

De Minister van Onderwijs, Cultuur  
en Wetenschap  
de heer dr. Ronald H.A. Plasterk  
Postbus 16375  
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE

<b>Datum</b>	<b>Onderwerp</b>		
15 oktober 2009	Advies Beleidsplan 2010 - 2015 Stichting Radio Nederland Wereldomroep		
<b>Uw kenmerk</b>	<b>Ons kenmerk</b>	<b>Contactpersoon</b>	<b>Doorkiesnummer</b>
	19345/2009014274	Dhr. P. Veenman	+31 (035) 773 77 40

Geachte heer Plasterk,

Op 14 september 2009 heeft de Stichting Radio Nederland Wereldomroep (RNW) ons het Beleidsplan 2010 – 2015 doen toekomen. De begroting als bedoeld in artikel 2.160 van de Mediawet 2008 maakt van dit plan deel uit. Conform artikel 2.162 lid 2 Mediawet 2008 plaatsen wij in het navolgende enkele opmerkingen bij de beleidsvoornemens van RNW op programmatisch en financieel terrein en zal advies worden gegeven over toekenning van de financiële bijdrage die van u wordt gevraagd.

Zoals te doen gebruikelijk zijn wij allereerst nagegaan of de begroting is ingericht in overeenstemming met de voorschriften die daarover worden gegeven in de artikelen 2.160 en 2.161 Mediawet 2008. Wat dat betreft stellen wij vast dat de begroting beschrijft hoe RNW invulling geeft aan zijn wettelijke taak zoals in artikel 2.72 Mediawet 2008 is vastgelegd. Ook zijn de bedragen vermeld die RNW nodig zegt te hebben om zijn taak in 2010 te vervullen en is een raming opgenomen van de benodigde middelen voor de periode 2011 – 2014. Deze raming is voorzien van een korte toelichting. Wat ontbreekt is een beschrijving van de wijze waarop in het afgelopen kalenderjaar uitvoering is gegeven aan de publieke mediaopdracht.

RNW beschrijft in zijn beleidsplan welke strategische keuzes er zijn gemaakt. Deze keuzes laat hij voorafgaan door het geven van achtergrondinformatie in de vorm van een zogenoemde contextanalyse. Die contextanalyse komt voort uit deelstudies en moet worden gezien als een voedingsbron voor de strategische keuzes. Onderdelen die daarin de revue passeren zijn onder andere de persvrijheid en de vrijheid van meningsuiting; trends en ontwikkelingen in (internationale) media; vrijheid, vrede en veiligheid in de wereld; Nederland in relatie tot de wereld en Nederlanders in het buitenland en hun mediagebruik.

## 1. Kerntaken en ambities

Het Commissariaat is nagegaan in hoeverre het beleidsplan voldoet aan de bepalingen uit de Mediawet 2008. Van belang daarbij is in eerste instantie de publieke mediaopdracht die RNW heeft, te weten:

- Het informeren van Nederlandstaligen in het buitenland.
- Het voorzien in onafhankelijke informatie in landen met een informatieachterstand.

- Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland in het buitenland.
- Het verrichten van alle activiteiten die daarvoor nodig of ondersteunend zijn, waaronder het oprichten van of deelnemen in organisaties en rechtspersonen.

In zijn beleidsplan gaat RNW in op deze taak. In het navolgende komen wij met een samenvatting van enkele in het plan opgenomen hoofdstukken en ons commentaar daarop.

#### Geografische focus

Het potentiële werkterrein van RNW vormt vrijwel de hele wereld. In zijn beleidsplan geeft RNW aan dat hij omwille van haalbaarheid, effectiviteit en efficiency een geografische focus heeft. Daarbij wordt gekeken naar factoren als gebrekkige persvrijheid, schraalheid informatieaanbod of een gebrek aan pluriformiteit. Daarnaast telt mee de mate waarin een relatie met Nederland bestaat. Dat verhoogt immers de kans dat het informatieaanbod van RNW door onder andere partners en eindgebruikers als relevant en betekenisvol wordt ervaren.

In het beleidsplan is de geografische focus aan de hand van een aantal wereldkaarten nader gevisualiseerd. Naast de reeds genoemde factoren wordt hier ook gekeken naar bijvoorbeeld landen met ernstige structurele interne problemen, relaties met Nederland, immigranten en andere ontwikkelingen.

#### Doelgroepen/doelgebieden

Naast een geografische focus heeft RNW gekozen voor een focus op bepaalde doelgroepen. Hierbij is gekeken naar Nederlanders in het buitenland (vakantiegangers, zakenreizigers, vrachtwagenchauffeurs, overwinteraars, zeevarenden, militairen, expats en emigranten). Ook is gekeken naar het deel van de wereldbevolking dat interesse heeft in het informatieaanbod van internationale omroepen. RNW onderscheidt daarbinnen de doelgroepen opinievormers, beleidsmakers, informatiezoekers en mensen in nood. RNW biedt content voor deze doelgroepen in andere talen aan.

Indirect bereikt de RNW een breder publiek via mediapartners die content van RNW overnemen.

#### Content

In het kader van zijn publieke media-opdracht maakt RNW keuzes met betrekking tot de aan te bieden content. Deze wordt toegesneden op de behoeften van de onderscheiden doelgebieden en doelgroepen. Daarbij wordt naar de relevantie gekeken, hetgeen betekent dat RNW onderscheidend probeert te zijn en geen content aanbiedt die reeds door andere aanbieders wordt geboden.

#### Distributie

RNW houdt rekening met de ontwikkelingen op distributiegebied. Het aanbieden via internet ontwikkelt zich snel en het moge duidelijk zijn dat deze distributie-infrastructuur grote kostenvoordelen met zich mee kan brengen. Uiteraard moet daarnaast rekening gehouden worden met doelgroepen en gebieden die op die wijze nog niet of nauwelijks te bereiken zijn. De meer traditionele distributiemethoden, zoals de korte en de middengolf, blijven daardoor nog belangrijk en voorlopig nog in gebruik. RNW neemt in zijn beleidsplan de vele mogelijkheden van internet mee en stelt vast dat dit distributiemiddel voor RNW een groeiend belang kent. Voor veel mensen is dit medium bereikbaar, maar RNW realiseert zich daarbij goed dat de mogelijkheden beperkt kunnen worden. Die beperkingen kunnen liggen in de beschikbaarheid of de in sommige gebieden (nog) zeer hoge kosten van internet.

### Innovatie en ontwikkeling

De werkomgeving van RNW vergt een grote alertheid en flexibiliteit. RNW moet kunnen inspelen op de soms razendsnelle ontwikkelingen in de mediasector. Identificatie van doelgroepen, mogelijkheden van interactie met doelgroepen, technologische ontwikkelingen en wijzigingen in het gebruik van media zijn daarbij de belangrijkste onderwerpen van onderzoek en ontwikkeling.

RNW is van plan een klanttevredenheidsonderzoek te laten uitvoeren onder partners en eindgebruikers.

### Samenwerking

RNW zegt de samenwerking met de NPO verder te intensiveren en waar mogelijk tot integratie over te gaan van organisatieonderdelen. Zo is bijvoorbeeld het sportdeel van RNW geïntegreerd in de NOS sportredactie. Andere vormen waarin de samenwerking reeds zichtbaar is, betreffen het gebruik van dezelfde technische diensten. Dit betreft onder andere het gebruik van software en content managementsystemen, programmamateriaal en de productie van gezamenlijke websites. Het Commissariaat juicht de reeds bestaande samenwerking toe en pleit voor de verdere intensivering daarvan.

## **2. Visitatiecommissie**

Voor het eerst is de uitvoering van de wettelijke taakopdracht van RNW beoordeeld door een visitatiecommissie. In uw Beleidsplan 2010 – 2015 heeft u nog niet kunnen reageren op de aanbevelingen van de visitatiecommissie. Het Commissariaat gaat er van uit dat deze aanbevelingen door RNW ter harte worden genomen.

## **3. Prestatieafspraken**

Het Commissariaat is van mening dat de vertaling van een strategie naar concrete, meetbare en tijdgebonden doelstellingen van belang is. De prestatieovereenkomst die is gesloten tussen RNW en uw Ministerie zien wij in dat kader als een belangrijke mogelijkheid om dit te kunnen realiseren.

RNW geeft aan dat de prestatieafspraken, de specifieke speerpunten en de bijzondere activiteiten zijn vertaald naar jaarplannen voor elk van de afdelingen van RNW. De doelstellingen van de organisatie werken op die manier door naar doelstellingen per afdeling en mogelijk zelfs naar een nog verder niveau.

In zijn beleidsplan plaatst RNW enkele kanttekeningen bij de prestatieafspraken. Deze betreffen bijvoorbeeld de veranderingen in het medialandschap, waardoor prestatieafspraken achteraf mogelijk anders hadden moeten luiden. Daarnaast merkt RNW op dat het werken met dergelijke afspraken nieuw is, hetgeen van invloed kan zijn op de kwaliteit van de afspraken. Het Commissariaat deelt deze kanttekeningen, maar meent dat een risicoparagraaf een waardevol onderdeel van het beleidsplan zou kunnen zijn. In een dergelijke paragraaf zouden de belangrijkste factoren die de realisatie van de doelstellingen kunnen verstoren kunnen worden opgenomen. De genoemde kanttekeningen zouden daarvan onderdeel kunnen zijn.

#### 4. Financieel beleid 2010-2014

Naast de aangevraagde middelen zal de omroep de eigen inkomsten, zoals het resultaat van deelnemingen, aanwenden voor de verzorging van de programma's.

Aanvraag omroepmiddelen 2010:

Regulier, geïndexeerd met 1% t.o.v. 2009 (na gecorrigeerd accres)	€ 45.605K
Incidenteel, niet geïndexeerd (Arabische radio; ook in 2009)	€ 750K
Omroepmiddelen	€ 46.355K
Eigen inkomsten aan te wenden voor programma's	€ 981K
Totaal baten	€ 47.336K

Bovenstaande middelen zullen als volgt worden aangewend:

a. Kosten verzorging media-aanbod	€ 28.844K
b. Kosten verspreiding media-aanbod	€ 14.234K
c. Kosten niet rechtstreeks samenhangend met media-aanbod	€ 4.258K
Totaal lasten	€ 47.336K

Met deze opstelling presenteert de omroep voor 2010 een sluitende begroting.

Voor 2011-2014 worden de baten uit deze begroting vervolgens jaarlijks met 1% geïndexeerd.

Het daarmee gepaarde bedrag is steeds geheel toegevoegd aan de kosten verzorging programma's. Dat betekent dat de kosten van de verspreiding van het media-aanbod en kosten niet rechtstreeks samenhangend met media-aanbod niet zijn geïndexeerd.

Valuta-invloeden en prijsschommelingen op de oliemarkt zijn niet meegenomen in de bovenstaande baten en lasten. Verondersteld is verder dat de tijdelijke bijdrage voor de Arabische radio vanaf 2011 wordt gecontinueerd en geïndexeerd.

Bij de bij het Beleidsplan 2010 – 2015 behorende begroting plaatst het Commissariaat de volgende kanttekeningen:

1. Teneinde een beter inzicht te verkrijgen in het verloop van de cijfers en de begroting voor 2010 zou het informatief zijn om inzicht te hebben in meer recente cijfers dan alleen werkelijk 2008 en/of begroot 2009. Wij denken daarbij aan een toevoeging van de prognose 2009.
2. In het Beleidsplan wordt gesproken over een klanttevredenheidsonderzoek. In zijn plan noemt RNW dit onderzoek gecompliceerd en kostbaar. Het is echter niet duidelijk of de kosten hiervan zijn meegenomen in de begroting.
3. De risico's die het behalen van de doelstellingen in de weg kunnen staan zijn niet systematisch in het beleidsplan opgenomen. Wij stellen voor de volgende keer een paragraaf op te nemen waarin de belangrijkste risico's worden weergegeven.

#### 5. Wettelijke bepalingen

Het Commissariaat heeft beoordeeld of het Beleidsplan 2010 – 2015 voldoet aan de bepalingen van de Mediawet 2008. Daaruit concludeert het Commissariaat dat niet voldaan is aan artikel 2.161 Mediawet 2008, te weten:

- a. Een beschrijving van de wijze waarop in het afgelopen kalenderjaar uitvoering is gegeven aan de publieke mediaopdracht. Zoals in de inleiding van deze brief is aangegeven, adviseren wij u RNW dit alsnog te laten verstrekken;
- b. Een opgave van het door RNW in zijn media-aanbod op te nemen aanbod dat:
  - is geproduceerd door of in opdracht van landelijke publieke media-instellingen; of
  - al als onderdeel van het media-aanbod van de landelijke publieke mediadienst is verspreid.

## 6. Advies

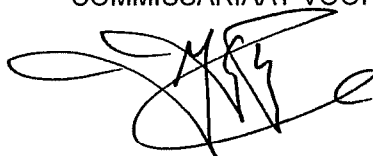
Wij adviseren u RNW voor het jaar 2010 een budget toe te kennen van € 46.355K. Tevens adviseren wij u RNW om nadere informatie te vragen teneinde RNW te laten voldoen aan de mediawettelijke eisen, zoals hiervoor genoemd onder punt 5. Het door RNW gevraagde bedrag is, behoudens het voor 2010 toegepaste accres van 1%, gelijk aan de door u voor het jaar 2009 aan de RNW toegekende middelen ad € 45.903K. Volledigheidshalve merken wij daarbij op dat er geen accres is toegepast op de in de begroting opgenomen bijdrage voor Arabische zenders, zijnde € 750K.

Genoemd bedrag dient over de in artikel 2.160, lid 3 van de Mediawet genoemde onderdelen te worden verdeeld, te weten:

- De kosten van de verzorging van het media-aanbod van de Wereldomroep.
- De kosten die niet rechtstreeks samenhangen met de verzorging van het media-aanbod.
- De kosten van het verspreiden van het media-aanbod van de Wereldomroep.

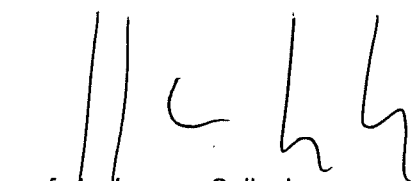
Een afschrift van deze brief wordt verzonden aan de directie van de RNW.

Met vriendelijke groet,  
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA,



i.o.

prof. dr. Tineke Bahlmann  
voorzitter



prof. dr. Jan van Cuilenburg  
commissaris