

Prestatieafspraken 2022-2026

Kwalitatief, veelkleurig en waardevol aanbod

De NPO wil dat alle Nederlanders, ongeacht leeftijd, geslacht, opleiding, beperkingen, geografische spreiding of culturele achtergrond de NPO herkennen en waarderen om de kwaliteit en relevantie van zijn aanbod. Om zijn aanbod zo goed mogelijk op de behoeften en wensen van het publiek af te kunnen blijven stemmen, verlegt de NPO in het CBP 2022-2026 zijn primaire focus van kanalen op aanbod. Daarvoor zet hij in op een genrebeleid met ambities, acties en randvoorwaarden om in een steeds complexer medialandschap zijn brede taakopdracht te kunnen blijven realiseren.

Aanbodmix

Voor het publiek is het belang van de individuele aantrekkingskracht van een genre en programma steeds groter geworden. Een aantrekkelijke, gevarieerde en voor alle Nederlanders relevante aanbodmix is dus meer dan ooit cruciaal.

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

Publieke waarden en kwaliteit

Om de slagkracht en aantrekkingskracht van het publieke aanbod te vergroten is een kwalitatief hoogwaardige aanbodmix, uitgaande van publieke waarden, van groot belang. Daarvoor vraagt de NPO de mening van het publiek over zijn titels en radiozenders, met in het bijzonder aandacht voor de betrouwbaarheid van zijn journalistieke aanbod.

2. NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de publieke waardenstoets 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

Een belangrijk onderdeel van de door de NPO nagestreefde veelkleurigheid van zijn aanbod is diversiteit. De NPO wil in zijn aanbod een evenwichtige representatie bieden van de Nederlandse bevolking, in termen van man/vrouw-verdeling, bi-culturaliteit en beperkingen.

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, mensen met een bi-culturele achtergrond en met een beperking op de radiozenders en in het televisieaanbod van de NPO.

De NPO vindt het belangrijk bij te dragen aan een toegankelijke mediavoorziening voor iedereen. Naast het voldoen aan het wettelijk voorgeschreven ondertitelingspercentage biedt de NPO daarvoor verschillende andere diensten aan, zoals een gebarentolk en audiodescriptie.

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

Programmavernieuwing

Programmatische vernieuwing via pilots en nieuwe programma's zijn van groot belang teneinde optimaal in te kunnen spelen op nieuw mediagedrag en veranderende behoeften van het publiek.

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

Talentontwikkeling

De NPO wil een vernieuwd talentenbeleid voor makers realiseren, met onder andere aandacht voor het snel herkennen van uitzonderlijk talent en het vormen van een aantrekkelijke omgeving waarbinnen doorstroom tussen omroepen en redacties mogelijk is.

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

Genrebeleid

Het aanbod van de NPO is niet langer gegroepeerd langs de lijnen van aanboddomeinen maar langs de lijnen van genres.

15. De 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 onderzoeksjournalistiek.

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. De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekkkanalen gemiddeld minimaal 10 live optredens en minimaal 4 concerten of festivals.

Levensbeschouwing

25. NPO borgt jaarlijks een budget van 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.

Verbonden met publiek en maatschappij

De NPO wil een breed gedragen publieke omroep zijn waarmee alle mensen in Nederland zich aangesproken en verbonden voelen, en die verankerd is in de samenleving.

Publieksbereik en betrokkenheid

Binnen het streven naar impact legt de NPO de nadruk op de effecten van zijn aanbod voor individu en samenleving. Hiervoor zet de NPO de komende concessieperiode een nieuw instrument in: de impactbelevingsmeter. Om de impact bij alle groepen te optimaliseren is het daarnaast van belang te weten welk deel van het publiek wordt bereikt.

26. NPO rapporteert jaarlijks over de resultaten van de impactbelevingsmeter.
27. De 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

De NPO richt zich met zijn televisieprogrammering vooral op het Nederlandstalig product. Dit sluit aan bij zijn ambitie bij te dragen aan de sociale samenhang, gemeenschapswaarde en de kwaliteit van democratie en samenleving.

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

Regio

Een van de aspecten van diversiteit betreft geografische spreiding. Inwoners van alle Nederlandse regio's moeten zich in voldoende mate kunnen herkennen in ons aanbod. Om de publieke omroep nog beter in de samenleving te verankeren, gaat de NPO daarom meer zendtijd inruimen voor regionaal aanbod. Om dit tot een succes te maken versterkt de NPO ook de samenwerking met regionale omroepen.

31. De 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.