgende manieren aan gewerkt.

Toekomstbestendige contentverzekering

Content moet flexibel kunnen worden ingezet voor diverse vormen van mediaconsumptie. Dit uit zich zowel in de wijze van productie van de content als in de wijze waarop intellectuele eigendomsrechten worden overgedragen of gelicentieerd. Daarom heeft de publieke omroep afgelopen jaar gewerkt aan het toekomstbestendig maken van content en businessmodellen. Op dit moment zijn we in een vergevorderd stadium van onderhandelingen met betrekking tot de intellectuele eigendomsrechten van programma's, zowel aan de kant van de productie als aan de kant van de distributie. Hierin hebben de gesprekspartners stappen gezet om het mogelijk te maken de programma's zowel online als via specifieke diensten als Uitzending Gemist via de digitale kabel naar het publiek te brengen. Met name online speelt hierin ook de beschikbaarheid en vindbaarheid op langere termijn een grote rol. Zoals gezegd speelt ook een vormelement een belangrijke rol bij toekomstbestendige contentverzekering. Zo heeft de publieke omroep de afgelopen tijd een aantal programma's in korte vorm beschikbaar gesteld, zowel online als mobiel. Voorbeelden zijn de vodcasts van De Wereld Draait Door en Pauw & Witteman en de Micro-movies van de NPS. Dit aanbod zal de komende tijd nog verder toenemen.

Transformatie naar mediabedrijf

Platformoverstijgende inzet van content speelt in de toekomst een steeds grotere rol. Hot Spot en het festival NPOX hebben via evenementen in 2008 kennisdeling binnen het publieke bestel gestimuleerd, met name op die gebieden waar de verandering van de mediaconsumptie de grootste consequenties kent. Ook hebben zij workshops georganiseerd in samenwerking met verschillende omroepen om aan concrete ontwikkelingen in het medialandschap invulling te geven binnen de organisatie. Tussen de verschillende platforms rond crossmediale processen en projecten vindt coördinatie en afstemming

plaats, om op die wijze meer mogelijkheden te creëren om cross-medialiteit binnen het bestel een stap verder te brengen.

Goede positionering op platforms

De publieke omroep wil met zijn content daar zijn waar het publiek is of te verwachten valt. Daarom hebben de omroepen en de NPO gewerkt aan het creëren van randvoorwaarden die ervoor zorgen dat de publieke content ook op nieuwe platforms tot zijn recht komt. In 2008 waren twee publieke netten beschikbaar via mobiele televisie (DVB-H). Daarnaast heeft de publieke omroep een sterke positie verworven via mobiel internet, door applicaties te lanceren met diensten voor mobiele telefoons. Voorbeelden zijn NOS op mobiel en Uitzending Gemist op mobiel, maar ook Serious Request en de Top 2000. Deze applicaties zijn onderling verbonden, waardoor de gebruiker alle publieke mobiele diensten met één druk op de knop beschikbaar heeft. Bij digitale televisie worden alle twaalf themakanalen doorgegeven door de belangrijkste kabeldistributeurs, op onderling af te stemmen kanaalnummers.

4.2 Distributie, Technologie & Uitzending

In 2008 heeft de publieke omroep gewerkt aan verhoging van de technische kwaliteit van radio- en televisieprogramma's en versterking van de positie van de kanalen en zenders in het digitale domein. Daarnaast hebben wij geëxperimenteerd met nieuwe radio- en televisiediensten en -systemen zoals HDTV, DVB-H, IPTV via 3G-netwerken en Surround Sound.

In onderstaand overzicht is de realisatie van de doelstellingen en acties van het afgelopen jaar opgenomen.

Doelstellingen	Voorgenomen Acties	Realisatie
<ul style="list-style-type: none"> Tv-netten digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DVB-T) 	<ul style="list-style-type: none"> Opbouw digitale aardse tv-zendernet in Nederland voltooiën. TV-netten digitaal overal beschikbaar via dak- of gevelantenne en met kamer-antenne. Verbeteren in-huis ontvangst van DVB-T. 	<ul style="list-style-type: none"> Landelijke publieke TV-netten en radiozenders in 98% van Nederland digitaal beschikbaar via dak- of gevelantenne. Europese aanbesteding afgerond. In de Randstad is in-huis ontvangst vrijwel overal mogelijk. In de rest van het land alleen rondom de DVB-T zenders.
<ul style="list-style-type: none"> Pilot: distributie HDTV-programma's 	<ul style="list-style-type: none"> Rond de grote sportevenementen in de zomer van 2008 (EK Voetbal en Olympische Spelen) zal door middel van aanpassingen in DDV (De Digitale Voorziening) en met behulp van de nieuwe eindregies geëxperimenteerd worden met HD-simulcasten van Nederland 1, 2 en 3 via de kabel en IP-serviceproviders. 	<ul style="list-style-type: none"> EK Voetbal, Tour de France en Olympische Spelen gesimulcast in HD via digitale kabel en satelliet. Tevens als pilot op IPTV-netwerk van KPN en als internetstream beschikbaar geweest.
<ul style="list-style-type: none"> Invoeren van digitale voorzieningen binnen de publieke omroep ('Digitaal Platform') 	<ul style="list-style-type: none"> Het aantal omroepen dat op DDV is aangesloten wordt in 2008 verder uitgebreid met als doel alle omroepen gebruik te laten maken van DDV vanaf 2008. Ten behoeve van digitale aanlevering en productie van promomateriaal door omroepen zullen in 2008 in DDV voorzieningen worden gerealiseerd. Deze voorzieningen worden geïntegreerd met de Multichannel Playout. Verdere integratie van radio, televisie, themakanalen en internet maakt onderdeel uit van Plateau 2 van DDV, dat als project eind 2007 zal starten. 	<ul style="list-style-type: none"> Vrijwel alle omroepen zijn aangesloten op de DDV. Per 1-1-2010 kan niet meer op tape worden aangeleverd en moet iedereen aangesloten zijn. Aanleverproces promomateriaal geautomatiseerd via DDV. Aanleverproces programma's is verbeterd.
<ul style="list-style-type: none"> Verdere verbetering van de ontvangstkwaliteit van de publieke FM-radiostations 	<ul style="list-style-type: none"> Na de herindeling van de FM-band in 2003 zijn grote gaten gevallen in de landelijke verzorging van Radio 1, 2, 3FM en Radio 4. Ondanks de inzet van 31 FM-steunzenders treden nog steeds ontvangstproblemen op. De NPO tracht deze problemen weg te nemen door inzet van meer steunzenders en verbetering van de geluidskwaliteit. 	<ul style="list-style-type: none"> Verbetering dekking Radio 1. Door middel van audioprocessing verbetering geluidskwaliteit 3FM gerealiseerd.
<ul style="list-style-type: none"> Introductie van digitale radio in de FM-band 	<ul style="list-style-type: none"> Op basis van de nieuwe uitzendstandaard FMextra kan op de bestaande FM-zendernetten een beperkt aantal extra digitale radiostations worden uitgezonden. Sommige commerciële radiostations zijn daar al mee gestart. De introductie van FMextra in de huidige zendernetten van Radio 1, 2, 3FM en Radio 4 wordt afhankelijk gesteld van de komst van meer commerciële en overige publieke radiostations in FMextra en de introductie van FMextra-radio-toestellen in de markt. 	<ul style="list-style-type: none"> Niet gerealiseerd omdat de markt (commerciële stations) hier mee stopte.
<ul style="list-style-type: none"> Radiostations digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DAB+) voor zowel mobiele als portable binnenhuis ontvangst 	<ul style="list-style-type: none"> Modernisering van het bestaande DAB-zendernet om te voldoen aan de nieuwe standaard DAB+. Verdere uitbreiding van het zendernet van 70% naar 90% bevolkingsverzorging voor mobiele en portable binnenhuisontvangst. De ombouw en uitbreiding worden afhankelijk gesteld van de DAB-vergunningverlening aan commerciële en overige publieke radiostations 	<ul style="list-style-type: none"> Vanwege onduidelijkheid over het toetreden van meer radiostations tot DAB en de komende veiling van frequenties is de NPO terughoudend geweest en is alleen de huidige DAB-dienstverlening doorgezet.



Doelstellingen	Voorgenomen Acties	Realisatie
<ul style="list-style-type: none"> • Popularisering wifi-radio 	<ul style="list-style-type: none"> • De landelijke publieke omroep biedt het luisterpubliek vele tientallen webradiostations. Tot voor kort konden die stations slechts beluisterd worden met multimedia-PC's. Nu steeds meer separate wifi-radio-toestellen voor de ontvangst van webradio op de markt verschijnen, neemt de NPO de taak op zich het publiek voor te lichten, zoveel mogelijk van de eigen radiostations op wifi-radiotoestellen door te geven en geschikte metadata te leveren om het vinden van deze stations te vergemakkelijken. 	<ul style="list-style-type: none"> • Via de portal Omroep.nl is uitgebreide informatie verschenen over hoe men kan luisteren naar digitale radio, inclusief internetradio en met verschillende toestellen. • In internetstreams wordt meer programma-informatie meegezonden.
<ul style="list-style-type: none"> • Bieden van surround sound-geluid bij digitale radio- en tv-uitzendingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Naast Concertzender en Radio 4 ook Radio 2 in surround sound via internet laten uitzenden. Deze stations ook in surround sound via digitale kabel beschikbaar maken. Bovendien Radio 4 ook via de satelliet in surround sound laten uitzenden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Radio 2 in Concert is via het internet beschikbaar gekomen. Radio 4 zendt via de satelliet uit in surround sound. Internetdoorgifte van Radio 4 en Concertzender is gecontinueerd.
<ul style="list-style-type: none"> • Radio 1 in de lucht in Zwitserland en Oostenrijk tijdens Europees kampioenschap Voetbal 2008 	<ul style="list-style-type: none"> • Tijdens de EK-voetbalwedstrijden waaraan Nederland zal meedoen wordt lokaal, in de Zwitserse en Oostenrijkse stadions waar wordt gespeeld, Nederlands commentaar uitgezonden op de FM-band. De Nederlandse supporters kunnen luisteren naar voor- en nabeschouwingen van de wedstrijden en interviews met de spelers. 	<ul style="list-style-type: none"> • In alle steden waar het Nederlands elftal speelde zijn lokale frequenties geregeld en radio-uitzendingen verzorgd. Radio's werden ter plekke uitgedeeld door promotieteams.
<ul style="list-style-type: none"> • AAC+ in audiodownloads 	<ul style="list-style-type: none"> • Naast AAC+ voor live streaming/simulcasting zal de hoge kwaliteit audio codec AAC+ ook ingevoerd worden bij het radio-encodingplatform en gebruikt kunnen worden voor audiodownloads, podcasts en surround sound 	<ul style="list-style-type: none"> • AAC+ wordt gebruikt voor live streaming en speciale downloads. Omdat de belangrijkste mobiele mediaplayers (inclusief ipods) geen AAC+ ondersteunen is implementatie voor podcasts achterwege gelaten. Dit wordt meegenomen in de vervanging van het radio-encodingsysteem in 2009.
<ul style="list-style-type: none"> • Mobiele video 	<ul style="list-style-type: none"> • Indien de overheid overgaat tot vergunningverlening voor DMB-T uitzendingen dan zal de NPO er naar streven mobiele video ook via DMB-T door te gaan geven (naast doorgifte via DVB-H). 	<ul style="list-style-type: none"> • Een experiment met MTVNL is succesvol afgesloten. Voor een mogelijk vervolg moet gewacht worden op de resultaten van de veiling (voorjaar '09) • Er is een overeenkomst aangegaan met Digitenne inzake doorgifte van twee publieke omroepkanalen via DVB-H (Nederland 1 en 3). Gestreefd wordt in 2009 Nederland 2 toe te voegen.
<ul style="list-style-type: none"> • Digitaal werkproces Radio 4 	<ul style="list-style-type: none"> • Delen van het werkproces van Radio 4 zijn nog niet geoptimaliseerd. Er wordt voortgegaan met de opbouw van een volledig digitaal opname- en productieproces, gekoppeld aan een digitaal concertarchief op basis van de nieuwste archief- en productiestandaard voor audio (RF64 surround sound). • Aan het concertarchief wordt de uitzendmogelijkheid in surround sound gekoppeld. De bestaande muziekdatabase voor automatische uitspelen (Digi4) wordt geïntegreerd in het nieuwe systeem. Daarmee zal op termijn de uitzendkwaliteit wezenlijk kunnen verbeteren: betere geluidskwaliteit (24 in plaats van 16 bits) en surround sound. Er wordt zoveel mogelijk gestreefd naar standaardisering, ook met de andere radiostations van de NPO. Daardoor wordt een hogere efficiency bereikt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Het digitale werkproces voor Radio 4 is verder ontwikkeld en systemen zijn geïmplementeerd en in gebruik genomen. De werkprocessen van Radio 4 zijn de blauwdruk voor andere radiozenders. Voor Radio 6 zijn de projecten gestart. • Surround Sound voor Radio 4 ingevoerd en is beschikbaar via de satelliet.
<ul style="list-style-type: none"> • Ondertiteling van streams 	<ul style="list-style-type: none"> • De gebruiker krijgt de mogelijkheid om binnen de streams ondertitels te tonen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niet gerealiseerd. Wel zijn TT888 bestanden in de Uitzending Gemist backend geïntegreerd, maar de player moet in 2009 verder aangepast worden.



Overige gerealiseerde projecten technologie en distributie

- Door een nieuwe architectuur en werkwijze heeft de NPO de toelevering van programma's voor Uitzending Gemist aan de diverse distributieplatformen verbeterd, zowel in tijd als aantal. 95% van de programma's is binnen 15 minuten beschikbaar. Op Uitzendinggemist.nl zijn de streams, van die programma's waarvoor de rechten geregeld zijn, binnen 25 minuten opvraagbaar. In de praktijk is dat gemiddeld na 8 minuten.
- Mobiel internet is een grotere rol gaan spelen als distributie-

platform. Naast de genoemde DVB-H-kanalen is Uitzending Gemist via de smartphone beschikbaar gekomen, zowel via een dedicated applicatie als via de mobiele website. Ook zijn de radiostreams via mobiel internet beluisterbaar.

- De Europese aanbesteding voor satellietdistributie is succesvol afgerond. Tevens heeft OCW toestemming verleend voor distributie van themakanalen via de satelliet.
- De NPO heeft een nieuw platform voor acht radiothemakanalen gerealiseerd en de eerste drie kanalen zijn live gegaan.



5. Samenwerking

Internationaal

De NPO nam ook in 2008 actief deel in de EBU (European Broadcasting Union), het samenwerkingsverband van de publieke omroepen in Europa op programmatisch, technisch, juridisch en lobbygebied. Een ingrijpende herinrichting domineerde veel overleg. Zowel externe omstandigheden (technologische ontwikkelingen, de groei van de concurrentie en de grotere bemoeienis van de Europese Commissie) als de groei van de activiteiten maakten het nodig dat de EBU-leden de structuur en de aansturing van de werkorganisatie tegen het licht hielden. Na langdurige studie en discussie heeft de EBU uiteindelijk besloten het omvangrijkste onderdeel daarvan ('Eurovision Operations') niet om te vormen tot een commercieel dochterbedrijf, maar tot een 'internal profit centre', waarin naast het distributienetwerk ook activiteiten als nieuwsuitwisseling en sportaankoop een plaats vinden. Hiermee doet de EBU recht aan de wens van de leden om vooral de nadruk te leggen op de kwaliteit van de dienstverlening, prioritaire behandeling voor leden en het beperken van risico's. Tegelijk is ook de betrokkenheid van de omroepen in het beheer verbeterd. Daartoe heeft de organisatie een Sport- en een Nieuwscommissie alsmede een Operationsraad gevormd. Als eerste voorzitter van Nieuwscommissie is Hans Laroës, hoofdredacteur NOS Nieuws, gekozen (tevens q.q. lid van de Operationsraad). Al eerder had de EBU een start gemaakt met een verbetering van de 'governance'-structuren van de hele organisatie. Na een overgangsfase kozen de leden eind 2008 de eerste reguliere Executive Board van elf personen. Verder heeft de EBU onder andere een veranderingstraject ingezet ten aanzien van het EBU-management en heeft zij een aanzet tot een visie/missiedocument geformuleerd. De NPO was nauw betrokken bij deze ontwikkeling. In 2008 waren we bijvoorbeeld in vijf van de zes Commissies vertegenwoordigd.

Natuurlijk was 2008 vooral ook een belangrijk sportjaar met als hoogtepunten het EK Voetbal en de Olympische Spelen. Met name voor de verslaglegging van dat laatste evenement was Eurovision Operations van cruciaal belang. Niet alleen voor het verwerven van de rechten, maar ook voor het bieden van faciliteiten in Peking en de distributie van de beeld- en geluidssignalen. Voor het voetbalkampioenschap gold dat in iets mindere mate, omdat de UEFA de Europese radio- en TV-rechten niet aan de EBU had gegund. Aan het eind van het jaar werd duidelijk dat ook het Olympisch Comité – voor het eerst

sinds 1956 – deze weg zou opgaan voor de Spelen van 2014 en 2016. Hoewel het dus moeilijker wordt om voor de gezamenlijke Europese publieke omroep grote internationale sportrechten te verwerven, beschikte de EBU eind 2008 nog over (meestal langjarige) contracten voor grote en kleine sporten met 23 internationale federaties of wedstrijdorganisaties.

Ook voor onze nieuwsvoorziening waren de activiteiten van Eurovision Operations dit jaar weer zeer belangrijk. Deelnemers in de Eurovisie nieuwsuitwisseling boden elkaar weer dagelijks meer dan honderd nieuwsitems aan op basis van reciprociteit. Ook van de andere vormen van nieuwsuitwisseling en -vergaring maakten wij intensief gebruik. Belangrijke gebeurtenissen waren onder andere de oorlog in Georgië, de financiële crisis en de Amerikaanse presidentsverkiezingen.

Op de overige televisie terreinen (binnen de EBU gecoördineerd door Eurovision TV) behoort de NPO traditioneel evenzeer tot de zeer actieve leden. Medio 2008 waren wij bij niet minder dan 32 projecten betrokken – na de gecombineerde Duitse zenders ARD/ZDF het hoogste aantal. Naast het bekende Eurovisie Songfestival ging het om coproductie, uitwisseling of rechtenverwerving op terreinen als van drama, jeugd, educatie, amusement, muziek, documentaire, crossmedia en formats.

Voor de radio was ook in 2008 de door de EBU gecoördineerde muziekuitswisseling van groot belang. Vooral op Radio 4 was weer een substantieel deel van het onderscheidende aanbod afkomstig van collega-omroepen: meer dan 750 uur (dat wil zeggen gemiddeld meer dan 2 uur per dag) waarvan 42 uur live. Omgekeerd boden wij 175 concerten aan (inclusief pop-, jazz- en wereldmuziek) en waren daarmee in omvang de derde aanbieder. Een belangrijke onderdeel daarin was het jaarlijkse Eurosonic-festival in Groningen, waarvan opnamen van 34 pop- en rockbands door meer dan 20 buitenlandse omroepen werden overgenomen.

Tenslotte noemen wij in dit kader de verdediging van de gezamenlijke belangen van de publieke omroep – vooral tegenover de Europese Commissie (maar ook tegenover commerciële concurrenten, producenten, rechtenorganisaties, etcetera). Centraal daarbij stond dit jaar het voornemen van de Commissie om de staatssteunregels ten aanzien van publieke omroep (de 'Omroepmededeling') aan te passen. Zowel de juridische analyse als de

praktische activiteiten (vooral door het EBU-bureau in Brussel) boden een belangrijke basis voor het verzet van de leden.

Ook op bi- en multilateraal terrein werkte de NPO met buitenlandse omroepen samen. Gezien de gemeenschappelijke taal en de fysieke en culturele nabijheid is onze samenwerking met de VRT het intensiefst. Ook in 2008 uitte zich dat in contacten en uitwisselingen op velerlei niveau. Zo hebben NPO en VRT herhaaldelijk gemeenschappelijk opgetreden ten aanzien van de 'Omroepmededeling' en hebben we ook gezamenlijk (met ROOS) in het consultatieproces gereageerd naar de Europese Commissie. Ook heeft de NPO de nodige contacten gehad over programmatische samenwerkingsvormen die geleid hebben tot diverse wederzijdse overnames en uitwisselingen. De meest in het oog springende coproducties TV waren Flikken Maastricht (met de TROS) en Iets met boeken (met de VPRO). In de programmering van de satellietzender BVN-TV is het aandeel van de VRT in 2008 gestegen tot een derde.

Radio Nederland Wereldomroep (RNW)

De samenwerking met onze collega's van RNW concentreerde zich ook in 2008 vooral op de Nederlandstalige radio-uitzendingen en op BVN-TV.

Die laatste zender kon eind 2008 zijn tienjarig bestaan vieren. Gestart met een paar uur programmering in de avond voor Europa, kan vrijwel de hele wereld BVN-TV nu via de satelliet (en op sommige plekken via de kabel) 24 uur per dag ontvangen. Afgelopen jaar startte BVN-TV met het aanpassen van de afspeelmomenten aan de betreffende tijdzone. Dagelijks is zo tweemaal een Nederlandstalig programma van 12 uur te zien, bestaande uit het actuele aanbod van de Nederlandse publieke omroepen en de VRT. BVN-TV heeft met de Vlaamse overheid een beheersovereenkomst gesloten, waardoor deze BVN-TV de komende vier jaar weer voor een kleine 30% zal blijven financieren. De NPO droeg in 2008 niet alleen programmatisch bij, maar ook bestuurlijk, productieel en financieel.

Nederlanders in het buitenland zijn – onder andere door internet en mobiele telefonie – minder afhankelijk geworden van de Wereldomroep. Met name de traditionele rol van etherradio is afgenomen. RNW richt zich daarom steeds meer op specifieke niches en op samenwerking met de landelijke en regionale omroep. Nadat al eerder de sportredactie van RNW geïnte-

greerd was in die van de NOS, zetten beide organisaties in 2008 verdere stappen op nieuwsgebied. Centraal daarin staat de nabij de NOS nieuwsredactie gehuisveste (onder ROOS ressorterende) Radio Nieuws Centrale, die de uitwisseling van nieuws tussen de NOS, de Wereldomroep en de dertien regionale omroepen stimuleert en faciliteert. Verder bevatte het Nederlandstalige aanbod van RNW ook vorig jaar veel programma's van vooral Radio 1, 2 en 5, zoals Kunststof (NPS), Lijn 5 (NCRV), Café Kooijmans (NCRV), Met het Oog op Morgen (NOS), Spijkers met Koppen (VARA) en OVT (VPRO). De samenwerking tussen 3FM, RNW en een aantal lokale omroepen in Uruzgan.FM, het radioprogramma voor militairen op vredesmissies, ging het derde jaar in.

Buiten de Nederlandstalige programmering is de samenwerking beperkter. Een uitzondering daarop vormen de uitzendingen voor de Nederlandse Antillen en Aruba, waarover in 2008 tussen RNW en NPS afspraken zijn vastgelegd. En natuurlijk de muziekprogrammering en -uitwisseling, waar al zeer lang gezamenlijk wordt opgetreden. In 2008 werden in dit kader ook twee opnames uitgebracht op het label QuattroLive, een samenwerkingsverband van Radio 4, RNW, MCO, NPS, AVRO en TROS. De Wereldomroep distribueert de opnamen van QuattroLive wereldwijd via 1200 partnerradiostations. De meeste aandacht trok de opname van Wagners opera Lohengrin uit de Zaterdag-Matinee op niet minder dan drie CD's en twee DVD's.

Op bedrijfsmatig terrein is ook sprake geweest van een verdere integratie. Het beste voorbeeld daarvan was de samenvoeging van de salesafdelingen. Onder de naam NPO/RNW Sales ontstond in maart 2008 zo één centrale, internationale distributeur voor de Nederlandse publieke omroepen en de onafhankelijke film- en televisieproducenten.

Verder willen we een specifiek samenwerkingsproject op internet vermelden: de in 2008 gelanceerde website van IKON en RNW BijbelenKoran.nl, met Nederlandse, Arabische en Engelse versies van beide teksten.

Regionale omroepen

Zowel de Raad van Bestuur van de NPO als de Directie Televisieprogrammering hebben in 2008 in contacten met ROOS en de regionale omroepen de mogelijkheden tot uitbreiding van de wederzijdse samenwerking verkend. Op het niveau van de Raad van Bestuur is overleg gevoerd met ROOS en OLON om

te inventariseren op welke terreinen verdere samenwerking gewenst en haalbaar is. NPO, ROOS en OLON zien – naast de bestaande afspraken op het gebied van radio en televisie – met name in het domein van de nieuwe media mogelijkheden tot wederzijdse ondersteuning. Met digitale navigatie kan vanuit hoofdzenders worden doorverwezen naar on-demand aanbod. Daar zijn verbindingen te leggen tussen landelijk, regionaal en lokaal aanbod. In 2009 zal worden aangestuurd op concrete resultaten.

De Directie Televisieprogrammering heeft onderzocht op welke vlakken al samenwerking bestaat tussen landelijke en regionale omroepen en in welke programmagenres uitbreiding mogelijk is. Hierover is vervolgens een gesprek belegd met een delegatie van regionale omroepen. Deze gesprekken worden voortgezet en zullen in 2009 uitmonden in een bijeenkomst van makers en leidinggevenden van landelijke en regionale omroepen.

In het kader hiernaast staat een selectie van concrete samenwerkingsprojecten op het gebied van radio, TV en internet tussen landelijke en regionale omroepen, en in een enkel geval ook lokale omroepen.

MTNL

MTNL produceert publieke grootstedelijke en lokale programma's voor de grote publieksgroepen met een niet-Nederlandse achtergrond in Amsterdam, Den Haag en Utrecht. Secundair richt MTNL zich op alle inwoners van de grote steden van de Randstad, allochtoon en autochtoon. MTNL hanteert een interculturele benadering. Dat betekent in de visie van MTNL: groepen insluiten, niet uitsluiten of apart behandelen. In de journalistieke aanpak zoekt en benadrukt MTNL dan ook de gemeenschappelijkheden tussen groepen, echter zonder de verschillen te verdoezelen. De opdracht van MTNL en de publieke omroep sluit aan bij het speerpunt diversiteit dat de NPO heeft benoemd. Afgelopen jaar hebben de publieke omroep en MTNL op de volgende punten samengewerkt.

- Sinds eind 2007 zijn alle programma's van MTNL te zien op Uitzending Gemist.
- In samenwerking met de RVU heeft MTNL in 2008 een tweede serie van het programma Tante in Marokko gemaakt. Dit programma speelt zich af op een aantal plaatsen langs de route Nederland-Marokko.
- Het digitale kanaal Nederland-e heeft in 2008 een aantal MTNL-programma's uitgezonden: MTNL in de Stad, De Tafel van Babel en het jongerenprogramma BRUJA! & Co.

- Vanaf april 2008 heeft Nederland 2 het programma Op de Bazaar uitgezonden, een 9-delig live magazine vanaf de Beverwijkse Bazaar. MTNL kwam met het idee voor dit, waarna de organisatie het in nauwe samenwerking met de NPS en de andere partners verder heeft ontwikkeld. De NPS produceerde het uiteindelijke programma in samenwerking met de AVRO, MTNL, RVU, OHM en NMO.

Samenwerking landelijk - regionaal

AVRO

Bij Opsporing Verzocht wordt regelmatig samengewerkt. Met gesloten beurzen wisselt het programma beeldmateriaal uit met RTV Noord-Holland, RTV Utrecht, RTV Brabant, Omrop Fryslân, L1 en RTV Oost. Ook met TV Rijnmond en TV West wisselt het programma beeldmateriaal uit. Opsporing Verzocht zet deze samenwerking in de toekomst graag voort.

Cultura

Themakanaal Cultura werkt samen met een aantal regionale omroepen voor de tweede editie van 'Het Vierkante Ei', een prijs voor amateurkunstenaars. Deze wordt in mei 2009 uitgezonden.

Cultura werkt bovendien op ad-hocbasis met de regionale omroepen samen op zeer uiteenlopende terreinen. Voorbeelden: de Design-prijs met Omroep Brabant en Oerol met Omrop Fryslân. Cultura wil dit graag verder uitbreiden.

KRO

De KRO heeft met regionale omroepen samengewerkt rond regionale projecten als 'Het gevoel van Carnaval' en 'Het gevoel van de Vierdaagse'.

In 2008 zond de KRO de Twentse regiosoap 'Van Jonge Leu en Oale Groond' en de Limburgse regiosoap De Hemelpaort uit.

Voor WijZijnDeGeschiedenis maakt de KRO soms gebruik van expertise en materiaal van de regionale omroepen.

MAX

MAX zendt sinds oktober 2008 wekelijks op dinsdag een speciale aflevering uit van het regionale tv-programma RegioNED in Tijd voor MAX. RegioNED is een dagelijks tv-programma bij de regionale omroepen met als ondertitel Opmerkelijke Verhalen uit Twaalf Provincies.

NCRV

De NCRV maakt op Radio 2 in Knooppunt Kranenburg regelmatig gebruik van een verslaggever van een regionale omroep bij calamiteiten, zoals bijvoorbeeld bij een

grote brand op een industrieterrein in Amsterdam Noord. Dat gebeurt een keer of tien per jaar. Op Radio 5 maakt de NCRV voor Plein 5 gebruik van de diensten van correspondenten die voor een deel werkzaam zijn bij een regionale omroep. Ook werkt de NCRV op internet samen met regionale en lokale omroepen voor het in december 2008 opgestarte Nederland P, een online uitzendplatform waarop iedereen een omroep kan beginnen die van plan is op structurele en niet-commerciële basis programma's te gaan maken.

NOS

Naast de contractuele levering van radionieuwsbulletins van de NOS aan vrijwel alle regionale omroepen geeft een aantal regionale zenders 'Met het Oog op Morgen' door. Langs de Lijn wordt uitgezonden door L1. Het 18.00 uur NOS Journaal wordt uitgezonden bij RTV Drenthe (dagelijks) en RTV West (dagelijks behalve zondag). RTV Utrecht zendt door de week de journaalbulletins van 12.00-17.00 uur uit. Ook levert de NOS regelmatig sportprogramma's en evenementenuitzendingen zoals Koninginnedag aan betreffende regionale omroepen. De NOS en de regionale omroepen wisselen via de RNC over en weer items uit (via Audiopool voor radio en Datiq voor televisie).

NPS

Een aflevering van Het Uur van de Wolf over Herman Brood is uitgezonden bij RTV Noord-Holland, evenals het programma De Bazaar. Andere Tijden (NPS/VPRO) raadpleegt collega's in het land bij regionale onderwerpen, en soms wordt informatie en/of filmmateriaal uitgewisseld. Verder is in oktober/november 2008 in het kader van de campagne van Verleden van Nederland een aantal keer een presentatie of voorvertoning gehouden in diverse provincies. Verleden van Nederland is ook uitgezonden op RTV Noord-Holland. Op Radio 6 werkt de NPS samen met Radio Rijnmond rond North Sea Jazz.

RVU

Tijdens het landelijke NPOX-festival op 17 november 2008 hebben de RVU en OLON het project Club Lokaal gepresenteerd. Club Lokaal is een project waarbij gedurende twee jaar in totaal 40 lokale omroepen en de RVU samen gaan werken voor een betere wereld: Club Lokaal wil mensen aanzetten tot actief burgerschap, maatschappelijke participatie en sociale verbondenheid.

TELEAC/NOT

Voor 2009 verkent Teleac/NOT de mogelijkheden van samenwerking voor de middagprogrammering. Er staat een afspraak gepland met ETV.nl, een landelijke koepel die regionale ETV.nl-vensters ondersteunt die te zien zijn in de regio's Rotterdam, Haaglanden, Utrecht, Amsterdam, Groningen, Drenthe, Brabant en Overijssel. ETV.nl biedt een gevarieerd aanbod van programma's over taal, werk, samenleving, onderwijs, opvoeding en gezondheid.

TROS

RTV Noord-Holland zendt met regelmaat TROS-muziekprogramma's uit met artiesten uit die regio.

Verder ruilen TROS en Omroep Brabant Muziekfeesten op het plein (in Brabant) en afleveringen van de zogenaamde Brabant Party uit ten behoeve van het themakanaal Sterren.nl.

Met Omroep Brabant en L1 coproduceert de TROS diverse carnavalsuitzendingen, eveneens voor Sterren.nl.

42 lokale en regionale omroepen zenden de Sterren.nl Top 20 uit.

VARA

De VARA werkt samen met Omroep Gelderland, waarvan het programma Hallo Gelderland wordt uitgezonden op ConsumentenTV.

Verder maakt de VARA gebruik van fragmenten/archiefmaterialen van regionale omroepen voor programma's als De Wereld Draait Door en Vroege Vogels.



Bijlage: prestatieafspraken op een rij

1. Algemeen

Nr.		Afspraak	Realisatie
80	Inrichting profielen platforms	Zodanig dat verbindende rol maximaal tot zijn recht kan komen, terwijl tegelijkertijd specifieke doelgroepen het best kunnen worden bereikt	Gerealiseerd

2. Terugblik platforms

2.1 Radio

Bereik en doelgroepen: algemeen

Nr.		Afspraak	Realisatie
81	Percentage van de radioluisteraars in Nederland dat wekelijks naar zenders van de publieke omroep luistert	50%	Niet gerealiseerd: 49,6% De daling in het bereik wordt met name veroorzaakt door het teruggelopen bereik van Radio 2 onder 35-44-jarigen.
82a	Aantal publieke zenders dat binnen publieksgroepen van 35 jaar en ouder tot favorieten behoort	2 zenders in top-5	Gerealiseerd: 2
82b		1 zender in top-3	Gerealiseerd: 2
83	Aantal publieke zenders dat binnen publieksgroepen tussen 10 en 34 jaar tot top-3 behoort	1	Gerealiseerd: 1
95	Wekelijks bereik onder jongeren in vier grote steden in leeftijd van 15 tot 34 jaar (FunX)	25%	Gerealiseerd: 29%

Bereik en doelgroepen: diversiteit

Nr.		Afspraak	Realisatie
92	Afspraken over wijze waarop en de mate waarin zenders bijdragen aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijks afspraken op zenderniveau	Gerealiseerd
93	Rapportage over vastgelegde programmatische diversiteitsafspraken	Jaarlijks door zenders	Gerealiseerd
94	Programma's voor migranten van de eerste generatie (Radio 5)	Wekelijks 4 uur	Gerealiseerd: Jan. - aug.: 4,5 uur Sept. - dec.: 15 uur

Vernieuwing en ontwikkeling

Nr.		Afspraak	Realisatie		
63	Opleiding nieuwe presentatoren	3FM	Gerealiseerd:		
			3FM		
			Nieuwe dj's in opleiding	3	
			Gecontinueerde dj's in opleiding	6	
				Totaal dj's in opleiding	9
		Radio 4	Gerealiseerd:		
			Radio 4		
			Nieuwe dj's in opleiding	3	
			Totaal dj's in opleiding	3	
		FunX	Gerealiseerd:		
FunX					
Presentatoren in opleiding lokale vensters	12				
Presentatoren in opleiding raam-programmering en landelijk venster	1				

Maatschappelijke interactie en invloed

Nr.		Afspraak	Realisatie
72	Discussieprogramma waarin de opvattingen van het publiek gepeild worden (Radio 1)	1 op iedere werkdag	Gerealiseerd: 1
73	Grote crossmediale projecten – al dan niet met een fundraisend karakter – waarbij het publiek vergaande invloed uitoefent op samenstelling en inhoud programma	Jaarlijks 2	Gerealiseerd: 2
74	In geval van calamiteiten en grote evenementen	Inbreken in reguliere programmering op één van de hoofdzenders	Gerealiseerd

2.2 Televisie

Programmamakwaliteit

Nr.		Afspraak	Realisatie						
			Gerealiseerd:	Zender	Minuten	Minuten Nederlands	Minuten Europees	Minuten niet-Europees	
2	Aandeel Nederlandse en Europese producties op televisie	Jaarlijkse rapportage	Gerealiseerd:	00-24	Nederland 1	406.126	391.192	13.886	1.048
					Nederland 2	421.742	372.232	35.691	13.819
					Nederland 3	447.561	296.671	101.458	49.432
					Totaal	1.275.429	1.060.095	151.035	64.299
				16-24	Nederland 1	149.141	138.701	9.801	639
					Nederland 2	148.050	124.969	17.912	5.169
					Nederland 3	151.989	114.234	16.534	21.221
					Totaal	449.180	377.904	44.247	27.029
				00-24	Nederland 1	100,0%	96,3%	3,4%	0,3%
					Nederland 2	100,0%	88,3%	8,5%	3,3%
					Nederland 3	100,0%	66,3%	22,7%	11,0%
					Totaal	100,0%	83,1%	11,8%	5,0%
				16-24	Nederland 1	100,0%	93,0%	6,6%	0,4%
					Nederland 2	100,0%	84,4%	12,1%	3,5%
					Nederland 3	100,0%	75,2%	10,9%	14,0%
					Totaal	100,0%	84,1%	9,9%	6,0%

Bereik en doelgroepen: algemeen

Nr.		Afspraak	Realisatie
84	Percentage van de Nederlanders dat gemiddeld over de gehele contractperiode wekelijks minimaal 15 minuten aaneengesloten naar de publieke omroep kijkt (incl. uitgesteld kijken)	85%	Gerealiseerd: 86,4%
85	Percentage van de kinderen (3-12 jaar) dat wekelijks minimaal 15 minuten aaneengesloten naar de publieke omroep kijkt	70%	Gerealiseerd: 76,1%
86	Positie 3 hoofdnetten in toplijst meest bekeken netten	De 3 hoofdnetten behoren tot de 7 meest bekeken netten in Nederland	Gerealiseerd
87	Positie Nederland 1 in toplijst meest bekeken netten	Nederland 1 behoort tot de 3 meest bekeken netten van Nederland	Gerealiseerd

Bereik en doelgroepen: diversiteit

Nr.		Afspraak	Realisatie
96	Afspraken over de wijze waarop en de mate waarin programma's bijdragen aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijks op programmativelniveau	Gerealiseerd
97	Rapportage over vastgelegde programmatische diversiteitsafspraken (onderwerpkeuze/thematiek, presentatie, publiekssamenstelling, gasten/kandidaten/deelnemers, deskundigen/experts, cast).	Jaarlijks door individuele omroepen	Gerealiseerd
98	Mate van representativiteit op de netprofielen (idents, promo's, campagnes, look & feel)	Jaarlijkse rapportage door de publieke omroep	Gerealiseerd

Bereik en doelgroepen: kinderen

Nr.		Afspraak	Realisatie
103	Crossmediale formats voor kinderen	Ontwikkeling	Gerealiseerd: 5 formats, 1 portal
104	Zendtijd speciaal gericht op kinderen in de leeftijd van 3 tot 12 jaar	Jaarlijks 3.500 uur (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 4.472 uur
105	Nieuwe Nederlandse (eigen) programma's voor kinderen in de leeftijd van 3 tot 12 jaar	Jaarlijks 200 uur	Gerealiseerd: 668 uur
106	Verscheidenheid in de mix van kinderprogrammering	Jaarlijkse rapportage	Gerealiseerd:
107	Nieuw jeugdrama (gerekend onder afspraken Nederlands drama)	Jaarlijks 15 uur	Gerealiseerd: 51 uur
108	Nieuwsbulletin speciaal gericht op kinderen	Dagelijks	Gerealiseerd: 1 nieuwsbulletin plus aanvullende programmering
109	Gezamenlijke portal voor het aanbod voor kinderen	1	Gerealiseerd: 2
49	Kinderdocumentaire	Jaarlijks minimaal vijf nieuwe uitzendingen	Gerealiseerd: 8

Vernieuwing en ontwikkeling

Nr.		Afspraak	Realisatie
64	Ontwikkeling pilots of formats	Jaarlijks 20	Gerealiseerd: 35
65	Programmering nieuwe eigen, originele formats	Jaarlijks 4	Gerealiseerd: 8

Maatschappelijke interactie en invloed

Nr.		Afspraak	Realisatie
75	(Inter)nationale evenementen (cultuur, sport, overig)	Jaarlijks 20	Gerealiseerd: 27
76	In geval van calamiteiten en grote evenementen	Inbreken in reguliere programmering op één van de hoofdnetten	Gerealiseerd

2.3 Internet

Bereik en doelgroepen: algemeen

Nr.		Afspraak	Realisatie																																	
88	Gemiddeld weekbereik van de publieke omroep op internet	23%	Gerealiseerd: 31,4%																																	
89	Unieke maandbereik van de publieke omroep op internet onder Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder	40%	Gerealiseerd: 53,6%																																	
90	Percentage van het bereik van de internetsites van de publieke omroep dat ligt bij doelgroepen tot en met 39 jaar	50%	Gerealiseerd: 51,1%																																	
91	Positie publieke omroep in ranglijst van grootste internetdomeinen in Nederland	In top-10	Gerealiseerd: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nr.</th> <th>Domein</th> <th>Bereik (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Ilse Media</td> <td>62,3</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Publieke omroep</td> <td>53,6</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Hyves</td> <td>52,1</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Marktplaats</td> <td>48,4</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Microsoft</td> <td>35,6</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Telegraaf</td> <td>35,2</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Telefoongids</td> <td>26,6</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>RTL</td> <td>25,4</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Wegener</td> <td>22,7</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>PCM</td> <td>18,7</td> </tr> </tbody> </table>	Nr.	Domein	Bereik (%)	1	Ilse Media	62,3	2	Publieke omroep	53,6	3	Hyves	52,1	4	Marktplaats	48,4	5	Microsoft	35,6	6	Telegraaf	35,2	7	Telefoongids	26,6	8	RTL	25,4	9	Wegener	22,7	10	PCM	18,7
Nr.	Domein	Bereik (%)																																		
1	Ilse Media	62,3																																		
2	Publieke omroep	53,6																																		
3	Hyves	52,1																																		
4	Marktplaats	48,4																																		
5	Microsoft	35,6																																		
6	Telegraaf	35,2																																		
7	Telefoongids	26,6																																		
8	RTL	25,4																																		
9	Wegener	22,7																																		
10	PCM	18,7																																		

Bereik en doelgroepen: diversiteit

Nr.		Afspraak	Realisatie
99	Wijze waarop en mate waarin internet bijdraagt aan het diversiteitsbeleid	Jaarlijkse afspraken	Gerealiseerd
100	Rapportage door internet over vastgelegde diversiteitsafspraken	Jaarlijks	Gerealiseerd
101	Internetportal specifiek gericht op niet-westerse allochtonen	1	Gerealiseerd: 2
102	Ontsluiten van internetaanbod op andere websites	Ontsluiting op websites van organisaties van niet-westerse allochtonen, die een hoog bereik hebben onder deze groep	Gerealiseerd

Vernieuwing en ontwikkeling

Nr.		Afspraak	Realisatie
66	Nieuwe audiovisuele programmering on-demand ontsloten via internet	Jaarlijks 9.000 uur	Gerealiseerd
67	Eigen audiovisueel materiaal ontsloten op internet	Jaarlijks 30.000 uur	Gerealiseerd
68	Toegankelijkheid websites publieke omroep voor mobiele ontvangsttoestellen	10%	Gerealiseerd: Door de voortschrijdende technologische ontwikkelingen zijn praktisch alle websites – en daarmee ook die van de publieke omroep – toegankelijk voor de meeste mobiele ontvangsttoestellen
69	Internetdiensten waarbij het aanbod wordt samengesteld aan de hand van gebruikersvoorkeuren van het publiek	2	Gerealiseerd: 71 ¹
70a	Kwaliteitsnormen ten aanzien van gebruiksvriendelijkheid websites publieke omroep	Ontwikkelen kwaliteitsnormen door publieke omroep in 2008	Gerealiseerd
70b	Percentage websites publieke omroep dat in 2008 voldoet aan W3C-normen	10%	De portals van de NPO scoorden gemiddeld 65% op een analyse van hun toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid op DrempeIvrij.nl

¹ Aangezien de vorige rapportage een proefrapportage betrof is bij die rapportage alleen gebruik gemaakt van een telling door de directie Internetcoördinatie. Inmiddels heeft een inventarisatie plaatsgevonden bij alle omroepen en komt het aantal internetdiensten met betrekking tot deze afspraak aanzienlijk hoger uit dan op basis van de vorig jaar beschikbare gegevens werd geteld.

Maatschappelijke interactie en invloed

Nr.		Afspraak	Realisatie
77	Toename van het aantal personen dat content aanlevert op internet van de publieke omroep	Jaarlijks 25%	Gerealiseerd: 309%
78	Aanbod internetconcepten dat een actieve communicatie met de gebruiker faciliteert	Jaarlijkse toename, tot 50% in 2010	Gerealiseerd: toename met 9% tot 43% van het totaal in 2008
79	Vaste online panels waarmee enquêtes worden gefaciliteerd over onderwerpen uit de actualiteit	3	Gerealiseerd: 4

2.3 Crossmedia en nieuwe media

Nr.		Afspraak	Realisatie
60	Grote, in het oog springende crossmediale concepten	Jaarlijks 5	Gerealiseerd: 6
61	Mobiele contentplatforms	Ontwikkeling	Gerealiseerd
62	Narrowcasting	Ontwikkeling	Gerealiseerd



3. Aanbodsdomein

3.1 Domeinenmix

Nr.	Aanbod	Afspraak	Realisatie																																			
1	Programmamix op televisie	Jaarlijkse rapportage	<p>Gerealiseerd:</p> <table border="1"> <caption>Percentage distribution of program categories</caption> <thead> <tr> <th>Uur</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Expressie</th> <th>Samenleving</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>00-24 uur (1ste periode)</td> <td>26,5%</td> <td>12,2%</td> <td>24,5%</td> <td>16,3%</td> <td>13,8%</td> <td>6,8%</td> </tr> <tr> <td>16-24 uur (1ste periode)</td> <td>17,5%</td> <td>11,5%</td> <td>28,5%</td> <td>18,6%</td> <td>15,4%</td> <td>8,6%</td> </tr> <tr> <td>00-24 uur (2de periode)</td> <td>32,5%</td> <td>15,4%</td> <td>17,8%</td> <td>19,2%</td> <td>9,7%</td> <td>5,4%</td> </tr> <tr> <td>16-24 uur (2de periode)</td> <td>19,6%</td> <td>13,8%</td> <td>22,7%</td> <td>20,8%</td> <td>14,5%</td> <td>8,5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Exclusief Z@pp(elin)</p>	Uur	Nieuws	Opinie	Expressie	Samenleving	Kennis	Amusement	00-24 uur (1ste periode)	26,5%	12,2%	24,5%	16,3%	13,8%	6,8%	16-24 uur (1ste periode)	17,5%	11,5%	28,5%	18,6%	15,4%	8,6%	00-24 uur (2de periode)	32,5%	15,4%	17,8%	19,2%	9,7%	5,4%	16-24 uur (2de periode)	19,6%	13,8%	22,7%	20,8%	14,5%	8,5%
Uur	Nieuws	Opinie	Expressie	Samenleving	Kennis	Amusement																																
00-24 uur (1ste periode)	26,5%	12,2%	24,5%	16,3%	13,8%	6,8%																																
16-24 uur (1ste periode)	17,5%	11,5%	28,5%	18,6%	15,4%	8,6%																																
00-24 uur (2de periode)	32,5%	15,4%	17,8%	19,2%	9,7%	5,4%																																
16-24 uur (2de periode)	19,6%	13,8%	22,7%	20,8%	14,5%	8,5%																																
3	Aanbodmix op internet	Jaarlijkse rapportage	<p>Gerealiseerd²:</p> <p>Aantal sites per domein</p> <table border="1"> <caption>Aantal sites per domein</caption> <thead> <tr> <th>Domein</th> <th>Aantal sites</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieuws</td> <td>580</td> </tr> <tr> <td>Amusement</td> <td>213</td> </tr> <tr> <td>Kennis</td> <td>163</td> </tr> <tr> <td>Samenleving</td> <td>144</td> </tr> <tr> <td>Opinie</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>Cultuur</td> <td>19</td> </tr> </tbody> </table> <p>Bron: steekproef september 2008</p>	Domein	Aantal sites	Nieuws	580	Amusement	213	Kennis	163	Samenleving	144	Opinie	48	Cultuur	19																					
Domein	Aantal sites																																					
Nieuws	580																																					
Amusement	213																																					
Kennis	163																																					
Samenleving	144																																					
Opinie	48																																					
Cultuur	19																																					

² NB: door een wijziging in de classificatie van het internetaanbod worden andere categorieën aangehouden dan in de rapportage over 2007. De onderverdeling per CCC-categorie en domein is voor internet in 2008 nog niet volledig. Per 1 januari 2009 wordt de Crossmediale Content Classificatie definitief doorgevoerd voor het medium internet. Het domein kennis is in deze mix zwaarder vertegenwoordigd, doordat de verschillende portals als 'service' en dus onder kennis geïnclassificeerd zijn.

3.2 Nieuws

Televisie

Nr.	Aanbod	Afspraak	Realisatie								
7	Nieuwsuitzendingen tijdens primetime op elk van de televisienetten (mogelijke uitzonderingen op feestdagen en calamiteiten voorbehouden)	Dagelijks minimaal 1 op elk van de televisienetten	<p>Gerealiseerd:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Net</th> <th>Nieuwsuitzending</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nederland 1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Nederland 2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Nederland 3/Z@PP</td> <td>1 (werkdagen: 2)</td> </tr> </tbody> </table>	Net	Nieuwsuitzending	Nederland 1	1	Nederland 2	1	Nederland 3/Z@PP	1 (werkdagen: 2)
Net	Nieuwsuitzending										
Nederland 1	1										
Nederland 2	1										
Nederland 3/Z@PP	1 (werkdagen: 2)										

Radio

Nr.		Afspraak	Realisatie		
4	Nieuwsbulletins	Dagelijks op alle zenders op elk heel uur (excl. concertblokken en nachtprogrammering Radio 4 en Radio 6)	Gerealiseerd:		
			Zender	Dag	Tijdstip(pen)
			Radio 4	Maandag t/m vrijdag	14.00, 15.00, 19.00, 21.00, 22.00
				Zaterdag	10.00, 12.00: 14.00-16.00 20.00-22.00
				Zondag	08.00 10.00-13.00 15.00-17.00 19.00-22.00
			Radio 5	Zaterdag	23.00
				Zondag	03.00, 04.00 20.00, 21.00
Radio 6	Maandag t/m vrijdag	23.00			
	Zaterdag	22.00, 23.00			
5	NOS Headlines	Uitzendingen op 3FM en FunX overdag	Gerealiseerd:		
			Zender	NOS Headlines uitzendingen	
			3FM	Werkdagen	07.00-19.00 (uitzendingen van 13.00 en 18.00 zijn uitgebreider)
				Weekends	08.00-15.00
			FunX	Werkdagen	07.00-19.00
				Werkdagen	Tussen 8.30 en 9.30 belt NOS Headlines in voor uitgebreidere behandeling nieuwstems
				Weekend	08.00-16.00
6	Overzicht van het belangrijkste (sport) nieuws (Radio 1)	Op werkdagen minimaal twee keer een aaneengesloten programma van minimaal anderhalf uur	Gerealiseerd:		
			Dag	Tijdvak uitzending	
			maandag t/m zondag	06.00-09.00 16.00-18.30	

Internet

Nr.		Afspraak	Realisatie
8a	Nieuwsportal	1	Gerealiseerd: 1
8b	Sportportal	1	Gerealiseerd: 1
9	Nationale nieuwsevenementen (met uitzondering van sport)	Alle live vertoond op internet	Gerealiseerd, met uitzondering van: <ul style="list-style-type: none"> • Algemene beschouwingen • Langdurende culturele festivals zoals Lowlands of Zomercarnaval (geheel streamen niet mogelijk/relevant)
10	Journaals on-demand beschikbaar via Uitzending Gemist	Alle binnen 30 minuten	Niet gerealiseerd: Circa 73% van de Journaaluitzendingen is binnen 30 minuten na uitzending beschikbaar op Uitzending Gemist. De overige 27% kwam later beschikbaar. Reden hiervoor is een vertraging in het opleveren van de benodigde technische faciliteiten.

3.3 Opinie

Televisie

Nr.		Afspraak	Realisatie	
13	Actualiteitenuitzending tijdens prime time	Op 5 dagen van de week op 2 netten	Gerealiseerd:	
			Net	Act.uitzending
			Nederland 1	1
			Nederland 2	2
14	Opinie en achtergronden passend bij het netprofiel en aansluitend bij het kijkgedrag van de beoogde doelgroepen	Wekelijks op alle netten	Gerealiseerd	
15	Mix informatieve genre	Gevarieerde mix	Gerealiseerd	

Radio

Nr.		Afspraak	Realisatie	
11	Opinie en achtergronden binnen de kaders van het zenderprofiel	Dagelijks op alle zenders	Gerealiseerd:	
			Zender	Uitzending
			Radio 1	3 programma's
			Radio 2	3 programma's
			3FM	3 programma's
			Radio 4	1 programma
			Radio 5	4 programma's
			Radio 6	2 programma's
		FunX	2 programma's	
12	Aan nieuws en opinie gerelateerde items in magazineprogramma's op werkdagen (Radio 2)	3 programma's 10 items in totaal	Gerealiseerd: 3 magazineprogramma's op werkdagen met aan nieuws en opinie gerelateerde items	

Internet

Nr.		Afspraak	Realisatie
16	Gezamenlijke portal voor het aanbod over opinie en achtergronden	1	Gerealiseerd: 3
17	Gemodereerde discussiefora op het gebied van opinie en achtergronden	Verdubbeling in 2010	Gerealiseerd: toename van 7 naar 22

3.4 Samenleving

Televisie

Nr.		Afspraak	Realisatie
45	Nieuwe programmering over levensbeschouwelijke en zingevende onderwerpen en thema's	Jaarlijks 300 uur	Gerealiseerd: 483

Radio

Nr.		Afspraak	Realisatie
42	Radiodocumentaires (Radio 1 en Radio 5)	Jaarlijks 80 Jaarlijks 80 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 114
43	Programma's van levensbeschouwelijke aard (Radio 5)	Wekelijks 24 uur (inclusief herhaling, exclusief kerkdiensten)	Gerealiseerd: Januari-augustus: 31,5 uur/week September-december: 30 uur/week
44	Rechtstreekse uitzendingen kerkdiensten op zondag (Radio 5)	Wekelijks 3	Gerealiseerd: 3

Internet

Nr.		Afspraak	Realisatie
51	Gezamenlijke portal met het internetaanbod over cultuur en levensbeschouwing	1	Gerealiseerd: 2

Documentaires

Nr.		Afspraak	Realisatie
46	Maatschappelijke, levensbeschouwelijke, auteurs, biografische en kunstdocumentaire	Jaarlijks 5 reguliere slots Jaarlijks minimaal 125 nieuwe documentaires	Gerealiseerd: Reguliere slots: 6 Totaal aantal nieuwe documentaires: 201
47	Onderzoeksjournalistiek reportages/actuele documentaire	Jaarlijks 50 nieuwe uitzendingen	Gerealiseerd: 58
48	Buitenlandse documentaire	Jaarlijks 20 nieuwe uitzendingen	Gerealiseerd: 38
50	Teledoc-project	Onderzoeken haalbaarheid in 2008	Gerealiseerd: Het Teledoc-project is in 2008 van start gegaan

3.5 Expressie

Televisie

Nr.		Afspraak	Realisatie
27	Nieuwe kunstprogrammering: kunstinformatie (waaronder kunstdocumentaires), serieuze muziek, dans & ballet, wereldmuziek, jazz en concertregistraties	Jaarlijks 250 uur	Gerealiseerd: 401 uur
28	Nieuwe Nederlandse cabaretregistraties en kleinkunst	Jaarlijks 15 uur	Gerealiseerd: 43 uur
29	Nieuwe Nederlandse satire	Jaarlijks 30 uur	Gerealiseerd: 41 uur

Radio

Nr.		Afspraak	Realisatie
18	Informatie over en aandacht voor actuele ontwikkelingen in de sfeer van kunst en expressie (Radio 1)	Dagelijks minimaal 1 uur	Gerealiseerd: 1 uur per dag
19a	Grote zelfgeproduceerde live-concerten	Radio 2: 5	Gerealiseerd: 5
19b		Radio 5: 2	Niet gerealiseerd: 1 Niet gerealiseerd vanwege beperkte beschikbaarheid Radio 5-artiesten en praktische knelpunten
20	Muziek die door andere stations (nog) niet gedraaid wordt	25%	Hierover wordt vanaf komend jaar gerapporteerd
21a	Verslag belangrijkste Nederlandse festivals, passend binnen muziekprofiel (3FM, FunX)	3FM: live-verslag	Gerealiseerd
21b		FunX: live-verslag	Gerealiseerd
22	Dagelijkse concertregistraties (Radio 4)	2 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 2
23	Zelfgeproduceerde klassieke concerten (Radio 4)	75	Gerealiseerd: 90
24	Concertregistraties op werkdagen (Radio 6)	1 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1
25	Programma van minimaal twee uur over kunst, expressie en wetenschap (Radio 6)	Dagelijks 1	Gerealiseerd: 1
26	Radiodramaserie (verschillende zenders)	1 (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1

Internet

Nr.		Afspraak	Realisatie
30	Alle beschikbare televisiecontent over kunst en expressie via Cultuurgemist.nl	On-demand beschikbaar	Niet gerealiseerd
31	Gezamenlijke muziekportals	2	Gerealiseerd: 2
32	Gezamenlijke portal met het internet-aanbod over kunst en expressie	1	Gerealiseerd: 2

3.5.1 Nederlands drama

Televisie

Nr.		Afspraak	Realisatie
33	Jaarlijkse mix aan fictievormen	Mix bevat variatie aan fictievormen	Gerealiseerd: De publieke omroep heeft in 2008 een breed scala aan fictievormen gebracht (zowel Nederlands als buitenlands). Bijvoorbeeld educatieve fictie (bijvoorbeeld docudrama, fictie gericht op het leren van vaardigheden aan kinderen), dramaseries (bijvoorbeeld auteursdrama, politiek- en maatschappelijk drama) en overige fictie (bijvoorbeeld comedy, soap, melodrama, actie en politiciers).
34	Nieuw Nederlands drama (incl. jeugd drama)	Jaarlijks 125 uur	Gerealiseerd: 256 uur
35	Nieuwe Nederlandstalige dramaseries	Jaarlijks 2	Gerealiseerd
36	Nederlandstalige vervolgserie van een bestaande titel	Jaarlijks 1 op elk televisienet	Gerealiseerd
37	Budget Nederlands drama	Vanaf 2008 substantiële verhoging (€7 mln in 2008, oplopend tot €15 mln in 2011)	Gerealiseerd

3.5.2 Nederlandse film

Nr.		Afspraak	Realisatie								
38	Filmactiviteiten publieke omroep	Continueren huidige filmactiviteiten in komende jaren (duur Prestatieovereenkomst)	Gerealiseerd: De filmactiviteiten zijn gecontinueerd								
39	Participatie in Nederlandse speelfilms	Jaarlijks 18, waarbinnen jaarlijks twee Telescoopfilms	Gerealiseerd, uitgezonden op televisie respectievelijk release in bioscoop: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nederlandse speelfilms</th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Uitgezonden speelfilms (inclusief korte films)</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Telescoopfilms</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Totaal</td> <td>32</td> </tr> </tbody> </table>	Nederlandse speelfilms	Aantal	Uitgezonden speelfilms (inclusief korte films)	30	Telescoopfilms	2	Totaal	32
Nederlandse speelfilms	Aantal										
Uitgezonden speelfilms (inclusief korte films)	30										
Telescoopfilms	2										
Totaal	32										
40	Telefilms	Jaarlijks 6 geproduceerd	Gerealiseerd: 6								
41	Filmbeleid	Jaarlijkse evaluatie	Gerealiseerd								

3.6 Kennis

Televisie

Nr.		Afspraak	Realisatie
54	Educatieve/vormende programmering van Educom (nieuw en herhaling, incl. Schooltv)	Jaarlijks 500 uur (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 1033 uur
55	Nieuwe programma's over wetenschap	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 38 uur
56	Nieuwe educatieve kennisquizen	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 122 uur
57	Nieuwe programma's over geschiedenis	Jaarlijks 20 uur	Gerealiseerd: 70 uur
58	In prime time voor (populair) wetenschappelijke programmering	Jaarlijks 1	Gerealiseerd: 2 slots

Radio

Nr.		Afspraak	Realisatie
52	Educatieve programmering door Educom (Radio 5)	Jaarlijks 500 uur (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 503 uur
53	Wetenschapsprogramma (Radio 1)	Wekelijks 2 programma's (incl. herhaling)	Gerealiseerd: 2

Internet

Nr.		Afspraak	Realisatie
59	Gezamenlijke portal met het internet-aanbod over kennis en wetenschap	1	Gerealiseerd: 1



Fotocredits Terugblik 2008

- Foto's omslag:** Lilian van Rooij / NPO
- p. 4:** Lilian van Rooij / NPO
- p. 5:** Theo Bos / NPO
- p. 6:** William Rutten / TROS
- p. 8:** BNN
- p. 10:** Lilian van Rooij / NPO
- p. 12:** Sander Stoepker / NOS
- p. 15:** Nick van Ormondt / NPS
- p. 16-17:** NPO
- p. 18:** AVRO
- p. 20:** FunX
- p. 22:** Lilian van Rooij / NPO
- p. 24:** Hristina Tasheva / HUMAN
- p. 26:** EO
- p. 27:** KRO
- p. 29:** Van Velzen Producties / IKON
- p. 30-31:** LLiNK
- p. 33:** VPRO
- p. 34:** NCRV
- p. 35:** KRO
- p. 37:** Rob Verhorst / TROS
- p. 38-39:** NPO
- p. 40:** NOS
- p. 42:** NPO
- p. 44:** Sander Stoepker / NOS
- p. 45:** Regina te Grotenhuis / NOS
- p. 47:** Leendert Jansen / TROS / AVRO
- p. 51:** Michael Ballack / IKON
- p. 52:** HUMAN
- p. 54-55:** Herman Poppelaars / Tim Mintiens / VPRO
- p. 57:** NCRV
- p. 60:** Anne Timmer / BNN
- p. 64:** Nick van Ormondt / VARA
- p. 67:** LLiNK
- p. 68:** Leendert Jansen / NOS
- p. 70-71:** Omroep MAX
- p. 72:** Omroep MAX
- p. 76:** VARA
- p. 82:** Anke Teunissen / IKON
- p. 89:** Leendert Jansen / NPS
- p. 91:** EO



