



Evaluatie NPO Plus



Bij gebruik van dit document

Inhoudsopgave

De hoofdstukken en paragrafen zijn klikbaar. Vanuit de inhoudsopgave springt u direct naar desbetreffend deel. De witte topbalk is ook klikbaar.

**Home**

Terug naar de inhoudsopgave door middel van het oranje icoon in de linkerbovenhoek

Aanleiding

Het instemmingsbesluit van de minister van OCW van 19 augustus 2016 over de on demand dienst NPO Start Plus vraagt aan NPO in het kader van de vijfjaarlijksevaluatie de dienst te evalueren. Op basis van deze evaluatie beschrijft NPO de dienst in het CBP opnieuw en beargumenteert hoe NPO daarmee verder gaat, al dan niet onder gewijzigde voorwaarden of in gewijzigde vorm.

Dit document is de gevraagde evaluatie van de dienst en volgt in zijn opzet de onderdelen van het instemmingsbesluit. Per onderdeel kijken we terug naar de aanvankelijke plannen, doelstellingen of verwachtingen en bezien in welke mate die zijn uitgekomen, gerealiseerd of bijgesteld. Op basis van deze evaluatie bezien we of de dienst van NPO Plus aanpassingen behoeft.

Inhoud

Ontwikkelingen in de catch-up en VOD-markt	4
Beschrijving van NPO Plus	8
Kostendekkendheid en tariefstelling	12
NPO Plus in relatie tot het publieke belang	16
NPO Plus in relatie tot de markt	23
Overige afwegingen	26
Conclusies	28



Inleiding en leeswijzer

Het instemmingsbesluit van de minister van OCW van 19 augustus 2016 over de on demand dienst NPO Start Plus¹ vraagt aan NPO, in het kader van de vijfjaarlijkse evaluatie,² de dienst te evalueren. Op basis van deze evaluatie beschrijft NPO de dienst in het concessiebeleidsplan (CBP) opnieuw en beargumenteert hoe NPO daarmee verder gaat, al dan niet onder gewijzigde voorwaarden of in gewijzigde vorm.

NPO Plus³ stelt in abonnementsvorm programma's beschikbaar gedurende een langere periode (tot en met 365 dagen), zonder reclame en in een hoge beeldkwaliteit. Ook is het mogelijk om eerdere seizoenen van enkele lopende series te bekijken. NPO Plus is een betaalde, kostengeoriënteerde aanvulling op de gratis dienst NPO Gemist. Het stelt de publieke omroep in staat om programma's langer beschikbaar te houden in het publieke domein, omdat voor de langere beschikbaarstelling van deze programma's een vergoeding wordt uitgekeerd aan rechthebbenden.

Dit document is de gevraagde evaluatie van de dienst (de evaluatie die aan de minister van OCW is gestuurd bevat ten opzichte van dit document een zeer beperkte hoeveelheid extra vertrouwelijke informatie van bedrijfsgevoelige aard) en volgt in zijn opzet de onderdelen van het instemmingsbesluit. Per onderdeel kijken we terug naar de aanvankelijke plannen, doelstellingen of verwachtingen en geven we aan in welke mate die zijn uitgekomen, gerealiseerd of bijgesteld. Op basis van deze evaluatie bezien we of de dienst van NPO Plus aanpassingen behoeft.

In hoofdstuk 2 wordt een overzicht gegeven van ontwikkelingen in de markt met betrekking tot on demand kijken in Nederland. Daarbij gaat het zowel om het toegenomen aanbod als om het veranderde kijkgedrag van het publiek. Hierbij bekijken we in hoeverre de aannames uit de aanvraag NPO Plus ten aanzien van de markt en veranderend kijkgedrag, juist zijn gebleken.

Hoofdstuk 3 beschrijft NPO Plus aan de hand van de onderdelen die in het instemmingsbesluit worden genoemd.

Hoofdstuk 4 gaat in op de wijze van financiering en geeft een update van de business case.

Hoofdstuk 5 gaat in op de vraag hoe een betaalde dienst als NPO Plus zich verhoudt tot het publieke belang. Zijn de argumenten op grond waarvan destijds gekozen is voor het starten van deze dienst nog steeds valide?

Het onderwerp van hoofdstuk 6 is de relatie van NPO Plus tot de markt. Hierbij wordt opnieuw gekeken naar mogelijke marktgevolgen en de relatie met NLziet.

In het instemmingsbesluit werd expliciet aandacht geschonken aan een tweetal 'overige overwegingen' die wij in het kader van deze evaluatie eveneens de revue laten passeren. Het betreft de manieren om de dienst aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk te maken. Dit komt aan de orde in hoofdstuk 7.

Tenslotte ronden we af met conclusies en vervolgstappen.

¹ P. 11/12 van het besluit aanvraag nieuw aanbodkanaal NPO Plus
² Titel 2.7 Evaluatie uit de Mediawet 2008
³ Begin 2020 is de naam NPO Start Plus gewijzigd in de naam NPO Plus. Wanneer in deze tekst gesproken wordt over NPO Plus, bedoelen we dus ook de dienst die voorafgaand aan 2020 aangeduid werd met de naam NPO Start Plus.

Ontwikkelingen in de catch-up en VOD-markt

Catch-up en VOD-markt Nederland

In deze paragraaf gaan wij in op de vraag in hoeverre de aannames uit de aanvraag NPO Plus ten aanzien van markt nog valide zijn. We doen dit door te kijken naar de volgende deelonderwerpen:

- Ontwikkelingen op het gebied van catch-up- en VOD-diensten in Nederland
- De adoptie van deze diensten door het publiek

Bij de aanvraag van NPO Plus was de verwachting dat er veel nieuwe aanbieders de audiovisuele markt van Nederland zouden betreden. Er werd in de aanvraag gesproken over nieuwe spelers, zoals Netflix en Videoland. Deze partijen zijn de afgelopen jaren uitgegroeid tot stabiele VOD-diensten op de Nederlandse markt.

Inmiddels hebben zich weer nieuwe aanbieders aangediend. Amazon Prime, Disney+ en ook AppleTV+ zijn alweer enige tijd op de Nederlandse markt actief en nog steeds ontstaan er nieuwe diensten zoals HBO Max en Peacock (NBC), maar ook diensten die zich meer richten op short form on demand aanbod, zoals Quibi. In dit laatste geval gaat het dus niet om fragmenten maar om 'volledig afgeronde' afleveringen van programma's, die een korte afspeelduur kennen.

Het video on demand aanbod in Nederland is de afgelopen jaren dus sterk gegroeid en in deze markt zijn veel verschillende, veelal internationale, aanbieders actief. Ook leggen sociale mediaplatformen zich meer en meer toe op video, waardoor ook zij steeds belangrijkere spelers worden in de on demand videomarkt. Op dit moment zijn er in de Nederlandse markt tenminste 25 streamingdiensten actief volgens verschillende businessmodellen: AVOD (advertentie-exploitatie), SVOD (abbonementen) en TVOD (huurfilms per transactie). Slechts een beperkt aantal is

gekoppeld aan, of hangt samen met, een reeks lineaire televisiekanalen en kan geclassificeerd worden als een catch-up service of als 'broadcaster on demand' (BVOD). Het aantal VOD-diensten neemt toe, en daarmee ook het aantal partijen dat (exclusieve) rechten op programma's wil verwerven, om een aantrekkelijke catalogus van programma's aan het publiek te kunnen bieden.

Overzicht van belangrijkste spelers anno 2019/2020

Het onderzoeksbureau Multiscope onderzocht voor zijn Smart Media Monitor 2019 onder andere het gebruik en de kijktijdaandelen van de meest bekeken video on demand diensten in Nederland. Van de tien meest bekeken diensten (on demand sportkanalen niet meegerekend) is in onderstaande tabel aangegeven op welke manier deze diensten in de markt staan. Het onderzoek is uitgevoerd voordat Disney+ in het najaar van 2019 geïntroduceerd werd op de Nederlandse markt.

Catch-up en video on demand diensten in Nederland per 2020

Dienst	Type	Prijs
Netflix	SVOD	7,99 – 13,99 p.m.
YouTube	AVOD	Gratis
Ziggo Go	SVOD-pakketaanbieder	v.a. 18,70 p.m.
NPO Start	AVOD	Gratis
KPN iTV	SVOD-pakketaanbieder	v.a. 57,50 inclusief internettoegang
Videoland	SVOD	8,99 p.m.
Ziggo M&S	SVOD-pakketaanbieder	v.a. 6,95 p.m. bovenop abonnement
RTL XL	AVOD	Gratis na registratie
SBS6.nl / KIJK	AVOD	Gratis
Film 1	SVOD	7,99 p.m.

Samengevat komt het erop neer dat de hoeveelheid on demand aanbod en het aantal aanbieders de afgelopen periode is gestegen. De verwachting is dat de hoeveelheid aanbod en het aantal aanbieders ook in de toekomst verder zal toenemen, waarmee ook het verwerven van rechten (hoeveelheid en duur) onder druk komt te staan. Dit omdat een toename van SVOD-diensten zorgt voor een opwaartse druk op de waarde van het window na de catch-upperiode van bepaalde titels, vooral fictie. Deze toegenomen druk vormde de aanleiding voor het starten van NPO Plus en is dus onverminderd relevant, aangezien het aantal aanbieders alleen maar is toegenomen.

Abonnee-aantallen

Lang niet alle betaalde video on demand diensten publiceren hun abonnee-aantallen, maar uit de schaarse publicaties is wel het een en ander op te maken. Schattingen van het aantal abonnees van Netflix liggen rond 3,2 miljoen, wat Netflix de grootste SVOD-dienst in Nederland maakt. Videoland maakte in 2019 bekend 600.000 abonnees te hebben na eerdere publicaties van het groeipercentage van 135% over 2018. Recent zijn ook Disney+ en Amazon Prime toegetreden tot de markt. Volgens Telecompaper⁴ heeft Disney+ circa 570.000 betalende abonnees. Dat was vóór de coronacrisis. De coronacrisis heeft de populariteit van deze diensten alleen maar vergroot. De abonnee-aantallen van deze diensten, en ook de kijktijd naar deze diensten zijn gestegen.

In 2019 was in Nederland het gemiddelde maandbereik van YouTube 86% (wat zich vertaalt in 9,1 miljoen gebruikers, zoals in onderstaande tabel is weergegeven) en van Netflix 38%. NPO Start (incl. Plus) had een maandbereik van 33%, Disney+ had een gemiddeld maandbereik van 18% en Videoland 11%⁵.

Onderstaande tabel⁶ geeft op basis van diverse onderzoeken schattingen weer van het aantal Nederlandse abonnees van SVOD/BVOD-diensten of gebruikers van AVOD-diensten. Peiljaar is 2019 (in enkele gevallen medio 2019, in andere gevallen ultimo 2019). Multiscope geeft niet voor alle partijen een schatting, dus is onderstaande tabel aangevuld met extra informatie. Aanvullend op de top-10 van meest bekeken diensten is ter vergelijking NPO Plus toegevoegd (inclusief de abonnees die via NLziet kijken).

Geschat aantal abonnees/gebruikers meest bekeken video on demand diensten medio of ultimo 2019, uitgezonderd on demand sportkanalen

Dienst	Geschat aantal abonnees/gebruikers
Netflix	3.200.000
YouTube	9.100.000
NPO Start	3.000.000
Ziggo Go	3.380.000
RTL XL	niet openbaar
Ziggo M&S	niet openbaar
Videoland	600.000
Film 1	132.000
KPN iTV	2.170.000
SBS6.nl / KIJK	niet openbaar

Ter vergelijking: abonnee-aantal NPO Plus ultimo 2019

Dienst	Aantal abonnees
NPO Plus (incl. NLziet)	±350.000

Kijktijdaandelen

Het meten van kijkgedrag naar verschillende on demand diensten wordt op dit moment niet gedaan in Nederland. Aanbieders van VOD-diensten publiceren zelf geen informatie over de kijktijd naar hun diensten en Stichting Kijkonderzoek, de organisatie die de kijktijd naar lineaire zenders meet, heeft op dit moment geen on demand diensten in de meting zitten. Wel kan een inschatting worden gemaakt van de kijktijd naar on demand diensten, lettende op cijfers uit het buitenland en het aandeel 'onbekend schermgebruik' op het televisiescherm in Nederland. 'Onbekend televisiescherm' betreft al het gebruik van het televisiescherm dat niet gerelateerd kan worden aan lineaire televisieprogramma's tot en met zes dagen na uitzending. Een groot deel van dit onbekende schermgebruik omvat het kijken van videocontent van VOD-diensten. Aan het begin van 2020 was het aandeel 'onbekend schermgebruik' bij verschillende leeftijdsgroepen als volgt⁷:

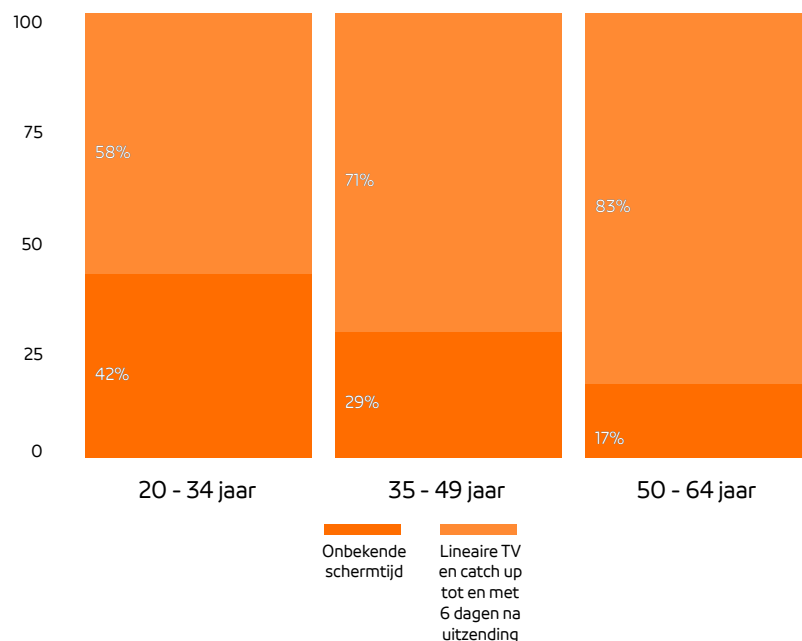
4 Bron: 'Netflix groeit naar 43% marktaandeel in Nederland in Q4, Telecompaper', 23-01-2020, <https://www.telecompaper.com/nieuws/netflix-groeit-naar-43-marktaandeel-in-nederland-in-q4--1323818>

5 Bron: GfK DAM Jaaroverzicht 2019

6 Bronnen: Smart Media Monitor 2019, Multiscope, p.35; 'Gebruik Facebook in Nederland zit weer in de lift', RTL Nieuws, 27-01-2020, <https://www.rtlnieuws.nl/tech/artikel/499964/gebruik-facebook-nederland-groei-gebruikers-instagram-youtube-snapchat-twitter>; 'Betaalde streamingsservice NPO Start Plus heeft kwart miljoen abonnees', NU.nl, 11-08-2019, <https://www.nu.nl/media/5981579/betaalde-streamingsservice-npo-start-plus-heeft-kwart-miljoen-abonnees.html>; Afgeronde kwartaalcijfers VodafoneZiggo, Q4 2019, <https://www.libertyglobal.com/wp-content/uploads/2020/03/VodafoneZiggo-Q4-2019-Report.pdf>; 'Videoland gaat jonge filmmakers met een miljoen euro steunen', De Volkskrant, 29-08-2019, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/videoland-gaat-jonge-filmmakers-met-een-miljoen-euro-steunen-b856b92d/>; Afgeronde kwartaalcijfers KPN, Q4 2019, https://ir.kpn.com/download/companies/koninkpnnv/Results/KPN_Factsheet_Q4_2019_External.xlsx; Niet gepubliceerde abonnee-aantallen NPO Plus en NLziet, ultimo december 2019

7 Bron: SKO (2020)

Kijktijdverdeling via tv-scherm



Onbekende schermtijd: TV-programma's ouder dan 6 dagen, Videoland, Netflix en andere VOD-diensten

Zoals gezegd wordt niet gemeten welk deel van de onbekende schermtijd gerelateerd kan worden aan het kijken naar VOD-diensten. Wel kunnen op basis van cijfers uit de UK en de US, waar dit aandeel wel bekend is (resp. 17% en 12% van de totale kijktijd), inschattingen worden gemaakt. De hoge breedbandpenetratie in Nederland en de gepubliceerde/geschatte abonnee-aantallen van SVOD-diensten in ogenschouw nemend, kan worden aangenomen dat in Nederland tenminste een vergelijkbaar of hoger percentage van de totale kijktijd wordt gespendeerd aan het kijken naar VOD-diensten. Gezien het feit dat Netflix veruit de grootste speler is in de Nederlandse SVOD-markt (zie hierboven), is het realistisch om in te schatten, dat Netflix ongeveer de helft van deze kijktijd realiseert. Dit komt neer op een kijktijdaandeel via het televisiescherm van minimaal 8% in de leeftijdscategorie 50-64, minimaal 15% in 35-49 en minimaal 20% in de leeftijdscategorie 20-34. Hierbij realiseert Netflix gemiddeld nog niet de kijktijdaandelen die de lineaire

NPO-kanalen als zendergroep halen maar is het wel een serieuze aanbieder op het tv-scherm geworden. Andere aanbieders van VOD-diensten, waaronder ook NPO Start en NPO Plus, zouden dan een aandeel in de andere helft realiseren.

Conclusie

In de aanvraag van NPO Plus is het beeld geschetst van een markt voor on-demand kijken waarin steeds meer partijen toe zouden treden. De verwachte ontwikkeling is realiteit geworden. Een aantal van deze diensten is inmiddels uitgegroeid tot stabiele speler op de markt. Door deze ontwikkeling is het behoud en verwerven van rechten alleen maar uitdagender geworden voor de publieke omroep, aangezien de toename van SVOD-diensten zorgt voor een opwaartse druk op de waarde van het window na de catch-upperiode van bepaalde titels, vooral fictie. Hiermee is de dienst NPO Plus, die de publieke omroep beter in staat stelt om rechten voor een langere periode te verwerven, in belang toegenomen.

Trends in mediagedrag

In deze paragraaf gaan wij in op de vraag in hoeverre de aannames uit de aanvraag NPO Plus ten aanzien van mediagedrag nog valide zijn.

Een belangrijke reden om bij het vorige concessiebeleidsplan NPO Plus aan te vragen, was dat het Nederlandse publiek in toenemende mate ook non-lineair ging kijken en dat daarmee de taakopdracht van de publieke omroep zich niet langer kon beperken tot het lineaire domein. In 2014 bestond de kijktijd (13+) al voor 16% uit het kijken naar non-lineair aanbod. Inmiddels bestaat 32% van de totale kijktijd van het Nederlandse publiek uit het kijken naar non-lineair aanbod. Ook bij oudere doelgroepen is on-demand kijken ingeburgerd als een 'reguliere' vorm van kijken. De adoptie van dit soort diensten versnelt dus ook bij deze groepen⁸. Onderstaande grafiek laat de ontwikkeling in de verschillende manieren van kijken in de periode 2014-2018 zien.

De afgelopen vijf jaar laat een gestage daling van lineair kijken zien en een toename in on demand kijken. Met name het kijken naar 'professionele' on demand aanbieders stijgt en het kijken van overige video online (YouTube en dergelijke) stijgt in mindere mate. Binnen de leeftijdsgroep 13-34 bestaat al bijna 60% van de kijktijd uit het kijken naar non-lineair aanbod.⁹

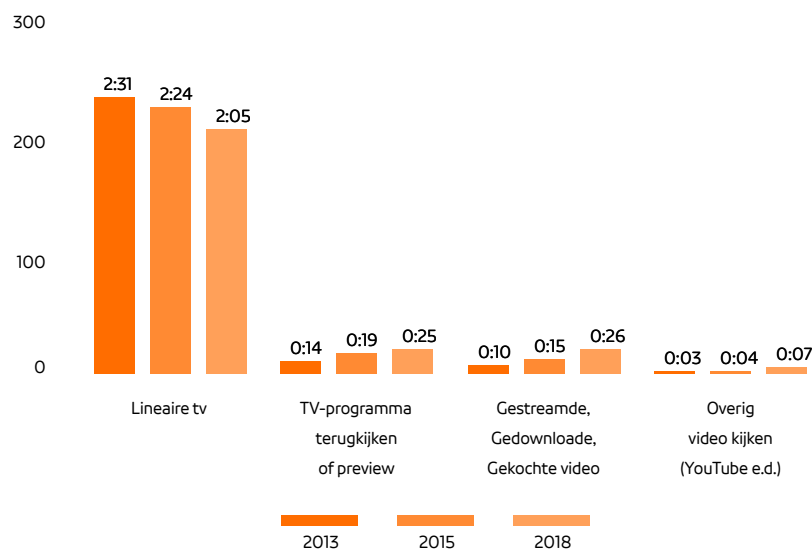
De daling van het lineaire kijken en de stijging van on demand kijken zien we terug in veel Europese landen, ook in landen met televisiekanalen zonder uitgebreide catch-updiensten. Een groot deel van de on demand kijktijd kan in de meeste landen worden toegeschreven aan het kijken naar internationale SVOD-diensten, waarvan Netflix en Amazon Prime in Europa op dit moment de grootste spelers zijn. In heel West-Europa heeft het aantal SVOD-gebruikers tussen 2014-2019 een zeer sterke groei doorgemaakt van naar schatting >400%. Het aantal gebruikers van Pay-TV, in Nederland vergelijkbaar met een kabelabonnement, is in dezelfde tijd minimaal gegroeid.

Wat niet is veranderd, is het belang van het televisiescherm voor het kijken van videocontent. Dit blijft het belangrijkste apparaat voor het kijken van videocontent. 89% van alle kijktijd wordt gerealiseerd door het tv-scherm. Ook bij on demand kijken naar professionele content zorgt het televisiescherm voor 68% van de kijktijd.⁹

Conclusie

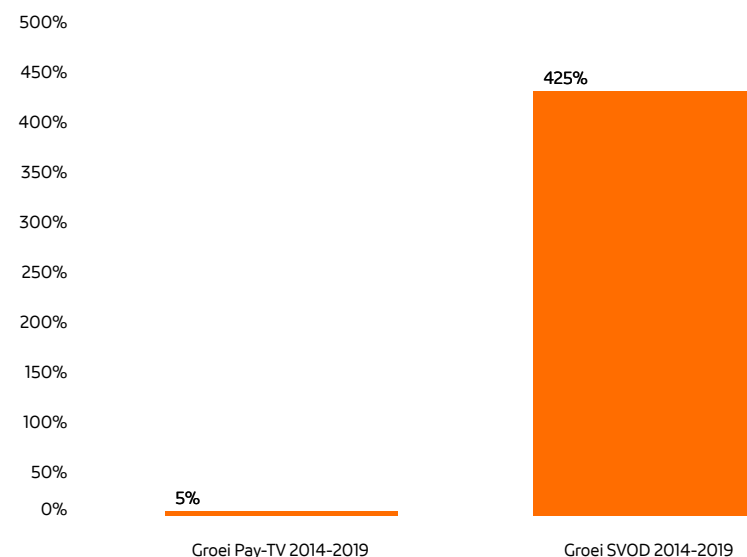
In het CBP van 2016 is het beeld geschetst dat in toenemende mate on demand gekeken zou worden. De tijdens de aanvraag van NPO Plus verwachte ontwikkeling van on demand kijken heeft sindsdien in nog sterkere mate plaatsgevonden. Bij de aanvraag van NPO Plus is daarnaast opgemerkt dat met name het televisiescherm het belangrijkste apparaat voor de dienst zou worden. Dit blijkt nog steeds het geval. Het non-lineaire domein en daarmee NPO Plus is dus in toenemende mate belangrijk voor de publieke omroep om zijn taakopdracht te verwezenlijken.

Kijktijd per type kijkactiviteit in uren: minuten per dag



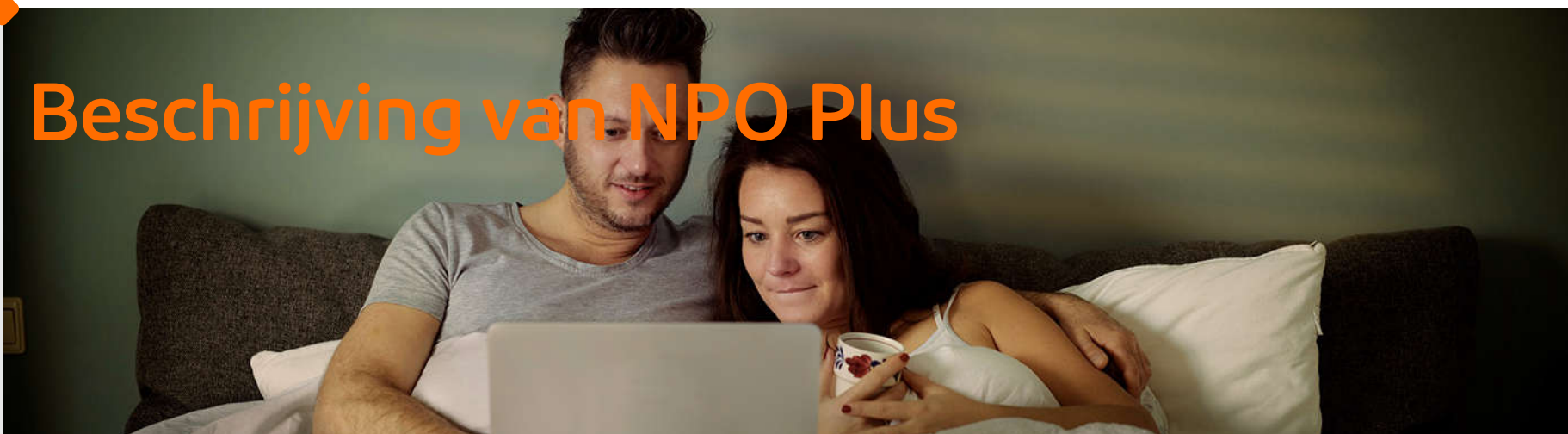
Bron: Media:Tijd 2013, 2015, 2018

Groei Pay-TV & SVOD-diensten in West-Europa



Bron: Ampère Analysis

Beschrijving van NPO Plus



In dit hoofdstuk beschrijven we de huidige stand van NPO Plus en relateren we deze aan de oorspronkelijke aanvraag. We doen dit aan de hand van de onderdelen die in paragraaf 2 van het instemmingsbesluit worden genoemd (beschrijving van NPO Plus) Dit zijn:

- De aard van de dienst
- Het aanbod in NPO Plus en de relatie met NPO Gemist
- Technologie
- Financiering

Aard van de dienst

NPO Plus is een zogenaamde catch-updienst, waarmee het publiek het aanbod dat de publieke omroep op de lineaire hoofdkanalen heeft uitgezonden, kan terugkijken. NPO Plus stelt in abonnementsvorm programma's beschikbaar gedurende een langere periode (tot en met 365 dagen), zonder reclame en in een hoge beeldkwaliteit. Daarnaast biedt NPO Plus previews van in een lopend seizoen uit te zenden programma's en worden eerdere seizoenen van lopende televisieseries beschikbaar gesteld. NPO Plus is een betaalde, kostengeoriënteerde aanvulling op de gratis dienst NPO Gemist. Aan bovengenoemde omschrijving heeft de NPO de afgelopen jaren invulling gegeven.

Conclusie

De aard van de dienst is de afgelopen jaren niet gewijzigd ten opzichte van de aanvraag.

Aanbod NPO Plus en de relatie met NPO Gemist

NPO Plus is de betaalde aanvulling op de gratis catch-updienst van de NPO: NPO Gemist. Deze dienst is toegankelijk via NPO Start¹⁰. Voor de beschikbaarheid van het aanbod in enerzijds NPO Gemist en anderzijds NPO Plus hebben we bij aanvang van de dienst een onderscheid gemaakt tussen producties waarvan de NPO het merendeel van de intellectuele eigendomsrechten zelf in handen heeft en producties waarbij de rechtensituatie anders ligt. Dit onderscheid is nog steeds relevant, aangezien we bij een substantieel deel van de programma's het merendeel van de rechten nog steeds niet zelf in handen hebben. NPO Plus stelt ons in staat om programma's die lineair zijn uitgezonden, langer beschikbaar te houden in het publieke domein. Uiteraard geldt nog steeds dat alle programma's (dus ook de programma's waarvan we de intellectuele eigendomsrechten niet zelf hebben) via NPO Start minimaal zeven dagen teruggekeken kunnen worden. In veel gevallen kunnen programma's op NPO Start ook langer dan zeven dagen worden teruggekeken, afhankelijk van het type programma en de rechtenafspraken. In de praktijk betekent dit dat met name non-fictie lang via NPO Start aangeboden wordt en fictie, naast een beperkte periode via NPO Start, voor een langere tijd via NPO Plus. Ten opzichte van NPO Start zijn er gemiddeld 16,6% meer afleveringen beschikbaar via NPO Plus. Voor Nederlandstalige afleveringen is dit 6%.

Conclusie

Bij de aanvraag is aangegeven dat het aanbod van NPO Plus zoveel mogelijk gelijk is aan het aanbod van de algemene televisieprogrammakanalen en daarmee dus ook van NPO Start. Dit is nog steeds het uitgangspunt.

¹⁰ In de rest van de tekst zullen we NPO Start gebruiken, waarmee dus ook de functionaliteit van het terugkijken ('gemist') wordt bedoeld

Verskil in kijkgedrag tussen NPO Start en NPO Gemist

Alhoewel het verschil in aanbod tussen NPO Start en NPO Plus dus tot bovenstaande is beperkt, is het kijkgedrag binnen de twee diensten anders. Het aandeel van NPO Plus in de totale kijktijd op het on demand platform (NPO Start en NPO Plus samen) ligt inmiddels op ongeveer 30%. Begin 2018 lag dit percentage nog op 4%. De gemiddelde kijktijd van de NPO Plus-gebruiker neemt nog steeds toe en ligt ongeveer op 300 minuten per week, wat neerkomt op 750.000 uur per week voor alle NPO Plus-gebruikers gezamenlijk. Ter vergelijking: NPO Start wordt gemiddeld door meer dan 2 miljoen mensen per week bezocht, waarbij de totale streamduur op 2 miljoen uur per week ligt¹¹. Naar verhouding kijkt de NPO Plus gebruiker dus vaker en langer dan de NPO Start gebruiker.

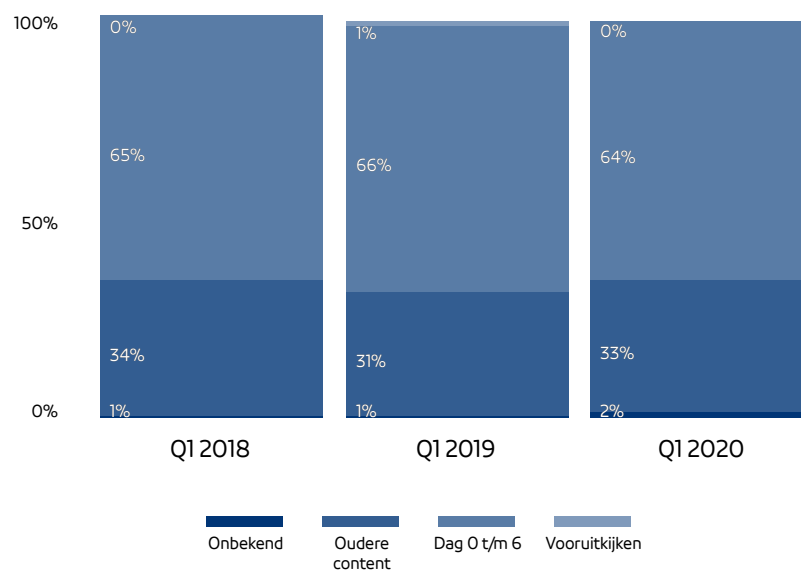
Het verschil in kijkgedrag tussen NPO Start en NPO Plus zien we ook terug in grafieken over de mate waarin aanbod van 7 dagen en ouder wordt teruggekeken. In

de grafieken hieronder wordt de 'ouderdom' van gestreamd aanbod op NPO Start en NPO Plus inzichtelijk gemaakt.

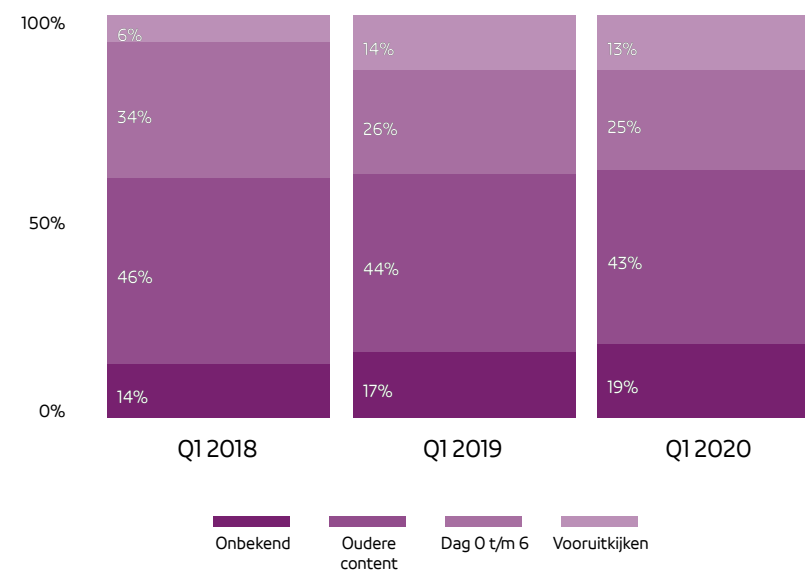
Waar bij NPO Start twee derde van de kijktijd wordt gespendeerd aan aanbod dat maximaal zes dagen geleden is uitgezonden, ligt dat aandeel bij NPO Plus op 43%. Hoewel het niet goed mogelijk is een definitief percentage te geven van de kijktijd die gespendeerd wordt aan het vooruitkijken van programma's op NPO Plus (zie ook par. 3.3), is de inschatting dat dit op 13% lag in het eerste kwartaal van 2020.

Hierbij moet ook worden opgemerkt dat van een deel van het aanbod niet bekend is wanneer de lineaire uitzenddatum heeft plaatsgevonden. Deze categorie wordt gelabeld als onbekend. Voor NPO Start lag dit percentage in Q1 2020 op 2%, voor NPO Plus op 19%. Het kan hier gaan om zowel programma's die vooruitgekeken kunnen worden, als om oudere programma's die, na lang geleden uitgezonden

Ouderdom van gestreamde content van NPO Start voor Q1 2018, Q1 2019, Q1 2020



Ouderdom van gestreamde content van NPO Plus voor Q1 2018, Q1 2019, Q1 2020



te zijn geweest, opnieuw beschikbaar worden gesteld. Dit laatste is het geval bij eerdere seizoenen van een lopende serie. Deze mistelling wordt veroorzaakt door beperkingen in ons metadatasysteem.

In het instemmingsbesluit is benoemd dat NPO het aanbod van NPO Plus zodanig onder de aandacht van het publiek wil brengen dat een evenwichtig, pluriform en gevarieerd aanbod ook on demand zichtbaar, makkelijk vindbaar en duidelijk herkenbaar is. Figuur 8 in paragraaf 5.2 laat zien dat gebruikers van NPO Plus duidelijk meer series kijken dan gebruikers van NPO Start en in verhouding minder kijken naar de categorieën 'informatief' en 'amusement'. Het is aannemelijk dat dit ook wordt beïnvloed door het verschil in aanbod op NPO Start en NPO Plus, waarbij 16% meer afleveringen beschikbaar zijn op NPO Plus in verhouding tot NPO Start. Toch blijkt uit figuur 8 in paragraaf 5.2. dat de NPO Plus-kijker ook een substantieel deel van de kijktijd spendeert aan de categorie 'informatief'. NPO ziet hierin de bevestiging dat NPO Plus niet louter een dienst is voor films, series en documentaires, maar dat de Plus-gebruiker hier een evenwichtig aanbod kan vinden en dat ook bekijkt.

Conclusie

Gebruikers van NPO Plus kijken vaker vooruit én naar ouder aanbod dan gebruikers van NPO Start, maar spenderen ook nog steeds een substantieel deel van de kijktijd aan het kijken van recent uitgezonden aanbod.

Technologie

NPO Plus is, zoals reeds benoemd in het instemmingsbesluit, net als NPO Start, Videoland en Netflix nog steeds een 'over the top'-dienst (OTT). Dat wil zeggen, de dienst maakt gebruik van het internet als transportmedium en er is een directe relatie tussen de kijker en de aanbieder mogelijk, zonder tussenkomst van de netwerkaanbieder. NPO heeft ervaring met dergelijke technologieën sinds het begin van dit millennium (de start van Uitzending Gemist). Bij hoog-volumeverkeer, zoals bij NPO, staat een deel van de infrastructuur bij voorkeur in het netwerk van de internettoegangsprovider. In jargon wordt dit aangeduid als een CDN (content

distributienetwerk). NPO maakt gebruik van een CDN van KPN om KPN-abonnees te kunnen voorzien van de best mogelijke *quality of service*. Met Ziggo zijn er op dit moment geen soortgelijke afspraken.

In de basis werkt NPO Plus naar behoren. Uit onderzoek blijkt dat Nederlandse kijkers hoge eisen stellen aan het gebruiksgemak van video on demand diensten, waarbij Netflix vaak wordt genoemd als voorbeeld van een dienst die gebruiksvriendelijk is en op technologisch vlak goed werkt. Uiteraard beschikt NPO niet over dezelfde aantallen ontwikkelaars en over het budget van een dienst als Netflix, waardoor het niet realistisch is dat de dienst van de publieke omroep hetzelfde niveau qua gebruiksgemak en technologie kan bereiken.

Toch valt op dit gebied voor NPO nog genoeg winst te behalen. In de ogen van onze kijkers doet de publieke omroep, ook wanneer deze vergeleken wordt met andere diensten dan Netflix, het minder goed op het gebied van gebruiksgemak en technologisch functioneren van de dienst¹². De service zal dus -ook binnen de grenzen van het NPO-budget significant moeten verbeteren. Dit kan door verdere personalisatie (aanbod en functionaliteiten), het stimuleren van persoonlijke profielen (waarmee ook het kindprofiel relevanter wordt voor een nieuw kijkerspubliek), een slimmere zoekmachine en een kortere navigatieroute naar de programma's. Hiervoor is al opgemerkt dat er beperkingen zijn in het metadatasysteem. Ook dit is een punt van aandacht.

Conclusie

Onderzoek onder gebruikers van NPO Start en NPO Plus laat zien dat de diensten nog veel verbeterd kunnen worden op het gebied van gebruiksgemak, technologisch functioneren en functionaliteiten. Ook in ons metadatasysteem en in de manier waarop aanbod en uitzenddata worden geregistreerd, zullen verbeteringen moeten worden geïmplementeerd, om beter te kunnen rapporteren over de omvang en aard van het on demand aanbod.

Meetonvolkomenheden

Tekortkomingen in metadatasystemen

Zoals ook uit de genoemde figuur 4 (paragraaf 3.2) blijkt, wordt een substantieel aandeel van de kijktijd bestempeld als 'onbekend'. Dit is veelal te wijten aan onvolkomenheden in de metadata. Zo wordt het invullen van uitzenddata in de systemen door veel verschillende mensen gedaan, wat een hogere foutmarge tot gevolg heeft. Daarnaast worden herhalingen, of het opnieuw plaatsen van reeds uitgezonden aanbod als on demand, niet altijd op de juiste manier herkend door de verschillende publicatiesystemen voor NPO Start en NPO Plus. Ook hierdoor kan een verkeerde uitzenddatum verschijnen. Bovendien kunnen de kijktijdaandelen met betrekking tot previewen niet helemaal overeenkomen met het daadwerkelijke kijkgedrag, omdat de uitzenddatum niet altijd juist wordt geregistreerd.

Een andere tekortkoming betreft het bijhouden van het aandeel previews in het totale programma-aanbod (in absolute zin, dus niet gerelateerd aan kijktijd). Dit komt doordat previews op programma- en afleveringsniveau bekeken kunnen worden en de systemen de afspeelduur niet systematisch bijhouden.

Een serie kan tellen als vooruitkijken wanneer minimaal één aflevering van de serie in die week 'vooruitkijkbaar' was, terwijl de daaropvolgende afleveringen misschien niet beschikbaar waren voor preview. De gehele serie wordt dan ten onrechte als preview aangemerkt. Gelet op deze meetproblemen is het niet mogelijk een accurate indicatie te geven van het aandeel previews in de totale programmaduur, beschikbaar in NPO Plus. We zijn daarom voorzichtig met het doen van uitspraken over de precieze omvang en aard van ons programma-aanbod op een specifiek moment.

Vanwege genoemde tekortkomingen is het niet goed mogelijk het daadwerkelijke aanbod op NPO Start en NPO Plus adequaat in kaart te brengen. Voor deze evaluatie maken we daarom met name gebruik van gebruiksdata, om uitspraken over de dienst NPO Plus te kunnen doen. NPO is bezig de meetproblemen op te lossen. Gezien de complexiteit zal het enige tijd duren voordat alle onvolkomenheden zijn weggewerkt. We streven ernaar om vanaf de nieuwe concessieperiode (2022) de eerste grote verbeteringen te hebben doorgevoerd, zodat we gedetailleerder en accurater kunnen rapporteren over de aard van het aanbod op NPO Start en NPO Plus.



Stijgende kosten als gevolg van langere beschikbaarheid

In de aanvraag van NPO Plus is aangegeven dat NPO Plus een kostengeoriënteerde dienst is, gericht op het langer beschikbaar houden van programma's. Kostengeoriënteerd betekent dat de opbrengsten uit NPO Plus gebruikt worden om de dienst te financieren en niet om 'winst' te maken.

In onze aanvraag is aangegeven dat het noodzakelijk is een betaling te vragen aan het publiek voor het gebruik van de dienst, omdat rechtenvererving en het (langer) beschikbaar houden van programma's additionele kosten met zich meebrengen. De ontwikkeling van deze kosten is ongewis maar zal logischerwijs samenhangen met de interesse om bepaalde programma's na langere tijd nog terug te kijken. Deze publieksbehoefte groeit nog steeds. De toename van SVOD-diensten op de Nederlandse markt geeft zoals gezegd ook een opwaartse druk op de waarde van het window na de catch-upperiode van bepaalde titels, vooral fictie. Om deze reden is betaling voor het gebruik van NPO Plus nog steeds noodzakelijk.

Over de extra kosten als gevolg van het (langer) beschikbaar stellen van programma-aanbod is in de aanvraag van NPO Plus het volgende geschreven:
*"De belangrijkste extra kostencomponent van NPO Plus is het verwerven van het recht voor het langer beschikbaar stellen van programma's. Programma's kunnen namelijk niet allemaal voor langere tijd of onbeperkt beschikbaar blijven. Dat is ook nooit zo geweest. De DVD van Penozo kan ook niet gratis worden afgehaald bij de DVD-winkel. Dit heeft, naast de kosten van de DVD, alles te maken met de positie van rechthebbenden. De NPO respecteert de positie van makers en producenten en vindt dat zij billijk en fair moeten worden beloond."*¹³

Ten tijde van de aanvraag is een aantal opties overwogen met betrekking tot de constatering dat het langer beschikbaar stellen van programma's aanzienlijke kosten met zich meebrengt. Afzien van het langer beschikbaar stellen van tijdelozere programma's was geen serieuze optie. Dit zou namelijk tot gevolg hebben dat de publieke omroep haar publieke taak in het non-lineaire domein niet goed zou kunnen uitvoeren. Dit zou er uiteindelijk toe leiden dat de publieke omroep zich enkel of vooral zou toelagen op tijdgebonden genres zoals nieuws en actualiteiten. Er is gekozen voor het introduceren van een betaaldienst als onderdeel van de hoofdtaak. Het verwerven van rechten om alle programma's gratis aan te kunnen bieden aan 17 miljoen Nederlanders voor onbepaalde tijd, is bij de aanvraag beoordeeld als onhaalbare optie. Hiermee zou binnen de publieke taak een onbetaalbare dienst worden gecreëerd. Rechthebbenden moeten billijk en fair worden beloond. De financiering en eventuele kostenstijgingen als gevolg van hogere rechtenvergoedingen zouden ten laste komen van het reguliere budget, wat weer ten koste zou gaan van de reguliere programmering. Dit zou betekenen dat we veel minder programma's over alle genres heen zouden kunnen maken voor het publiek. Tijdens de aanvraag was ook de verwachting dat de kosten voor rechten in de nabije toekomst alleen maar meer zouden stijgen.

De kosten voor dramaproducties en de rechten voor deze producties zijn inmiddels toegenomen. De waarde van rechten in bepaalde windows is echter vooraf moeilijk in te schatten. Voor de ene titel is grote interesse voor de (exclusieve) gebruiksrechten, voor andere titels is die interesse er nauwelijks. Een actuele inschatting van de kosten voor het behoud van exclusieve gebruiksrechten - in het fictieve scenario dat er geen vergoeding aan rechthebbenden vanuit de opbrengsten van NPO Plus zouden kunnen worden toegezegd - is daarom niet te maken. Uit enkele aanbiedingen die omroepen hebben gekregen van commerciële mediadiensten voor het snel na

uitzending afstaan van gebruiksrechten, is wel duidelijk dat het om substantiële bedragen zou kunnen gaan om rechten te behouden. Het is daarbij logisch te veronderstellen dat de toename van het aantal VOD-aanbieders zal zorgen voor een opwaartse prijsdruk. Elke VOD-dienst wil zijn catalogus vullen met verschillende en aantrekkelijke programma's.

Conclusie

De omstandigheid die werd verwacht ten tijde van de aanvraag, namelijk een opwaartse druk op de waarde van de windows na het lineaire window, is realiteit geworden. Daarom is de dienst NPO Plus nog steeds van belang om programma's langdurig te kunnen aanbieden in de toekomst. NPO Plus zorgt ervoor dat de kosten voor de langere beschikbaarheid zich beperken tot de groep die NPO Plus gebruikt.

Kostenmodel rechtenverwerving NPO Plus

De NPO heeft gekozen voor een niet-standaard businessmodel als het gaat om rechtenverwerving. De standaard werkwijze zou zijn geweest een vast bedrag aan rechthebbenden uit te keren, ongeacht het aantal abonnees van de dienst. Dat betekent echter dat de NPO een financieel risico zou hebben gelopen. De NPO vond (en vindt) het niet wenselijk dat niet-gebruikers indirect meebetalen aan NPO Plus¹⁴.

De NPO heeft, zoals beschreven in zijn aanvraag, daarom een businessmodel gekozen dat uitgaat van een 'afdracht-achteraf' aan makers op basis van repartitie van de gegenereerde inkomsten op basis van de kijkminuten die een programma realiseert, nadat hiervan de vaste en variabele kosten voor technologie, organisatie en derdenrechten (o.a. Buma en PAM-partijen) zijn afgetrokken.

De reden dat er niet is gekozen voor fixed fees maar voor variabele vergoedingen is dus om enerzijds het financiële risico voor de NPO te beperken en anderzijds de rechtenvergoeding mee te laten groeien met de (sinds de start van de dienst) gestegen waarde van het media-aanbod, uitgedrukt in abonnee-aantallen en

gerealiseerde kijkminuten. De inkomsten voor rechthebbenden compenseren de gemiste inkomsten doordat publieke programma's niet worden verkocht aan bijvoorbeeld Netflix of Videoland. Tegelijkertijd wordt hiermee een breed publiek aanbod zichtbaar gehouden voor ons publiek. Het is niet te zeggen voor welke programma's de vergoeding die een commerciële dienst zou betalen hoger of lager is dan de vergoeding die de rechthebbende ontvangt uit NPO Plus. Op basis van de bij ons bekende verkoopprijzen van programma's is onze inschatting dat de vergoeding uit NPO Plus voor de meeste programma's op dit moment met de huidige aboneestand nog niet op hetzelfde niveau ligt als die van de verkoopprijzen.

De variabele vergoeding heeft ervoor gezorgd dat bij de opstart van de dienst het risico voor de NPO is verlaagd. Tegelijkertijd zorgt de variabele vergoeding ervoor dat, nu het aantal abonnees harder is gegroeid dan verwacht en de dienst meer gebruikt wordt, er meer wordt uitgekeerd aan rechthebbenden.

Het principe van kostendekkendheid is leidend. We keren niet meer uit aan rechthebbenden dan dat er aan inkomsten binnenkomen. De afgelopen periode is het bedrag dat we aan rechthebbenden hebben kunnen uitkeren, gestegen als gevolg van de toegenomen inkomsten uit NPO Plus. De abonnementsgelden zijn dus bestemd voor de dekking van kosten van NPO Plus. Nu de dienst volwassen is geworden, is de NPO voornemens om in 2021 het repartitiebeleid verder uit te werken waarbij bovengenoemd uitgangspunt leidend zal zijn.

Hoogte abonnementstarief

In 2016 heeft de NPO het abonnementstarief voor NPO Plus vastgesteld. Uitgangspunt was dat het tarief hoog genoeg was om de extra kosten voor technologie en rechten te dekken en tegelijkertijd de dienst zo toegankelijk mogelijk te maken voor het publiek. De NPO heeft in dit kader in 2016 een extern bureau gevraagd de betalingsbereidheid te onderzoeken. Op basis hiervan is het tarief destijds vastgesteld op €2,95.

¹⁴ De enige uitzondering hierop zijn de aanloopkosten die gefinancierd zijn uit eigen inkomsten.

Dit onderzoek is door hetzelfde externe bureau herhaald in 2019. In het onderzoek is ook aandacht besteed aan de impact van NPO Plus op de markt, en met name de bereidheid meerdere abonnementen voor verschillende diensten af te sluiten, oftewel abonnementen te 'stapelen'. Zie hiervoor ook paragraaf 6.1. Uit dit laatste onderzoek bleek dat, naast het feit dat het tarief zorgt voor kostendekkendheid van de dienst, €2,95 bovendien het prijspunt is waarbij beschikbaarheid van middelen voor NPO Plus-rechten optimaal is. Dit betekent ook dat de NPO een faire en billijke vergoeding aan rechthebbenden kan betalen. Op dit prijspunt worden naast de kosten voor rechten (waaronder ook rechten voor aangekochte titels en afdracht aan collectieve rechthebbenden) dus ook de kosten voor technologie inmiddels gedekt. Dit tarief valt binnen de bandbreedte (€2,00 - €3,50) die de minister bij het instemmingsbesluit heeft gesteld.

De komende concessieperiode zal worden onderzocht of een aanpassing van het abonnementstarief mogelijk is om zo de toegankelijkheid tot de dienst nog verder te vergroten, terwijl technische kosten gedekt blijven en de vergoeding aan rechthebbenden fair en billijk blijft. Eventuele tariefwijzigingen in de komende concessieperiode zullen plaatsvinden in de bandbreedte die de minister heeft gesteld bij het instemmingsbesluit.

Conclusie

Rekening houdend met de eis dat kosten voor de NPO Plus-dienst gedekt moeten worden uit de opbrengsten, zorgt de huidige abonnementsprijs ervoor dat een substantieel deel van het publiek bereid is een abonnement op de dienst af te sluiten. Het abonneeaantal van NPO Plus loopt op dit moment ook iets voor op de voorspelde adoptiecurve.

Details onderzoek abonnementstarief

Het onderzoek van 2019 heeft plaatsgevonden onder twee groepen respondenten: niet-gebruikers die werden benaderd voor een gratis kennismaking met NPO Plus ('triallists') en bestaande abonnees van NPO Plus ('non-triallists'). De uitkomsten zijn representatief voor alle Nederlanders 13+.

Uit het onderzoek komt naar voren dat NPO Plus als een aantrekkelijke dienst wordt ervaren. Die aantrekkelijkheid is toegenomen. Rond 39% van de huishoudens die nog geen NPO Plus abonnement hebben, vinden NPO Plus een interessant idee (door aan te geven te willen deelnemen aan de proefperiode). In 2016 lag dit percentage op 26%, wat erop duidt dat de bekendheid groter is geworden. Een relatief grote groep van de deelnemers aan de proefperiode (69%) heeft aangegeven de dienst toch niet interessant genoeg voor een abonnement te vinden.

Vervolgens is de deelnemers gevraagd in hoeverre ze bereid zouden zijn te betalen voor de dienst. Van de deelnemers die interesse toonden om NPO Plus te blijven gebruiken, gaf 96% aan in principe bereid te zijn om te betalen voor een dienst als NPO Plus. Teruggerekend naar het totaal aantal huishoudens (39% deelname proefperiode x 31% doorgaan met NPO Plus x 96% in principe bereid te betalen) is 11% bereid iets voor NPO Plus te betalen. Daarna is binnen deze groep gekeken naar verschillende prijspunten tussen € 1,00 en € 7,50 per maand. De resulterende 'demand curve' is vergeleken met bestaande gebruikers. Deze laatste groep laat een iets hogere betalingsbereidheid zien.

Bij de verschillende prijspunten is gekeken naar het potentieel aantal abonnees en daarmee ook naar het bedrag dat beschikbaar komt voor repartitie naar makers. Dit bedrag blijkt relatief ongevoelig voor abonnementsprijzen tussen € 2,50 en € 4,50 per maand, maar hebben wel een groot effect op het aantal abonnees.

De huidige abonnementsprijs van € 2,95 per maand is vastgesteld op basis van het betalingsbereidheidsonderzoek van 2016. We merken op dat het onderzoek van 2016 een grote voorspellende waarde heeft gehad ten aanzien van het huidige aantal abonnees. Het huidige abonnee-aantal is iets hoger dan in 2016 werd verwacht.

Ontwikkeling abonnee-aantallen

Bij de introductie van NPO Plus was de verwachting dat de dienst uiteindelijk zou groeien naar 300.000 tot 400.000 abonnees. In 2018 zagen we een snellere groei dan voorzien en begon de realisatie van het aantal abonnees voor te lopen op de prognoses. Het feit dat de groei sneller ging dan voorspeld werd, bleek ook uit de prijsevaluatie van 2019.

Tot nu toe laat de groei in nieuwe abonnees nog geen afvlakking zien. Zowel het aantal nieuwe abonnees per maand als het aantal opzeggingen per maand stijgt, maar het aantal opzeggingen groeit minder hard dan het aantal nieuwe abonnees. Hieruit volgt dat de netto-abonneegroei nog stijgende is.

In de aanvraag is uitgelegd dat NPO Plus additionele kosten met zich meebrengt, waarvan het verwerven van rechten de belangrijkste component is. De kosten worden betaald door de abonnees. De NPO is ervan uitgegaan dat de dienst met (op termijn) 300.000 á 400.000 abonnees en een tarief tussen € 2,00 en € 3,50 uit de kosten is. Aanloopverliezen zijn, zoals in de aanvraag is vermeld, betaald uit eigen distributie-inkomsten.

Conclusie

De aannames die genoemd zijn in het instemmingsbesluit over de verwachte interesse in de dienst blijken inmiddels realiteit en zijn zelfs overtroffen.

Ontwikkeling business case

Zoals in de aanvraag is aangegeven, was het streven bij de start van de dienst om NPO Plus binnen een aantal jaar kostendekkend te laten zijn. Dit betekent dat de inkomsten uit abonnees even hoog moeten zijn als de kosten aan technologie, rechten en overige. Sinds vorig jaar is NPO Plus volledig kostendekkend. Met de stijgende abonneeaantallen stijgen ook de kosten, als gevolg van intensiever gebruik en verhoogde technologische eisen, echter niet zo snel als in de originele business case was voorzien. Omdat een groot deel van de platformontwikkeling en distributiearchitectuur en -capaciteit wordt gedeeld met NPO Start, is op basis van (verwacht) gebruik en verbruik een deel van de kosten aan NPO Plus toegerekend. Nu het abonneeaantal boven verwachting is, heeft dit naar verwachting invloed op het allocatiepercentage dat we periodiek analyseren en zal dit percentage dus mogelijk bijgesteld gaan worden. Deze analyse zal eind 2020 plaatsvinden, waardoor eventuele bijstelling van het allocatiepercentage in 2021 doorgevoerd kan worden. Overigens is het op het gebied van doelmatigheid een voordeel dat NPO Start en NPO Plus gebruik maken van dezelfde technologische infrastructuur: NPO Plus dekt een deel van de kosten die nodig zijn om het technologische platform te laten draaien en zorgt er op deze manier voor dat we minder publieke middelen hoeven te alloceren voor ons on demand platform als geheel.

Conclusie

De doelstelling om kostendekkend te worden met NPO Plus is gerealiseerd. Het kostenallocatiepercentage van NPO Plus wordt periodiek geanalyseerd. Op basis van het gestegen gebruik van NPO Plus is het aannemelijk dat het kostenallocatiepercentage van NPO Plus zal worden aangepast. Samen met de hierboven genoemde verdere uitwerking van het repartitiebeleid zal mogelijk blijken dat er ruimte is voor een aanpassing van het tarief binnen de door de minister in het instemmingsbesluit goedgekeurde bandbreedte.

NPO Plus in relatie tot het publieke belang

In paragraaf 4 van het instemmingsbesluit worden overwegingen met betrekking tot het publieke belang van NPO Plus en met betrekking tot de markt besproken. In dit hoofdstuk evalueren we de overwegingen met betrekking tot het publieke belang:

- Ruimere beschikbaarheid van het aanbod
- Voorzien in behoeften van het publiek
- Pluriformiteit
- Volgen, stimuleren en benutten van technologische ontwikkelingen
- Toegankelijkheid
- Doelmatigheid

Ruimere beschikbaarheid van het aanbod

NPO Plus vergroot de beschikbaarheid van het publieke media-aanbod voor langere tijd van met name coproducties en (binnenlandse en buitenlandse) aankoop. Voor een aantal lopende televisieseries worden ook eerdere seizoenen aangeboden. Dit zorgt ervoor dat het publiek het aanbod langer kan bekijken op een dag en tijdstip dat het hen uitkomt. In de aanvraag is daarbij aangegeven dat het altijd mogelijk blijft voor het publiek om ervoor te kiezen de serie lineair te kijken of via NPO Start, in ieder geval tot 7 dagen na lineaire uitzending. De afgelopen jaren is dit ook het geval geweest. Zo is gemiddeld 98% van het Nederlandstalige aanbod dat lineair is uitgezonden, minimaal 7 dagen beschikbaar geweest via NPO Start.¹⁵

In onze aanvraag hebben we aangegeven dat NPO Plus ons met name in staat stelt om Nederlandse series, films en documentaires langer beschikbaar te houden, aangezien er meerkosten verbonden zijn aan het behouden van alle rechten voor deze genres. Uit analyses blijkt dat in een gemiddelde maand er meer dan 8000 afleveringen per dag langer beschikbaar worden gesteld via NPO Plus, wat betekent

dat er gemiddeld 16,6% meer afleveringen beschikbaar zijn via NPO Plus in vergelijking met NPO Start. Voor Nederlandstalige afleveringen is dit 6%. Door het bestaan van NPO Plus kunnen in veel gevallen ook de rechten voor NPO Start langer behouden worden. Dus ook het publiek zonder een abonnement op NPO Plus heeft baat bij de dienst. Dit blijkt uit de staande praktijk van de manier waarop rechtenafspraken op dit moment tot stand komen.

Het alternatief van verkoop van individuele titels aan commerciële mediadiensten, veelal alleen de 'succesnummers', zorgt voor het uiteen waaieren van het brede portfolio over verschillende commerciële partijen tegen doorgaans veel hogere abonnementskosten. Individuele minder populaire titels lopen daarbij grote kans 'onder te sneeuwen' en minder of in het geheel niet zichtbaar te zijn. Alhoewel de publieke omroep wel degelijk oudere titels verkoopt aan partijen als Videoland en Netflix via Dutch Core, is het bieden van een rijke publieke on demand dienst een voorwaarde om de volle breedte van het publieke aanbod zichtbaar te houden voor het publiek. Binnen onze eigen publieke omgeving kunnen we immers zelf de regie voeren over curatie, aanbevelingen en de algehele manier waarop we ons programma-aanbod zichtbaar maken aan de individuele gebruiker. Hiermee proberen we de kans zo groot mogelijk te maken dat een specifiek programma door zoveel mogelijk mensen uit de relevante doelgroep wordt gezien.

Conclusie

NPO Plus zorgt ervoor dat publiek Nederlands aanbod langer beschikbaar kan worden gehouden in een publieke omgeving. Dit doel was bij de aanvraag ook beoogd.

¹⁵ Zie ook de rapportage over afspraak 30 van de prestatieovereenkomst in de bijlage van de Terugblik 2017, 2018 en 2019

Voorzien in een publieke behoefte

De stijgingen in de gebruiksduur van NPO Plus en van het aantal abonnees laten duidelijk zien dat NPO Plus in een behoefte voorziet. NPO Plus kent verschillende functionaliteiten. De belangrijkste redenen voor het publiek om een abonnement op NPO Plus af te sluiten zijn het langer terug kunnen kijken van oudere programma's, het kunnen kijken van een serie in één keer (bingen) en het reclamevrije karakter.

Langer kunnen terugkijken

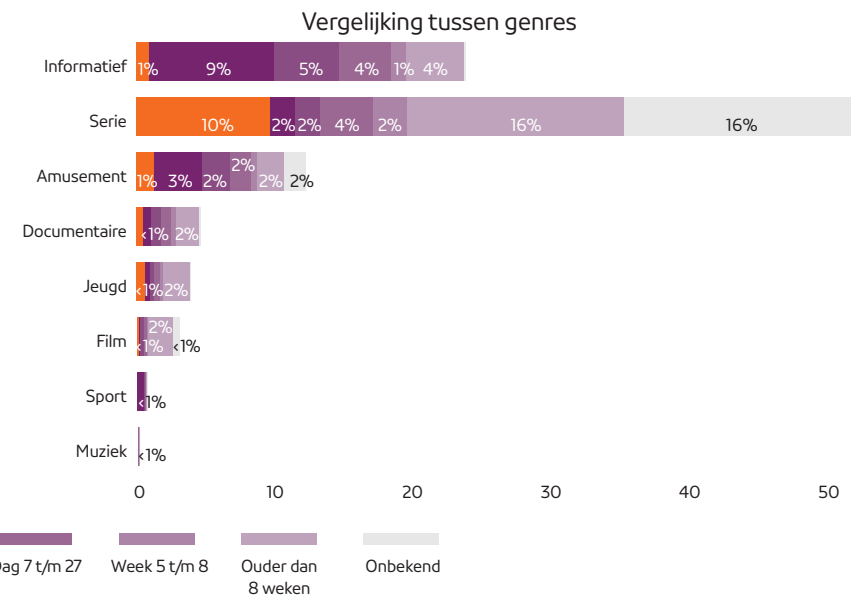
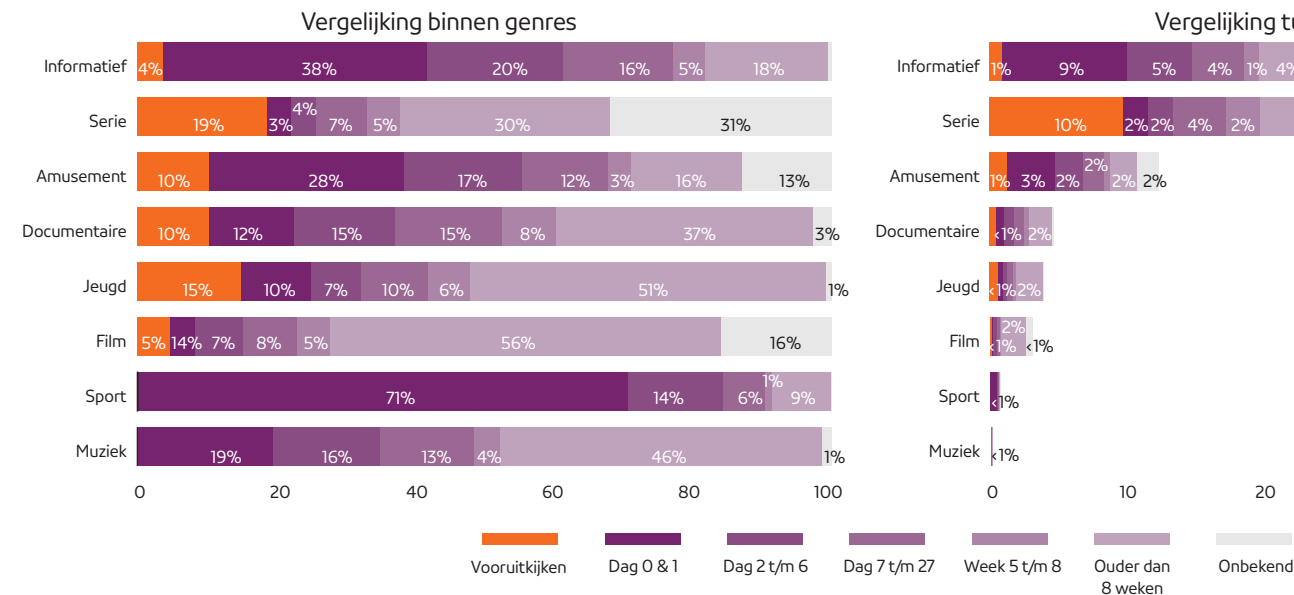
36% noemt het langer terug kunnen kijken van programma's als reden voor de aanschaf van NPO Plus. Bij de aanvraag hebben we aangegeven dat NPO Plus ons in staat zou stellen om met name tijdlozer aanbod als films en series langer aan te bieden. Onderstaande twee grafieken laten zien dat in de praktijk NPO Plus ook daadwerkelijk gebruikt wordt voor het langer terug kunnen kijken van met name series. Bijna 50% van de kijktijd op NPO Plus bestond begin 2020 uit series, waarvan slechts een klein deel (7%) gerelateerd is aan het binnen een week terugkijken

van een serie. Ook bij meer tijdgebonden genres, zoals informatief, bestaat nog steeds 18% van de kijktijd uit het terugkijken van programma's die langer dan acht weken geleden zijn uitgezonden. Overigens is het goed om te vermelden dat NPO Plus-gebruikers ook relatief veel recent terugkijken en dus flexibel gebruik maken van de mogelijkheden die NPO Plus biedt.

Conclusie

Bovenstaande analyses laten zien dat NPO Plus het doel om tijdlozere content langer beschikbaar te houden een publieksbehoefte invult: het grootste deel van de kijktijd gaat naar deze genres en binnen deze genres wordt er relatief 'laat' teruggekeken. Het gebruik van NPO Plus verschilt dus wezenlijk van het gebruik van NPO Start (die meer als gemistdienst wordt gebruikt).

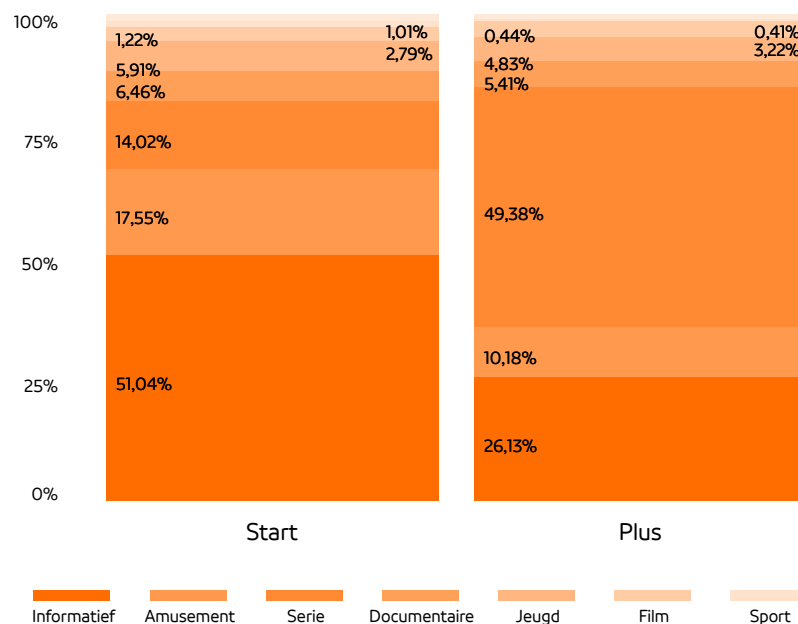
Leeftijd geconsumeerde content NPO Plus (grafiek links wordt nog vervangen)



Series

Het verschil in kijktijdverdeling naar genres bij NPO Start en NPO Plus laat zien dat NPO Plus op een andere manier gebruikt wordt dan NPO Start (zie de grafiek hieronder). Op NPO Start bestond 15% van de streamduur uit het kijken naar programma's geassocieerd als serie en was de categorie informatief met 51% het grootst. Op NPO Plus was de categorie serie met 49% het grootst, gevolgd voor informatief met 26%. Deze verschillen in gebruik worden beïnvloed door de beschikbaarheid van het aanbod op NPO Start en NPO Plus.

Verschillen in gebruik van NPO Start en NPO Plus totale streamduur per genre - voorjaar 2020



Bron: NPO Publieksonderzoek

Hoewel het precieze verschil in aanbod niet bekend is (zie paragraaf 3.3.) is wel bekend dat NPO Plus rond de 8.000 afleveringen langer beschikbaar houdt in vergelijking met NPO Start. Aangezien er vaker meerkosten verbonden zijn aan de categorie serie en deze dus vaker voor een periode exclusief in NPO Plus zullen zitten, is het aannemelijk dat een deel van deze 8000 afleveringen in de categorie serie zal vallen en de NPO Plus-gebruiker gemiddeld gezien een groter aanbod in series heeft dan de NPO Start-gebruiker.

Conclusie

De kijktijd van de NPO Plus-gebruiker laat een andere genreverdeling zien dan die van de NPO Start-gebruiker. Met name series worden vaker door de NPO Plus-gebruiker bekeken, wat laat zien dat NPO Plus veelal in andere behoeftes voorziet dan NPO Start. Dit werd al aangenomen in de aanvraag van NPO Start en is met deze gedragsdata bevestigd.

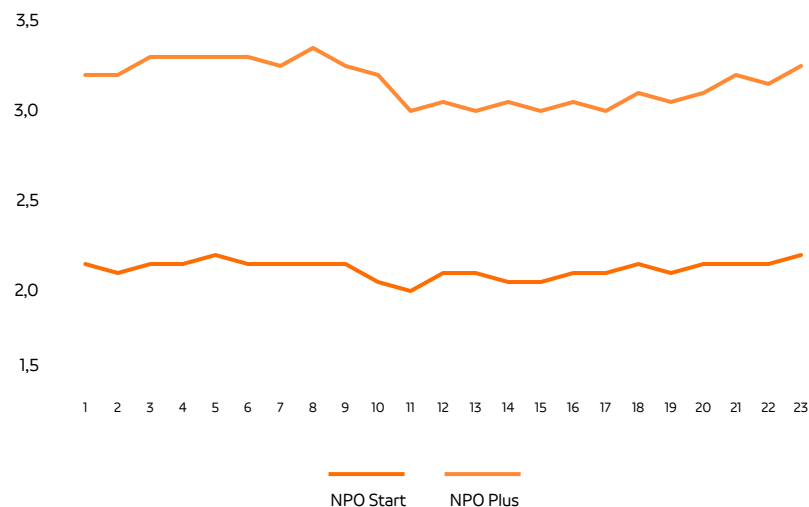
Bingen

NPO Plus biedt in een aantal gevallen ook oudere seizoenen van lopende series aan. Dit stelt de kijker in staat om meerdere seizoenen, en daarbinnen meerdere afleveringen van dezelfde series, achter elkaar te kunnen kijken. Het 'doorkijken' van een bepaald programma laat zich lastig meten. Dit doordat mensen op verschillende momenten in de week een programma weer verder kijken en deze data op geaggregeerd niveau voor verschillende programma's en gebruikers niet weer te geven is.

Wel blijkt uit onderstaande grafiek dat de NPO Plus-gebruiker gemiddeld meer video's start binnen één kijksessie dan dat de NPO Start-gebruiker dat doet. Gelet op het grote aandeel van het genre serie binnen de kijktijdverdeling van NPO Plus, is de verwachting dat ook binnen dit genre meerdere afleveringen binnen één sessie worden gestart.

Om een uitspraak te kunnen doen over de mate waarin wordt 'doorgekeken', is voor een willekeurige week gekeken hoeveel video's binnen één bezoek op NPO Start

Gemiddeld aantal gestarte video's NPO Plus gebruiker en NPO Start gebruiker (Q1 2020)



Bron: NPO Publieksonderzoek

en NPO Plus gekeken worden. Twee derde van de gebruikers van NPO Start, klikt maximaal één video per bezoek aan. Bij NPO Plus ligt dit aandeel op iets meer dan 40%, wat betekent dat bijna 60% van de gebruikers meer dan één video start¹⁶.

Conclusie

Er kan voorzichtig geconcludeerd worden dat de NPO Plus gebruiker vaker meerdere afleveringen achter elkaar kijkt en dat NPO Plus daarmee voorziet in de behoefte om meerdere afleveringen achter elkaar te kijken.

Verder kijken op alle apparaten, in hogere kwaliteit

NPO Plus-gebruikers geven aan te waarderen dat er in HD-kwaliteit gekeken kan worden en dat er verder kan worden gekeken op alle apparaten. Deze twee technologische voorzieningen vergroten de aantrekkelijkheid van de dienst. De hoge beeldkwaliteit is ook onderdeel geweest van de aanvraag van NPO Plus, mede vanuit de verwachting dat NPO Plus-gebruikers de dienst met name via het televisiescherm zouden gebruiken. Uit onderzoek van Motivaction in opdracht van NPO Publieksonderzoek blijkt ook dat Plus-gebruikers vaker over een smart-tv beschikken dan Start-gebruikers. Het aanmaken van een account is voorwaardelijk om NPO Plus te gebruiken. Het hebben van een account stelt de gebruiker in staat om verder te kunnen kijken op alle apparaten waar hij of zij is ingelogd. Overigens is deze functionaliteit ook beschikbaar voor NPO Start-gebruikers, wanneer zij een account hebben aangemaakt.

Conclusie

De aanname ten tijde van de aanvraag dat er behoefte was aan een hogere beeldkwaliteit (die vooralsnog niet in dezelfde mate te realiseren is op NPO Start), wordt ondersteund door onderzoek onder NPO Plus-gebruikers

Geen reclame

39% van de gebruikers uit hetzelfde onderzoek van Motivaction in opdracht NPO Publieksonderzoek noemt 'geen reclame' als één van de redenen om een abonnement te nemen op NPO Plus. Bij het aanvragen van NPO Plus is reclame voor de NPO geen substantieel onderwerp geweest. Het feit dat dit als reden wordt genoemd, zien we in die zin dan ook als een aangename bijvangst.

Pluriformiteit

NPO Plus brengt, anders dan diensten als bijvoorbeeld Netflix en Videoland, naast tijdlozer aanbod als films en series ook andere genres onder de aandacht zoals nieuws & opinie. Dit gebeurt door middel van kijktips en aanbevelingen. Daarmee komt de kijker in aanraking met een grotere variatie aan aanbod. Net zoals op NPO Start is het gidsen door het rijke programma-aanbod van de publieke omroep het uitgangspunt van NPO Plus. Aanbevelingen hebben niet primair tot doel om de kijktijd te maximaliseren (via een beperkt aantal titels waarvan bekend is dat deze tot de favoriete titels van de kijker behoort), maar beogen de volle breedte van het publieke aanbod te presenteren. Op die manier maakt de kijker kennis met programma's die hij wellicht niet actief zou zoeken, juist ook in andere genres dan fictie. Onderzoek¹⁷ wijst uit dat gebruikers van NPO Start en NPO Plus juist dit brede programma-aanbod van de dienst waarderen en dat deze diensten zich volgens de gebruikers daarmee ook onderscheiden van andere SVOD-aanbieders.

Het brede karakter van NPO Plus wordt op dit moment echter onvoldoende zichtbaar in de huidige marketingcommunicatie. De nadruk ligt op dit moment te sterk op drama. Dat is een te smal beeld. Het beeld wordt representatiever voor de dienst als er meer informatieve en human interest programma's in de etalage komen te staan.

Conclusie

Het pluriforme aanbod neemt niet toe door het bestaan van NPO Plus, maar het zorgt er wel voor dat een deel van het pluriforme aanbod langer beschikbaar is voor het publiek. Daarmee biedt NPO Plus, conform het instemmingsbesluit, hetzelfde evenwichtige, pluriforme, gevarieerde en kwalitatief hoogstaande aanbod als NPO Start doet, met een grote verscheidenheid in vorm en inhoud, dat op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft. Echter, in de marketingcommunicatie is tot dusver een te eenzijdig beeld neergezet met een focus op drama. Dat doet de daadwerkelijke catalogus van NPO Plus geen recht.

Volgen, stimuleren en benutten van technologische ontwikkelingen

De publieke omroep benutte met het opzetten van Uitzending Gemist al in een vroeg stadium de technologische ontwikkelingen die uitgesteld kijken mogelijk maakten. Door NPO Plus aan te bieden heeft NPO meegewerkt aan een verdere adoptie van het *over-the-top*-kijken. Met NLziet heeft NPO ook een stimulerende rol gespeeld in de sector voor de beweging naar het aanbieden van 'broadcast on demand'.

Door NPO Plus heeft het Nederlandse publiek veel langer toegang tot een breed aanbod publieke programma's dan bij andere publieke omroepen in Europa het geval is. NPO is hierin ook op Europees niveau een voorloper geweest. De BBC diende bijvoorbeeld pas begin 2019 een verzoek in om programma's (met name series) langer beschikbaar te kunnen houden binnen het on demand platform van de BBC¹⁸.

De publieke omroep benut door NPO Plus ook sneller de nieuwe technologische ontwikkelingen voor het verbeteren van het volledige on demand platform van de NPO (NPO Start en NPO Plus). Technologische mogelijkheden die de afgelopen tijd aan de dienst NPO Start en NPO Plus zijn toegevoegd, zijn het implementeren van het publieke aanbevelingsalgoritme en functies, zoals het automatisch onthouden waar je bent gebleven bij een specifiek programma of aflevering en het samen kijken met een andere gebruiker die zich op een andere locatie bevindt. Op deze manier volgt de publieke omroep de verschillende technologische mogelijkheden op het gebied van video on demand en kijkt het in hoeverre deze mogelijkheden ook relevant en implementeerbaar zijn voor de eigen dienst.

Conclusie

Met NPO Plus heeft de NPO een volgende stap gezet in het volgen, stimuleren en benutten van technologische ontwikkelingen. Voor het publiek betekent dit (het gemak en de zekerheid van) een langere beschikbaarheid van programma's, voor de publieke omroep brengt NPO Plus de mogelijkheid ook buiten het lineaire window en een korte catch-up-periode relevant te blijven voor zijn publiek.

17 Bron: NPO Publiksonderzoek
18 <https://www.bbc.com/aboutthebbc/reports/consultation/iplayerpit>

Toegankelijkheid

Het begrip toegankelijkheid is op verschillende manieren relevant voor NPO Plus. Ten eerste is de prijs van NPO Plus relevant: een hoge prijs kan een drempel opwerpen voor mensen die er gebruik van willen maken. Ten tweede zijn de verschillende manieren waarop NPO Plus wordt aangeboden aan het publiek relevant voor de mate waarin mensen er gebruik van kunnen en willen maken. Tenslotte is voor de toegankelijkheid relevant op welke apparaten NPO Plus kan worden bezocht. Deze drie verschillende elementen worden hieronder verder besproken.

Kostengeoriënteerde prijs

Het uitgangspunt bij het bepalen van de prijs van NPO Plus is geweest dat het tarief de kosten voor NPO Plus moet dekken, terwijl er tegelijkertijd ook gekeken is naar de toegankelijkheid van de dienst. Zie verder paragraaf 4 voor een toelichting op het abonnementstarief.

Toegankelijk via meerdere aanbieders en als standalone dienst

Vanuit het oogpunt van toegankelijkheid heeft de NPO ervoor gekozen de dienst NPO Plus op verschillende manieren beschikbaar te maken, afhankelijk van de persoonlijke voorkeur van de kijker. De afgelopen concessieperiode kon het publiek via internet rechtstreeks de website van NPO Start benaderen om hier een abonnement op NPO Plus af te sluiten. De dienst was vervolgens toegankelijk via de NPO-website en de NPO-app op verschillende apparaten, variërend van smartphone tot connected-tv. Ook is NPO Plus beschikbaar via de OTT-aanbieder NLziet.

Zoals ook de minister in het instemmingsbesluit stelt, is een centraal element in de overweging voor het aanbieden van NPO Plus dat de NPO de volle breedte van zijn aanbod op een samenhangende, herkenbare manier voor langere tijd beschikbaar wil stellen. De NPO wil het publiek optimaal gidsen door het aanbod door verwijzingen en zoekfuncties. Er zijn ook mogelijkheden om individuele programma's via kanalen en platforms van derden te verspreiden in de vorm van een nevenactiviteit. Dat zou echter leiden tot *cherry picking* door derde partijen, die alleen geïnteresseerd zouden zijn in de commercieel interessante titels. Bovendien zou dit betekenen dat het aanbod van de publieke omroep versnipperd wordt over verschillende platformen van derden. Het publiek zou voor elke dienst afzonderlijk een abonnement moeten afsluiten. Dit is niet in het belang van het publiek en

heeft bovendien een negatief effect op de toegankelijkheid en vindbaarheid van het gehele publieke aanbod wanneer deze niet binnen één publieke dienst beschikbaar is. Daarbij stelt het hebben van een publieke dienst ons in staat om zelf inzichten te ontwikkelen op het gebied van kijkgedrag, waardoor we in staat zijn onze proposities beter aan te laten sluiten op de behoeftes van het publiek en om door middel van publieke aanbevelingen ons publiek te attenderen op andere, wellicht minder populaire, titels.

Verspreiding van NPO Plus uitsluitend via platforms van derden, zoals Ziggo, KPN en NLziet, vond de minister eveneens ongewenst, zo blijkt uit het instemmingsbesluit. NPO moet voor de ontwikkeling van zijn strategie en de ontsluiting van het aanbod NPO Plus via meerdere platforms aan kunnen bieden. Wanneer NPO Plus ook los wordt aangeboden, biedt dit bovendien een extra keuzemogelijkheid voor degenen die geen behoefte hebben aan, of niet bereid zijn te betalen voor een alles-in-1 abonnement. Dit vergroot de toegankelijkheid van de dienst.

Naast de keuzevrijheid van het publiek, wil de NPO bovendien voor geen van zijn kanalen afhankelijk zijn van één commerciële aanbieder. De NPO heeft in het geval van een exclusieve verspreidingsvorm geen controle over de prijs, hetgeen de toegankelijkheid van NPO Plus kan schaden. Een dusdanige afhankelijkheid kan op langere termijn de uitvoering van de publieke media-opdracht in gevaar brengen, omdat afhankelijkheid van één commerciële partij kan betekenen dat de wensen van deze commerciële partij de boventoon gaan voeren.

Conclusie

Er zijn ten opzichte van de aanvraag en het instemmingsbesluit van de minister geen nieuwe overwegingen op het gebied van het verspreiden van NPO Plus via derden dan reeds benoemd en door de minister in 2016 erkend. We blijven NPO Plus via meerdere aanbieders van tv-pakketten aanbieden net als de stand-alone versie van de dienst.

NPO Plus aanbieden via verschillende apparaten

Ook door aanwezig te zijn op verschillende apparaten bevorderen we de toegankelijkheid van NPO Plus. In de afgelopen periode is de app beschikbaar gemaakt op verschillende apparaten, zoals smart-tv's en smartphones, en is het mogelijk om te streamen naar een televisie. Een aandachtspunt hierbij blijft de beperkende voorwaarden van partijen als Google en Apple om het afsluiten van abonnementen via deze appstores alleen mogelijk te maken tegen betaling van een hoge vergoeding aan deze partijen. Daarnaast is er bij deze partijen een blijvende druk om de dienst te ontbundelen en het aanbod gefragmenteerd aan te bieden.

Conclusie

Bij de aanvraag van NPO Plus had de NPO het doel de dienst op zoveel mogelijk relevante apparaten beschikbaar te maken. Deze doelstelling is grotendeels behaald, lettende op het feit dat NPO Plus beschikbaar is via populaire apparaten zoals de smartphone.

NPO Plus in relatie tot de markt



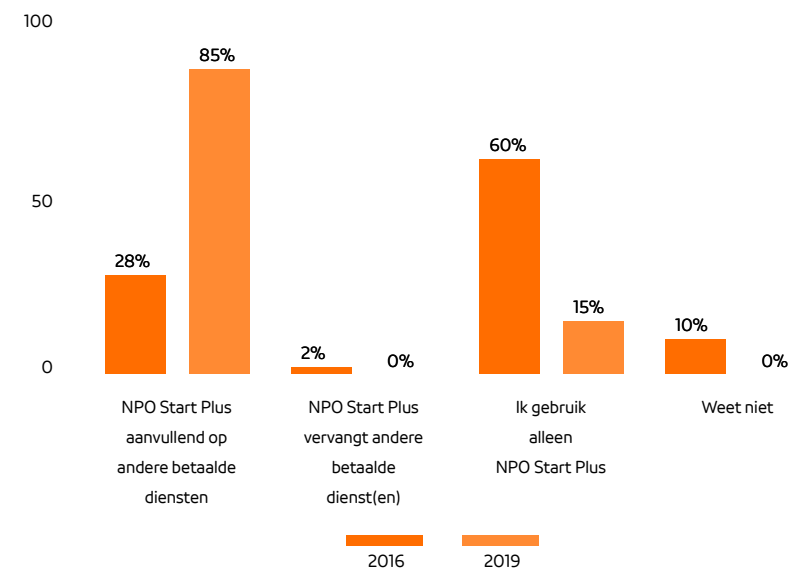
Mogelijke gevolgen voor de markt

NPO Plus is gestart om publiek aanbod langer beschikbaar te houden in een publieke omgeving en niet om te concurreren met het aanbod van andere aanbieders. Om de publieke taak zo goed mogelijk uit te voeren, is het van belang dat de NPO ook in het on demand domein een relevante gids is met kwalitatief hoogstaand aanbod. Zeker met het toegenomen én toenemende aantal aanbieders en het toegenomen aandeel van on demand kijken binnen het totale kijkgedrag, is het van belang een stevige on demand propositie aan te bieden, waarbinnen de volle breedte van de publieke programmering gedurende langere tijd zichtbaar kan worden gemaakt. Dit laatste is overigens ook in het belang van makers en rechthebbenden: zij ontvangen op deze manier vergoedingen voor hun titels in de breedte. Met name kleinere producenten en makers profiteren hiervan.

Uit onderzoek¹⁹ blijkt dat NPO Plus door consumenten (in casu proefpersonen die NPO Plus geprobeerd hebben en na afloop bereid blijken een abonnement af te sluiten) wordt gezien als een aanvullende dienst, bovenop andere diensten. Bij de start van de dienst bleek al dat zeer weinig mensen (2%) aangaven NPO Plus als een vervangende SVOD-dienst te zien voor een SVOD-dienst waar ze op dat moment een op abonnement hadden. In 2019 is deze vraag opnieuw voorgelegd en kwam het percentage zelfs uit op 0%.

Ook is het aantal respondenten dat aangeeft naast NPO Plus geen andere betaalde dienst te gebruiken, gedaald van 60% in 2016 naar 15% in 2019, wat impliceert dat de introductie van NPO Plus niet heeft geleid tot een daling bij het Nederlandse publiek in het afnemen van andere betaaldiensten.

Overzicht antwoorden respondent naar NPO Plus als aanvullende dienst¹⁹



¹⁹ Bron: 'Demand and pricing assessment for the NPO Start Plus service', Analysis Mason, 17-06-2019.

Het onderzoek in de grafiek op de pagina hiervoor wordt ook gesteund door aanvullend onderzoek. Hieruit blijkt dat gebruikers van NPO Plus vaak ook een abonnement op Netflix (70%) en Videoland (46%) hebben. Wanneer we andersom kijken naar de totale groep van Netflix-abonnees, geeft relatief een klein percentage aan ook een abonnement op NPO Plus te hebben (3%). Dit is te verklaren door het feit dat Netflix veel meer abonnees heeft dan NPO Plus en de groep mensen met een abonnement op zowel NPO Plus als Netflix klein is als je deze afzet tegen het totale abonnee-aantal van Netflix.

	Ik kijk naast NPO Plus ook...	Ik kijk naast Netflix ook...	Ik kijk naast Videoland ook...
NPO Start Plus	-	3%	8%
Netflix	70%	-	82%
Videoland	46%	6%	-

Verhouding tot NLziet

NLziet is ontstaan vanuit de gedachte dat al het Nederlandse aanbod, zowel publiek als commercieel, makkelijk vindbaar en toegankelijk moet zijn. NLziet heeft zich in de afgelopen jaren ontwikkeld tot een volwaardige OTT-aanbieder voor de kijker die ervoor kiest om niet langer een breed tv-abonnement bij een traditionele pakketaanbieder af te nemen. NLziet draagt daarmee ook bij aan meer keuzevrijheid voor de consument door een alternatief te bieden voor een abonnement bij een andere aanbieder. De NPO is tevreden met het product NLziet: het werkt technologisch goed en is gebruiksvriendelijk. De NPO zal daarom de dienst NPO Plus binnen NLziet blijven aanbieden.

Om meerdere redenen vindt de NPO het belangrijk dat NPO Plus zowel via NLziet als via andere aanbieders (zoals Ziggo) en als separate dienst voor het publiek beschikbaar blijft:

1. Zoals in paragraaf 4.5.2 aangegeven, wil de NPO voor NPO Plus ten behoeve van een optimale **toegankelijkheid** een 'multi-channel'-strategie volgen, waarbij de dienst via verschillende apparaten en aanbieders beschikbaar is. Een van de aanbieders is NLziet.
2. Wij hechten aan **keuzevrijheid** voor dat deel van het publiek, dat behoefte heeft aan het afsluiten van een abonnement voor enkel het aanbod van de publieke omroep.
3. Het laten ontstaan van **afhankelijkheid** van één commerciële dienst voor de verspreiding van een publiek kanaal is ongewenst. Mocht – hoezeer NPO zich ook zal inspannen om dit te voorkomen – het voortbestaan van NLziet in de toekomst worden bedreigd dan zou de NPO bij exclusieve verspreiding via NLziet zijn enige manier van verspreiding kwijt zijn. Daarbij kan een afhankelijkheid van één commerciële aanbieder er op de lange termijn voor zorgen dat de wensen van de commerciële partij de boventoon gaan voeren, wat de uitvoering van de publieke media-opdracht kan schaden.

Een analyse van de abonnee-aantallen en churn-rate van NLziet, voor en na de komst van 'NPO Plus standalone' in juli 2017, laat bovendien zien dat NLziet niet te lijden heeft gehad onder de lancering van NPO Plus als separate eigenstandige dienst. De sales funnel vertoonde een kortstondige dip van hooguit twee weken. Het relatieve aantal opzeggingen (de 'churn') van betalende abonnees vertoont vanaf juli 2017 een licht dalende trend. In het rapport naar aanleiding van het betalingsbereidheidsonderzoek dat Analysys Mason in opdracht van NPO in 2019 deed, concluderen de onderzoekers dat het aantal abonnees dat NLziet heeft opgezegd ten gunste van NPO Plus verwaarloosbaar klein is.

De minister vermeldt in het instemmingsbesluit het belangrijk te vinden dat de NPO zich blijft inspannen voor NLziet. De NPO investeert in NLziet met de beschikbaarstelling van financiële middelen en door de grote hoeveelheid NPO-programma's die NLziet abonnees kunnen (terug)kijken. Van de 3600 beschikbare titels in NLziet zijn er 2900 afkomstig vanuit NPO Plus, oftewel 80% van het beschikbare aanbod²⁰. Het is daarom ook niet vreemd dat ongeveer de helft van de kijktijd op NLziet wordt besteed aan NPO-programma's. De NPO investeert ook in het promoten van NLziet als dienst. Op bovengenoemde wijzen spant de NPO zich, zoals gevraagd in het instemmingsbesluit, in voor NLziet.

20 Bron: analyse A.Z-lijst in NLziet per mei 2020

Daarbij moet NPO Plus binnen NLziet wel duidelijk herkenbaar blijven als eigen dienst van de publieke omroep, zo werd in het instemmingsbesluit door de minister verwoord. Herkenbaarheid komt onder druk te staan als bij NPO-programma's aanbevelingen naar media-aanbod van commerciële partijen verschijnt. De situatie is anno 2020 niet anders. Commerciële partijen (zowel commerciële omroepen als aanbieders van tv-pakketten) hebben belang bij het vermengen van publiek en commercieel media-aanbod vanwege de grote aantrekkingskracht die de publieke programma's hebben op het publiek. De zichtbaarheid en herkenbaarheid van het publieke kanaal zou daarbij verloren gaan. De herkenbaarheid van de publieke dienst binnen een commerciële context blijft een aandachtspunt voor de NPO.

Conclusie

NPO ziet NLziet als een waardevolle toevoeging in het marktsegment waar NLziet in opereert en wil NPO Plus binnen NLziet blijven aanbieden. De zichtbaarheid en herkenbaarheid van NPO Plus als publieke dienst binnen aanbieders van tv-pakketten als KPN, Ziggo en dus ook NLziet blijft een punt van aandacht.



Overige afwegingen

Het aantal gebruikers van NPO Plus hangt af van verschillende succesfactoren. In voorgaande hoofdstukken is hier al een aantal van aan de orde gekomen, zoals langere beschikbaarheid, beeldkwaliteit en prijs. In dit hoofdstuk bespreken we andere factoren die de aantrekkelijkheid en gebruiksvriendelijkheid beïnvloeden, zoals de factor vooruitkijken (previews).

Aantrekkelijkheid: previews

In de aanvraag van NPO Plus hebben we aangegeven dat het aanbod zal bestaan uit programma's die zijn uitgezonden of die binnenkort zullen worden uitgezonden. Door het publiek in bepaalde gevallen de mogelijkheid te geven programma's vooruit te kijken, wordt de aantrekkelijkheid van de dienst vergroot en kan dit tevens dienen als promotie voor de uitzendingen op de lineaire aanbodkanalen. Zoals uit de figuur 7 van paragraaf 5.2 blijkt, wordt er door het publiek ook gebruik gemaakt van de mogelijkheid om vooruit te kijken. Een inschatting is dat 19% van de kijktijd naar programma's die in de categorie 'serie' vallen, vooruitkijken betrof.

Previews, oftewel programma's die eerst in NPO Plus te zien zijn voordat ze gratis beschikbaar worden gesteld, blijken interessant voor de gemiddelde abonnee, al hebben wij geleerd dat heel lang van tevoren publiceren weinig respons oplevert. Een serie in zijn geheel in NPO Plus publiceren op de avond van eerste uitzending (co-release) werkt wel.

De afgelopen jaren heeft de NPO een gedeelte van zijn originele Nederlandse en de aangekochte series eerst op NPO Plus aangeboden alvorens de afleveringen lineair en op NPO Start beschikbaar te stellen. Het gaat op dit moment (per jaar) om ongeveer 10 Nederlandse series, 5 documentaires en 50 aangekochte series. Zetten we deze aantallen af tegen het totaal aantal titels op NPO Plus per jaar, ca. 3000 (op programmaniveau), dan bedraagt het aandeel previews ca. 2%. Gezien de meetbeperkingen (zie par 3.3.) is het lastig een uitspraak te doen over het aandeel previews op afleveringsniveau. Verbeteringen in de metadatasystemen moeten dit in de toekomst wel mogelijk maken, zodat we het percentage previews beter kunnen afzetten tegen het totaal. Deze fijnmazigere manier van meten kan leiden tot nieuwe inzichten, waardoor we de exacte invulling van het gebruik van previews zouden kunnen wijzigen. Uitgangspunt zal echter blijven previews in beperkte mate in te zetten, aangezien we willen dat zoveel mogelijk Nederlanders tegelijkertijd toegang verkrijgen tot ons media-aanbod.

Conclusie

Op programmaniveau betrof het aandeel previews in het totale aanbod op NPO Plus ca. 2%. In de toekomst moet het mogelijk zijn het aandeel beter uit te splitsen zodat ook op afleveringsniveau een percentage te geven is.

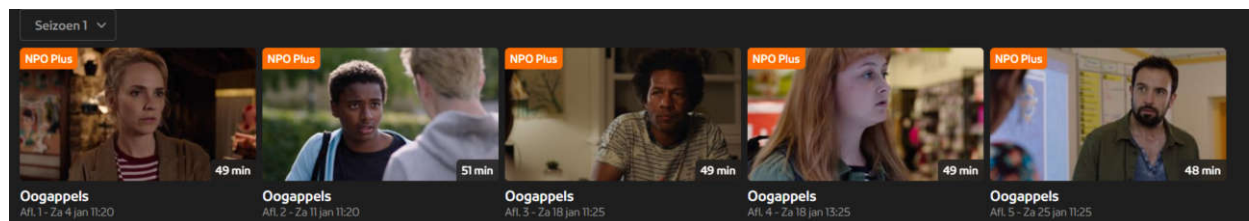
Gebruiksvriendelijkheid en duidelijkheid beschikbaarheid aanbod

Een andere overweging bij de goedkeuring van NPO Plus was de opmerking, dat het voor de gebruiker duidelijk moet zijn wanneer een programma beschikbaar is op

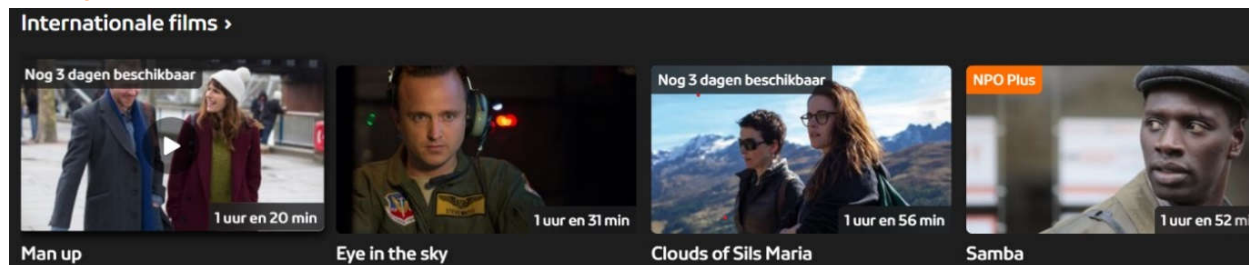
NPO Start en NPO Plus. Dit wordt op NPO Start op verschillende manieren zichtbaar gemaakt, bijvoorbeeld door de tekst 'NPO Plus' in het afleveringslint te plaatsen (zie afbeelding 11). Ook wordt aangegeven hoe lang bijvoorbeeld films nog beschikbaar zijn op NPO Start (zie afbeelding 12).

Toch blijkt er verwarring te bestaan bij een aantal gebruikers van NPO Start en NPO Plus over het onderscheid tussen de twee diensten. Kennelijk moet de boodschap dus nog eenduidiger.

Afleveringslint



Filmlint



Conclusies

NPO Plus is in het Concessiebeleidsplan 2016-2020 aangevraagd met als doel publieke programma's langer beschikbaar te houden in het publieke domein. Op basis van de evaluatie van het functioneren van de dienst NPO Plus in relatie tot de aanvraag en het instemmingsbesluit van de minister, kunnen de hieronder genoemde hoofdconclusies worden getrokken.

Conclusies ten aanzien van de marktontwikkelingen en het kijkgedrag

Ontwikkeling van de markt en het kijkgedrag

Bij onze aanvraag hebben we het beeld geschetst van een markt voor on demand kijken waarin steeds meer partijen toetreden, wat leidt tot een opwaartse druk op de waarde van het window na de catch-up-periode van bepaalde titels, vooral fictie. We hebben ook de verwachting uitgesproken dat het publiek meer on demand zou gaan kijken. Beide beelden zijn realiteit geworden. Het non-lineaire domein wordt dus in toenemende mate belangrijk voor de publieke omroep om ook daar de publieke taakopdracht te kunnen verwezenlijken. Hiermee is de noodzaak van de dienst voor NPO alleen maar verder toegenomen.

Conclusies ten aanzien van de aard van de dienst NPO Plus

Aard van NPO Plus onveranderd sinds aanvraag

De aard van de dienst is niet gewijzigd ten opzichte van de aanvraag. Bij de aanvraag hebben we aangegeven dat het aanbod van NPO Plus zoveel mogelijk gelijk is aan het aanbod van de algemene televisieprogrammakanalen en daarmee aan NPO Start. Dit is nog steeds het uitgangspunt.

NPO Plus-kijkers kijken anders

Gebruikers van NPO Plus kijken meer, vaker vooruit en vaker naar ouder aanbod dan gebruikers van NPO Start. Daarnaast spenderen ze nog steeds een substantieel deel van de kijktijd aan het kijken van recent uitgezonden aanbod.

Technologie en gebruiksgemak

Onderzoek onder gebruikers van NPO Start en NPO Plus laat zien dat de diensten nog veel verbeterd kunnen worden op het gebied van gebruiksgemak, technologisch functioneren en functionaliteiten. Ook in ons metadatasysteem en de manier waarop aanbod en uitzenddata worden geregistreerd, zullen verbeteringen moeten worden geïmplementeerd.

Conclusies ten aanzien van de kostendekkendheid en tariefstelling

Prijsstelling van NPO Plus is kostendekkend

Rekening houdend met de eis dat kosten voor de NPO Plus-dienst gedekt moeten worden uit de opbrengsten, zorgt de huidige abonnementsprijs ervoor dat een substantieel deel van het publiek bereid is een abonnement op de dienst af te sluiten. Het abonneeaantal van NPO Plus loopt op dit moment ook iets voor op de voorspelde adoptiecurve.

Financiering en abonnee-aantallen

De kosten van rechtenverwerving zijn de afgelopen jaren toegenomen. Tegelijkertijd kan de dienst volledig worden bekostigd uit de abonneegelden. De kostenallocatie van NPO Plus wordt periodiek geanalyseerd, waarbij de stijgende abonnee-aantallen en het in verhouding 'zware' gebruik door NPO Plus-abonnees versus NPO Start-gebruikers aanleiding kan geven om het kostenallocatiepercentage van NPO Plus te wijzigen. Ook het tot nu toe gevoerde repartitiebeleid zal verder worden uitgewerkt. De uitkomsten van de verdere analyse van deze twee elementen kunnen impact hebben op het bestaande tarief.

Conclusies ten aanzien van het publieke belang van NPO Plus

Programma's kunnen langer beschikbaar worden gehouden

NPO is er met NPO Plus in geslaagd zeer veel publiek aanbod (ook gratis) beschikbaar te houden voor de Nederlandse samenleving. In deze zin is de doelstelling bereikt. We zien dat abonnees van NPO Plus langer kijken, naar verhouding veel series kijken en meer oudere programma's terugkijken dan NPO Start-gebruikers.

Pluriformiteit

Het pluriforme aanbod neemt niet toe door het bestaan van NPO Plus, maar het zorgt er wel voor dat een deel van het pluriforme aanbod langer beschikbaar blijft voor het publiek. Daarmee biedt NPO Plus, conform het instemmingsbesluit, hetzelfde evenwichtige, pluriforme, gevarieerde en kwalitatief hoogstaande aanbod

als NPO Start, met een grote verscheidenheid in vorm en inhoud dat op een evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft.

Toegankelijkheid

NPO Plus wordt via verschillende aanbieders en apparaten verspreid. Ook is NPO Plus beschikbaar als stand alone dienst. Hiermee heeft het publiek meerdere keuzemogelijkheden als het gaat om de manier waarop ze toegang kunnen en willen verkrijgen tot de dienst. De overwegingen waarom NPO Plus ook zelfstandig (stand alone) in de markt staat gelden nog steeds. Het publiek moet voor de toegang tot kanalen en diensten van de publieke omroep daarbij niet afhankelijk zijn van één commerciële partij.

Conclusies ten aanzien van de markt

NPO Plus heeft geen nadelige effecten voor de markt

NPO Plus wordt door het publiek gezien als een aanvullende dienst die vaak wordt afgenomen in combinatie met andere diensten. De komst van NPO Plus heeft geen nadelige effecten gehad voor andere betaalde on demand diensten.

NLziet

NPO ziet NLziet als een waardevolle toevoeging in het marktsegment waar NLziet in opereert en wil NPO Plus binnen NLziet blijven aanbieden.

Overige afwegingen

Vooruitkijken maakt NPO Plus aantrekkelijk

Het aantal previews op NPO Plus bleef afgelopen concessieperiode beperkt tot ca. 2% wanneer op programmaniveau gekeken wordt naar het totale aanbod. In de toekomst moet het mogelijk zijn om het aandeel beter uit te splitsen, zodat ook op afleveringsniveau een percentage te geven is.

Eindconclusies

NPO Plus voorziet in een behoefte

Er kan geconcludeerd worden dat de ontwikkeling van NPO Plus van de afgelopen jaren heeft aangetoond dat het publiek een meerwaarde ziet in het gebruik van NPO Plus: het gebruik en aantal abonnees is harder gegroeid dan bij aanvang van de dienst werd verwacht.

Doelstellingen zijn gehaald

Uit bovenstaande concluderen we dat NPO Plus de doelstellingen, zoals geformuleerd bij de aanvraag, heeft behaald. De aannames die destijds ten grondslag lagen aan de start van de dienst en het profiel ervan, gelden nog steeds, zelfs in nog sterkere mate dan tijdens de aanvraag. Om deze reden zullen we NPO Plus ook de komende concessieperiode continueren.

Vervolgstappen

Uit de evaluatie en bijbehorende analyses van NPO Plus kunnen een aantal vervolgstappen voor de dienst worden geformuleerd. Met het volwassen worden van de dienst zal de wijze waarop er aan rechthebbenden wordt uitgekeerd, verder worden uitgewerkt. Deze uitwerking zullen we vanaf 2022 implementeren. Ook het aantal abonnees van NPO Plus en het gebruik van de dienst kan wijzigen in de tijd (neemt tot dusver toe). Hierdoor zal het kostenallocatiepercentage van NPO Plus, voor wat betreft de vaste kosten (zoals voor het met NPO Start gedeelde technisch platform), periodiek wijzigen. Eind 2020 zal eventuele bijstelling van dit kostenallocatiepercentage plaatsvinden, welke per januari 2021 doorgevoerd zal worden.

Zowel het hoger dan verwachte abonnee-aantal als de uitkomsten van het herziene repartitiebeleid en de analyse van de kostenallocatie kunnen aanleiding geven voor NPO om opnieuw naar de hoogte van het abonneetarief te kijken. Wanneer het herziene repartitiebeleid en de analyse naar kostenanalyse gereed is, zullen we kijken of er aanpassingen aan de prijsstelling van NPO Plus doorgevoerd kunnen worden. Het eventueel nieuwe tarief zal binnen de door de minister in het instemmingsbesluit goedgekeurde bandbreedte liggen.

De evaluatie heeft onvolkomenheden met betrekking tot onze metadatasystemen laten zien, met name met betrekking tot het in kaart brengen van het aantal previews of afleveringsniveau. We zullen verbeteringen in deze systemen doorvoeren, zodat een fijnmazigere analyse van het aantal previews in de toekomst mogelijk is. Deze nieuwe analyses zouden aanleiding kunnen geven om de exacte invulling van het gebruik van previews aan te passen. Uitgangspunt zal altijd zijn previews in beperkte mate in te zetten, aangezien we willen dat zoveel mogelijk Nederlanders tegelijkertijd toegang verkrijgen tot ons media-aanbod.

De evaluatie laat ook nog zien dat we in onze communicatie naar het publiek toe de nadruk leggen op de series en films die via NPO Plus langer terug kunnen worden gekeken. Dit doet echter geen recht aan het zeer brede aanbod dat via NPO Plus toegankelijk is. In de toekomst willen we het brede programma-aanbod explicieter in onze communicatie gaan benoemen. Verder geeft onderzoek aan dat het publiek het technologische functioneren en het gebruiksgemak van de dienst niet altijd goed waardeert. In de toekomst willen we op deze vlakken verbeteringen doorvoeren, zowel voor NPO Start als voor NPO Plus. Hierbij willen we nog duidelijker naar de NPO Start-gebruiker communiceren welke aanbod voor welke periode beschikbaar is via NPO Start en welk aanbod via NPO Plus.

Colofon

Oktober 2020

Redactie

NPO-organisatie

Ontwerp

CF Report

Productie

Report Company

Tangelo Software

Fotocredits

Frits de Beer en Michel Schnater

De NPO-organisatie heeft ernaar gestreefd de auteursrechten van de foto's volgens de wettelijke bepalingen te regelen.

Degenen die desondanks menen zekere rechten te doen gelden, kunnen zich wenden tot de redactie van dit Evaluatiereapport.

Drukfouten voorbehouden.



nederlandse
publieke
omroep

