



Begroting 2024



Leeswijzer

De begroting is de jaarlijkse budgetaanvraag van de publieke omroep met daarin opgenomen de doelstellingen en ambities voor het komende jaar en de daarvoor benodigde financiële middelen. Het voorliggende document gaat over 2024, het derde jaar van de huidige concessieperiode 2022-2026. In hoofdstuk 1 zetten we de speerpunten van onze gezamenlijke strategie op hoofdlijnen uiteen, beschrijven we op welke manier we in 2024 aandacht zullen besteden aan de bestuurlijke en organisatorische voorwaarden voor de uitvoering van het beleid en welke thematische prioriteiten we in 2024 zullen hanteren. Hoofdstuk 2 specificeert de bijbehorende budgetaanvraag en in Bijlage A vertalen we de ambities uit het CBP naar ijkpunten. De ijkpunten maken concreet waar we als publieke omroep in 2024 aan willen voldoen. Na afloop van het jaar leggen we daarover verantwoording af. De additionele bijlagen geven de nodige achtergrond bij de financiële informatie van de begroting en maken duidelijk welke prestatieafspraken tijdens de huidige concessieperiode gelden.

Inhoud

Voorwoord	3
1. Uitwerking 2024 Concessiebeleidsplan 2022-2026	4
1.1 Inleiding	5
1.2 De drie centrale aspecten van de gezamenlijke overkoepelende strategie 'Voortdurend in Verbinding'	5
1.3 Verantwoord besturen	6
1.4 Drie thematische prioriteiten voor 2024	8
2. Budgetaanvraag 2024	9
Bijlagen	13
A. IJkpunten gekoppeld aan ambities CBP 2022-2026	14
1 Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek	15
2 Doelmatig en Transparant	22
3 Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag	23
4 Sterker verbonden met publiek en maatschappij	26
5 Goed vindbaar en toegankelijk	27
B. Additionele financiële informatie	29
C. Programmatische bijdragen omroepen	31
D. Overzicht Prestatieafspraken 2022-2026	42
E. Overzicht aanbodkanalen	44

Voorwoord

In 2023 hebben NPO en omroepen gezamenlijk een overkoepelende strategie vastgesteld. Daarbij staat de vraag centraal: Hoe blijft de publieke omroep relevant, impactvol, zichtbaar, vindbaar en herkenbaar voor iedere Nederlander in een veranderende samenleving en wat is daarvoor nodig? Deze begroting is mede gebaseerd op de resultaten van dit omvattende strategietraject en past binnen de kaders van het Concessiebeleidsplan 2022-2026. Uitgangspunt daarbij vormt ons externe pluriforme omroepbestel. De verdere invulling van de gezamenlijke strategie kan in 2024 leiden tot verschuivingen binnen het vastgestelde budget. Daarbij gaat het onder andere om de verdeling tussen lineair aan de ene kant en online en on demand aan de andere kant. Die flexibiliteit is noodzakelijk om de publieke omroep sterk en relevant te houden en om optimaal aangesloten te blijven op de samenleving en alle veranderingen die daarbinnen spelen.

De Begroting 2024 omvat enkele specifieke aandachtspunten. Het gaat daarbij onder andere om het creëren van een sociaal veilige werkomgeving, meer vaste arbeidscontracten, een eerlijke beloning voor makers/zzp'ers en verduurzaming van AV-producties en de bedrijfsvoering. Daarnaast zijn er drie thematische prioriteiten: (1) diversiteit en inclusie, (2) regio en (3) talentontwikkeling. In 2024 is daar extra budgetruimte voor vrij gemaakt. In de Voorjaarsnota 2023 is met ingang van 2025 een jaarlijkse verlaging voorzien van 24 miljoen euro van de rijksbijdrage voor de publieke omroep. Afgesproken is dat het ministerie van OCW met de NPO in overleg treedt over de onderbouwing van deze korting. Als gevolg van de afbouw van de reclamezendtijd is er sprake van een sterke daling van de Ster-inkomsten. Het is noodzakelijk dat OCW aanvullende afspraken maakt over het opvangen van deze structurele vermindering van financiële middelen voor de publieke omroep.

Omroepen en NPO kiezen voor een sterke en relevante publieke omroep, met een betrouwbare en onafhankelijke nieuwsvoorziening. Een publieke omroep die optimaal in verbinding staat met de gehele samenleving. De publieke omroep heeft oog voor het publiek en is wendbaar en flexibel bij het inspelen op nieuwe vragen en behoeften vanuit publiek en maatschappij. Deze begroting is de vertaling van onze ambities met bijbehorende ijkpunten, waar omroepen en NPO het komende jaar gezamenlijk aan werken. Voortdurend in verbinding!

Raad van Bestuur NPO,

Frederieke Leeflang
Paul Doop





1

Uitwerking 2024 Concessiebeleidsplan 2022-2026

1.1 Inleiding

De publieke omroep is voortdurend in beweging. Daarom omarmen we veranderingen, benutten we technologische ontwikkelingen en houden we onze ogen en oren open – in het belang van al onze luisteraars, kijkers en volgers. We geven makers de ruimte die ze nodig hebben, zorgen voor een veilige werkomgeving en een eerlijke beloning. Ons unieke omroepbestel moet een krachtige rol blijven spelen in een veranderende omgeving. Dat maakt dat we de ambities uit het lopende concessiebeleidsplan niet als statisch maar als dynamisch beschouwen. Handelend binnen de kaders van het huidige concessiebeleidsplan, is een strategische doorvertaling geformuleerd van de ambities uit dat CBP naar een nieuwe gezamenlijke strategie, genaamd: Voortdurend in Verbinding. Daarmee plaatsen we in 2024 nieuwe accenten, leggen we de basis voor de daaropvolgende jaren en de nieuwe concessieperiode en laten we de publieke omroep inspelen op veranderingen om ons heen.

In 2023 is door omroepen en NPO constructief gewerkt aan het formuleren van deze gezamenlijke overkoepelende strategie. Dat is niet eerder op die manier in gezamenlijkheid met een tastbaar resultaat gebeurd en is dus bijzonder te noemen. Die gezamenlijke strategie vormt een terugkerend onderdeel in de begroting voor 2024. Paragraaf 1.2 belicht de belangrijkste drie aspecten daarvan. Paragraaf 1.3 beschrijft de bestuurlijk voorwaardelijke aspecten die gelden bij de uitvoering van het beleid. Paragraaf 1.4 besteedt aandacht aan een drietal thema's die bij de beleidsuitvoering in 2024 prioriteit krijgen.

1.2 De drie centrale aspecten van de gezamenlijke overkoepelende strategie 'Voortdurend in Verbinding'

Hieronder gaan we in op de drie aspecten van onze gezamenlijke overkoepelende strategie. Daarbij formuleren we voor alle drie de aspecten zo veel als mogelijk concrete acties voor 2024. Zo geven we de uitvoering gestalte en brengen we accenten aan. Na afloop van 2024 verantwoorden wij ons daarover in de Terugblik.

Ambities CBP doorvertaald naar strategie en acties voor 2024



1. Beter aansluiten bij de veranderende samenleving

We zijn de ogen en oren van het publiek. Daarom moeten we de verbinding met onze kijkers en luisteraars versterken. Om aansprekend te zijn en te blijven is het van groot belang goed te begrijpen wat er leeft in de samenleving. Wat zijn de zorgen die leven onder Nederlanders? Wat is het perspectief, zijn er oplossingen? Hoe vertalen we dat naar aansprekende programma's of online content? Welke doelgroepen missen we nog? De publieke omroep gaat nog meer vanuit creatieve en journalistieke vrijheid nieuwe thema's en onderwerpen agenderen. Bij nieuwe producties gaat dit maakproces als vanzelf, maar van langer bestaande programma's en projecten binnen de publieke omroep vragen we de makers steeds te reflecteren op hun aansluiting op de samenleving in inhoud en toon.

2. Samen beter meten

Om aansluiting te houden is goed onderzoek en data-ondersteund werken van groot belang. Daarom gaan we onze eigen impact- en bereikmetingen verbeteren. We hebben met de omroepen afgesproken onze onderzoeksmethoden meer te delen en zoveel mogelijk gelijk te stellen. We werken aan een collectief, doelgroepgericht onderzoek en bestaande onderzoeken breiden we verder uit op online en on demand gebied. Op deze manier kunnen we op basis van data een nog betere programmering voor ons publiek samenstellen.

3. Beter vindbaar en herkenbaar

Als publieke omroep streven we naar het juiste aanbod op de juiste plek. Video en Audio On Demand speelt hierin een cruciale rol. De publieke omroep zet in op een volwaardige exclusieve videostreamingdienst, NPO Start, en op het centrale audioplatform NPO Luister. Alle media-content van de publieke omroep op twee centrale plekken: dat is het doel, en de acties om dit doel te bereiken intensiveren we verder vanaf 2024.

Daarnaast zoeken we het publiek op dat op andere plekken zoekt naar de gewenste informatie of ontspanning. Omroepen krijgen meer ruimte om de interactie en verbinding met hun publiek te verstevigen, bijvoorbeeld door het aanbieden van volledige afleveringen in de eigen online omgeving, zodanig dat het de positie van het gezamenlijke content- en streamingplatform versterkt in plaats van verzwakt. De publieke omroep gaat door met het gericht aanbieden van specifiek aanbod op platformen van derden, zoals YouTube, Instagram en andere relevante sociale media, om publiek te bereiken dat we anders moeilijker bereiken.

Beter vindbaar en herkenbaar

Actie 2024

- ◆ Bovenstaande acties, voortkomend uit de drie centrale aspecten van de overkoepelende strategie, voeren omroepen en NPO in 2024 gezamenlijk uit.

1.3 Verantwoord besturen

Om de bovenstaande plannen succesvol te kunnen uitvoeren, is een vereiste dat de organisatie van de publieke omroep adequaat functioneert. In 2024 staat daarom een aantal gerichte acties gepland om dit verder te optimaliseren, zodat we in staat zijn de nieuwe gezamenlijke strategie op een goede manier uit te voeren. Het gaat om een aantal aspecten die we als vanzelfsprekend beschouwen als onderdeel van de uitvoering van ons beleid, maar waar we in 2024 specifiek aandacht aan zullen besteden. Hieronder beschrijven we die aspecten en geven we aan welke concrete acties we daarbij voornemens zijn in 2024 uit te voeren.

Sociaal veilige werkomgeving

Iedereen die werkzaam is bij de publieke omroep moet zich sociaal veilig voelen. De afgelopen tijd zijn er al veel stappen ondernomen om deze veiligheid te vergroten; daar gaan we in 2024 mee door. Zo is de afgelopen periode hard gewerkt om de positie en bekendheid van vertrouwenspersonen te vergroten. Daarnaast bieden we diverse trainingen en cursussen op het gebied van een veilige werkomgeving aan. Omroepen en NPO namen in 2022 samen met vijf andere grote Nederlandse mediapartijen het initiatief voor het Mediapact Respectvol Samenwerken. Inmiddels hebben veel andere mediapartijen zich hierbij aangesloten. Betrokken partijen zetten het pact in 2024 door en werken dat verder uit. Omroepen en NPO benutten de uitkomsten van het onderzoek van de externe en onafhankelijke Onderzoekscommissie Gedrag en Cultuur Omroepen (OGCO), die in 2023 onderzoek doet naar grensoverschrijdend gedrag in brede zin en de mogelijk onderliggende systemische oorzaken daarvan en die met aanbevelingen zal komen.

Sociaal veilige werkomgeving

Actie 2024

- ◆ Voortzetten en verder uitwerken Mediapact Respectvol Samenwerken.
- ◆ Benutten uitkomsten en aanbevelingen van de OGCO.

Eerlijke beloning en arbeidsvoorwaarden

Het is van groot belang dat werknemers, makers en artiesten een eerlijke vergoeding ontvangen voor het werk dat ze voor de publieke omroep doen. In 2024 besteden we hier weer aandacht aan. Sinds 1 december 2020 is de Fair Practice Code Publieke Omroep (FPC) in werking. Deze code zorgt voor eerlijke tarieven voor zzp'ers, die opdrachten vervullen voor landelijke en regionale publieke omroepen. Ook de NPO en de omroepen hebben zich hieraan gecommitteerd. Dit commitment dient opgevangen te worden binnen de bestaande budgetten. Omroepen en NPO maken met de vakbonden sluitende afspraken over onder andere de verhouding vaste en flexibele contracten.

Eerlijke beloning en arbeidsvoorwaarden

Actie 2024

- ◆ Toezien op naleving van FPC en uitvoeren uitkomsten evaluatie FPC vanuit 2023.
- ◆ Maken van sluitende afspraken door omroepen en NPO met de vakbonden over meer vaste contracten bij de publieke omroep.

Integer en transparant

Omdat we binnen de publieke omroep publiek geld besteden, is het van het allergrootste belang dat we dat op een integer manier doen en dat we daarover op een juiste manier verantwoording afleggen. Dat betekent dat we transparant zijn over de wijze waarop we geld besteden, dat we de processen die daarvoor bestaan volgen, dat eenieder in een verantwoordelijke positie integer handelt en dat onze bestedingen verifieerbaar zijn.

Integer en transparant

Actie 2024

- ◆ Doorvoeren van verdere verbeteringen in de versterking van de compliance en integriteit bij omroepen en NPO. Dat doen we op basis van de in 2023 uit te voeren herijking van de toepassing van de regels uit de Gedragscode Integriteit Publieke Omroep, die we in 2021 hebben gedefinieerd.
- ◆ Maken van afspraken tussen omroepen en NPO over de monitoring en verantwoording hierover.
- ◆ Actualiseren van de huidige governance-code voor de publieke omroep. De NPO zal hiervoor het initiatief nemen.

Duurzaam

Wij vinden dat we het als maatschappelijke organisatie aan onze stand verplicht zijn onze bedrijfsvoering en activiteiten op een zo duurzaam mogelijke manier uit te voeren. Omroepen en NPO besteden hier al steeds meer aandacht aan in de programmering. Zo vergroten we de kennis en het begrip in Nederland over kwesties als klimaatverandering, verlies van biodiversiteit en wat hieraan kan worden gedaan. Dat blijven we in 2024 doen. Daarnaast gaan we duurzaamheid zwaarder meewegen in de manier waarop we onze programma's maken en verspreiden. Wij hebben op dit gebied een bijzondere verantwoordelijkheid.

Omroepen en NPO zetten in 2024 vervolgstappen op weg naar een duurzame publieke omroep. Dat begint met een nulmeting van onze CO2-voetafdruk. Op basis van die meting zullen we, aanhakend bij de klimaatdoelstellingen van het kabinet, standaarden toepassen. Daarbij kijken we ook naar standaarden die andere publieke omroepen in Europa gebruiken. In 2024 zal het in gang zetten van deze acties gefinancierd worden uit de reguliere budgetten. Afhankelijk van het uiteindelijke plan van aanpak zal voor 2025 en verder worden bekeken of dit verdere budgettaire consequenties heeft.

Duurzaam

Actie 2024

- ◆ Opstellen plan van aanpak met definities, te nemen maatregelen en te stellen doelen met daarbij de vorming van werkgroepen voor de relevante deelgebieden (bedrijfsvoering, AV-productie).
- ◆ Ontwikkelen duurzaamheidsafspraken in de keten van producenten en facilitaire productiebedrijven.
- ◆ Maken van afspraken over verantwoording hierover in het Financieel Handboek.
- ◆ Maken van afspraken met omroepen over het vergroten van het aantal programma's die zijn voorzien van een ALBERT-certificaat.
- ◆ Afleggen van verantwoording over de voortgang en resultaten vanaf 2024 door NPO en omroepen.

Doelmatig

Omroepen en NPO gaan verantwoord om met het publieke geld dat de overheid beschikbaar stelt. De NPO stuurt op (programmatische) doelen en prestaties en we houden vanzelfsprekend ook de kosten in de gaten.

Doelmatig

Actie 2024

- ◆ De NPO beoordeelt de werkelijk gerealiseerde kosten, zowel van de programma's van de omroepen als van externe producenten.
- ◆ De NPO herijkt op basis van realisatiecijfers de benchmarks en actualiseert de bandbreedtes van de budgettaire kaders ten behoeve van de intekening/plaatsing.

1.4 Drie thematische prioriteiten

De publieke omroep stelt voor 2024 een drietal thematische prioriteiten vast die we in onze werkprocessen en de gehele programmering meer nadruk willen geven: diversiteit, regio en talentontwikkeling. Deze drie thema's zullen deels ook expliciet terugkomen bij de toewijzing door de NPO aan omroepen van programmagelden, maar komen ook terug in de bedrijfsvoering. Dat gebeurt nu ook al maar krijgt in 2024 meer expliciete aandacht.

1. Diversiteit en Inclusie

Ongeacht culturele achtergrond, gender, gaardheid of beperking moet iedereen zich bij de publieke omroep thuis voelen. Als kijker of luisteraar, maar ook als medewerker. Om deze reden heeft diversiteit voor en achter de schermen ook in 2024 onze speciale aandacht. We reserveren in 2024 specifiek voor het project culturele diversiteit budget (0,6 miljoen euro). Dit project focust zich op culturele diversiteit achter de schermen. Daarnaast dragen we zorg voor het voldoende aan bod laten komen van diversiteit binnen de verschillende genres. Dit zal gefinancierd worden binnen de reguliere genrebudgetten. Doelstelling is dat einde concessieperiode de publieke omroep voor tenminste 15% in personele samenstelling cultureel divers is, evenwichtig is naar gender (50-50) en tenminste twee procent medewerkers in dienst heeft met een beperking.

Diversiteit en Inclusie

Actie 2024

- ◆ Uitvoering van het Actieplan Diversiteit en Inclusiviteit.
- ◆ Monitoring voortgang aandacht diversiteit en inclusiviteit binnen omroepen, NPO en in de programmering, door de Universiteit van Antwerpen en de Universiteit van Amsterdam.

2. Regio

Heel Nederland is ons werkveld. We willen de regionale verscheidenheid die Nederland rijk is nog meer aan bod laten komen in onze programmering. Bij de totstandkoming van de programmering hebben we binnen de verschillende genres met bijbehorende genrebudgetten aandacht voor het in voldoende mate terug laten komen van de verschillende regio's.

Regio

Actie 2024

- ◆ Afspraken met RPO en NLPO over versterking van de programmering voor de regio bij de landelijke publieke omroep.

3. Talentontwikkeling

Als vanouds is de publieke omroep het podium voor jong, aanstormend talent. We bieden een multimediale plek voor talenten op alle gebieden en stellen hen in staat zich verder te ontplooiën in hun stijl en met hun eigen stem. Zoals al was aangekondigd in het concessiebeleidsplan is door de publieke omroep gewerkt aan een vernieuwd talentenbeleid dat we in 2024 willen implementeren. Daarnaast reserveren we specifiek voor talentontwikkeling 2,9 miljoen euro vanuit het NPO-fondsbudget en reserveren we daarnaast minimaal 1,6 miljoen vanuit het budget Video voor specifieke projecten in het kader van talentontwikkeling. Vanuit de programmering stimuleren we doorlopend talent, dus dit bedrag beschouwen we als een minimum. In de praktijk kent de NPO op het niveau van programmatitels al veel geld toe aan talentontwikkeling.

Talentontwikkeling

Actie 2024

- ◆ Invoeren van het in 2023 vastgestelde vernieuwde talentenbeleid.
- ◆ Creëren van één digitale landingsplaats voor nieuw talent voor alle publieke omroepen.
- ◆ Budget vrijmaken/aanwijzen bij de genres Fictie, Documentaire en Journalistiek (inclusief NPO-fonds).



2

Budgetaanvraag 2024

Dit hoofdstuk bevat de formele budgetaanvraag van de publieke omroep. De Mediawet schrijft voor uit welke onderdelen die budgetaanvraag dient te bestaan; die lichten we in dit hoofdstuk toe. In bijlage B staat nog verdere gedetailleerde informatie over de onderdelen van de budgetaanvraag.



Budgetaanvraag

De publieke omroep vraagt in totaal een budget aan van 966 miljoen euro voor 2024. In deze begroting wordt daar waar mogelijk vergeleken met de prognose van de beschikbare middelen voor 2023. Deze prognose is gebaseerd op het gewijzigde en vastgestelde OCW-budget 2023 en gaat uit van de geplaatste en toegekende programma's, reserveringen en de verdeling van de (extra) prijsbijstelling per juni 2023.

Conform de Mediawet ontvangt de publieke omroep compensatie voor kostenstijgingen door indexatie van het Rijksmediabijdragedeel van het minimumbudget. Dat is het totale bedrag exclusief Ster-inkomsten waarover geen index geldt. Voor 2024 is daarbij uitgegaan van een consumentenprijsindex (CPI) van 3,1%. Daarnaast voorziet de Mediawet in een verhoging van het budget met een index die de groei van het aantal huishoudens representeert. Dit laatste leidt tot een aanvullend bedrag voor 2024 ten opzichte van 2023 van 3,7 miljoen euro. In het vastgestelde budget 2023 is een (extra) prijsbijstelling toegepast.

Het totale OCW-budget dat de publieke omroep aanvraagt komt daarmee uit op een bedrag van afgerond 966 miljoen euro, waarvan 829,3 miljoen euro programmabudget. Het programmabudget is inclusief het budget voor het Coproductiefonds Binnenlandse Omroep (CoBO) van 8,2 miljoen euro. Het aangevraagde OCW-budget voor 2024 bevat daarnaast een bedrag van 1,15 miljoen euro ten behoeve van de toegezegde extra middelen voor audiodescriptie (NPO).

Bijlage B maakt zichtbaar hoe het totale programmabudget van 829,3 miljoen euro is onderverdeeld naar het (wettelijke) garantiebudget van de omroepen. Zoals gebruikelijk vraagt de NPO ook het budget aan voor de Stichting Omroep Muziek (SOM). De aanvraag voor komend jaar voor de SOM bedraagt 22.738.000 euro. Dat bedrag houdt nog geen rekening met een indexering. De toelichting op deze budgetaanvraag stuurt de SOM separaat aan OCW toe. Nevenstaande tabel geeft de begrote beschikbare middelen 2024 per onderdeel weer en vergelijkt die op totaalniveau met de prognose voor 2023.

Tabel 1. Budgetaanvraag 2024 (in €)

Artikel	Budgetaanvraag 2024 ¹	Prognose 2023 ²
2.149, lid 1, sub c NOS	158.456.648	171.609.317
2.149, lid 1, sub a Omroepverenigingen met erkenning	249.276.395	241.707.119
2.149, lid 1, sub b Omroepverenigingen met voorlopige erkenning	8.309.213	8.056.904
2.149, lid 1, sub d NTR	61.407.904	59.543.254
Totaal zendgemachtigden	477.450.160	480.916.594
2.149, lid 1, sub f Programmaversterking	351.813.269	348.829.407
Totaal programmabudget	829.263.429	829.746.001
2.149, lid 1, sub e NPO	134.979.571	131.074.000
2.149, lid 1, sub e Stichting BVN	1.779.000	1.749.000
Totaal OCW-budget	966.022.000	962.569.001

¹ Inclusief 18 miljoen euro ten behoeve van meerkosten superevenementen in 2024

² Exclusief 5 miljoen euro uit de AMr ten behoeve van meerkosten superevenementen in 2023, exclusief 5,0 miljoen euro ten behoeve van het cultuurplan en inclusief 43,5 miljoen ten behoeve van meerkosten toekomstige superevenementen

Tabel 2. Verdeling beschikbare middelen 2024 naar onderdelen

(x 1.000 euro)	Video	Audio	Organisatiekosten	CoBO	NPO ³	Totaal begroting 2024	Totaal prognose 2023	Vershil
Bijdragen OCW ⁴	619.208	91.237	110.569	8.249	136.759	966.022	929.194	36.828
Mutatie budget vorig jaar	20.866	5.200	0	0	0	26.066	45.889	-19.822
Omroepbrede Middelen	45.638	900	242	274	32.406	79.461	76.821	2.640
Inzet reserves	0	0	0	0	0	0	1.912	-1.912
Bijdragen derden	6.208	0	0	0	0	6.208	6.208	0
Eigen bijdragen	27.229	2.500	0	0	600	30.329	30.329	0
Totaal begroting 2024	719.149	99.837	110.812	8.523	169.765	1.108.086	1.090.352	17.734
Totaal prognose 2023	710.902	95.447	108.665	8.275	167.064		1.090.352	
Vershil	8.247	4.390	2.147	248	2.701			17.734

Beschikbare middelen per financieringsbron

De **bijdragen OCW** stijgen ten opzichte van de prognose met 36,8 miljoen euro. Deze toename is het gevolg van indexatie ten bedrage van 28,4 miljoen euro (CPI 3,1% en huishoudensindex 3,7 miljoen euro) en een extra bijdrage van 0,5 miljoen euro voor audiodescriptie, om meer programmering toegankelijk te maken voor mensen met een visuele beperking. Daarentegen zal de in 2023 incidenteel ontvangen bijdrage voor het Cultuurplan van 5,0 miljoen euro niet worden gecontinueerd.

In 2023 is een aanvraag gedaan van 5,1 miljoen euro voor meerkosten Superevenementen die plaatsvinden in 2023. Voor 2024 wordt 18,0 miljoen euro aangevraagd ten behoeve van de meerkosten Superevenementen, zoals de Olympische Spelen, het EK voetbal en de Nations League. Dit is per saldo een toename van 12,9 miljoen euro.

Niet-besteed budget uit een voorgaand jaar zet de publieke omroep in voor het daarop volgende jaar. Dat geldt ook voor een aantal toekomstige verplichtingen die de publieke omroep aangaat. Zo is door Video in 2023 budget gereserveerd ten behoeve van genoemde superevenementen in 2024 (zie **mutatie budget vorig jaar**). Bij Audio is in 2023 budget

bestemd voor onder andere het in 2024 uit te voeren experiment met een nieuwe radiozender om de publieksgroep 35 tot 54-jarigen met een biculturele achtergrond beter te bereiken.

De stijging in de **Omroepbrede Middelen (OBM)** van 2,6 miljoen euro kent haar achtergrond in een verwachte toename van het aantal NPO Plus-abonnees en een hogere vergoeding voor de doorgifte van de publieke zenders. Deze middelen zetten we in 2024 in voor levensbeschouwelijke programmering (Video) van 13,1 miljoen euro, programmering met een bijdrage vanuit het NPO-fonds van 19,3 miljoen euro, rechten SVOD (video) van 14,7 miljoen euro en gezamenlijkheidsactiviteiten die de NPO uitvoert van 32,4 miljoen euro, inclusief technische kosten NPO Plus.

In de prognose 2023 is opgenomen dat de NPO uit **reserves** 1,9 miljoen euro inzet. Dit bedrag wordt onder andere besteed aan het onderzoek naar grensoverschrijdend gedrag door de Commissie Van Rijn.

Omroepen ontvangen **bijdragen van derden**, waaronder bijdragen CoBO-fonds, co-producenten, sponsorbijdragen en bijdragen overige derden. Naar verwachting blijven de totale bijdragen van derden gelijk aan de prognose 2023. Alle **overige inkomsten (eigen bijdragen)** die conform de Mediawet (artikel 2.135) gebruikt worden voor de uitvoering van de publieke media-opdracht, zijn begroot onder de eigen bijdragen.

³ Inclusief BVN

⁴ Bijdrage OCW prognose 2023 inclusief bijdrage Cultuurplan 5,0 miljoen euro, inclusief 5,0 miljoen euro bijdrage ten behoeve van Superevenementen 2023, maar exclusief de ontvangen 43,5 miljoen euro ten behoeve van meerkosten toekomstige Superevenementen

Beschikbare middelen per onderdeel

In lijn met de eerdere uitgangspunten zet de publieke omroep de mutatie van het OCW-budget van 2023 naar 2024 zoveel mogelijk in ten behoeve van het programmabudget. Dat gebeurt in de verhouding 2:1 van programmabudget ten opzichte van de vergoeding organisatiekosten. De verdeling tussen Video en Audio is proportioneel op basis van het budget 2023. De (extra) prijsbijstelling is volgens deze verhouding verdeeld over alle onderdelen.

De NPO voert een aantal centrale activiteiten uit ten behoeve van de programmering, waaronder de rechten voor collectieve beheersorganisaties en de distributiegelden. Deze activiteiten volgen de genoemde verdeling van het programmabudget. Daarnaast zal Audio in 2024 extra financiële ruimte bieden aan on demand activiteiten en om podcasts een kwaliteitsimpuls te geven. Ook is bij de extra-kanalen rekening gehouden met de ambitie een experiment te starten met een radiozender, die een brede publieksgroep bereikt met een biculturele achtergrond.

De onderverdeling van de organisatiekosten (OK) vergoeding à 110,3 miljoen euro per omroeporganisatie is weergegeven in bijlage B.

Volgens artikel 2.147 Mediawet geeft de NPO, naast inzicht in de financiële middelen die voor 2024 nodig zijn om de voornemens met betrekking tot de landelijke publieke mediadienst te verwezenlijken, ook een raming voor de daarop volgende vier jaar (2025 t/m 2028):

Tabel 3. Prognose 2023 en raming budget 2024 t/m 2028

(x 1 mln euro)	Prognose					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
OCW-budget	924	948	980	1.004	1.026	1.034
Omroepbrede middelen (OBM)	77	79	79	79	79	79
Eigen bijdragen	38	37	37	37	37	37
Totale beschikbare middelen	1.039	1.064	1.096	1.120	1.142	1.159
Verwachte kosten	-1.039	-1.071	-1.098	-1.124	-1.150	-1.167
Meerkosten Superevenementen	-5	-19	-2	-30	-5	-28
Extra budget meerkosten SE's	5	19	2	30	5	13
Besparingen	0	-7	-2	-4	-8	-24

In de beschikbare middelen wordt gerekend met een bijdrage vanuit OCW conform artikel 2.148a en overige middelen, waaronder OBM en eigen bijdragen. De overige middelen worden gelijk verondersteld voor de komende jaren.

Voor een doorkijk naar de jaren 2025 tot en met 2028 wordt een kostenstijging gehanteerd van 2,5% in 2025, 2,4% in 2026, 2,3% in 2027 en 1,5% in 2028. Deze stijging is gebaseerd op de te verwachten nationale consumentenprijsindex (CPI) conform het Centraal Economisch Plan (CEP) van het Centraal Planbureau.

Naast de verwachte kostenstijging heeft de NPO ook te maken met meerkosten van superevenementen (SE's). Dit zijn met name de eindtoernooien van het Nederlands voetbalelftal mannen en de Olympische Spelen in de even jaren. De eindtoernooien van het Nederlands voetbalelftal vrouwen zijn in de oneven jaren begroot. Voor deze concessieperiode is een toekenning ontvangen vanuit OCW voor een deel van de dekking van deze meerkosten.

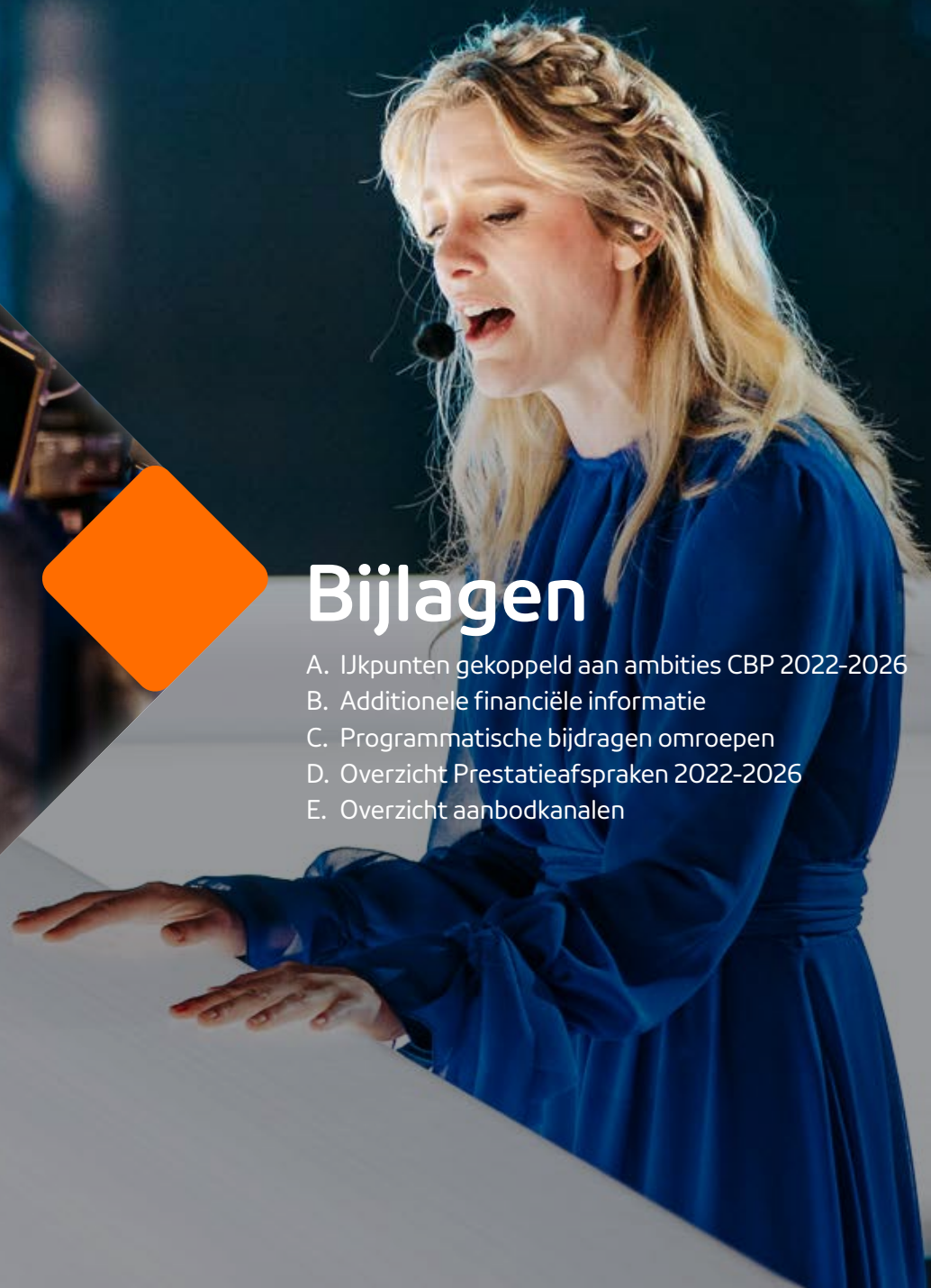
Zoals in eerdere begrotingen en ons concessiebeleidsplan is aangegeven, moet de publieke omroep in deze erkenningsperiode structureel besparingen doorvoeren. Dit vanwege een discrepantie tussen de stijging van de verwachte kosten en de beschikbare middelen. De (extra) prijsbijstelling in 2023 was noodzakelijk voor de bekostiging van de gestegen loonkosten en prijzen, maar onvoldoende voor verdere toekomstige kostenontwikkelingen.

Eerder heeft de publieke omroep al besparingen doorgevoerd (zie voorgaande begrotingen). Doelstelling is deze besparingen zoveel als mogelijk met efficiëntiemaatregelen in te vullen en niet met een 'kaasschaaf'. De bijgestelde door te voeren besparingen lopen op tot 24 miljoen euro (gemiddeld 9 miljoen euro per jaar) op organisatie- en programmakosten.



Bijlagen

- A. IJkpunten gekoppeld aan ambities CBP 2022-2026
- B. Additionele financiële informatie
- C. Programmatische bijdragen omroepen
- D. Overzicht Prestatieafspraken 2022-2026
- E. Overzicht aanbodkanalen



Bijlage A

IJkpunten gekoppeld aan ambities CBP 2022-2026

Deze bijlage volgt qua structuur de ambities uit het Concessiebeleidsplan (CBP) 2022-2026. We hebben deze ambities vertaald in concrete ijkpunten. Omroepen en NPO geven hiermee aan wat zij tenminste het volgende jaar willen realiseren. Als basis hiervoor dient het concessiebeleidsplan en de prestatieovereenkomst met het ministerie van OCW. Deze benadering is mede gebaseerd op eerdere adviezen van het Commissariaat voor de Media over de begroting. In de oranje tekst staat aangegeven welke ambitie van het CBP nader is uitgewerkt in ijkpunten. We houden de ijkpunten gedurende de gehele concessieperiode zoveel als mogelijk gelijk, zodat een vergelijking tussen de verschillende jaren van de concessieperiode mogelijk is. Echter kunnen de uitkomsten van het gezamenlijke strategietraject wel leiden tot een herformulering van enkele ijkpunten en/of aanpassing van de onderzoeksmethodiek. De monitoring van de ijkpunten biedt de mogelijkheid na te gaan in welke mate de publieke omroep voldoet aan de ijkpunten, gekoppeld aan de ambities uit het CBP. Daarmee ontstaat een directe verbinding tussen de begroting en de externe verslaglegging (de Terugblik).

In deze bijlage zijn de ambities uit het Concessiebeleidsplan 2022-2026 leidend:

- 1 **Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek**
- 2 **Doelmatig en transparant**
- 3 **Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag**
- 4 **Sterker verbonden met publiek en maatschappij**
- 5 **Goed vindbaar en toegankelijk**



1 Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek

Genrebeleid & veelkleurige aanbodmix

We ontwikkelen voor alle genres beleid met visie, ambities, criteria en kaders op het gebied van onder andere kwaliteit, diversiteit, variatie en pluriformiteit.

We willen met een gevarieerde, veelkleurige aanbodmix, met verschillende genres en subgenres, voorzien in de behoeften van het publiek.

Als we alle genres tegelijkertijd willen monitoren, lopen we het risico focus te verliezen. Daarom kiezen we ervoor tijdens deze concessieperiode een beperkt aantal genres te monitoren. Vooralsnog hebben we daarvoor de volgende genres geselecteerd: Journalistiek, Cultuur, Kennis en Educatie, Human Interest. Daarnaast vinden we het van belang dat al onze genres van hoge kwaliteit en impactvol zijn, met publieke waarde en gewaardeerd door het publiek. Daarom stellen we per genre op deze gebieden normen als het gaat om de publieksperceptie van ons aanbod.

IJkpunten	Resultaat/norm
De lineaire zendtijd op televisie voor de geselecteerde genres Journalistiek, Cultuur, Kennis en Educatie, Human Interest bedraagt minimaal 50%.	Lineaire zendtijd geselecteerde genres televisie: 50% (resultaat 2022: 69%)
De lineaire zendtijd op radio voor de geselecteerde genres Journalistiek, Cultuur, Kennis en Educatie, Human Interest bedraagt minimaal 75%.	Lineaire zendtijd geselecteerde genres radio: 75% (resultaat 2022: 97%)
Alle genres hebben op basis van het uitgezonden aanbod in ruime mate ⁵ publieke waarde (norm 70), kwaliteit (norm 80) en impact (norm 60) en worden gewaardeerd (norm 70) door het publiek.	Publieke waarde: min. 70 (resultaat 2022 over alle genres heen: 83)
	Kwaliteit: min. 80 (resultaat 2022 over alle genres heen: 86)
	Impact: min. 60 (resultaat 2022: n.v.t.)
	Waardering: min. 70 (resultaat 2022: n.v.t.)

⁵ Vanwege verschillen in onderzoeksmethodes kunnen de normen voor kwaliteit, impact en publieke waarde niet met elkaar vergeleken worden

Video

Tabel 4. Verdeling begroting Video⁶ naar genres in 2024

	Ondergrens begroting 2024 uitgaven (x 1.000 euro)	Begroting 2024 uitgaven	Prognose 2023 uitgaven
Journalistiek (geselecteerd)	147.000	23% - 26%	25%
Sport	129.000	20% - 23%	16%
Fictie	72.000	11% - 14%	14%
Kennis en Educatie (geselecteerd)	70.000	11% - 14%	11%
Cultuur (geselecteerd)	59.000	9% - 12%	9%
Human Interest (geselecteerd)	57.000	9% - 12%	7%
Kinderen	48.000	8% - 11%	8%
Documentaire	25.000	4% - 7%	4%
Levensbeschouwing	21.000	3% - 6%	4%
Amusement	7.000	1% - 4%	2%
Overige Media-aanbod	3.000	0% - 3%	0%
Nog te bestemmen ⁷	81.149	nvt	nvt
Totaal	719.149	100%	100%

⁶ De verdeling van de begroting in genres omvat zowel lineair, on demand als online

⁷ Dit betreft Flexibel budget, Repartitie NPO Plus, Eigen Bijdragen en genre-overstijgende reserveringen

De Directie Video hanteert budgetten per genre, waarvan in deze tabel per genre de ondergrens is aangegeven. Budgetten kunnen worden ingezet voor zowel lineaire als on demand en online programmering, evenals voor een combinatie daarvan. Het bedrag 'Nog te bestemmen' van 81,1 miljoen euro zal gedurende het jaar worden ingezet voor de genres om voldoende flexibiliteit te behouden bij het samenstellen van de programmering.

In de Begroting 2024 is een toename zichtbaar bij Sport. Dit heeft te maken met de grote sportevenementen, zoals de Olympische Spelen en het EK voetbal die in 2024 plaats zullen vinden. Voor de overige genres geldt dat er geen grote verschuivingen te verwachten zijn

ten opzichte van voorgaande jaren, aangezien we de programmeerstrategie van voorgaande jaren (lineair sterk houden, synergie zoeken tussen lineaire kanalen en on demand) continueren en daarmee in grote lijnen dezelfde genremix ambiëren. Verandering en vernieuwing vinden vooral binnen de genres plaats. Zo zetten we bijvoorbeeld binnen het genre Human Interest meer in op het type human interest-programma's dat zich goed leent voor on demand kijken.

Audio

Tabel 5. Verdeling begroting Audio⁸ naar genres in 2024

	Ondergrens begroting 2024 uitgaven (x 1.000 euro)	Bovengrens begroting 2024 uitgaven (x 1.000 euro)	Begroting 2024 uitgaven	Prognose 2023 uitgaven
Journalistiek (geselecteerd)	57.800	60.900	58% - 61%	60%
Cultuur (geselecteerd)	26.900	30.000	27% - 30%	29%
Human Interest (geselecteerd)	1.900	5.000	2% - 5%	3%
Sport	900	4.000	1% - 4%	3%
Documentaire	900	4.000	1% - 4%	2%
Kennis en Educatie (geselecteerd)	0	3.000	0% - 3%	2%
Fictie	0	3.000	0% - 3%	0%
Levensbeschouwing	0	3.000	0% - 3%	2%
Amusement	0	3.000	0% - 3%	0%
Totaal		99.837	100%	100%

⁸ De verdeling van de begroting in genres omvat zowel lineair, on demand als online

Deze tabel laat de verwachte verdeling van de beschikbare middelen over de genres bij Audio zien. In 2024 zijn geen grote verschuivingen zichtbaar ten opzichte van de prognose 2023. Ook voor Audio geldt dat we op genreniveau onze ingezette programmeerstrategie in 2024 continueren. Verandering en vernieuwing vindt vooral binnen de genres plaats.

Genrebeleid specifiek

Alleen de genres waaraan specifieke ijkpunten gekoppeld zijn, op basis van prestatieafspraken of mediawettelijke eisen (bijvoorbeeld met betrekking tot amusement), worden hier uitgelicht.

Journalistiek

We willen dat ons publiek op de hoogte is en blijft van ontwikkelingen en gebeurtenissen, feiten en meningen in Nederland en in de rest van de wereld en willen het debat hierover stimuleren.

IJkpunten	Resultaat/norm
De NPO draagt aantoonbaar bij aan onderzoeksjournalistiek aanbod.	Meest aansprekende voorbeelden in tekst Terugblik 2024

Cultuur

We zijn een belangrijk podium voor kunst- en cultuuruitingen in al hun vormen.

IJkpunten	Resultaat/norm
De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 videoregistraties van podiumkunsten.	Minimaal 30 registraties van podiumkunsten (resultaat 2022: 35)
De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekanalen gemiddeld minimaal 10 liveoptredens en minimaal 4 concerten of festivals.	Minimaal 10 liveoptredens en 4 concerten/festivals (resultaat 2022: 32 liveoptredens, 7 concerten/festivals)

Fictie

IJkpunten	Resultaat/norm
De NPO programmeert jaarlijks onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen de NPO en de koepel Nederlandse filmproducenten 18 Nederlandse filmproducties.	Minimaal 18 filmproducties (resultaat 2022: 55)
De NPO reserveert jaarlijks 3,5 mln euro voor Nederlandse speelfilms, incl. Telefilms en Filmlab.	Geborgd budget: 3,5 mln euro (zie tabel 4 'Nog te bestemmen' en tabel 8 'Algemene reserveringen') (geborgd in 2023: 3,5 mln euro)
De NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.	Minimaal 10 nieuwe Nederlandse dramaproducties (resultaat 2022: 22)

Levensbeschouwing

Ijkpunt	Resultaat/norm
De NPO borgt jaarlijks een budget van (minimaal) 12,5 mln euro voor levensbeschouwelijk aanbod naar rato van de omvang van de stromingen die voorheen werden gerepresenteerd door de zogenoemde 2.42-omroepen.	Voor 2024 wordt een bedrag van 13,1 mln. euro geborgd (zie tabel 6 'Levensbeschouwing') (geborgd in 2023: 12,75 mln ⁹ euro)

⁹ Vanwege indexatie is het oorspronkelijk geborgde bedrag in de Begroting 2023 verhoogd van 12,5 mln naar 12,75 mln euro

Tabel 6. Borging levensbeschouwelijk aanbod

Stroming	Host	Vaste voet (25%)	Stroming (75%)	Totaal 2024
Katholicisme	KRO-NCRV	467.857	20 2.620.000	3.087.857
Protestantisme	EO	467.857	20 2.620.000	3.087.857
Humanisme	HUMAN	467.857	13 1.703.000	2.170.857
Islam	NTR	467.857	13 1.703.000	2.170.857
Boeddhisme	KRO-NCRV	467.857	3 393.000	860.857
Jodendom	EO	467.857	3 393.000	860.857
Hindoeïsme	NTR	467.857	3 393.000	860.857
Subtotaal		3.275.000	75 9.825.000	13.100.000
Programmaversterking				1.000.000
Totaal				14.100.000

Het budget voor levensbeschouwelijk aanbod wordt gefinancierd uit omroepbrede middelen (OBM). Deze middelen lopen niet mee met de CPI-compensatie, maar zijn afhankelijk van de mutatie op de kabelinkomsten. Ten opzichte van de borging in 2023 (12,75 miljoen euro) stijgt het geborgde beschikbare budget voor levensbeschouwelijk aanbod naar 13,1 miljoen euro in 2024 (2,75%) vanwege indexering.

Amusement

Ijkpunt	Resultaat/norm
Het amusementsaanbod van de NPO zorgt aantoonbaar voor een doorkijkeffect naar andersoortig aanbod.	% van de kijkers keek naast amusement in één week ook naar minstens één ander genre (resultaat 2022: 95,7%)



Regio

We willen inwoners van Nederland samenbrengen en dragen door het delen van ervaringen bij aan een levendige cultuur.

Ons aanbod biedt een veelkleurig Nederlands venster op de wereld, opent luiken en verbindt de kijker zo ook met alle regio's. Om deze reden vinden we het belangrijk het regiojournaal en het regioblok in 2024 te continueren en voldoende aandacht te besteden aan de verschillende regio's in onze videoprogrammering.

IJkpunten	Resultaat/norm
Op werkdagen is dagelijks een regiojournaal te zien op een televisiekanaal van de NPO.	Op elk werkdag een uitgezonden regiojournaal (resultaat 2022: 247 van de 255 werkdagen)
Op werkdagen wordt in een regioblok van 2 uur ca. 50 minuten gevuld met bijdragen van regionale omroepen.	50 minuten per regioblok door regionale omroepen

Toegankelijkheid voor mensen met een auditieve of visuele beperking

We bieden ons aanbod gebruiksvriendelijk aan.

Het aanbod en de diensten van de publieke omroep moeten voor iedereen in Nederland toegankelijk zijn. We vinden het daarom belangrijk dat we een deel van ons aanbod aanbieden met audiodescriptie en/of een tolk in de Nederlandse gebarentaal. Daarnaast vinden we het belangrijk dat minimaal 95% van ons aanbod op televisie ondertiteld is.

IJkpunten	Resultaat/norm
De NPO biedt het NOS Journaal, het NOS Jeugdjournaal en het wekelijkse Gesprek met de minister-president aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.	NOS (Jeugd)Journaal en Gesprek minister-president wekelijks voorzien van tolk NL gebarentaal
De NPO voorziet jaarlijks tenminste 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels en 8 evenementen van audiodescriptie.	Minimaal 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen voorzien van audiodescriptie (resultaat 2022: 63)
Het percentage ondertiteld tv-aanbod op onze hoofdkanalen bedraagt minimaal 95%.	Minimaal 95% van aanbod is ondertiteld (resultaat 2022: 98,9%)

Ten aanzien van audiodescriptie heeft het ministerie van OCW 4,2 miljoen euro beschikbaar gesteld voor de periode 2023 tot en met 2026. Voor 2024 zal de NPO 1,15 miljoen euro besteden om het aantal titels met audiodescriptie te verhogen (2023: 650 duizend euro).

Diversiteit en Inclusie

We willen de achtergronden van de verschillende groepen in de Nederlandse samenleving representeren.

De publieke omroep streeft ernaar een weerspiegeling te zijn van de Nederlandse bevolking in termen van gender, culturele achtergrond en beperking, zowel voor als achter de schermen. Daarom sturen we op aanbodoelstellingen voor de geselecteerde genres (Nieuws & Actualiteiten, Opinie, Human Interest, Service). Aan de realisatie van deze doelen wordt jaarlijks stapsgewijs gewerkt. Daarnaast laten we in de jaarlijkse Terugblik zien welke acties omroepen en NPO hebben ondernomen om de diversiteit in het personeelsbestand te verbeteren.

Tabel 7. Aanbodoelstellingen geselecteerde genres 2024

	Video						Audio			
	Nieuws & Actualiteiten (Journalistiek)		Opinie (Journalistiek)		Service (Kennis en Educatie)		Human Interest		NPO Radio 1	
	Doel 2024	Einddoel 2026	Doel 2024	Einddoel 2026	Doel 2024	Einddoel 2026	Doel 2024	Einddoel 2026	Doel 2024	Einddoel 2026
Culturele diversiteit	13,5 %	15 %	14,5 %	15 %	13 %	15 %	15 %	15 %	9 %	15 %
Gender (% vrouw)	46 %	50 %	45 %	50 %	50 %	50 %	49 %	50 %	42 %	50 %
Beperking	0,6 %	1,4 %	1,3 %	1,6 %	1,8 %	2 %	2,6 %	3,4 %	n.v.t.	n.v.t.



IJkpunten

Resultaat/norm

De NPO realiseert de aanbodoelstellingen Diversiteit en Inclusie voor de geselecteerde genres Journalistiek, Cultuur, Human Interest en Service binnen het beschikbare budget van deze genres.

(zie tabel 7)

Omroepen en NPO zorgen er voor dat het eigen personeelsbestand een afspiegeling is van de diversiteit en veelkleurigheid van de samenleving.

Eind 2026 tenminste 15% cultureel divers, 50% gender en 2% voor mensen met een beperking

We reserveren in 2024 specifiek voor het project culturele diversiteit incidenteel budget voor traineeships en projectactiviteiten (o.a. de Townhall sessies).

Borging budget 2024 is 0,6 mln. euro (zie tabel 2 'NPO; omroepbrede middelen')

Vernieuwing/talent

We willen dat ons aanbod voldoet aan een hoge kwaliteitsstandaard; met een balans tussen vertrouwde en verrassende programma's en ruimte voor gevestigd en aanstormend talent.

De belangrijkste ambitie van de publieke omroep is het realiseren van kwalitatief, veelkleurig en waardevol aanbod. Aan de basis van dit hoogwaardige aanbod staan makers met verschillende achtergronden en perspectieven. Het is hun creatieve talent, inzet en vakkundigheid waaruit vernieuwende producties ontstaan die Nederland beroeren en verrijken. Daarom heeft de publieke omroep ijkpunten geformuleerd voor zowel het aantal nieuwe producties als de expliciete aandacht in programmavoorstellen voor talentontwikkeling. Jaarlijks reserveren we een budget specifiek voor talentontwikkeling.



Ijkpunten

Resultaat/norm

De NPO investeert jaarlijks in minimaal 25 nieuwe videopilots en 30 nieuwe video- en podcasttitels en stelt hiervoor budget beschikbaar.

Minstens 25 videopilots (2022: 29) en 30 (2022: 88 videotitels, 68 podcasttitels) nieuwe video- en podcasttitels. Voor programmanieuwing is binnen Video minimaal 4 mln euro beschikbaar. (zie tabel 4 'Nog te bestemmen' en tabel 8 'Algemene reserveringen')

De NPO biedt ruimte in zijn aanbod voor projecten specifiek gericht op talentontwikkeling en borgt hier jaarlijks budget voor. De NPO borgt daarnaast, in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode, de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama en documentaires.

Borging budget 2024 is 19,3 mln. euro voor kwalitatief hoogstaand aanbod (borging 2023: 18,8 mln euro)
Binnen dit bedrag is 2,9 mln euro geborgd voor talentontwikkeling. (zie tabel 4 'Fictie en Documentaires' en tabel 8 'Lineair en Online')
Daarnaast is binnen het budget van Video minimaal 1,6 mln euro geborgd voor talentontwikkeling. (zie tabel 4 'Nog te bestemmen' en tabel 8 'Lineair en Online')
Aantonen ruimte in aanbod specifiek voor talentontwikkeling in Terugblik 2024

2 Doelmatig en transparant

De NPO en de omroepen hebben doelmatigheid als volgt gedefinieerd: "Het inzetten van de middelen met het oogmerk dat de (programmatische) doelen worden gerealiseerd en de afspraken over prestaties zo maximaal als mogelijk worden behaald." De sturing op doelmatigheid door de NPO omvat dus een combinatie van zowel kostenbewustzijn als sturing op inhoudelijke doelen en prestaties.

De publieke omroep toetst programmavoorstellen langs de drie gedefinieerde dimensies van doelmatigheid: (Programmatische) Doelen, Middelen en Prestaties. Hiervoor heeft de NPO samen met de omroepen criteria ontwikkeld. Deze criteria zijn opgenomen in de NPO MediaModule en het Coördinatieglement Aanbodkanalen NPO, zodat de criteria in alle stappen van het operationele programmeerproces terugkomen en aandacht krijgen. Elk programmavoorstel van Audio en Video wordt getoetst aan doelmatigheidscriteria. Dit gebeurt aan de hand van alle relevante doelmatigheidsinformatie, zoals (programmatische) doelen gericht op publieke waarde en impact, een uitgebreide begroting en budgetbandbreedte-informatie. Voordat de NPO besluit een programma wel of niet te plaatsen, vindt toetsing plaats aan de hand van de genoemde criteria. De programmavoorstellen worden integraal ingetekend, waarna een verdere uitwerking voor het lineaire, online en/of on demand deel wordt uitgewerkt. De NPO heeft bovenstaande in de volgende ijkpunten vertaald als het gaat om doelmatigheid en transparantie:

Ijkpunten	Resultaat/norm
De NPO benchmarkt de programmakosten per titel op budgetbandbreedte. Minimaal 90% van de titels zit onder de maximale budgetbandbreedte.	90% onder maximale budgetbandbreedte (resultaat 2022: 95%)
De NPO toetst jaarlijks de werkelijk gerealiseerde kosten met de voorgecalculeerde programmabegrotingen en stuurt waar mogelijk bij.	De Terugblik 2024 noemt het percentage titels dat meer dan 5% afwijkt (resultaat 2022: 4%)
De NPO besteedt jaarlijks ten minste 25% van het programmabudget aan onafhankelijke producties.	25% onafhankelijk product (resultaat 2022: 39,9%)
De NPO zet een benchmark op van productiekosten van programma's, inclusief de programma's welke in (co)productie met buiten producenten zijn gemaakt.	De NPO gebruikt de benchmark in de sturing op doelmatigheid

Aandeel onafhankelijke producties

Externe producenten leveren een belangrijke bijdrage aan de pluriformiteit. Zij maken in opdracht van, en in samenwerking met de omroepen programma's. Het minimumaandeel onafhankelijke producties in het totale programmabudget is 25% (gerealiseerd percentage 2022: 39,9%).

Dit percentage wordt berekend over het totale programmabudget, dus inclusief Audio en Online. Bij de berekening daarvan wordt het budget van nieuws, reclame, kerkelijk, politiek en Teletekst buiten beschouwing gelaten (zie artikel 2.121 MW).

Inzet Eigen Bijdragen

Alle overige inkomsten die conform de Mediawet (artikel 2.135) gebruikt worden voor de uitvoering van de publieke media-opdracht zijn begroot onder de Eigen Bijdragen. Voor 2024 wordt verwacht dat 36,5 miljoen euro (inclusief bijdrage derden) wordt ingezet. Dit bedrag is ingeschat op basis van de prognose 2023. De NPO monitort en stuurt op de inzet van de Eigen Bijdragen gedurende het jaar.

3 Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag

2024 staat in het teken van het verder intensiveren van de digitale transitie van de publieke omroep, zowel op het gebied van audio als video. We zien snel veranderend mediagedrag met daarbij de groei van on demand, hoge verwachtingen van gebruiksgemak en het succes van onlineplatformen. Als Publieke Omroep willen we snel stappen zetten om daar op in te spelen. Tegelijkertijd willen we de verbinding met ons publiek en de lineaire programmering sterk houden. Zoals benoemd in het voorwoord hebben omroepen en NPO gewerkt aan een gezamenlijke overkoepelende strategie die de komende maanden geïmplementeerd zal worden. Dit kan in 2024 leiden tot verschuivingen binnen het vastgestelde budget. Daarbij gaat het onder andere om de verdeling tussen lineair aan de ene kant en online en on demand aan de andere kant. Vooralsnog gaan we uit van onderstaande verdeling, waarin zoals gezegd verschuivingen kunnen optreden.

Budget Video

Tabel 8. Verdeling begroting Video 2024 naar platform

(x 1.000 euro)	Begroting 2024	Prognose 2023	Vershil
Lineair	566.750	592.857	-26.107
Online	54.486	51.411	3.075
On demand	74.738	42.167	32.571
Extra kanalen	4.500	4.191	309
Algemene reserveringen	18.675	20.276	-1.601
Totaal	719.149	710.902	8.247

In tabel 8 is het budget van Video verdeeld naar de verschillende platformen, waarbij de Begroting 2024 wordt vergeleken met de Prognose 2023. In 2024 zal, ten koste van Lineair, meer ruimte gegeven worden aan Online en On demand (NPO Start) om de digitale transitie van de publieke omroep te versnellen en het aanbod beter aan te laten sluiten bij het veranderende mediagedrag van het publiek. Waar mogelijk zoeken we de synergie tussen onze lineaire kanalen en ons on demand platform door aanbod zowel on demand als lineair aan te bieden. Daarnaast neemt het budget van On Demand toe vanwege een toename van het aantal NPO Plus-abonnees, met als gevolg een hogere repartitie. Voor diverse ambities, zoals programmavernieuwing, talentontwikkeling en Nederlandse speelfilms, is evenals in 2023 budget geoormerkt en gereserveerd onder de Algemene reserveringen. Het bedrag voor 2024 is lager ten opzichte van de prognose 2023, vanwege de incidentele bijdrage voor het Cultuurplan in 2023.

We willen dat onze on demand platformen een volwaardig alternatief worden voor lineaire kanalen.

De doorontwikkeling van NPO Start heeft in 2024 de expliciete aandacht. We reserveren een hoger deel van het programmabudget voor aanbod dat zich goed leent voor on demand gebruik dan in 2023. Een belangrijk doel is dan ook het bestendigen en vergroten van het gebruik van NPO Start. Naast extra investeringen in on demand content willen we dit realiseren met technologische verbeteringen van de dienst.

IJkpunten

Resultaat/norm

Minimaal 70% van het publiek is (zeer) tevreden met de dienst NPO Start.

Minimaal 70% (resultaat 2022: 77%)

De kijktijd en het gebruik van NPO Start zijn ten opzichte van het voorgaande jaar gestegen.

Stijging bereik en kijktijd t.o.v. 2023 (resultaat 2022: +11% kijktijd, +5% bereik)

Het budget dat specifiek is geborgd voor on demand programmering is ten opzichte van het afgelopen jaar uitgebreid.

Geborgd budget NPO Start 2024: 60 mln euro (prognose 2023: 25 mln euro), exclusief repartitie NPO Plus (zie tabel 8 'On Demand')

De online aanwezigheid wordt ingezet om de relevantie van de publieke omroep en het aanbod zo groot mogelijk te maken. We maken daarbij slim gebruik van platformen van derden.

Onze online proposities spreken een doorgaans jonger publiek aan dan onze lineaire televisiekanalen. Om deze reden vinden we het belangrijk dat de gemiddelde leeftijd van ons publiek online lager ligt dan voor lineaire televisie. Ook is het onze ambitie elk jaar een stijging in het gebruik van het online platform te realiseren. In 2024 hebben we extra budget gereserveerd om onze online ambities waar te maken (zie ook tabel 8).

IJkpunten	Resultaat/norm
Ons online platform trekt een aantoonbaar jonger publiek dan onze lineaire televisiekanalen.	Gem. leeftijd online ligt lager dan gem. leeftijd lineaire televisie (resultaat 2022: 47 online, 60 lineair)

We willen de kracht van onze lineaire videokanalen benutten en innoveren.

In analyses zien we nog steeds terug dat de doelgroepen van NPO 1, NPO 2 en NPO 3 te veel overlappen. Daarom blijven we inzetten op het verder differentiëren van onze netten, om zo verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld qua leeftijd, aan te spreken. Uiteraard willen we daarnaast dat ons aanbod op televisie hoofdzakelijk Nederlandstalig is. Omdat lineaire televisie in veel gevallen nog steeds de meest krachtige verbinding met ons publiek vormt, streven we naar een ondergrens in termen van bereik van 60%.

IJkpunten	Resultaat/norm
De NPO biedt op de lineaire televisiezenders minstens 75% Nederlandstalig aanbod.	Minstens 75% Nederlandstalig aanbod (resultaat 2022: 91,4%)
Onze lineaire tv-zenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 60% van Nederland.	Weekbereik lineaire televisie minstens 60% (resultaat 2022: 72%)

Tabel 9. Verdeling begroting Televisie lineair naar aanbodkanalen in 2024

(x 1.000 euro)	Begroting 2024	Prognose 2023	Verschil
NPO 1	316.748	304.639	12.109
NPO 2	138.117	149.016	-10.899
NPO 3	48.249	77.253	-29.004
NPO Zapp	63.636	61.949	1.687
Totaal	566.750	592.857	-26.107

Bovenstaande tabel laat de verdeling van het lineaire budget naar de kanalen zien. De Begroting 2024 is gebaseerd op het Jaarplan Video 2024, waarin een zo goed mogelijke inschatting is gemaakt van de verdeling van de budgetten over de aanbodkanalen. De prognose 2023 is gebaseerd op de actuele stand van zaken. Hierin zitten onder andere ook doorgeschoven programma's uit 2022, met name op NPO 1 en NPO 2.

Vanaf 2024 worden NPO 3, NPO Start en npo3.nl in synergie geprogrammeerd, wat betekent dat een deel van het lineaire budget van NPO 3 gealloceerd wordt voor NPO Start. In veel gevallen zullen de programma's die toegekend worden voor NPO Start (op een later moment) ook uitgezonden worden op NPO 3. De toename in het budget op NPO 1 ten opzichte van de prognose 2023 heeft te maken met de grote sportevenementen, zoals de Olympische Spelen en het EK voetbal die in 2024 plaats zullen vinden.

We hanteren een duale audiostrategie.

Waar de programmering op de radio een zwaartepunt kent op de genres Cultuur en Journalistiek, willen we juist in ons podcastaanbod alle genres aanbieden, om zo een complementair aanbod on demand aan te bieden. De audio-ondemandmarkt groeit nog altijd. Daarom vinden we het belangrijk dat ons podcastaanbod in gebruik blijft stijgen. Om deze reden alloceren we ook extra budget aan on demand (zie tabel 10). Voor lineaire radio hanteren we een ondergrens in bereik van 30%.

IJkpunten	Resultaat/norm
Onze lineaire radiozenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 30% van Nederland.	Weekbereik lineaire radio minstens 30% (resultaat 2022: 37%)
Het gebruik van ons podcastaanbod is ten opzichte van het voorgaande jaar gestegen.	Stijging gebruik t.o.v. 2023 (resultaat 2022: +9%)

Budget Audio

Tabel 10. Verdeling begroting Audio naar platform in 2024

(x 1.000 euro)	Begroting 2024	Prognose 2023	Vershil
Lineair	82.837	82.954	-117
Online	7.100	6.480	620
On demand	7.100	4.982	2.118
Extra kanalen	2.800	1.031	1.769
Totaal	99.837	95.447	4.390

In tabel 10 is het budget van Audio verdeeld naar de verschillende platformen, waarbij de Begroting 2024 wordt vergeleken met de Prognose 2023. Hierin is zichtbaar dat er in 2024 extra financiële ruimte is voor On demand en voor de kwaliteitsimpuls voor podcasts. Dit is in lijn met onze ambitie om ook op het gebied van audio de digitale transformatie van de publieke omroep te versnellen, met meer aandacht voor on demand audio-aanbod. Dit heeft een lichte daling van het beschikbare budget voor lineair tot gevolg. Daarnaast is bij de extra kanalen rekening gehouden met de ambitie een experiment te starten met een radiozender, die een brede publieksgroep bereikt met een biculturele achtergrond. Dit vanwege onze ambitie, dat we er voor heel Nederland met ons aanbod willen zijn.

Tabel 11. Verdeling begroting Radio lineair naar aanbodkanalen in 2024

(x 1.000 euro)	Begroting 2024	Prognose 2023	Vershil
NPO Radio 1	43.595	43.144	451
NPO Radio 2	10.548	11.120	-573
NPO 3FM	7.811	7.752	59
NPO Klassiek	10.157	10.006	151
NPO Radio 5	6.820	6.899	-79
NPO FunX	3.907	4.034	-127
Totaal	82.837	82.954	-117

Voorgaande tabel laat de verdeling van het lineaire budget 2024 naar de zenders zien in vergelijking met de prognose 2023. Zoals hierboven al benoemd is er een lichte daling van het beschikbare budget voor lineair, omdat we dit verleggen naar on demand. Met name op NPO Radio 2 zal in 2024 worden bespaard. Dit zal worden gerealiseerd door in de relatief beperkt beluisterde tijdvakken in de nacht minder 'gepresenteerd aanbod' te programmeren.

4 Sterker verbonden met publiek en maatschappij

We willen een relevant bereik realiseren onder een breed en algemeen publiek en onder bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling.

We hanteren impact als graadmeter.

We stimuleren meedenken en meedoen door het publiek.

In deze concessieperiode willen we meer aandacht hebben voor het effect dat ons aanbod heeft op ons publiek. Om deze reden hebben we de impactbelevingsmeter ontwikkeld met daaraan gekoppeld een norm van 60 voor onze lineaire videoprogrammering. De komende periode zullen we gebruiken om te zien of we de impactbelevingsmeter kunnen uitbreiden naar andere platformen dan lineair. Daarnaast hebben we ook doelstellingen voor het integrale bereik van de publieke omroep bij verschillende leeftijdsgroepen opgenomen. Deze doelstellingen in 2024 vormen vanwege een wijziging in meetmethode een trendbreuk met die van voorgaande jaren. Interactie en participatie zijn belangrijke manieren om de verbinding met ons publiek aan te gaan. Daarom rapporteren we per omroep in de Terugblik 2024 welke *best practices* omroepen op dit gebied hebben ondernomen.

Tabel 12. Doelstelling weekbereik 2024

Overall	Doelstelling bandbreedte weekbereik ⁰
Radio (NPO 12345) (NMO) (13+)	33% - 37%
Televisie (NPO 123) (NMO) (13+)	62% - 69%
Integraal bereik (Radio, Televisie & Online excl. sociale media)	70% - 77%

IJkpunten

Resultaat/norm

De impact van het aanbod van de NPO is conform zijn doelstellingen in de begroting.	Norm impact: 60 (resultaat 2022: gem. 74)
De NPO bereikt de beoogde doelgroepen op de verschillende aanbodkanalen en platforms conform zijn doelstellingen in de begroting.	(zie tabel 12)

	Integraal bereik per doelgroep
13-34 jaar	54% - 60%
35-49 jaar	68% - 76%
50-64 jaar	78% - 87%
65 jaar en ouder	83% - 92%

⁰ De realisatie van deze doelstellingen zal in 2024 volgens een andere meetmethode dan voorheen plaatsvinden. Deze overgang in meetmethodiek maakt het lastig aan de voorkant doelstellingen juist in te schatten. Ook is het vanwege deze verandering niet mogelijk de doelstellingen en realisatiecijfers vanaf 2024 met de periode daarvoor te vergelijken.

5 Goed vindbaar en toegankelijk

We leggen een focus op waardevol innoveren.

We zijn met de belangrijkste NPO-apps aanwezig op relevante apparaten.

We onderhouden en ontwikkelen doorlopend onze technologische infrastructuur, systemen en diensten.

Een wendbare en innovatieve mentaliteit is voor de publieke omroep van groot belang om mee te kunnen bewegen met de veranderende technologische ontwikkelingen in het medialandschap. Voor specifieke innovatieve projecten reserveren we jaarlijks minimaal 2 miljoen euro en streven we naar minstens 30 gestarte innovatieve projecten per jaar. Goed vindbaar zijn als publieke omroep met ons aanbod en onze diensten op veel gebruikte apparaten wordt jaar op jaar een steeds grotere uitdaging, mede gezien het groeiende aantal apparaten dat ons publiek gebruikt. Alle aanleiding om hier ook in 2024 expliciete aandacht voor te houden.

Het voor 2024 geborgde bedrag voor distributie en uitzenden is hoger als gevolg van toegenomen kosten door inflatie.

NPO

In lijn met het CBP 2022-2026 wil de NPO inspelen op het veranderende mediagebruik. De NPO draagt zorg voor een goed zichtbare, herkenbare en vindbare publieke omroep, die toekomstbestendig is en waarin het publiek centraal staat. Bij de vertaling van de overkoepelde strategie met de omroepen staan de volgende thema's centraal:

- **Publiek:** o.a. door het verbeteren van (inzicht in) de aansluiting van ons aanbod op de wensen van specifieke doelgroepen door gezamenlijk met de omroepen behoefteonderzoek uit te voeren naar thema's en perspectieven.
- **Content:** o.a. door het verbeteren en doorontwikkelen van integraal programmeren.
- **Data:** o.a. het verbeteren van personalisatie en een persoonlijke beleving binnen ons digitale product portfolio doormiddel van inzet van NPO-id.
- **Product & Distributie:** o.a. inrichten van ons nieuwe digitale productportfolio met een focus op NPO Start en Luister, alsmede de vernieuwing van het Video Publicatie Platform.
- **Organisatie:** o.a. het opstellen van een ESG-strategie (Environment, Social en Governance), met specifiek aandacht voor Diversiteit & Inclusie, Gedrag & Leiderschap, Compliance & Integriteit en Duurzaamheid.

De kerntaken van de NPO omvatten, naast het zorgdragen voor de programmering, doelmatige besteding van middelen en het stimuleren van talentontwikkeling een aantal beheerstaken. Hieronder vallen onder meer de bekostiging van de omroepen, de aanvraag en het beheer van de aanbodkanalen, de distributie van het media-aanbod, het stimuleren van innovatie ten aanzien van media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van nieuwe distributiemogelijkheden om media-aanbod aan het publiek aan te bieden. Verder voert de NPO centraal taken uit in het kader van het gemeenschappelijke belang of ten behoeve van efficiency. De activiteiten van de NPO kunnen worden verdeeld naar een drietal hoofdactiviteiten, Bestuur en Beheer, Centrale Activiteiten en NPO ondersteuning:

- Bestuur en Beheer bestaat onder andere uit de Raad van Bestuur, het programmeerproces en kosten voor beleid en verantwoording en digitaal onderzoek (ca. 17% van de totale beschikbare middelen).
- Centrale activiteiten betreft rechtenkosten BumaStemra, coördinatie muzieksamenstelling, werven rechten media-aanbod, ondertiteling, technologie en distributie (ca. 72% van de totale beschikbare middelen).

IJkpunten

Resultaat/norm

De NPO borgt jaarlijks een budget van minimaal 2 miljoen euro voor innovatieve projecten.

Borging 2024: 2,0 mln euro (borging 2023: 2,0 mln euro) (zie tabel 4 'Nog te bestemmen' en tabel 8 'Algemene reserveringen')

De NPO reserveert een bedrag voor het distribueren en uitzenden van het media-aanbod.

Geborgd in 2024: 43,0 mln. euro (geborgd in 2022: 41,7 mln euro) (zie tabel 2 'NPO' en tabel 15)

- NPO ondersteuning heeft betrekking op Facilitair, Human Resources en ICT (ca. 11% van de totale beschikbare middelen).

In tabel 15, bijlage B is deze verdeling nader uitgewerkt. Het budgettaire kader voor 2024, zijnde de begroting, gaat daarbij uit van een index op het kostenniveau van de prognose 2023. De verhouding tussen de verschillende onderdelen blijft daarmee gelijk. Ten aanzien van audiodescriptie vraagt de NPO 0,5 miljoen euro meer aan voor 2024. De kosten worden gemaakt door de afdeling Access Services.

Openbaarheidsparagraaf

Voor zover de NPO handelt als een bestuursorgaan als bedoeld in de Algemene wet bestuursrecht, valt zij onder de Wet open overheid (Woo). Volgens de Woo dient een bestuursorgaan in de begroting een openbaarheidsparagraaf op te nemen, waarin beschreven wordt welke beleidsvoornemens in het betreffende jaar genomen worden ter uitvoering van de Woo. Sinds de invoering op 1 mei 2022 van deze wet is geregeld gebruik gemaakt van de mogelijkheden van deze nieuwe wet om informatie op te vragen. De NPO heeft al deze verzoeken in behandeling genomen. Op onze [corporate website](#) zijn alle besluiten hierover terug te vinden. Hier zijn ook de procedure voor het indienen van Woo-verzoeken en alle contactgegevens te vinden.

Aanvankelijk is er in 2022 bij de ontwikkeling van de verplichte digitale infrastructuur uitgegaan van een oplossing, waarbij de informatie centraal zou worden opgeslagen. Op advies van het Adviescollege ICT-toetsing heeft de minister van Binnenlandse Zaken eind 2022 gekozen voor een eenvoudiger en sneller te realiseren oplossing: een verwijsindex (de 'Woo-index') met zoekfunctie. De NPO hecht groot belang aan het transparant maken van haar handelen en zal in 2024 concrete stappen zetten om de informatiehouding te verbeteren, zodat onze informatie voor publiek en belanghebbenden optimaal toegankelijk wordt. Deze verbeteringslag, inclusief de aansluiting bij de Woo-index, wordt meegenomen in de herziening van de corporate website, die in het najaar van 2023 zal plaatsvinden. De kosten hiervoor zijn opgenomen in de organisatiekosten van de NPO.

Bijlage B

Additionele financiële informatie

Conform artikel 1.152 is de onderverdeling van het programmabudget à 829,3 miljoen euro in de (wettelijk bepaalde) garantiebudgetten als volgt:

Tabel 13. Verdeling programmabudget in garantiebudget per omroep

(x 1.000 euro)	Garantiebudget	Per samenwerkingsomroep
AVROTROS	41.546	55.395
PowNed	13.849	
BNNVARA	41.546	41.546
KRO-NCRV	41.546	
MAX	27.697	
WNL	13.849	
VPRO	27.697	41.546
HUMAN	13.849	
EO	27.697	
Ongehoord Nederland	4.155	
Omroep Zwart	4.155	
Subtotaal	257.586	
NOS	158.457	
NTR	61.408	
Programmaversterking	351.813	
Totaal	829.263	

Conform de Bindende Regeling organisatiekosten van de NPO is de onderverdeling van de organisatiekosten (OK) vergoeding als volgt:

Tabel 14. Verdeling organisatiekostenvergoeding per omroep

(x 1.000 euro)	OK-vergoeding	Per samenwerkingsomroep
AVROTROS	11.322	15.060
PowNed	3.738	
BNNVARA	11.322	11.322
KRO-NCRV	11.322	
MAX	7.583	
WNL	3.738	
VPRO	7.583	11.322
HUMAN	3.738	
EO	8.230	
Ongehoord Nederland	1.068	
Omroep Zwart	1.068	
Subtotaal	70.714	
NOS	28.133	
NTR	11.722	
Totaal	110.569	

De onderverdeling van de NPO-begroting à 168 miljoen euro is als volgt:

Tabel 15. Onderverdeling NPO-begroting 2024 met prognose 2023

NPO (x 1.000 euro)		2024	%	Prognose 2023	%
Bestuur en Beheer	RvB en Staf	8.343	5%	8.233	5%
	Directie Video	8.343	5%	8.233	5%
	Directie Audio	3.337	2%	3.293	2%
	Directie Marketing	8.343	5%	8.233	5%
Subtotaal Bestuur en Beheer		28.366	17%	27.992	17%
Centrale activiteiten	Rechten	28.366	17%	27.993	17%
	Technologie	25.029	15%	24.700	15%
	Distributie & Uitzenden	43.035	26%	42.813	26%
	Access Services	6.156	4%	5.591	3%
	Gemeenschap. activiteiten Video	1.895	1%	1.647	1%
	Gemeenschap. activiteiten Audio	8.443	5%	8.233	5%
	Gemeenschap. activiteiten Marketing	8.343	5%	8.233	5%
Subtotaal Centrale activiteiten		121.267	72%	119.210	72%
NPO ondersteuning	Facilitaire Zaken	6.675	4%	6.587	4%
	ICT	5.006	3%	4.940	3%
	Financiën	2.687	2%	2.651	2%
	Human resources	3.337	2%	3.293	2%
	Interne communicatie	648	0%	642	0%
Subtotaal NPO ondersteuning		18.353	11%	18.113	11%
Totaal beschikbare middelen		167.986	100%	165.315	100%

Om de programmering voor meer mensen toegankelijk te maken, is in 2024 een extra bijdrage voor audiodescriptie ontvangen van 1,15 miljoen euro (prognose 2023: 0,65 miljoen euro). Om deze reden nemen de uitgaven van Access Services ten opzichte van 2023 toe.

Bijlage C

Programmatische bijdragen omroepen

AVROTROS

AVROTROS heeft zich de afgelopen 100 jaar onderscheiden met het toegankelijk maken van cultuur in de breedste zin van het woord. Van klassieke tot Nederlandstalige muziek, van musical tot toneel, van kunst tot kitsch. Het brengen van cultuur zit in ons DNA. We focussen daarbij op de gezamenlijke beleving en verbinding. Met als doel interesse wekken, mensen iets nieuws laten ontdekken en hun blik verruimen. Daarnaast is het onze kerntaak als publieke omroep om dagelijks te werken aan een goed geïnformeerde, veilige en rechtvaardige samenleving. En komen we in actie als deze wordt ondermijnd. Met programma's als Radar, EenVandaag en Opsporing Verzocht zijn we daar al jarenlang zeer succesvol in.

AVROTROS is *de omroep voor ons*. Hiermee onderstrepen wij dat we er echt voor iedereen zijn. Wie je ook bent, waar je vandaan komt en hoe je bent opgeleid is niet belangrijk. AVROTROS wil Nederland verenigen.

Met onze programma's proberen we dan ook een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Dat doen we met een zo breed mogelijk aanbod. We leggen daarbij de focus op twee pijlers: Cultuur en Rechtvaardigheid.

Cultuur

We hebben het hier over cultuur in de breedste zin van het woord: van beeldende kunst tot podiumkunst. En van Nederlandstalige muziek tot klassieke muziek. Denk aan programma's als Krabbé zoekt..., Het Geheim van de Meester, Tussen Kunst en Kitsch, Op zoek naar... Beste Zangers, het Prinsengrachtconcert, Muziekfeest op het Plein maar ook bijvoorbeeld de radioprogramma's als Aan de Slag!, De Klassieken, Arbeidsvitaminen en het Muziekcafé.

Rechtvaardigheid

Denk hierbij aan de programma's als EenVandaag en Radar (inclusief hun panels) en Opsporing Verzocht.

Om een breed publiek te bereiken streven we ernaar om al onze programma's zo toegankelijk mogelijk te maken. Programma's zijn uitnodigend van opzet. Je hoeft er niet eerst iets van te weten om een programma leuk of interessant te kunnen vinden.

Onze programma's en activiteiten zijn herkenbaar door de toegankelijke toon en vorm waardoor iedereen mee kan doen. Het wordt onafhankelijk gemaakt, is van hoge kwaliteit en uitnodigend en constructief van aard. Vaak met als doel: het faciliteren van interactie en ontmoetingen. Dat zit hem niet alleen in programma's als Wie is de Mol? waar de kijker massaal naar kijkt en meespeelt (>1 miljoen accounts in de app) of het Eurovisie Songfestival waar Nederland massaal meeleeft met de Nederlandse artiest. AVROTROS maakt die gezamenlijke beleving en verbinding ook tastbaar door verschillende initiatieven. Zo verzorgen we iedere vrijdagavond in TivoliVredenburg en iedere zondagochtend in het Concertgebouw een concertserie die we live uitzenden op NPO Klassiek. Ook organiseren we bewust evenementen verspreid over heel Nederland. Opnamedagen van Tussen Kunst en Kitsch worden bijvoorbeeld in de grotere bekende musea georganiseerd, maar we zijn nadrukkelijk ook te gast in kleinere musea in de provincie. Datzelfde geldt voor onze Muziekfeesten en opnames van drama- en jeugdseries. Ook online zorgen we voor die verbinding en interactie voor zowel jong als oud. Zoals ons YouTube kanaal Toppop met ruim 1,4 miljoen abonnees, de panels van EenVandaag en Radar met beide zo'n 75.000 leden.

BNNVARA

BNNVARA is een onafhankelijke en ideële mediaorganisatie die zich sinds haar oprichting inzet voor een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving en dit ook zal blijven doen. BNNVARA heeft een duurzame, inclusieve samenleving voor ogen waarin iedereen meedeelt in de welvaart en het plezier. BNNVARA is een beweging van mediamakers met een toonaangevend en vooruitstrevend profiel die een wezenlijke bijdrage levert aan kansengelijkheid voor iedereen. We doen dit vanuit onze kernwaarden: open, sociaal, nieuwsgierig, lef en vooruitstrevend. 'Mediamakers voor kansengelijkheid' is het uitgangspunt voor de huidige erkenningsperiode 2022-2026.

BNNVARA is er voor een breed publiek met een focus op onder gerepresenteerde groepen zoals jongeren (20-34 jaar), praktisch opgeleiden en mensen met een migratieachtergrond, maar voor iedereen die verandering en vernieuwing wil nastreven. BNNVARA maakt content die ertoe doet met als doel de toegang tot gelijke kansen voor onze primaire doelgroepen te vergroten. Dit vereist dat we onze doelgroepen met onze content (blijven) bereiken en dat zij zich hierin ook herkennen. De vorm waarin we dat doen wordt dan ook bepaald door de inhoud. Als mediamakers voor kansengelijkheid focust BNNVARA zich op de behoefte van ons publiek om de wereld nog beter te begrijpen, zelf een mening te vormen, erin te participeren en gemotiveerd te worden om samen met anderen het verschil te maken. BNNVARA heeft concrete ambities gezet op het interacteren met en activeren

van ons publiek. Door duidelijk uit te dragen waar we voor staan, creëren we medestanders en vergroten wij de maatschappelijke betekenis van de publieke omroep. Hiermee levert BNNVARA een belangrijke bijdrage aan het realiseren van de publieke mediaopdracht. Voor het komende jaar wil BNNVARA zich verder profileren en daar zijn waar ons publiek is, zodat we onze maatschappelijke rol optimaal kunnen vervullen. Dit betekent dat BNNVARA met relevante content nog beter wil aansluiten, anticiperen en reageren op het mediagedrag en gebruik van haar publiek.

Een belangrijk speerpunt voor 2023 is onder meer om met aansprekend aanbod en integrale formats daar te zijn waar ons publiek zich bevindt, waaronder op platformen van derden en ons BNNVARA-portaal (middels een online contentstrategie). Door meer interactie met ons publiek weten wij nog beter wat onze achterban bezighoudt, halen we feedback op en brengen we mensen in beweging. Ons media-aanbod heeft dan ook grote maatschappelijke betekenis en draagt bij aan een kwalitatief, veelkleurig en waardevol aanbod van de publieke omroep. Het is onze ambitie dat het media-aanbod van BNNVARA van alle mediaorganisaties aantoonbaar het meest geassocieerd wordt met de maatschappelijke thema's: Diversiteit, Inclusie, Duurzaamheid, Sociale rechtvaardigheid en Emancipatie. Deze prioriteiten stellen wij omdat wij ervan overtuigd zijn dat wij met deze thema's het meeste kunnen bijdragen aan een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving met gelijke toegang tot kansen voor iedereen. Deze thema's komen tot uiting in producties binnen alle genres met onder andere programma's zoals Khalid & Sophie, BOOS, Zembla, De Nieuws BV, Oogappels, Je Zal Het Maar Hebben en Even Tot Hier.

BNNVARA kent een lange journalistieke traditie en heeft ook voor 2023 grote journalistieke ambities. Om die reden is binnen BNNVARA een journalistieke vloer ingericht waar de makers van onze journalistieke titels (Audio, Video én Online) elkaar inspireren en versterken. We investeren in een journalistiek platform voor jongeren en in online extensies bij onze gerenommeerde titels als Zembla en BOOS. Voor het realiseren van deze ambitie is een dagelijks journalistiek programma van groot belang. Om die reden investeren we al een aantal jaar in ons vooravondprogramma Khalid & Sophie en is het onze inzet dit programma een vast anker op de vooravond te laten zijn. Het is ons doel om met dit programma de groep 20-49 jaar beter te bereiken.

EO

Overtuigd van Gods liefde voor iedereen, willen we verhalen vertellen over God en het volgen van Jezus. Het is onze missie vanuit onze christelijke identiteit content te maken die geloof en het alledaagse leven aan elkaar verbindt. Met en voor de gewone Nederlander. De EO heeft een sterke maatschappelijke verankering via leden en maatschappelijke organisaties. We vertegenwoordigen de breedte van de protestantse stroming en het Jodendom.

Onze geprioriteerde thema's zijn: Geloven & Vragen, Oog voor anderen, Hier & Nu, Afscheid & Rouw. Deze thema's dragen bij aan het profiel van de EO als christelijke en eigentijdse omroep. We richten ons daarbij primair op de gewone (gemiddelde) Nederlander, van jong tot oud, met een focus op de regio. Deze groep bereikt de EO van oudsher goed. De EO wil de breedte van deze groep bereiken en dus ook aanwezig zijn op alle plekken waar onze content gevonden wordt. De EO zet de komende jaren stevig in op online, om ook de jongere doelgroepen te blijven aanspreken en zichtbaar en relevant te zijn met content van publieke waarde. Hierna een aantal voorbeelden van hoe we hier aan 2024 invulling aan geven.

Hier & Nu

De EO wil in 2024 het online platform DIT! verder uitbouwen. Hier worden verschillende perspectieven op maatschappelijke kwesties worden samengebracht en staan we voortdurende verbinding met de samenleving. Onder het merk DIT! vallen ook de titels Dit is de Kwestie, Dit is de Middag en Dit is de dag (Radio 1). We blijven volop zichtbaar met de titel Op1 en maken verdiepende series over actuele kwesties vanuit ons unieke perspectief.

Geloven & Vragen

In 2024 gaan we door met het succesvolle platform HoeDan? voor twintigers met levensvragen en BEAM, de online community voor tieners. Ook de veel geluisterde podcasts als De Ongelooflijke Podcast en Eerst Dit zetten we door, net als de titel Adieu God. Op zondagochtend blijven we op NPO 2 aanwezig met herkenbare en vernieuwende content als Nederland Zingt, BEAM kerkdiensten, en Bid, Bedank, Bewonder. Het in 2023 gestarte format Wat is.. (Pasen, Kerst, Pinksteren) zetten we door in 2024, waarmee we bouwen aan laagdrempelige lineaire en online content voor zoekvragen over de feestdagen. Voor kinderen maken we de serie Ezel Chiel en de podcast Eerst Dit voor kids.

Oog voor anderen

Met titels als EO Metterdaad, Kerst en Pasen onder Vuur en Soep, Sores en Soelaas willen we naast onze medemens staan en ervoor zorgen dat we gezien en gehoord zijn. Anne Mar Zwart gaat in 'Hallo ik heb een eetstoornis' in gesprek met kinderen die delen hoe zij door moeilijke fases heengaan. Met de actie Stip It op Zapp neemt ook de EO het voortouw in de actie tegen pesten.

Afscheid & Rouw

Ik Mis Je blijft met mooie en ontroerende verhalen komen vanaf de begraafplaats, waar het gesprek over verlies en dood op een normale manier kan worden gevoerd, met herkenbare gasten en verhalen. In De Kist interviewt Kefah Allush bekende Nederlanders over het thema, waarin de diepere lagen op een toegankelijke manier voor het voetlicht worden gebracht. Ik Mis Je zet haar succesvolle online community door.

En verder

De EO komt met de nieuwe serie Scherder en het nut van optimisme. De prachtige grote historische dramaserie De Joodse Raad vertelt nog niet eerder voor het grote publiek vertelde verhalen. Kefah Allush maakt een nieuwe serie Oases in de Orient.

HUMAN

HUMAN is een publieke mediaorganisatie geworteld in het humanisme, een levensbeschouwing op basis van de menselijke maat. We onderzoeken persoonlijke levensvragen en maatschappelijke vraagstukken, agenderen actuele thema's en laten hierbij verschillende perspectieven zien. We zijn spil in een netwerk van creatieve makers en ideële partners, met wie we streven naar impact en praktische relevantie. Met als doel het bijdragen aan meningsvorming, zelfontplooiing en positieve veranderingen die leiden tot een betere samenleving.

HUMAN biedt perspectief en inspiratie aan mensen die niet in een god geloven. Maar we zijn niet exclusief een omroep voor ongelovigen. Ook veel christenen en moslims voelen zich aangesproken door humanistische waarden. HUMAN is er voor iedereen die op de bres staat voor het primaat van de democratische rechtsstaat en de menselijke maat.

Programma's van HUMAN staan voor de zoekende mens, niet voor de alwetende mens: de mens op zoek naar feiten, naar ervaringen en inspiratie in het leven. Bij HUMAN gaat het niet alleen om wát we maken, maar ook om hoé we programma's maken. We reiken verschillende perspectieven aan, brengen nieuwe invalshoeken, nemen de tijd voor grondige research en hebben ambachtelijkheid hoog in het vaandel. Wij maken programma's met aandacht.

Sinds 2022 werkt HUMAN in een samenwerkingsomroep met de VPRO. HUMAN en de VPRO opereren als zelfstandige omroepverenigingen, als twee autonome merken, als twee maatschappelijke netwerken, die ondanks alle verschillen elkaar inspireren en versterken. HUMAN heeft zijn eigen programmapakket en verricht zelfstandig en onafhankelijk alle identiteitsgevoelige werkzaamheden.

HUMAN focust zich binnen zijn programmapakket op een viertal thematische hoofdlijnen: **filosofie en levenskunst, publieke opinievorming & waarheidsvinding, humane economie en systeempijn** ofwel: structuren die ons levensgeluk ondermijnen.

Rondom de eerste thematische hoofdlijn **filosofie en levenskunst**, heeft HUMAN een aantal vaste titels ontwikkeld, waaronder Over Leven, Het Filosofisch Kwintet en Metro-polis. Onder jonge Nederlanders groeit - mede als gevolg van de secularisering en de versplintering van de samenleving - de behoefte aan publieksfilosofie als kool. Het multimediale platform Brainwash zal voor hen in 2024 meer dan ooit een uitdagende en vertrouwde ankerplaats zijn.

In 2024 voegen we daar een nieuw seizoen van Roosen en Borst over dementie en het levenseinde aan toe, evenals een nieuwe titel: Net het Leven zelf. Die serie gaat over een soortgelijk thema: humaan afscheid nemen. Ook maken we voor 2024 de driedelige serie Verhalen uit de Rif: verfilmde verhalen en legendes uit het Rifgebergte. In die streek liggen de wortels van veel Marokkaanse Nederlanders en over hun geschiedenis is nog nauwelijks iets bekend.

Voor de jongere doelgroep maakt HUMAN de Zappdoc Liefjes over dertienjarige meisjes die hun eerste stappen zetten in de liefde. Ook introduceren we De Mensenbieb waarin kinderen kunnen leren van het leven van zowel bekende als onbekende Nederlanders.

In lijn met de thematische lijn **publieke opinievorming & waarheidsvinding**, maakt HUMAN in 2024 nieuwe series Mediastorm, Medialogica en Medialogica in de Klas en lanceren we Clickwise: een programma met én voor jongeren over gebruik van sociale media en de gevaren daarvan.

Vaandeldrager van de derde thematische hoofdlijn van HUMAN **humane economie**, is in 2024 Wat houdt ons tegen? Hierin onderzoeken we de obstakels op weg naar een circulaire economie. Wat houdt consumenten en producenten tegen om te doen wat nodig is om de klimaatcatastrofe zo veel mogelijk af te wenden?

Een belangrijke nieuwe kwestie die humanisten met hun mensgerichte basishouding in beroering brengt is de ontwikkeling van kunstmatige intelligentie (AI). HUMAN heeft daar in

2023 op veel plaatsen al aandacht aan besteed, maar de veranderende, zelfs disruptieve kracht van AI is zo groot dat ze een nieuw programmaformat rechtvaardigt. Zelf het liefdesleven van de mensen krijgt door AI nieuwe impulsen, en daarover maakt HUMAN in 2024 de serie AI Love.

Systeempijn is de vierde thematische hoofdlijn die diep verankerd is in de documentaire-cultuur van HUMAN, denk aan series als Klassen en Schuldig. In 2024 zal deze invalshoek sterk terug te zien zijn in onder andere de documentaireserie Staal, over de neergang van de hoogovens en het lot van de werknemers, de managers en de inwoners van de IJmond.

Meer informatie over de (programmatische) ambities van HUMAN in de komende concessieperiode (2022- 2026) is te vinden in ons meerjarenbeleidsplan **Radicaal Menselijk**.

KRO-NCRV

Bij KRO-NCRV maken we programma's en content over de uitdagingen van deze tijd, die een ander inzicht geven op de wereld om ons heen en die laten zien hoe iedereen kan bijdragen aan de wereld van morgen. Want wij geloven dat de samenleving eerlijker, groener en liever kan. Het katholieke en protestants-christelijke gedachtegoed en de waarden geloof, hoop en liefde zijn hierbij belangrijke inspiratiebronnen.

Als maatschappelijke mediaorganisatie hebben we aandacht voor de grotere vragen van deze tijd en streven we naar een mooiere wereld voor onszelf, onze kinderen en kleinkinderen. Vanuit onze religieuze wortels hebben we oog voor collectieve zingeving en werken we vanuit een positieve, optimistische blik aan een meer verbonden en duurzame samenleving. Zingeven, Samenleven en Doorgeven zijn daarbij centrale begrippen.

Om dit te kunnen realiseren, zetten we in op vier hoofdthema's die we vanuit diverse perspectieven in programmering en (activerende) acties benaderen:

Morgen kan eerlijker

Om het begrip eerlijker concreet te maken, richten we ons vooral op de voedselketen. Wij willen met onze programma's inspireren om anders te eten en te drinken, met meer aandacht voor duurzaamheid. We bieden onze kijkers daarin makkelijke én smakelijke alternatieven. Met programma's als Pointer, Keuringsdienst van waarde, Alles op tafel, Restaurant van de toekomst en BinnensteBuiten, maar ook met initiatieven zoals de Eerlijker eten nieuwsbrief, willen we de consument helpen om kritischer te zijn op wat

men koopt, eet en drinkt. Zodat we op die manier eerlijker ons voedsel kunnen produceren en met elkaar beter zorgen voor de wereld van morgen. We willen Nederlanders inspireren om een bijdrage daaraan te leveren.

Morgen kan groener

Een morgen met meer planten, bloemen, bomen en leven om ons heen. Een wereld die we vol vertrouwen en trots doorgeven aan de volgende generaties. Goed rentmeesterschap is voor KRO-NCRV belangrijk. Daarom laten we zien hoe bijzonder de natuur om ons heen is en inspireren we kinderen en hun ouders met programma's als Waku Waku, BinnensteBuiten, Earth challenge, 12 straten groen, het kleuterprogramma Beestenbrigade en met initiatieven zoals de Groener doen nieuwsbrief om de natuur te ontdekken, tegels te wippen of plastic te rapen.

Morgen kan liever

KRO-NCRV staat voor een samenleving waarin de liefde voor jezelf en voor elkaar centraal staat. Om dat te bereiken moeten we ons wel meer verdiepen in elkaar en opkomen voor mensen die het nodig hebben. Zo maken we een toekomst waarin iedereen zich verbonden en thuis voelt. Waarin de liefde centraal staat, op alle momenten in het leven. Deze missie vullen we in met programma's zoals Een huis vol, Voedselbanket, Out of Office, Spoorloos, de online serie Spot On, The Passion en The Passion Hemelvaart.

Morgen kan rechtvaardiger

Met onze journalistieke programma's als Spraakmakers, Brandpunt+, diverse documentaires en onze initiatieven rondom Pointer laten we zien waar het mis gaat in de Nederlandse maatschappij en de burger in de knel komt. We laten zien hoe het beter kan. Want morgen kan rechtvaardiger. Daaraan kunnen wij bijdragen met gedegen onderzoek en betrouwbare informatie. Als we begrijpen waar het mis gaat, dan zien we ook beter waar de oplossingen liggen. En zien we ook veel meer wat ons bindt, in plaats van wat ons uit elkaar drijft. Bovenstaande thematiek komt ook impliciet terug in bijvoorbeeld onze radioprogrammering en podcasts zoals De ochtend, Bert op 5, en Missie voelspriet. Daarnaast vinden we het belangrijk om verbindende krachten in de samenleving te versterken en oog te hebben voor levensbeschouwelijke vraagstukken. Dit doen we met expliciete levensbeschouwelijke programma's zoals Het geloofsgesprek, De verwondering (inclusief podcast) en Petrus in het land en tal van andere programma's waarin (collectieve) zingeving centraal staat, zoals Zin in morgen, Voor wie steek jij een kaarsje op? en samen met de Boeddhistische Unie Boeddha in de polder.

Kortom, Morgen kan groener; Morgen kan eerlijker; Morgen kan liever; Maak morgen meel!

MAX

Omroep MAX levert een breed palet aan media-aanbod voor zijn doelgroep de vijftigplusser; passend bij diens leef- en denkwereld en vanuit een onafhankelijke positie, zowel ten opzichte van geloof als politiek.

MAX onderscheidt zich daarbij ook door een unieke productiewijze, waarbij alle content voldoet aan specifieke criteria als minder gehaaste gesprekken, geen ongevraagd tutoyeren en minder snelle montage.

MAX komt als omroepvereniging met een groot sociaal hart ook op voor de belangen van zijn doelgroep met programmering als Meldpunt en MAX Vakantieman. Titels die onder meer gevoed worden met wat er bij onze achterban leeft via het MAX Opiniepanel. Ook in samenwerking met de stichting MAX MAAKT MOGELIJK zet MAX zich in voor kwetsbare ouderen; evenals met seniorencoaches en de MAX Ombudsman voor hulp bij juridische vragen.

Omroep MAX is sowieso een bijzonder actieve vereniging die een breed scala aan activiteiten biedt en daarmee voortdurend in verbinding staat met zijn achterban. Via het digitale platform MAX Meeting Point kunnen de inmiddels ruim 430.000 leden ook onderling contact zoeken.

MAX ziet erop toe dat zijn 'merken' duidelijk gerelateerd zijn aan missie en kernwaarden - betrokken, verbindend en betrouwbaar -, zodat MAX duidelijk herkenbaar is als afzender en als dé omroep voor vijftigplussers. Waar relevant werkt MAX samen met andere publieke omroepen en met maatschappelijke en culturele organisaties.

MAX is aanwezig op alle mogelijke netten, zenders en platforms met media-aanbod in een breed scala aan genres - van human interest, opinie en kennis & educatie tot en met drama en documentaire - en alle thema's en onderwerpen die voor onze doelgroep relevant zijn, waaronder eenzaamheid en gezondheid. Vergelijk bijvoorbeeld de documentaire Ons Campertje waarbij de perikelen van een echtpaar rond Alzheimer in beeld gebracht worden. Vaste waarden op televisie als MAX Geheugentrainer, Nederland in Beweging en Tijd voor MAX bieden voor velen een ijkpunt in de dag. Evenals de aansprekende actuele onderwerpen en muziek in de dagelijkse programmering op Radio 5, waar in verbinding met luisteraars voorzien wordt in laagdrempelige duiding en muzikaliteit.

Naast herkenning is ook verbinding voor MAX belangrijk. Hieraan geven we niet alleen invulling met succesvolle titels als Heel Holland Bakt en Bed & Breakfast, maar bijvoorbeeld ook met een nieuw seizoen van Het Hoge Noorden over Nederlandse gezinnen die een nieuw leven opbouwen in Scandinavië.

Onze Vaderlandse geschiedenis brengen we weer onder de aandacht met series als De Groote Tour van de Gebroeders de Witt en In de voetsporen van de jaren 70 en Langs de Schelde. Evenals in documentaires als De Thuiskomst waarin de makers zich verdiepen in de zoektocht naar verdwenen joodse eigenaren van in de Holocaust onteigende en geroofde kunst. Daarbij besteden we ook aandacht aan diversiteit met series als Sporen van de slavernij waarin achterkleinkinderen op zoek gaan naar antwoorden op vragen over het slavernijverleden van hun voorouders en Vaarwel Vaderland over het wel en wee van gelukszoekers die in de periode 1950-1970 als arbeiders uit verschillende landen naar Nederland zijn gekomen om in ons gebrek aan werknemers in fabrieken te voorzien. Cultuur en muziek krijgen op velerlei manieren en via verschillende platforms inhoud met titels als Dear Dolly (Parton), Aria en Bij van Duin op de Achterbank. In de serie Hollandse Meesters Herzien wordt de schilderkunst van de Hollandse Meesters, die wij al eeuwenlang kennen, gezien met andere ogen vanuit multicultureel perspectief.

We gebruiken online om de dialoog met onze doelgroep aan te gaan, om te verdiepen en te verrijken; met zowel webonly's als verrijking bij lineaire programma's en content specifiek voor NPO Start/Plus. Zo brengen we in 2024 het crossmediale journalistieke De Toekomst is Grijs, een podcastserie en een vierluik op NPO 2 en een debat over de verstrekkende gevolgen van de vergrijzing. En bereiden we een nieuwe reeks voor van de zeer gewaardeerde crossmediale serie De Nieuwe Vermeer. In 2024 continueren we onze doelstelling om ook de oudere vijftigplusser kennis te laten maken met podcast. Daarvoor maken we nieuwe titels met onderwerpen die aansluiten op de belevingswereld van onze doelgroep en continueren we een aantal goed beluisterde titels als De Geboden van Slagter en Dresselhuys. MAX houdt altijd rekening met specifieke behoeften en digitale vaardigheden van de doelgroep. MAXVANDAAG.nl brengt nieuws en geeft tips om het leven van ouderen te vergemakkelijken.

Van oudsher is er veel aandacht voor de regio. Naast Denkend aan Holland brengen we in 2024 bijvoorbeeld Liefde voor het Landgoed, over eigenaren van Nederlandse landgoederen die deze nog zelf bewonen en waarvan het voortbestaan wordt bedreigd. Radiotitels als Goeiedag Haandrikman en Lunch Lekker maken veelvuldig uitzendingen op locatie in de regio met aanwezigheid van publiek en optredens van lokale artiesten en geven (divers) talent een podium. Onze nieuwe zelfontwikkelde dramaserie Zussen in het genre streekroman mag hier ook niet onvermeld blijven. Samenwerking met regionale omroepen krijgt vorm in Noord-Zuid-Oost-West, een selectie van regionale programmering onder coördinatie van MAX en een tweede serie van Expeditie Nederland.

MAX wil de zichtbaarheid en deelname van ouderen aan de samenleving bevorderen en levert als omroep met een groot sociaal hart voor ouderen een unieke en onmisbare bijdrage aan het pluriforme publieke omroepbestel. Een bijdrage die in de vergrijzende samenleving alleen maar aan belang toeneemt.

NOS

De NOS doet, live en in samenvatting, 24 uur per dag verslag van nationale en internationale nieuws- en sportgebeurtenissen en van grote evenementen. Dat doen we via radio, televisie, internet, apps, teletekst en sociale media, kortom, via alle beschikbare platforms.

Het programma-aanbod van de NOS wordt vanuit inhoudelijke en journalistieke kwaliteit-sprincipes gemaakt, is pluriform van karakter en is verbindend. In een democratie is het van het grootste belang dat burgers hun keuzes in het leven maken op basis van zo objectief en betrouwbaar mogelijke informatie. Onafhankelijke, kwalitatief hoogwaardige en betrouwbare informatie is onmisbaar in een wereld waarin de media en de toegang tot informatie meer en meer worden gedomineerd door grote, veelal buitenlandse commerciële ondernemingen waarvan de waardes en uitgangspunten vaak anderen zijn dan die van publieke (nieuws)organisaties. Nog los van ontwikkelingen als AI (met haar kansen maar zeker ook bedreigingen), manipulatie van het nieuws, desinformatie en nepnieuws. Het media-aanbod wordt steeds meer en steeds gevarieerder, maar daardoor ook complexer en minder transparant.

Uit studies van de WRR en het Sociaal Cultureel Planbureau blijkt dat de NOS als enige journalistieke organisatie er nog steeds in slaagt brede groepen in de Nederlandse samenleving te bereiken en te verbinden. Het door het Commissariaat voor de Media recent uitgebrachte Digital News Report laat zien dat de meerderheid van de Nederlanders vindt dat er in Nederland sprake is van betrouwbaar nieuws en dat de NOS van alle nieuwsmedia het meeste vertrouwen geniet.

Daar waar de tegenstellingen in de maatschappij groter lijken te worden, beschouwen wij het als onze maatschappelijke verantwoordelijkheid die verbindende factor in de samenleving te blijven en deze waar mogelijk te versterken.

Het belang voor de samenleving van onafhankelijke (publieke) journalistiek, als waakhond en controleur van de macht, mag niet worden onderschat, net zo min als het belang van het live verslag doen van gebeurtenissen en van sport- en (inter)nationale evenementen, die

mensen raken en belangrijk vinden. De NOS verplicht zichzelf om die reden dit belang iedere dag weer waar te maken en uit te dragen.

De NOS heeft als wettelijke taak een zo breed mogelijk publiek aan te spreken, jong en oud, laag en hoog opgeleid, cultureel divers. Daar is inmiddels ook de doelgroep laaggeletterden aan toegevoegd. Om haar taak nog beter waar te kunnen maken is de NOS ook een alliantie aangegaan met de regionale omroepen en heeft zij de ambitie uitgesproken om samen met de regionale én lokale omroepen een zogenaamd publiek journalistiek huis te bouwen.

Elke dag weer zijn de NOS-ers bezig om aan deze doelstellingen invulling te geven. Dat is geen geringe uitdaging, ook al omdat, zoals gezegd, de concurrentie steeds mondialer wordt (ESPN, Netflix, Disney, Amazon, Viaplay et cetera).

Het antwoord van de NOS is blijven inzetten op kwaliteit, bereik, imago en innovatie én ... daar te zijn waar ons publiek is.

NTR

De NTR is als taakorganisatie met een speciale opdracht op het gebied van Achtergrondinformatie, Educatie, Kunst & Cultuur en Diversiteit gepositioneerd in het hart van de publieke omroep. De NTR is onafhankelijk en ongebonden. Wij streven ernaar om inspirerende programma's te maken, die een bijdrage leveren aan persoonlijke groei én onderlinge verbinding in de maatschappij. Ons aanbod is breed en divers, met oog voor specifieke thema's en wij richten ons ook op onderwerpen en doelgroepen die, als wij het niet doen, onderbelicht dreigen te blijven. Dat maakt de NTR 'speciaal voor iedereen'.

Onze programmatische ambities voor 2024:

Informatie

Nieuwsuur en Nieuws & Co zijn de ruggengraat van de actuele informatieve programmering van de NTR. Nieuwsuur heeft haar online activiteiten met succes uitgebreid, met name op YouTube, LinkedIn en Instagram waar een jonger publiek wordt bereikt. Onderzoeksjournalistiek blijft een speerpunt.

Geschiedenis

Om de wereld van nu te begrijpen zijn kennis en begrip van het verleden onmisbaar. Met Andere Tijden (specials) en Verborgene Verleden op NPO2 en Het Verhaal van Oranje en Andere Tijden Sport op NPO1 wordt een groot en divers publiek bereikt. Ook de jaarlijkse geschiedenisseries, komend jaar Indonesia Roept, en De aarde beeft en in het verlengde

daarvan de reeksen Welkom in... (op NPO3 voor jong en oud) zijn een vaste waarde in dit genre. Het Verhaal van Oranje is bovendien een geslaagd voorbeeld van integraal (360 graden) programmeren, met extensies op meerdere platforms.

Wetenschap

Wetenschap is de basis voor vooruitgang en innovatie. Zowel op TV als Radio (Podcast) als online zijn wetenschappelijke programma's van de NTR te vinden, met de titel Focus als vlaggenschip.

Educatie en NPO Kennis

Kennis is essentieel om je te kunnen ontwikkelen en staande te houden in de complexe wereld waarin we leven. De jarenlange expertise van de NTR in het maken van hoogwaardige, educatieve programma's vertaalt zich in succesvolle series zowel op TV als in de online omgeving. Voorbeelden zijn Project Rembrandt, Verborgene Verleden, Ra Ra Ramadan, DreamSchool, Het echte leven in de Dierentuin, Kiespijn, Project Dans, Promenade, Tiki Taka.

NPO Kennis is hét online kennisplatform voor iedereen die wil weten hoe het zit, door aantrekkelijke, educatieve verdiepingslagen toe te voegen aan het rijke archief van het bestel. Net in Nederland, het platform voor en door nieuwkomers, is een vaste titel binnen NPO Kennis.

SchoolTV

Schooltv blijft met rond de miljoen unieke bezoekers per maand het meest succesvolle educatieplatform van de publieke omroep en van Nederland. Daar is inmiddels in de klas voor het Voortgezet Onderwijs aan toegevoegd.

Muziek

De NTR maakt zich sterk voor klassieke muziek. Naast TV, radio en online, programmeert de NTR ook de Zaterdagmatinee, een al jaren befaamde en hoog gewaardeerde concertserie. De NTR maakt daarnaast programma's op het gebied van Soul, Jazz en Wereldmuziek, genres die elders nog maar weinig aan bod komen. Binnen dit domein hebben we veel ambitie m.b.t. het bereiken van diverse en jongere doelgroepen.

Verdiepende Kunst

Kunst verbindt, onderscheidt, kunst geeft hoop en inspiratie, kunst verwart en geeft troost. De thematische redactie Verdiepende Kunst streeft ernaar programma's te maken die iets met je doen als kijker of luisteraar. Dat doen we graag, met al onze expertise binnen de

NTR, met titels als Uur van de Wolf, Eus' Boekenclub, Wendes Kaleidoscoop of de Top 2000 à Go-Go.

Documentaire en Fictie

In 2024 staan grote maatschappelijke vraagstukken centraal in de documentaires op NPO2: biodiversiteit, surveillance van burgers en onze verhouding tot ons koloniale verleden.

Het Uur van de Wolf geeft opnieuw ruimte aan tal van inspirerende en eigenzinnige kunstenaars: theatermaker Sadettin Kirmiziyüz, de nieuwe Dichter des Vaderlands Babs Gons, de activistische kunst van Tinkebell en fotograaf Rahi Rezvani.

Om ons te onderscheiden en relevant te blijven houdt de NTR Drama-afdeling enerzijds oog voor innovatie en talentontwikkeling en blijft anderzijds dichtbij de kernwaarden van de NTR blijven: kwalitatief, impactvol; inclusief (zowel in verhalen als in stemmen van nieuwe makers).

Jeugd

De NTR is de grootste jeugdromp van Hilversum met toonaangevende vaste titels als Sesamstraat, PatsBoemKledder, Klokhuis, de Welkom-series en het Sinterklaasjournaal.

Diversiteit en Levensbeschouwing

De NTR heeft een algehele strategische aanpak op het gebied van diversiteit en inclusie. Met titels als De Sociëteit, Iedereen Verlicht, het online platform het Caribisch Netwerk en speciale programma's rondom religieuze Moslim en Hindoe feestdagen is de NTR in staat om lineair en met name online een deel van het publiek te bereiken dat de publieke omroep normaliter minder makkelijk weet te vinden.

Ongehoord Nederland

De missie van omroep Ongehoord Nederland, kortweg ON!, is het bereiken van mensen die zich buitenspel voelen staan vanwege hun politieke voorkeur. Dat zijn miljoenen Nederlanders. Zij delen de visie van ON! dat er een kritische blik nodig is voor de grote problemen van dit moment, zoals de nadelen van massa-immigratie, de overdracht van politieke macht aan de Europese Unie, het kwijtraken van de eigen cultuur en tradities, bijvoorbeeld Zwarte Piet, en de onrealistische klimaat-aanpak.

Een substantieel deel van de Nederlandse bevolking denkt over de belangrijke maatschappelijke zaken anders dan de mainstream media hen voorschotelt. Deze mensen vallen in de

categorie: teleurgestelden, traditionelen en onbereikbaren. Deze leemte vult ON!

Want ON! bekijkt de nieuwsbol van een andere zijde.

Ongehoord Nederland maakt als aspirant-omroep nog maar één tv-programma: het 'live' opinieprogramma Ongehoord Nieuws. In 2024 betekent dat 80 afleveringen lang, verspreid over 40 weken -met een zomer en kerststop. Tweemaal per week schuiven politici, wetenschappers en ervaringsdeskundigen aan om de actualiteiten vanuit een persoonlijk perspectief te belichten.

De gesprekken in de studio met gasten worden afgewisseld met korte en lange reportages uit de samenleving: van persoonlijke ervaringen van gedupeerde boeren tot benadeelden van klimaateisen en van gesprekken in de Tweede Kamer tot mensen met transitiepijnt. Geen onderwerp is taboe. De commentatoren nemen geen blad voor de mond en de moedige verslaggevers van ON! staan verspreid over het hele land vooraan.

Er bestaat de mogelijkheid tot live-verbinding en is een pol-systeem waardoor leden van de omroep wekelijkse kunnen reageren op een actuele stelling die in het programma ter sprake komt. De presentatie is deskundig, vriendelijk, vraagt door, zoekt het hoor-wederhoor, is niet uit op effectbejag en laat gasten in hun waarde. De frisse aanpak werpt zijn vruchten af. Het groeiend aantal kijkers, de vele terugkijkers en de reacties op de sociale media als Twitter, Facebook en Instagram bevestigt de noodzaak van Ongehoord Nieuws.

Omroep ON! vertegenwoordigt een groeiende stroming in Nederland die zich serieus genomen wil voelen en verdient daarom een plek in het publieke bestel.

PowNed

Missie en identiteit

PowNed wil als publiek mediabedrijf alle technologie en mediaplatforms inzetten om de netwerkgeneratie naar het publieke bestel te lokken. PowNed doet dit met een geheel eigen stijl: uitdagend, dwars als het moet, humoristisch, intelligent en ongecensureerd. Stelling nemen, aanpakken, confronteren, soms choqueren, juichen als 'we' winnen, satirisch of met zelfspot wanneer nodig. Onze liberaal-kritische levenshouding verschilt van de waardengemeenschappen van de ledengebonden omroepen; geen binding met links of rechts, rebels, vrijheid centraal stellen, niets voor lief nemen en een allergie hebben voor betutteling en macht. Ons perspectief is daarmee van toegevoegde waarde voor het publieke bestel.

De netwerkgeneratie

PowNed richt zich op de netwerkgeneratie, een generatie die veelal bestaat uit millennials en in toenemende mate GenZ: jonge mensen die continu online zijn, veel interesse hebben in nieuws en informatie en deze vooral online zoeken, kritisch zijn op de macht en graag hun stem laten horen. De netwerkgeneratie is op zoek naar echte, ongepolijste informatie, waarbij de confrontatie niet wordt geschuwd en macht per definitie in twijfel wordt getrokken.

Programma's

Van kleine rebellenclub is PowNed uitgegroeid tot een volwaardige omroep met dito programmering. Onze programma's kenmerken zich door vragen die anderen niet durven stellen en echte, ruwe verhalen van echte mensen. Ook laten we werelden zien waar veel mensen normaal nauwelijks mee in aanraking komen. 'Seksengelen', 'Rutger en de nationalist', 'Ik woke van jou' en de kijkcijferhit 'Meiden die rijden' zijn hier mooie voorbeelden van. Maar ook 'De Hofbar', het wekelijkse politieke programma onder leiding van Rutger Castricum – inmiddels een vaste waarde op NPO 2. Daarnaast bereiken we binnen het NPO 3-domein met PowNews een grote groep mensen online die andere omroepen niet bereiken. Tot slot is het PowNed-geluid prominent te horen op radio. Sterker nog: in de avondspits is er met Ruud de Wild, Barend en Benner en Eddy Keur geen ontkomen aan en is het PowNed wat de klok slaat op zowel NPO Radio 2 als 3FM.

Dicht bij ons publiek

Omroep PowNed heeft een sterk journalistiek DNA. Onze kracht is dat wij nieuws, actualiteiten en opinie vanuit de online cultuur van de netwerkgeneraties laten zien: ongepolijst, transparant, direct laten zien wat er speelt door zonder filter het gesprek aan te gaan. Om dit perspectief te kunnen bieden hebben we een eigen makerscultuur ontwikkeld met bijbehorende manier van werken. Hierbij staat altijd ons publiek centraal. Wij willen dicht bij onze doelgroep staan, hun taal spreken en opduiken in het gehele land. Dit betekent dat een groot deel van onze makers uit onze doelgroep komt en we dus continu nieuw talent opleiden.

Onze doelgroep eist van ons betrokkenheid, continue interactie en invloed op inhoud. In ons aanbod zoeken we dan ook altijd naar manieren om het publiek te laten interacteren. Dit helpt ons om te weten welke vraagstukken er leven en welke content en mediavormen door de doelgroep worden gewaardeerd. Keuzes voor vorm en stijl moeten passen bij de netwerkgeneraties: ongepolijst, echt, scherp gesneden, korte items, confronterend met een dosis humor en uitnodigend tot discussie.

VPRO

We leven in turbulente tijden. Oorlog en machtspolitiek, klimaatverandering, economische en financiële instabiliteit, migratie en toenemende onvrijheid raken ons allemaal. In Nederland, maar ook wereldwijd, wakkert dit polarisatie aan en vergroot het de verschillen tussen arm en rijk. Nieuwe perspectieven, betrouwbare journalistiek en frisse ideeën zijn meer noodzakelijk dan ooit.

De VPRO is er voor iedereen die grenzen wil verleggen, de wereld wil begrijpen en uitgedaagd wil worden. We bieden perspectief in deze turbulente tijden door over grenzen te kijken, we verkennen de toekomst en houden machtsstructuren tegen het licht. Dit doen we in verschillende genres; van onderzoeksjournalistiek tot satire, van documentaires tot kennis & wetenschap, kunst en cultuur, reisseries en jeugdprogrammering. Het publiek is bekend met vaste titels zoals VPRO Tegenlicht, VPRO Zomergasten, OVT, Buitenhof, Bureau Buitenland, 3voor12, Vrije Geluiden en Nooit meer slapen. Ook De Avondshow met Arjen Lubach is inmiddels een vast onderdeel van de programmering. Daarnaast komt de VPRO in 2024 met nieuwe titels, waaronder de documentaireserie Zuster van de Goede Herder waarin je de systematische mishandeling ziet waar duizenden meisjes in deze kloosterorde aan zijn blootgesteld. In de podcast Mina en mevrouw onderzoekt Maartje van Duin de relatie van haar grootmoeder, als gravin op een kasteel, met haar inwonende dienstmeisje. Was dat vriendschap of klassenongelijkheid?

Sinds 2022 werkt de VPRO in een samenwerkingsomroep samen met HUMAN. VPRO en HUMAN blijven als zelfstandige omroepverenigingen bestaan, met een eigen identiteit, merk en achterban. Dit betekent dat beide omroepen eigen media ontwikkelen en activiteiten rondom publiek en marketing. De ondersteunende diensten zoals productie, financiën, ICT, juridische zaken en personeel en organisatie zijn geïntegreerd. Op de genres drama en onderzoeksjournalistiek werken VPRO en HUMAN samen. Een vaste waarde is het onderzoeksjournalistieke platform Argos. Ook zal in 2024 de dramaserie Laura H over één van de weinige Nederlandse IS-gangers te zien zijn.

De belangrijkste ambitie van de VPRO in deze concessieperiode is om een jonger en meer divers publiek te bereiken. Om deze ambitie te vervullen gaan we op zoek naar verhalen en makers die een nieuwe generatie aanspreken, en dat doen we met media die bij die groep past. Eerder deden we dit bijvoorbeeld met het satirische sketchprogramma Seef Spees, en de documentaire Ga terug en haal het. In 2024 streven we deze ambitie onverminderd na met een titel als Paramaribo Pepers, een documentaireserie over de geschiedenis van onze koloniale keuken. De geschiedenis wordt verteld door voornamelijk vrouwelijke nazaten van de tot slaaf gemaakten en contractarbeiders in Suriname. Verder gaan Ikenna Azuïke en

Soraya Pol in Afropeanen op zoek naar Afro-Europeanen. Hoe hebben zij een thuis gecreëerd in Europa?

Meer informatie over de (programmatische) ambities van de VPRO in de komende concessieperiode (2022 – 2026) is te vinden in het meerjarenbeleidsplan Uitgesproken Inclusief.

WNL

Omroep WNL is een journalistieke omroep, die tot doel heeft om bij te dragen aan de externe pluriformiteit van de publieke omroep. WNL is in 2009 opgericht om als onafhankelijke omroep uiting te geven aan de onderwerpen en thema's die leven bij de liberaal-conservatieve stroming.

De liberaal-conservatieve stroming is in Nederland breed. Tot deze stroming behoren burgers die zeer hechten liberale waarden. Deze zijn: vrijheden, rechten, veiligheid, pluriformiteit en maximale kans op individuele ontplooiing. Tegelijk hecht de stroming aan gedeelde waarden: Ons erfgoed, onze prestaties en onze instituties. De stroming is niet sterk ideologisch, maar kenmerkt zich wel door een gezamenlijke noemer: aversie ten opzichte van activisme, omverwerping en onderdrukking. De liberaal-conservatieve burger streeft naar sociale en economische verbetering, langs de weg van geleidelijkheid en nooit revolutie.

Ook de kritisch-constructieve relatie ten opzichte van de overheid is een kenmerk. Bestuur en overheid dienen de burger, en niet andersom. Tevens: Grotere groepen mogen het individu of kleinere groepen nooit onderdrukken. Elke legitieme overtuiging verdient respect.

In het politieke spectrum neemt WNL een onafhankelijke positie in die te betitelen is als gematigd rechts. Door WNL gemunt als “vrolijk rechts”, als belangrijk onderscheid naar sterk conservatief seculier en religieus rechts. De liberaal-conservatieve stroming is constructief, wil bouwen aan de toekomst, met behoud van het goede. WNL beziet flanken op rechts en links met journalistieke belangstelling, maar gelooft in oplossingen in het brede politieke midden.

WNL wil een belangrijke aanvulling zijn, omdat een dominant links-progressieve teneur een (in naam) pluriform publiek bestel geen recht doet. De onevenwichtigheid werd eerder door toenmalig NPO-voorzitter Henk Hagoort betiteld als “driemaal de Volkskrant”. WNL voelt zich journalistiek verwant met Telegraaf, Elsevier, FD en AD.

Kerdoel van WNL is de pluriforme journalistiek te bevorderen. In dagelijkse actualiteiten, wekelijkse beschouwing, met opinie en verdieping. De omroep heeft vier thema's geformuleerd die vanuit liberaal-conservatieve stroming belangrijk worden geacht: politiek, economie, veiligheid en onze gedeelde nationale identiteit.

De thema's keren terug in toegankelijke programma's als Goedemorgen Nederland, WNL Op Zondag, Op1 of op Radio 1, maar ook in de gezamenlijke omroep-overleggen, en ze worden door WNL bepleit bij de NPO.

De legitimering van de publieke omroep rust op externe pluriformiteit en onafhankelijke journalistiek met rijke perspectieven. WNL wil daarom journalistiek als cruciale waarde verankeren op immer het hoogste niveau. In het eigen bestuur, in de samenwerking met omroepen, in de bestuursorganisatie NPO en bij toezichthouders van de publieke omroep.

WNL rekent zich tot de brede journalistieke school, die vindt dat hoofdredactie en journalistieke vertegenwoordiging op het hoogste niveau gewaarborgd dient zijn.

Journalistiek en externe pluriformiteit zijn bij de NPO veilig als in alle geledingen de pluriforme journalistiek is geborgd; door hoofdredacteurs of journalistiek directeurs in het bestuur. Functionarissen met aantoonbare journalistieke ervaring en gezag, met een scherp oog voor perspectieven. Grote journalistieke titels als De Telegraaf, Algemeen Dagblad, maar ook Wall Street Journal, New York Times en Washington Post dienen als voorbeeld.

Versterking van journalistieke posities in (alle) gremia is een belangrijk doel in 2024 en de verdere concessie. WNL zal hiervoor samenwerking zoeken met omroepen, die pluriforme journalistiek als een kerntaak zien. In 2024 wil WNL doorbouwen aan programma's in dagelijkse actualiteit, wekelijkse beschouwing, in opinie en debat, en de verdieping zoeken met onderzoekende programma's op gebied van politiek, economie, veiligheid en nationale identiteit.

Tegelijk wil WNL eerste stappen zetten naar verbreding en naar lancering van maatschappelijk-relevante programma's, die thema's agenderen die vanuit liberaal-conservatieve invalshoek een verrijking zijn voor het bestel. WNL zal kleine stappen zetten buiten het primaire journalistieke domein, zonder de basis uit het oog te verliezen.

Omroep ZWART

Omroep ZWART is een onafhankelijke, ideële mediaorganisatie, die zich richt op de (bi)culturele stromingen van de leden. 'Jong' en 'divers' is een gemene deler van het publiek, dat zij willen vertegenwoordigen. OMROEP ZWART wil een positief effect hebben op de diversiteit en inclusie van de publieke omroep.

Omroep ZWART staat open voor alle Nederlanders, die zich verbonden voelen met haar waarden:

1. **Respect:** eenieder wordt met respect behandeld;
2. **Diversiteit:** er wordt gestreefd naar diversiteit in alle lagen van de organisatie en in het media-aanbod;
3. **Transparantie:** de organisatie voert een transparant beleid naar zowel de interne als de externe omgeving;
4. **Vernieuwend:** de organisatie is continu gericht op het verbeteren en vernieuwen van de bedrijfsvoering en het media-aanbod;
5. **Eenvoud:** Omroep ZWART streeft ten alle tijden naar een versimpeling van complexe vraagstukken.

De missie van Omroep ZWART is: nieuwe helden de krachten geven om recht te zetten wat scheef is. De omroep is aanhoudend gericht op het stimuleren van een cultuur waarin iedereen, die zich kan herkennen in de waarden, zich thuis voelt. In deze context betekent 'thuis voelen' dat, iedereen in de organisatie de ruimte krijgt en voelt om zijn/haar/diens authentieke zelf te zijn.

Speerpunten

Binnen de thema's diversiteit en inclusiviteit wil Omroep ZWART zich volgend jaar meer richten op de genres Journalistiek en Cultuur. Hierbij maken we gebruik van nieuwe gezichten en bewezen krachten achter en voor de schermen. Hiernaast vinden we een manier om onderbelichte onderwerpen vanuit een fris en vernieuwend intercultureel perspectief op het gebied van de journalistiek te delen.

Op het gebied van de journalistiek volgen er programma's die zich bewegen rondom de politiek en jongeren, willen we sportcultuur op een eigenzinnige journalistieke wijze onder de aandacht brengen, zien we kansen voor inclusie op het gebied van onderzoeksjournalistiek en geloven we in een nieuw inclusief journalistiek magazine, waarin we kunnen agenderen in plaats van te reageren op wat er speelt.

Daarnaast zijn genres als Kennis & Educatie en Human Interest/Documentaire belangrijke genres, die ons kernpakket kunnen ondersteunen onderweg naar programmatische validatie als omroep. Echter verdient op dit moment de journalistiek de grootste en de meest belangrijke focus. Hierin kunnen we een eigen en onderscheidend smoolwerk creëren zoals dat het beste bij ons past.

Naast de bovenstaande waarden richten we ons op de volgende programmatische merkwwaarden: uitgesproken, grensverleggend, nieuwsgierig en verrijkend.

Op deze manier passen we parameters toe, die het bestaansrecht van de toekomstige programma's bij ZWART verzekeren. Verdere speerpunten zijn: sociale ongelijkheid, identiteit, gender en mentale gesteldheid.

Bijlage D

Overzicht Prestatieafspraken 2022-2026

In de jaarlijkse Terugblik zal de NPO rapporteren over de realisering van onderstaande prestatieafspraken.

Aanbodmix

1. NPO classificeert jaarlijks zijn radio- en televisieaanbodmix inclusief de kinder-programmering in genres en rapporteert hierover.

Publieke waarden en kwaliteit

2. NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de publieke waardentoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.
3. NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de kwaliteitstoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.
4. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de betrouwbaarheid van zijn nieuws-, actualiteiten- en opinieaanbod.

Diversiteit

5. NPO rapporteert jaarlijks over doelstellingen en resultaten op het gebied van diversiteit voor de geprioriteerde (sub)genres.
6. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de weerspiegeling van vrouwen en mensen met een biculturele achtergrond op de radiozenders en in het televisieaanbod van de NPO.

Toegankelijkheid

7. NPO biedt het NOS Journaal in de avond en het NOS Jeugdjournaal aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.
8. NPO voorziet jaarlijks tenminste 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels van audiodescriptie.
9. NPO voorziet jaarlijks acht evenementen van een tolk Nederlandse gebarentaal.
10. NPO voorziet het wekelijkse gesprek met de minister-president van een tolk gebarentaal.

Programmavernieuwing

11. NPO realiseert jaarlijks minstens 25 videopilots.
12. NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe videotitels.
13. NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe podcasttitels.

Talentontwikkeling

14. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties binnen de gehele NPO voor de talentontwikkeling van programmamakers.

Genrebeleid

15. NPO rapporteert jaarlijks over de voortgang van de implementatie van het genrebeleid.

Nieuws & Actualiteiten en Opinie

16. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de impact van het nieuws-, actualiteiten- en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.
17. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de kwaliteit van het nieuws-, actualiteiten- en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.
18. NPO rapporteert jaarlijks over de mate waarin zijn nieuws-, actualiteiten- en opinietitels bijdragen aan het zetten van de agenda voor het debat in andere media en de politiek.
19. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeks-journalistiek.

Kunst & Expressie

20. NPO programmeert jaarlijks minimaal 30 videoregistraties van podiumkunsten.

Drama, film, documentaire

21. NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.
22. NPO borgt in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama, documentaires en talentontwikkeling.
23. NPO programmeert jaarlijks onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen NPO en de koepel Nederlandse filmproducenten 18 Nederlandse filmproducties.

Muziek

24. NPO registreert wekelijks voor zijn muziekanalen gemiddeld minimaal 10 liveoptredens en minimaal 4 concerten of festivals.

Levensbeschouwing

25. NPO borgt jaarlijks een budget van 12,5 miljoen euro voor levensbeschouwelijk aanbod naar rato van de omvang van de stromingen die voorheen werden gerepresenteerd door de zogenoemde 2.42-omroepen.

Publieksbereik en betrokkenheid

26. NPO rapporteert jaarlijks over de resultaten van de impactbelevingsmeter.
27. NPO realiseert jaarlijks de bereikdoelstellingen voor de verschillende leeftijdsgroepen zoals die zijn geformuleerd in de begroting.
28. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties gericht op het bedienen van jongeren.
29. Omroepen rapporteren jaarlijks over hun acties gericht op interactie met en participatie door het publiek.

Nederlands product

30. Jaarlijks bestaat minimaal 75 procent van de duur van het televisieaanbod uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.

Regio

31. NPO programmeert op werkdagen in de vooravond een regiojournaal.
32. NPO rapporteert jaarlijks over de aard en omvang van de regionale programmering op de lineaire televisienetten.

Bijlage E

Overzicht aanbodkanalen

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
npo.nl	Centrale portal van de NPO op internet. Hier komt online al het aanbod van de NPO samen. De portal geeft toegang tot alle aanbodkanalen van de NPO waaronder de livestreams van de lineaire radio- en tv-kanalen en de on demand kanalen (incl. catch up van de programma's die zijn uitgezonden op de algemene programmakanalen). Binnen de portal zijn het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context en de marketing van kanalen, programma's en activiteiten van de NPO belangrijke functionaliteiten. Daarnaast biedt de portal informatie over de NPO-organisatie.	Overig aanbodkanaal
Televisie		
Lineaire hoofdkanalen		
NPO 1	Kanaal met een brede programmamix met actuele en betrouwbare informatie en programma's die ervoor zorgen dat alle publieksgroepen zich op dit net thuisvoelen.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 2	Verdiepend en informatief journalistiek kanaal voor een publiek dat geïnspireerd en breder geïnformeerd wil worden.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 3	Een kanaal dat aansluit op de leefwereld van een jongere doelgroep met inspirerende, eigentijdse en originele, verrassende programma's.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zapp (subprofiel van NPO 3)	Kanaal dat kinderen serieus neemt met aanbod dat hen raakt, dat ertoe doet en waar je iets van kan leren.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zappelin (subprofiel van NPO Zapp)	Breed en vrolijk kanaal waar kinderen in een veilige omgeving spelenderwijs leren ontdekken en kunnen ontspannen.	Algemeen televisie programmakanaal
Lineair televisiekanaal		
BVN	Specifiek op alle Nederlandstaligen in het buitenland gerichte brede, Nederlandstalige zender. BVN biedt een programmering waarbij nieuws, actualiteiten en evenementen centraal staan. Daarnaast is er ook een kwalitatief aanbod van programma's die informeren, inspireren en zich onderscheiden.	Overig televisie programmakanaal
Lineaire themakanalen		
NPO Politiek en Nieuws	Kanaal met laatste nieuws, actualiteiten, live persconferenties en politiek nieuws en parlementaire debatten, waarmee de werking van de democratie zichtbaar wordt. Extra ruimte voor de sport in de breedte tijdens de recessen.	Overig televisie programmakanaal
NPO 1 extra	Kanaal met programma's uit het rijke archief van de NPO met een accent op films en series.	Overig televisie programmakanaal
NPO 2 extra	Verdiepende zender met o.a. documentaires, reportages, kunst en culturele registraties en evenementen.	Overig televisie programmakanaal

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
On demand kanalen		
NPO Start – on demand	NPO Start – on demand is een gratis dienst op aanvraag die zeven dagen lang zoveel mogelijk gemiste programma's van NPO 1, NPO 2 en NPO 3 en van de overige lineaire videokanalen aanbiedt. Programma's die gepland staan voor lineaire uitzending kunnen alvast eerder via dit kanaal beschikbaar worden gesteld. Het aanbodkanaal heeft een breed programmatisch profiel en biedt ook programma's die enkel op dit kanaal beschikbaar worden gesteld. Verder wordt op dit kanaal een selectie van programma's uit het archief, fragmenten en webseries afkomstig van de andere aanbodkanalen van de NPO aangeboden. Geeft daarnaast toegang tot tijdelijke livestreams met een evenementachtig karakter die worden aangeboden bij speciale gebeurtenissen en/of rondom speciale programmering. Binnen het aanbodkanaal is het gidsen van het publiek, al dan niet op gepersonaliseerde wijze een belangrijke functionaliteit. Is eventueel aanwezig op sociale media/videoplatformen voor het uitlichten van de catalogus in de vorm van trailers, promo's en fragmenten.	Overig aanbodkanaal
NPO Plus	Betaaldienst voor gemiste programma's met extra faciliteiten als de mogelijkheid tot preview en het langer kunnen terugkijken van het aanbod waarvan de NPO niet zelf de eigenaar van de rechten is.	Overig aanbodkanaal
Online netkanalen		
NPO 3 online	Online kanaal specifiek gericht op jongeren, dat inspeelt op het verschuivend kijkgedrag van jongeren. Met NPO 3 livestream, speciaal voor jongeren geproduceerde en geselecteerde video's on demand en veel interactiemogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
NPO Zappelin online	Online kanaal, specifiek gericht op kinderen (2 tot 5 jaar) en hun ouders, dat een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep met veel interactiemogelijkheden, waaronder deelname aan acties en spelletjes. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO en het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Het kanaal is beschikbaar via het NPO-online platform als - op onderdelen - ook via sociale media/videoplatformen.	Overig aanbodkanaal
NPO Zapp online	Online kanaal specifiek gericht op kinderen (6 tot 12 jaar), dat een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel interactie mogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
BVN online	Online kanaal specifiek gericht op alle Nederlandstaligen in het buitenland. Hier komt online al het aanbod van BVN samen. Met als basis de livestream van de zender BVN, en een gemistdienst van programma's die ook op het lineaire kanaal BVN worden uitgezonden. Binnen het kanaal zijn de gids (wereldwijd in lokale tijd), nieuwsvoorziening NOS, marketing van programma's en de zender, interactie en ontvangstinformatie, belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
Online thematische kanalen		
NPO Schooltv	Online kanaal specifiek gericht op schoolkinderen (4 tot 18 jaar), dat een educatieve plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel opzoekmogelijkheden. Fragmenten van educatieve kinderprogramma's als ook bredere programma's en hermontages voor in de klas en innovatieve overdracht van extra kennis d.m.v. verdiepende interactieve elementen. De content is zo gerubriceerd, dat ze zowel thuis als in het onderwijs te gebruiken is.	Overig aanbodkanaal
NPO Kennis	Online kanaal specifiek gericht op volwassenen, waarop het educatieve deel van het audio- en videomateriaal van de gehele publieke omroep op één centrale plek gebundeld, ontsloten en verrijkt wordt ter bevordering van informeel leren. In een educatieve context wordt het geselecteerde aanbod toegankelijk gemaakt via onder andere thematische filtering, kennisvragen en educatieve lagen, zoals een quiz of infographic. Het publiek wordt op verschillende manieren uitgenodigd tot participatie, interactie en verdieping gericht op gebruik in een informele setting zoals thuis of onderweg.	Overig aanbodkanaal
NOS online	De ingang voor het laatste nieuws en om NOS-uitzendingen terug te kijken, met losse nieuwsreportages van alle NOS-programma's. Ook bij belangrijke nieuws- of sportgebeurtenissen tijdelijke livestreams via NPO-player.	Overig aanbodkanaal
Radio		
Hoofdkanalen		
NPO Radio 1	Nieuws- en sportzender die luisteraars betrouwbaar, actueel en gevarieerd informeert en op pluriforme wijze achtergronden en duiding brengt.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 2	Volwassen popmuziekzender die luisteraars aangesloten houdt bij het nieuws, supporter is van de Nederlandse muziekcultuur en als venster op de maatschappelijke en culturele agenda van Nederland fungeert.	Algemeen radio programmakanaal
NPO 3FM	Vernieuwende jongerenzender die luisteraars aangesloten en op de hoogte houdt rondom muziek en thema's die in hun dagelijks leven een rol spelen.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Klassiek	Initiatiefrijke zender die midden in de samenleving staat met uitnodigend aanbod van en informatie over klassieke muziek en kunst en een spil en gids is in het klassieke muziekleven.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 5	Toegankelijke zender dichtbij oudere luisteraar die gedurende de dag fungeert als informatiebron en gids over muziek, cultuur, nieuws en maatschappelijke ontwikkelingen.	Algemeen radio programmakanaal
NPO FunX	Urban zender die door muziekformat, nieuws, cultuur en aandacht voor maatschappelijke onderwerpen een impactvolle rol vervult in dagelijks leven van stadsjongeren.	Overig radio programmakanaal
Subkanalen		
NPO Soul & Jazz	Extensie van de hoofdzender NPO Radio 2 met Soul & Jazz-programmering.	Overig radio programmakanaal
NPO Campus	Extensie van hoofdzender NPO 3FM met ruimte voor innovatieve ideeën en experimenten van dj's en opleidingsmogelijkheden voor nieuw talent.	Overig radio programmakanaal
NPO Sterren NL	Extensie van hoofdzender NPO Radio 5 met muzikale programmering van Nederlandse artiesten. Stimuleert de Nederlandse populaire volkscultuur in de breedte.	Overig radio programmakanaal

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
On demand kanalen		
NPO Luister – on demand	NPO Luister - on demand is een kanaal dat het audio-on-demand-aanbod van de NPO gebundeld aanbiedt. Hiervoor heeft het aanbodkanaal een breed programmatisch profiel. Het betreft zowel audio-on-demand aanbod afkomstig van andere aanbodkanalen van de NPO als aanbod dat specifiek voor het aanbodkanaal verzorgd wordt. Verder is het ook mogelijk om een selectie van programma's uit het archief en audiofragmenten aan te bieden. Binnen het aanbodkanaal worden (persoonlijke) aanbevelingen gedaan om het publiek te gidsen. Het aanbodkanaal is aanwezig op sociale media platformen met als doel de programmering van dit aanbodkanaal uit te lichten.	Overig aanbodkanaal
Online zenderkanalen		
NPO Radio 1 online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream (n.v.t. op NPO Radio 5 online); audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrond-informatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO Radio 2 online		Overig aanbodkanaal
NPO 3FM online		Overig aanbodkanaal
NPO Klassiek online		Overig aanbodkanaal
NPO Radio 5 online		Overig aanbodkanaal
NPO FunX online	Overig aanbodkanaal	
Online omroepkanalen		
AVROTROS online	Online kanaal op het online NPO-platform en eventueel ook op sociale media/videoplatformen, bedoeld om het omroeprofiel te verduidelijken en de binding met publiek dat interesse heeft in de programma's, thema's missie en identiteit van de betreffende omroep te versterken door het aanbieden van mogelijkheden tot interactie met en participatie van het publiek. Het aanbod kan bestaan uit typerende fragmenten uit ofwel hele afleveringen van programmatitels gerealiseerd voor de gezamenlijke aanbodkanalen. Daarnaast kan het aanbod bestaan uit speciaal voor het kanaal gerealiseerde web only titels die zich door het specifieke karakter niet, of nog niet, lenen voor plaatsing op de gezamenlijke online aanbodkanalen. Binnen het kanaal zijn het gidsen van publiek dat interesse heeft in de programma's, thema's missie en identiteit van de betreffende omroep naar andere kanalen en sites binnen de NPO-omgeving en marketing van programma's op gezamenlijke kanalen belangrijke functionaliteiten. Het kanaal kan tevens op het NPO platform verdieping en duiding van titels afkomstig van aanbodkanalen zonder non-lineaire extensie bevatten alsmede op tijdelijke basis niet-actueel media-aanbod afkomstig uit het archief van de omroep dat niet elders op het online NPO-platform on demand wordt aangeboden.	Overig aanbodkanaal
BNNVARA online		Overig aanbodkanaal
KRO-NCRV online		Overig aanbodkanaal
EO online		Overig aanbodkanaal
VPRO online		Overig aanbodkanaal
Maxvandaag online		Overig aanbodkanaal
NTR online		Overig aanbodkanaal
Human online		Overig aanbodkanaal
PowNed online		Overig aanbodkanaal
WNL online		Overig aanbodkanaal
Ongehoord Nederland online		
Omroep ZWART online		

Colofon

September 2023

Redactie
NPO

Productie en vormgeving
CF Report

Fotocredits
ANP, Frits de Beer, Nathan Reinds, Michel Schnater

De NPO heeft ernaar gestreefd de auteursrechten van de foto's volgens de wettelijke bepalingen te regelen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te doen gelden, kunnen zich wenden tot de afdeling Communicatie van de NPO, communicatie@npo.nl.
Drukfouten voorbehouden.



**nederlandse
publieke
omroep**