

NPO: open voor elkaar

NPO is open - voor iedereen en voor elkaar. We maken programma's en online content die nieuwsgierig maken, prikkelend zijn en die onafhankelijk van politiek en commercie worden gemaakt. De pluriforme kracht van onze programmering vindt haar basis in een omroepbestel, dat deels via ledengebonden omroepen van oudsher diep is verankerd in de Nederlandse samenleving en uniek is in de wereld.

Met meer dan 100 jaar aan radio- en bijna 70 jaar aan televisie-uitzendingen heeft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) bewezen een niet meer weg te denken bindende factor in de Nederlandse samenleving te zijn. Een rol die in onzekere tijden - zie de coronacrisis - nog eens extra aan maatschappelijk belang en publieke waardering heeft gewonnen. Talkshows als M en Op1 bleken in de afgelopen maanden voor miljoenen Nederlanders een dagelijks ankerpunt voor duiding en achtergronden te zijn. Ook nieuws- en actualiteitenprogramma's, waaronder de live-uitzendingen van de persconferenties van het kabinet, speelden een cruciale rol om Nederland door de lockdown heen te helpen. Daarnaast speelde de NPO razendsnel in op de noden en wensen van het publiek, om content te bieden voor extra ontspanning en educatie. Denk aan HeimweeTV speciaal voor ouderen en Schooltv-programma's voor thuislerende kinderen. Maar ook met de dagelijkse Frontberichten van zorgmedewerkers hield de NPO Nederland bij de les toen het land weer langzaam open ging.

Van waarde

De NPO maakt programma's over en voor iedereen, opdat iedereen kan delen in het beste wat onze cultuur te bieden heeft: op de eerste rij, op de beste plaatsen, door de beste programma's en diensten. Het aanbod van de NPO brengt mensen niet alleen samen, maar maakt ook tegenstellingen inzichtelijk, zodat onze kijkers en luisteraars beter begrijpen wat er speelt, in Nederland en in de wereld. Dat is een belangrijk onderdeel van onze publieke opdracht en van onze waarde voor de Nederlandse samenleving.

Die waarde van de NPO laat zich dagelijks gelden op verschillende terreinen. Met onze nieuws- en achtergrondprogramma's zetten we maatschappelijke onderwerpen op de agenda en jagen we het debat aan, zowel binnen als buiten de politieke arena. De aandacht voor kunst en cultuur in onze programmering draagt bij aan een brede cultuurparticipatie en aan talentontwikkeling. Zowel op creatief als op bedrijfseconomisch vlak is de publieke omroep een krachtige motor van de creatieve industrie in Nederland. Ook is de NPO een belangrijke aanjager van vernieuwing binnen de media. Voor producenten en creatieve bedrijven fungeert samenwerking met de NPO vaak als vliegwiel voor nieuwe innovatieve projecten. Het onderwijs plukt dagelijks de vruchten van vele programma's met een grote educatieve waarde. Bovenal is de NPO een grote, en zeker in tijden van crisis, onmisbare verbindende factor in onze samenleving.

De NPO vervult zijn rol in een pluriform, en daardoor soms in een weerbarstig publiek bestel, dat mede door zijn publieke financieringswijze voortdurend onder druk staat van politiek en maatschappelijk debat. Voor het vervullen van zijn wettelijke mediaopdracht zijn een koersvaste visie, missie en strategie nodig, met voldoende flexibiliteit; enerzijds om in te spelen op maatschappelijke kwesties en grote thema's die onze samenleving raken, en anderzijds op innovatieve ontwikkelingen, die van invloed zijn op ons mediagedrag en -gebruik. Ook de opkomst en invloed van grote internationale spelers als Netflix stelt extra hoge eisen aan de performance van de NPO. Gezien het feit dat de NPO, met een maandelijks totaalbereik van ruim 90 procent, nog steeds marktleider is, en daarbij hoge waarderingen haalt op gebied van kwaliteit (gem. 8,7) en publieke waarde (8,2)¹, mag geconcludeerd worden dat de NPO daar buitengewoon goed in slaagt.

¹ Bron: [Terugblik 2019](#)

Dimensie 1

Open NPO

De NPO heeft in 2018 zijn missie uitgewerkt in een manifest, waarin begrip voor elkaar en begrip van zaken de basis vormen “om Nederland verder te brengen”. Dit manifest is vertaald naar een communicatief verhaal onder de noemer Open NPO, dat zowel extern als intern wordt gebruikt als kader en drijfveer van onze mindset en handelswijze. De kern van dit verhaal is:

Bij NPO geloven wij dat meer begrip van zaken en begrip voor elkaar Nederland verder brengt. Daar zet NPO zich voor in, door iedere Nederlander te raken met content die nieuwsgierigheid stimuleert, prikkelt en die onafhankelijk van politiek en commercie wordt gemaakt.

Strategische doelen

De ‘open missie’ van de NPO legde in 2019 de basis voor een vijftal strategische doelen voor de NPO-organisatie in de komende 3 tot 5 jaar. Deze doelen zijn:



1. Meer maatschappelijke impact

Het maken van maatschappelijke impact hebben we altijd gedaan. Maar onze toegevoegde waarde op maatschappelijk gebied wordt nog niet altijd door publiek en stakeholders herkend. Daar gaan we mee aan de slag, onder meer door ons effect op de samenleving aan de hand van voorbeelden uit onze programmering inzichtelijk te maken. Met de website npo.nl/effekt heeft de NPO daarin al een grote stap gezet.

2. Houd lineair sterk

Lineair mediagebruik (het gewone kijken en luisteren) blijft een belangrijke rol spelen in het mediagedrag van ontzettend veel Nederlanders. Het is aan de NPO om ook in die behoeften te blijven voorzien. Haar uitgangspositie is zonder meer goed te noemen: NPO is marktleider, maar die positie vasthouden gaat niet vanzelf. Daarom blijven we voor lineair focussen op een breed bereik.

3. Volle snelheid op on demand

NPO Start en NPO Plus doen het goed en groeien hard in bereik. De tevredenheid van gebruikers is hoog. NPO wil haar diensten nog beter maken door proactief mee te gaan met technologische ontwikkelingen, bijvoorbeeld door te investeren in radio on demand (o.a. podcasts).

4. Effectiever online

Er is bij NPO en omroepen veel kennis over online en er zijn veel ideeën over innovatie. Om die kennis en creativiteit te benutten is in 2019 de afdeling NPO Innovatie opgericht. Deze afdeling fungeert als kenniscentrum en ‘enabler’ van innovatie binnen de publieke omroep, en als gesprekspartner met start-ups en andere externe partijen op het gebied van media-innovatie. In 2019 zijn in totaal 38 nieuwe innovatieve projecten van de grond gekomen, van experiment met robotjournalistiek tijdens de Provinciale Statenverkiezingen tot een online Songfestival, waarin muzikanten en technici met behulp van *artificial intelligence* de ultieme songfestivalhit maken.

5. Een sterk merk

De NPO voert een merk om trots op te zijn. Betrouwbaar, relevant en herkenbaar. Dat wordt gevoeld door de medewerkers, maar zien het publiek en onze stakeholders dat ook zo? Onderzoek toont aan dat dat zeker het geval is, maar het kan altijd beter. De NPO gaat ook de komende jaren nog meer laten zien én vertellen welke onmisbare rol ze speelt in het leven van alle Nederlanders en voor de maatschappij als geheel.

Missiegedreven, ook intern

‘Open NPO’ heeft ook nadrukkelijk zijn vertaling naar binnen de organisatie gekregen. Het bouwen aan een open NPO kan namelijk alleen als je echt open staat voor elkaar en voor hoe we NPO samen verder kunnen brengen. Daarom vinden we het belangrijk dat alle NPO-medewerkers weten waar NPO voor staat, wat ons drijft en wat we ambiëren. Ook hierbij staat begrip centraal. Begrip voor elkaar: met samenwerken, verder kijken dan je eigen verantwoordelijkheid of afdeling en samen voor het beste resultaat gaan. En begrip van zaken: je kennis op peil houden, ontwikkelingen in je vakgebied volgen en het publiek kennen. Vervolgens hebben we onze *merkwaarden* vertaald naar *werkwaarden*, die via interne campagnes en sessies hebben gecommuniceerd met de medewerkers. In deze werkwaarden staan opnieuw drie begrippen centraal: Nieuwsgierig, Prikkelend en Onafhankelijk.

Dimensie 2

Een doelmatige NPO

De Nederlandse Publieke Omroep maakt programma's voor alle Nederlanders. We hebben een belangrijke taak: Nederlanders informeren, amuseren en verbinden. Dat is een betekenisvolle en verantwoordelijke taak die de NPO-organisatie en alle omroepen dag in, dag uit uitoefenen. Ons gezamenlijke doel is ervoor te zorgen dat elke euro bij de publieke omroep doelmatig wordt besteed. Daar stuurt de Nederlandse Publieke Omroep op en daar wordt ook uitgebreid verantwoording over afgelegd in tal van openbaar beschikbare documenten. NPO en de omroepen staan voor transparantie, zoals we ook pal staan voor onze onafhankelijkheid van politiek en commercie.

Rapport Algemene Rekenkamer

Toch kan het altijd beter. De Algemene Rekenkamer heeft eind vorig jaar een rapport gepresenteerd over de publieke omroep, vooral over doelmatigheid van bestedingen en transparantie in programmakosten. Het rapport van de Algemene Rekenkamer schetste een realistisch beeld van de taken en rollen van de verschillende organisaties binnen het publieke omroepbestel, en toonde vooral goed aan hoe complex het is. Het rapport doet een aantal concrete aanbevelingen op basis waarvan de NPO beter invulling moet kunnen geven aan zijn wettelijke doelmatigheidsopdracht. Deze aanbevelingen variëren van een betere sturing op, en verantwoording over de inzet van middelen tot meer transparantie over de wijze waarop programmakeuzes tot stand komen in het programmeerproces.

Project Doelmatigheid en Transparantie

De nog relatief jonge wettelijke taak – het sturen op doelmatigheid - die de NPO sinds 2016 heeft, neemt de organisatie uiteraard zeer serieus. Dat nog niet alles perfect gaat, zien wij ook. We zijn daarom al geruime tijd bezig om meer grip te krijgen op het sturen op doelmatigheid. Eind 2019 is daartoe het Project Doelmatigheid en Transparantie van start gegaan. Een werkgroep van NPO en omroepen begon met een inventarisatie van de zaken waar het nog beter kan en wat een goede aanpak zou zijn. Dat heeft geleid tot een eerste commitment voor een model over doelmatigheid. Op basis van dat model zullen medio 2020 de daarbij behorende doelmatigheidsinstrumenten verder worden geconcretiseerd. Daarmee kan het onderwerp doelmatigheid worden geoperationaliseerd in de werkprocessen, toekenningsproces en de verantwoording. De doelmatigheidsinstrumenten dienen bij te dragen aan de uitvoering van de processen, zonder dat dit leidt tot overmatige bureaucratie. Daarnaast zorgen ze voor meer transparantie en efficiency bij besluitvorming en de interne en externe verantwoording.

Uitgebreide verantwoording

Krachtens de Mediawet, en vanuit het gegeven dat de NPO grotendeels met belastinggeld wordt gefinancierd, dient de NPO zich uitgebreid te verantwoorden voor zijn ambities, keuzes, prestaties en uitgaven. Dit gebeurt via verschillende rapportages, deels steunend op uitgebreid publieksonderzoek, die op de corporate website over.npo.nl worden gepubliceerd. Het gaat hierbij om:

- Het **Concessiebeleidsplan**, met ambities, prioriteiten, strategieën en plannen van de gehele publieke omroep voor de komende 5 jaar;
- de jaarlijkse **Begroting**;
- het **Jaarverslag** (incl. Jaarrekening);
- de **Terugblik**: een verantwoording van het programmabeleid met publiekmetingen op o.a. kwaliteit en publieke waarden (o.a. Onafhankelijk, Betrouwbaar, Pluriform, Met impact en Geëngageerd).

Maatschappelijke waarde

In aanvulling op deze wettelijk voorgeschreven rapportages brengt de NPO sinds 2017, uit eigen beweging, haar maatschappelijke waarde in kaart. Hiermee wil de NPO laten zien wat zij teruggeeft aan de Nederlandse samenleving. Dit gebeurt aan de hand van tientallen voorbeelden van programma's en evenementen, waarmee de publieke omroep iets teweeg heeft gebracht, bijvoorbeeld Kamervragen naar aanleiding van journalistieke programma's, of anderszins waarde heeft toegevoegd op het gebied van cultuur (o.a. talentontwikkeling), educatie, innovatie en verbinding. Alle voorbeelden zijn themagewijs bij elkaar gebracht op de website npo.nl/effect (zie verder dimensie 3).



Dimensie 3

De ambities van de NPO

Om zijn publieke opdracht in de komende jaren op adequate wijze te kunnen vervullen, is een gedegen analyse van huidige en toekomstige mediaontwikkelingen noodzakelijk. De NPO besteedt daar veel aandacht aan in zijn vijfjaarlijkse Concessiebeleidsplan (CBP). Een nieuw CBP, getiteld 'van waarde voor iedereen', omvat de periode 2022-2026 en is begin november 2020 aan de minister van OCW aangeboden. Het plan is opgebouwd rond vier hoofdambities, die inspelen op en aansluiten bij een breed scala aan nationale en internationale ontwikkelingen op maatschappelijk en media-technisch gebied. In een omgeving met steeds meer media-aanbod en -aanbieders is het denken in termen van het vergroten van bereik daarbij niet zaligmakend. De impact en het effect van onze programmering, zowel persoonlijk als maatschappelijk, wordt steeds belangrijker. De NPO wil een belangrijke rol blijven vervullen in het dagelijkse leven van alle Nederlanders: ondersteunend, informerend, pluriform, eigentijds, herkenbaar, relevant en onafhankelijk van overheid en markt. Een betrouwbaar en persoonlijk platform bieden waar kijkers en luisteraars op kunnen steunen en leunen, ook – juist – nu digitalisering, internationalisering, bubbels en commercialisering de boventoon voeren. Om dat goed te doen, moeten we behouden wat waardevol is, beschermen wat weerloos is en durven veranderen wat noodzakelijk is.

De vier hoofdambities in het Concessiebeleidsplan 2022-2026 worden kort samengevat op onze [corporate website](#). Daar is ook het hele plan te downloaden.

Het effect van de NPO

De coronacrisis maakt het nog eens extra duidelijk: de publieke omroep speelt een belangrijke rol als verbinder en als brenger van nieuws, achtergronden en ontspanning in Nederland. Die maatschappelijke waarde zien we ook terug op andere vlakken, zoals cultuur, educatie en innovatie. Dat blijkt uit de meer dan 160 voorbeelden die NPO en omroepen in 2020 op de website npo.nl/effect bij elkaar hebben gebracht. NPO-voorzitter **Shula Rijxman**:

“De afgelopen periode heeft laten zien wat de kracht is van een sterke en brede publieke omroep, die al zijn kanalen en platforms heeft kunnen inzetten om Nederland te verbinden. We realiseren ons dat de wereld in het post-coronatijdperk zal veranderen, maar de functie en betekenis van de publieke omroep zal er niet minder om worden. Het zou daarom goed zijn om ook dan als publieke omroep deze betekenisvolle rol te blijven vervullen - en we vragen de politiek om ons hierin te steunen.”

Kamervragen

Nieuws- en achtergrondprogramma's die tot Kamervragen, moties en zelfs wetswijzigingen leiden. Het komt regelmatig voor. Bijvoorbeeld [Zondag met Lubach \(VPRO\)](#), dat een item wijdt aan gokreclames van staatsloterijen die zich op jongeren richten. Of [Nieuwsuur \(NOS/NTR\)](#), dat onderzoek doet naar omstreden lesboekjes op moskeescholen. Maar er zijn ook voorbeelden van programma's en evenementen die een stimulans zijn voor de cultuursector, bijvoorbeeld op het gebied van talentontwikkeling, of die een bijdrage leveren aan de kwaliteit van het onderwijs en de ontwikkeling van media-innovatie.

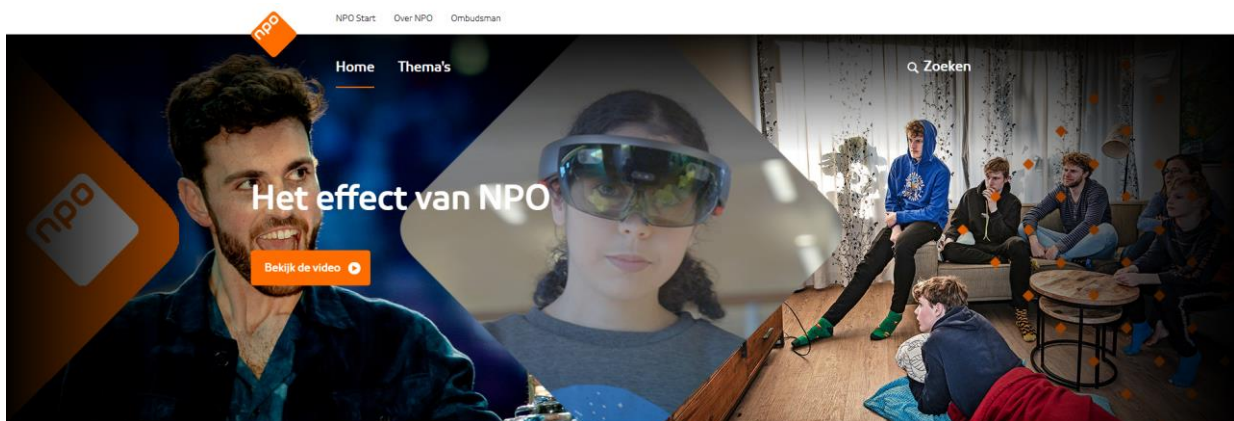
Thema's

NPO en omroepen brengen sinds enkele jaren deze voorbeelden in kaart om hun waarde voor de Nederlandse samenleving te laten zien. De voorbeelden zijn verdeeld over een aantal thema's: Nieuws & debat, Cultuur, Educatie, Innovatie en Verbinding & Samenleving. Nieuw dit jaar is een pagina over de coronacrisis, die met bijna 60 voorbeelden van speciale coronaprogrammering is gevuld.

Duurzaamheid

Binnen het thema Verbinding & Samenleving lichten wij ook voorbeelden uit op het gebied van o.a. diversiteit en duurzaamheid. Ten aanzien van duurzaamheid is het [project Albert](#) een speciale vermelding waard. Albert is een project waarin acht omroepen samenwerken om duurzamer te werken. Een van de onderdelen betreft een CO2-calculator, waarmee programmaproducers de CO2-voetafdruk van hun programma kunnen meten, om vervolgens te kunnen bepalen waar verbeteringen mogelijk zijn. In 2019 volgden 400 deelnemers van 80 programmatitels inspiratiesessies om met Albert te gaan werken. Elk kwartaal komen vertegenwoordigers van de deelnemende omroepen bij de NTR bijeen om de vorderingen te bespreken en nieuwe plannen te ontwikkelen.

Alle voorbeelden van de maatschappelijke waarde van de NPO zijn samengebracht op de website npo.nl/effect.



Onze maatschappelijke waarde in beeld

