



Terugblik 2011



NEDERLANDSE
PUBLIEKE
OMROEP



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Terugblik 2011

NEDERLANDSE
PUBLIEKE
OMROEP



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Colofon

Voorjaar 2012

Eindredactie en productie
NPO

Corporate website
Publiekeomroep.nl

Vormgeving
Jack and Jones Communication

Fotocredits
Rene den Engelsman
Leendert Jansen
Bob Bronshoff
Bullet-Ray van Olphen
Lilian van Rooij
Sacha Wolf
Hans-Peter van Velthoven



Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Algemeen

Leeswijzer

Deze Terugblik bevat de rapportage van de Nederlandse Publieke Omroep over de Prestatieovereenkomst in 2011 en de doelstellingen uit de Meerjarenbegroting (MJB) 2011-2015. De Nederlandse Publieke Omroep rapporteert hiermee volgens de structuur van het Concessiebeleidsplan 2010-2016, en volgens de Prestatieovereenkomst 2010-2015.

Dit betekent dat een indeling langs de lijnen van Audio en Video en langs de lijnen van de vier hoofdambities uit het Concessiebeleidsplan wordt aangehouden.

Bij de rapportage over de doelen uit de MJB 2011-2015 zijn deze doelen steeds vetgedrukt in de tekst weergegeven. De realisatie van de afspraken uit de Prestatieovereenkomst in 2011 is verwerkt in de tekst. Bovendien staan in de bijlage alle afspraken in tabelvorm op een rij.

1. Algemene terugblik

Achter de schermen stond 2011 voor de Publieke Omroep in het teken van de implementatie van de omvangrijke bezuinigingen die zijn opgelegd. In opdracht van de minister van OCW voerde het bureau BCG een onderzoek uit naar de mogelijkheden van efficiencyverbetering. Zij kwamen tot de conclusie dat deze kunnen worden gerealiseerd zonder verschraving van het aanbod, maar dat daarvoor wel ingrijpende maatregelen nodig zijn in de bestaande organisatie en werkwijze. Maatregelen die het verlies van grote aantallen arbeidsplaatsen bij omroepen, onafhankelijk producenten en toeleveringsbedrijven gaan betekenen. In 2012 wordt hiermee een begin gemaakt door de NPO die een budgetkorting van bijna 30 miljoen euro moet realiseren en een reductie van 20% fte.

Al in 2010 zijn ook de voorbereidingen getroffen voor een andere inrichting van het bestel. In 2011 is dit concreet uitgewerkt in een zogenaamd 3-3-2-model. Naast de twee taakomroepen NOS en NTR, wordt het aantal ledenomroepen teruggebracht tot zes: drie gefuseerde omroeporganisaties (AVRO/TROS, KRO/NCRV, VARA/BNN) en drie stand-alone-omroepen



(EO, MAX, VPRO). De 2.42-omroepen gaan zich – conform de wens van het kabinet – aansluiten bij één van de acht omroeporganisaties. Gepaard gaand aan deze operatie zijn voorbereidingen gestart voor kostenbesparingen in de sfeer van huisvesting en overige overhead. De hele operatie betekent het einde van het bestel zoals Nederland dat lange tijd heeft gekend, zij het dat de vertrouwde omroepmerken en -verenigingen voor een deel zullen blijven bestaan. De Nederlandse Publieke Omroep zet bij alle bezuinigingen primair in op behoud van variatie en kwaliteit van het aanbod voor een breed publiek. Dit laatste zeker in een tijd waarin veel burgers op allerlei terreinen van hun persoonlijk leven toch al getroffen zullen worden door de economische crisis. We willen de gehele Nederlandse samenleving bedienen en niet alleen een kleine elite.

In 2011 slaagden we daar, net als de voorgaande jaren, goed in. Nederland 1 was voor het Nederlandse publiek weer het meest gewaardeerde en het meest bekeken televisienet. Meer dan 50% van de Nederlanders plaatste

Algemeen

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

dit net dan ook in hun voorkeurset op de eerste plaats, met sterke titels als EenVandaag (TROS/AVRO), Journaal (NOS), Boer zoekt Vrouw (KRO) en nieuwe titels als Frozen Planet (EO) en Nederland van Boven (VPRO). Nederland 2 bewees opnieuw zijn belangrijke bijdrage op het gebied van verrijkende programma's met titels als A'dam & E.V.A. (NTR/VARA/VPRO), In Turkije (VPRO) en Nieuwsuur (NOS/NTR). Nederland 3 bracht 40 nieuwe titels in 2011, waaronder Ali B op Volle Toeren (TROS), Uit de kast (KRO), Proefkonijnen (BNN) en Motel de Jong (VPRO). Het toonaangevende programma De Wereld Draait Door (VARA) ontving de prestigieuze Nipkowschijf en Ali B Op Volle Toeren (TROS) kreeg een eervolle vermelding. De kindernetten Z@PP en Z@ppelin brachten ook afgelopen jaar weer een gevarieerd aanbod dat een breed publiek aan jonge kijkers wist te bereiken. Voorbeelden van titels zijn de BZT-show (NCRV), Hoe overleef ik (AVRO) en Taarten van Abel (VPRO). Ook de radiozenders van de Nederlandse Publieke Omroep hebben weer laten zien een grote impact op de samenleving te hebben, met hun aanwezigheid op festivals, Radio 4-concertregistraties, grote crossmediale evenementen zoals de Top 2000 en Serious Request en de verslaggeving van het turbulente nieuwsjaar 2011 op Radio 1.

Ook in 2011 is de overgrote meerderheid van de afspraken uit de Prestatieovereenkomst gerealiseerd.

1.1 De mening van het publiek

1.1.1 Waardering

Eind november 2011 is er wederom een imago-onderzoek uitgevoerd door Ipsos/Synovate onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking van 13 jaar en ouder.

De Nederlandse Publieke Omroep werd in 2011 goed gewaardeerd, hoger zelfs dan in 2010. Wederom kreeg de Nederlandse Publieke Omroep van de bevolking een hogere waardering dan de commerciële omroepen (7,1 versus 6,7). Nederland gaf nog steeds de voorkeur aan de Nederlandse Publieke Omroep boven de commerciële omroepen. Driekwart van de bevolking gaf aan het (heel) belangrijk te vinden dat de Nederlandse Publieke Omroep er is. Men zou de Publieke Omroep dan ook missen als deze er niet zou zijn.

De Nederlandse Publieke Omroep scoorde in vergelijking met de commerciële omroepen hoog op publieke waarden. De meerderheid van de bevolking vond dat de Publieke Omroep er voor zowel jong en oud, autochtonen als allochtonen is. Politiek neutraal, noch volks noch elitair en zich eerder richt op geheel Nederland dan op de Randstad.

Sterke punten van de Nederlandse Publieke Omroep zijn in de ogen van het publiek onder andere de kwaliteit, het informatieve karakter, het ruime en afwisselende aanbod naast de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid. Als minder sterke punten noemde het publiek de soms aanwezige oubolligheid, het conservatisme en het niet altijd als vernieuwend overkomen.

Imago Publieke Omroep



Bron: KLO

Ook het oordeel van het publiek over het nieuws- en opinieaanbod op radio en televisie is onderzocht. Het positieve oordeel werd ook in 2011 gecontinueerd. De grote meerderheid van het publiek vond dit aanbod kwalitatief goed en pluriform.

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Algemeen

Nr.	Afspraak	Realisatie		
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt het nieuws en opinie-programma-aanbod van de Publieke Omroep pluriform.	Gerealiseerd:		
		Video		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		77,6%	5,3%	17,2%
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de Publieke Omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed ¹ .	Gerealiseerd:		
		Video		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		75,5%	7,1%	17,4%
		Audio		
		Past wel	Past niet	Geen mening
		77,3%	7,2%	15,6%
		(Gemeten op Radio 1 en Radio 5 vanwege aanbod 'nieuws' en 'opinie')		

¹ Dit resultaat is, na overleg met het Commissariaat voor de Media, op een andere manier gemeten dan in de rapportage over 2010.

Het resultaat is hierdoor niet één op één te vergelijken met de rapportage over 2010. Over de jaren na 2011 zal de meetwijze van 2011 gehanteerd worden, waardoor de komende jaren wél vergelijking mogelijk is.



Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Algemeen

1.1.2 Prijzen

De programma's van omroepen vielen in 2011 ruimschoots in de prijzen, zowel in Nederland als in het buitenland. Onderstaande tabel bevat een selectie van de nationale prijzen voor publieke omroepproducties. Een selectie van internationale prijzen is te vinden in bijlage 2.

Audio

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Nipkow	<ul style="list-style-type: none"> Muziek Centrum van de Omroepen 		Ere Zilveren Reissmicrofoon
Marconi Award	<ul style="list-style-type: none"> Sander Hoogendoorn (BNN) 		Marconi Award voor Aanstormend Talent
Radioring	<ul style="list-style-type: none"> Gerard Ekdorf (AVRO) Annemieke Schollaardt (TROS) Ekstra Weekend (NTR) 		Zilveren RadioSter Man Zilveren RadioSter Vrouw Gouden Radioring
De Tegel	<ul style="list-style-type: none"> Kindermishandeling tussen gerucht en feit (VPRO) Opkomst en ondergang van het Nationaal Historisch Museum (HUMAN, VPRO, VARA) 	Nieuws Achtergrond	Tegel Tegel

Video

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Nipkow	<ul style="list-style-type: none"> De Wereld Draait Door (VARA) Ali B Op Volle Toeren (TROS) 		Zilveren Nipkow Eervolle vermelding
Televizier ring	<ul style="list-style-type: none"> Taarten van Abel (VPRO) 	Non fictie	De Gouden Stuiver
Cinekid	<ul style="list-style-type: none"> Patatje Oorlog (NCRV) Penny's Shadow (TROS) Ik heb een droom (VPRO) 		Juryprijs Publieksprijs Juryprijs
Cinekid Kinderkast	<ul style="list-style-type: none"> Ik ben echt niet bang (VPRO) Checkpoint (EO) 	Non-fictie Non-fictie	Juryprijs Publieksprijs



Algemeen

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Vervolg Video

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Gouden Apenstaart	<ul style="list-style-type: none"> Het Klokhuis (NTR) 	Educatie	Beste kinderwebsite
Gouden Film	<ul style="list-style-type: none"> Het Geheim (AVRO) Mijn opa de bankrover (VPRO) Dolfje Weerwolfje (AVRO) 		
Beeld en Geluid Awards	<ul style="list-style-type: none"> A'dam – E.V.A. (NTR/VARA/VPRO) Joop Keesmaat (VARA) Catherine ten Bruggencate (VARA) Janine, het uur van de Wolf (NTR) Sien van Sellingen (KRO) Toestemming om te vuren (VPRO) 	Fictie Fictie Fictie Cultuur Jeugd Informatie	Fictie Beste acteur Beste actrice Cultuur Jeugd Informatie
De Tegel	<ul style="list-style-type: none"> De brief van Klink (NOS) Metropolis (NTR, VPRO) 	TV Nieuws Online	Tegel Tegel
Pfizer Persprijs	<ul style="list-style-type: none"> Zembla: Opnieuw Antibiotica Alarm (VARA) 		Pfizer Persprijs

1.1.3 Festivals en activiteiten

Uitmarkt

De Uitmarkt is de start van het culturele seizoen in Nederland en tevens de start van het nieuwe culturele seizoen bij de Nederlandse Publieke Omroep. De AVRO, NTR, VPRO en de NPO hebben daarom besloten om gezamenlijk met de Uitmarkt te komen tot een brede samenwerking dit evenement in 2011. Op het eigen podium programmeerde de Nederlandse Publieke Omroep een selectie uit zijn aanbod van het nieuwe culturele seizoen. Daarnaast was er een bijeenkomst met de culturele sector in het Concertgebouw. Deze bijeenkomst was een samenwerking tussen de Uitmarkt en de Nederlandse Publieke Omroep en vond plaats voorafgaande aan de opening van de Uitmarkt. Het thema was 'Na de bezuinigingen, hoe nu verder?'

INPUT Nederland

Jaarlijks worden de meest innovatieve en spraakmakende documentaires, formats, fictieprogramma's en sportprogramma's geselecteerd voor INPUT Nederland, een variant van de internationale INPUT. Op maandag 10 oktober vond dit festival, een samenwerking tussen de NPO en de NOS, plaats in het Nederlandse Instituut voor Beeld & Geluid. Deze dag was bedoeld voor alle televisiemakers en een selectie uit opleidingsinstellingen gericht op media om geïnspireerd te raken en kennis te nemen van de internationale ontwikkelingen op mediagebied.

Onder leiding van onder andere de presentatoren Astrid Kersseboom, Hugo Borst en Rik van de Westerlaken, vonden discussies plaats met een selectie van makers uit het buitenland van wie programma's op het festival te zien waren. Ook werd er een workshop 'pitchen' gegeven en konden programmamakers de nieuwe formats die in Cannes de aandacht trokken, bekijken en beoordelen.

Algemeen

Colofon	3
Algemeen	4
1. Algemene terugblik	4
1.1 De mening van het publiek	5
1.1.1 Waardering	5
1.1.2 Prijzen	7
1.1.3 Festivals en activiteiten	8
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

IDFA

Tijdens het Internationale Documentaire Festival Amsterdam (IDFA) heeft de Nederlandse Publieke Omroep, samen met het IDFA en het Mediafonds, een ontmoetingsbijeenkomst georganiseerd in Club Escape op het Rembrandtplein. Het doel van deze bijeenkomst was om, samen met de documentairesector en de beslissers bij de omroepen, te spreken over de toekomst van de documentaires en hoe die er na 2013 gaat uitzien. Ook werd van gedachten gewisseld over hoe men ruimte kan blijven scheppen voor nieuw talent in de toekomst.

Documentaire Pitch

In samenwerking met de EBU organiseert de NPO jaarlijks een internationale pitch voor documentairemakers tijdens het IDFA in Amsterdam. De pitch vond plaats bij het Mediafonds en was bedoeld voor zowel Nederlandse makers als makers uit het buitenland. Zij werden in de gelegenheid gesteld om hun programma-ideeën voor te leggen aan een internationaal gezelschap van beslissers op het gebied van documentaires. Op deze manier konden co-producties ontstaan en internationale thema's en trends worden gesignaleerd.

Cinekid

Voor de derde keer op rij organiseerde de Nederlandse Publieke Omroep tijdens het Cinekid Festival een Z@PPdag. Het belangrijkste uitgangspunt hierbij was om met makers en relaties het gesprek aan te gaan over kindertelevisie. Dit jaar was Carl Rohde, trendwatcher, uitgenodigd om te laten zien hoe het menselijk brein reageert op trends en andere impulsen en welke invloed dit kan hebben op de hersenen van kinderen. Na zijn presentatie ging Carl de discussie aan met het aanwezige publiek. Het gesprek werd in goede banen geleid door Lisa Wade.

In de middag werd er een pitch georganiseerd. Via de websites van de Nederlandse Publieke Omroep en Cinekid en door het aanschrijven van producenten was gevraagd nieuwe programma-ideeën voor kindertelevisie in te zenden. De vijf beste ideeën werden tijdens deze Z@PPdag gepitcht en aan de jury voorgelegd. De jury bestond uit Robert Alberdingk Thijm, Sanne Wallis de Vries en Paul Römer.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

2.1.1 Expressie/kunst

Gevarieerd aanbod aan expressie

Het aanbod aan kunst en expressie was in 2011 wederom breed en gevarieerd. Zowel op radio als op televisie was er voor het publiek veel om van te genieten. Op televisie strekte het aanbod zich bijvoorbeeld uit van kwalitatief hoogstaande fictieseries tot satire (zoals Neonletters (AVRO) en Toren C (VPRO)) en van kunstinformatie tot concertregistraties. De variatie blijkt uit onderstaand overzicht.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																												
2.3.1	Jaarlijks variatie aan 'expressie' (kunstinformatie, waaronder kunstdocumentaires), muziek (waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel), fictie en cabaret/satire.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 00-24 inclusief Z@pp(elin)*</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">percentages</td> <td colspan="4">minuten</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>11,7</td> <td>41,7</td> <td>2,6</td> <td>14,2</td> <td>11.148</td> <td>28.992</td> <td>5.224</td> <td>45.364</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>2,5</td> <td>12,0</td> <td>1,0</td> <td>4,0</td> <td>2.384</td> <td>8.343</td> <td>1.925</td> <td>12.652</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>9,2</td> <td>29,7</td> <td>1,7</td> <td>10,3</td> <td>8.764</td> <td>20.649</td> <td>3.299</td> <td>32.712</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>7,6</td> <td>16,3</td> <td>20,9</td> <td>18,9</td> <td>7.248</td> <td>11.329</td> <td>41.689</td> <td>60.266</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>6,6</td> <td>12,4</td> <td>17,0</td> <td>15,3</td> <td>6.242</td> <td>8.630</td> <td>33.849</td> <td>48.721</td> </tr> <tr> <td>- regio drama</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>0,4</td> <td>2,8</td> <td>3,2</td> <td>2,7</td> <td>374</td> <td>1.969</td> <td>6.343</td> <td>8.686</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> <td>0,4</td> <td>420</td> <td>0</td> <td>940</td> <td>1.360</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>212</td> <td>202</td> <td>0</td> <td>414</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,0</td> <td>0,6</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0</td> <td>385</td> <td>483</td> <td>868</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> <td>143</td> <td>74</td> <td>217</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>14,3</td> <td>29,4</td> <td>57,2</td> <td>46,5</td> <td>13.589</td> <td>20.433</td> <td>113.933</td> <td>147.955</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>2,8</td> <td>0,3</td> <td>0,6</td> <td>1,3</td> <td>2.657</td> <td>180</td> <td>1.194</td> <td>4.031</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>1,6</td> <td>0,3</td> <td>1,0</td> <td>1,2</td> <td>1.488</td> <td>229</td> <td>1.998</td> <td>3.715</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>1,2</td> <td>0,2</td> <td>1,5</td> <td>1,4</td> <td>1.130</td> <td>120</td> <td>3.067</td> <td>4.317</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>60,8</td> <td>11,8</td> <td>16,1</td> <td>16,6</td> <td>57.694</td> <td>8.204</td> <td>32.124</td> <td>52.731</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>7,3</u></td> <td><u>2,9</u></td> <td><u>15,9</u></td> <td><u>12,8</u></td> <td><u>6.918</u></td> <td><u>2.006</u></td> <td><u>31.728</u></td> <td><u>40.652</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>2,2</td> <td>2,3</td> <td>3,7</td> <td>3,4</td> <td>2.050</td> <td>1.613</td> <td>7.288</td> <td>10.951</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>5,1</td> <td>0,6</td> <td>12,3</td> <td>9,3</td> <td>4.868</td> <td>393</td> <td>24.440</td> <td>29.701</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>1,2</u></td> <td><u>7,8</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>2,1</u></td> <td><u>1.113</u></td> <td><u>5.425</u></td> <td><u>102</u></td> <td><u>6.640</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>1,2</td> <td>7,1</td> <td>0,1</td> <td>1,9</td> <td>1.109</td> <td>4.924</td> <td>102</td> <td>6.135</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,7</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>4</td> <td>501</td> <td>0</td> <td>505</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>52,3</u></td> <td><u>1,1</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>1,7</u></td> <td><u>49.663</u></td> <td><u>773</u></td> <td><u>294</u></td> <td><u>5.439</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>52,3</td> <td>1,1</td> <td>0,1</td> <td>1,7</td> <td>49.663</td> <td>773</td> <td>291</td> <td>5.436</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>TOTAAL</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>94.954</td> <td>69.487</td> <td>199.229</td> <td>318.379</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				minuten				Kunstinformatie	11,7	41,7	2,6	14,2	11.148	28.992	5.224	45.364	- documentaires	2,5	12,0	1,0	4,0	2.384	8.343	1.925	12.652	- overig	9,2	29,7	1,7	10,3	8.764	20.649	3.299	32.712	Nederlandse fictie	7,6	16,3	20,9	18,9	7.248	11.329	41.689	60.266	- tv-serie	6,6	12,4	17,0	15,3	6.242	8.630	33.849	48.721	- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	- speelfilm	0,4	2,8	3,2	2,7	374	1.969	6.343	8.686	- telefilm	0,4	0,0	0,5	0,4	420	0	940	1.360	- toneelregistratie	0,2	0,3	0,0	0,1	212	202	0	414	- kort drama	0,0	0,6	0,2	0,3	0	385	483	868	- overig	0,0	0,2	0,0	0,1	0	143	74	217	Buitenlandse fictie	14,3	29,4	57,2	46,5	13.589	20.433	113.933	147.955	Artistiek spel	2,8	0,3	0,6	1,3	2.657	180	1.194	4.031	Cabaret/kleinkunst	1,6	0,3	1,0	1,2	1.488	229	1.998	3.715	Satire	1,2	0,2	1,5	1,4	1.130	120	3.067	4.317	Muziek	60,8	11,8	16,1	16,6	57.694	8.204	32.124	52.731	<u>Populaire muziek</u>	<u>7,3</u>	<u>2,9</u>	<u>15,9</u>	<u>12,8</u>	<u>6.918</u>	<u>2.006</u>	<u>31.728</u>	<u>40.652</u>	- live registratie	2,2	2,3	3,7	3,4	2.050	1.613	7.288	10.951	- overig	5,1	0,6	12,3	9,3	4.868	393	24.440	29.701	<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,2</u>	<u>7,8</u>	<u>0,1</u>	<u>2,1</u>	<u>1.113</u>	<u>5.425</u>	<u>102</u>	<u>6.640</u>	- live registratie	1,2	7,1	0,1	1,9	1.109	4.924	102	6.135	- overig	0,0	0,7	0,0	0,2	4	501	0	505	<u>Overige muziek</u>	<u>52,3</u>	<u>1,1</u>	<u>0,1</u>	<u>1,7</u>	<u>49.663</u>	<u>773</u>	<u>294</u>	<u>5.439</u>	- live registratie	52,3	1,1	0,1	1,7	49.663	773	291	5.436	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	3	3	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	94.954	69.487	199.229	318.379
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																																						
	percentages				minuten																																																																																																																																																																																																																																																									
Kunstinformatie	11,7	41,7	2,6	14,2	11.148	28.992	5.224	45.364																																																																																																																																																																																																																																																						
- documentaires	2,5	12,0	1,0	4,0	2.384	8.343	1.925	12.652																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	9,2	29,7	1,7	10,3	8.764	20.649	3.299	32.712																																																																																																																																																																																																																																																						
Nederlandse fictie	7,6	16,3	20,9	18,9	7.248	11.329	41.689	60.266																																																																																																																																																																																																																																																						
- tv-serie	6,6	12,4	17,0	15,3	6.242	8.630	33.849	48.721																																																																																																																																																																																																																																																						
- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																						
- speelfilm	0,4	2,8	3,2	2,7	374	1.969	6.343	8.686																																																																																																																																																																																																																																																						
- telefilm	0,4	0,0	0,5	0,4	420	0	940	1.360																																																																																																																																																																																																																																																						
- toneelregistratie	0,2	0,3	0,0	0,1	212	202	0	414																																																																																																																																																																																																																																																						
- kort drama	0,0	0,6	0,2	0,3	0	385	483	868																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,2	0,0	0,1	0	143	74	217																																																																																																																																																																																																																																																						
Buitenlandse fictie	14,3	29,4	57,2	46,5	13.589	20.433	113.933	147.955																																																																																																																																																																																																																																																						
Artistiek spel	2,8	0,3	0,6	1,3	2.657	180	1.194	4.031																																																																																																																																																																																																																																																						
Cabaret/kleinkunst	1,6	0,3	1,0	1,2	1.488	229	1.998	3.715																																																																																																																																																																																																																																																						
Satire	1,2	0,2	1,5	1,4	1.130	120	3.067	4.317																																																																																																																																																																																																																																																						
Muziek	60,8	11,8	16,1	16,6	57.694	8.204	32.124	52.731																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Populaire muziek</u>	<u>7,3</u>	<u>2,9</u>	<u>15,9</u>	<u>12,8</u>	<u>6.918</u>	<u>2.006</u>	<u>31.728</u>	<u>40.652</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	2,2	2,3	3,7	3,4	2.050	1.613	7.288	10.951																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	5,1	0,6	12,3	9,3	4.868	393	24.440	29.701																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,2</u>	<u>7,8</u>	<u>0,1</u>	<u>2,1</u>	<u>1.113</u>	<u>5.425</u>	<u>102</u>	<u>6.640</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	1,2	7,1	0,1	1,9	1.109	4.924	102	6.135																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,7	0,0	0,2	4	501	0	505																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Overige muziek</u>	<u>52,3</u>	<u>1,1</u>	<u>0,1</u>	<u>1,7</u>	<u>49.663</u>	<u>773</u>	<u>294</u>	<u>5.439</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	52,3	1,1	0,1	1,7	49.663	773	291	5.436																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	3	3																																																																																																																																																																																																																																																						
TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	94.954	69.487	199.229	318.379																																																																																																																																																																																																																																																						

* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																												
2.3.1	Jaarlijks variatie aan 'expressie' (kunstinformatie, waaronder kunstdocumentaires), muziek (waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel), fictie en cabaret/satire.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 16-24 inclusief Z@pp(elin)*</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">percentages</td> <td colspan="4">minuten</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>10,1</td> <td>40,0</td> <td>5,8</td> <td>17,4</td> <td>2.295</td> <td>15.147</td> <td>3.467</td> <td>20.909</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>0,2</td> <td>14,6</td> <td>2,6</td> <td>5,9</td> <td>46</td> <td>5.514</td> <td>1.526</td> <td>7.086</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>9,9</td> <td>25,4</td> <td>3,2</td> <td>11,5</td> <td>2.249</td> <td>9.633</td> <td>1.941</td> <td>13.823</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>24,7</td> <td>18,4</td> <td>35,6</td> <td>28,1</td> <td>5.596</td> <td>6.979</td> <td>21.268</td> <td>33.843</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>22,6</td> <td>16,2</td> <td>29,4</td> <td>24,0</td> <td>5.139</td> <td>6.128</td> <td>17.553</td> <td>28.820</td> </tr> <tr> <td>- regio drama</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>1,6</td> <td>1,5</td> <td>5,2</td> <td>3,4</td> <td>374</td> <td>584</td> <td>3.084</td> <td>4.042</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>0,9</td> <td>0,5</td> <td>83</td> <td>0</td> <td>509</td> <td>592</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,0</td> <td>0,3</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> <td>104</td> <td>0</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,0</td> <td>0,4</td> <td>0,2</td> <td>0,2</td> <td>0</td> <td>163</td> <td>122</td> <td>285</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>34,6</td> <td>34,3</td> <td>42,8</td> <td>38,6</td> <td>7.860</td> <td>12.995</td> <td>25.560</td> <td>46.415</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>8,2</td> <td>0,0</td> <td>1,3</td> <td>2,2</td> <td>1.870</td> <td>0</td> <td>759</td> <td>2.629</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>5,8</td> <td>0,2</td> <td>3,0</td> <td>2,7</td> <td>1.321</td> <td>85</td> <td>1.794</td> <td>3.200</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>3,3</td> <td>0,1</td> <td>4,7</td> <td>3,0</td> <td>749</td> <td>44</td> <td>2.789</td> <td>3.582</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>13,2</td> <td>6,9</td> <td>6,9</td> <td>8,1</td> <td>3.002</td> <td>2.604</td> <td>4.116</td> <td>9.722</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>10,7</u></td> <td><u>3,4</u></td> <td><u>6,7</u></td> <td><u>6,4</u></td> <td><u>2.422</u></td> <td><u>1.302</u></td> <td><u>3.990</u></td> <td><u>7.714</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>5,3</td> <td>3,1</td> <td>4,7</td> <td>4,3</td> <td>1.198</td> <td>1.167</td> <td>2.782</td> <td>5.147</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>5,4</td> <td>0,4</td> <td>2,0</td> <td>2,1</td> <td>1.224</td> <td>135</td> <td>1.208</td> <td>2.567</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>2,6</u></td> <td><u>2,9</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>1,4</u></td> <td><u>580</u></td> <td><u>1.082</u></td> <td><u>51</u></td> <td><u>1.713</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>2,6</td> <td>2,5</td> <td>0,1</td> <td>1,3</td> <td>580</td> <td>942</td> <td>51</td> <td>1.573</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> <td>140</td> <td>0</td> <td>140</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>0,0</u></td> <td><u>0,6</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>0,2</u></td> <td><u>0</u></td> <td><u>220</u></td> <td><u>75</u></td> <td><u>295</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>0,0</td> <td>0,6</td> <td>0,1</td> <td>0,2</td> <td>0</td> <td>220</td> <td>75</td> <td>295</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAAL</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>22.693</td> <td>37.854</td> <td>59.753</td> <td>120.300</td> </tr> </tbody> </table> <p>* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).</p>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				minuten				Kunstinformatie	10,1	40,0	5,8	17,4	2.295	15.147	3.467	20.909	- documentaires	0,2	14,6	2,6	5,9	46	5.514	1.526	7.086	- overig	9,9	25,4	3,2	11,5	2.249	9.633	1.941	13.823	Nederlandse fictie	24,7	18,4	35,6	28,1	5.596	6.979	21.268	33.843	- tv-serie	22,6	16,2	29,4	24,0	5.139	6.128	17.553	28.820	- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	- speelfilm	1,6	1,5	5,2	3,4	374	584	3.084	4.042	- telefilm	0,4	0,0	0,9	0,5	83	0	509	592	- toneelregistratie	0,0	0,3	0,0	0,1	0	104	0	104	- kort drama	0,0	0,4	0,2	0,2	0	163	122	285	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	Buitenlandse fictie	34,6	34,3	42,8	38,6	7.860	12.995	25.560	46.415	Artistiek spel	8,2	0,0	1,3	2,2	1.870	0	759	2.629	Cabaret/kleinkunst	5,8	0,2	3,0	2,7	1.321	85	1.794	3.200	Satire	3,3	0,1	4,7	3,0	749	44	2.789	3.582	Muziek	13,2	6,9	6,9	8,1	3.002	2.604	4.116	9.722	<u>Populaire muziek</u>	<u>10,7</u>	<u>3,4</u>	<u>6,7</u>	<u>6,4</u>	<u>2.422</u>	<u>1.302</u>	<u>3.990</u>	<u>7.714</u>	- live registratie	5,3	3,1	4,7	4,3	1.198	1.167	2.782	5.147	- overig	5,4	0,4	2,0	2,1	1.224	135	1.208	2.567	<u>Klassieke muziek</u>	<u>2,6</u>	<u>2,9</u>	<u>0,1</u>	<u>1,4</u>	<u>580</u>	<u>1.082</u>	<u>51</u>	<u>1.713</u>	- live registratie	2,6	2,5	0,1	1,3	580	942	51	1.573	- overig	0,0	0,4	0,0	0,1	0	140	0	140	<u>Overige muziek</u>	<u>0,0</u>	<u>0,6</u>	<u>0,1</u>	<u>0,2</u>	<u>0</u>	<u>220</u>	<u>75</u>	<u>295</u>	- live registratie	0,0	0,6	0,1	0,2	0	220	75	295	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	22.693	37.854	59.753	120.300
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																																						
	percentages				minuten																																																																																																																																																																																																																																																									
Kunstinformatie	10,1	40,0	5,8	17,4	2.295	15.147	3.467	20.909																																																																																																																																																																																																																																																						
- documentaires	0,2	14,6	2,6	5,9	46	5.514	1.526	7.086																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	9,9	25,4	3,2	11,5	2.249	9.633	1.941	13.823																																																																																																																																																																																																																																																						
Nederlandse fictie	24,7	18,4	35,6	28,1	5.596	6.979	21.268	33.843																																																																																																																																																																																																																																																						
- tv-serie	22,6	16,2	29,4	24,0	5.139	6.128	17.553	28.820																																																																																																																																																																																																																																																						
- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																						
- speelfilm	1,6	1,5	5,2	3,4	374	584	3.084	4.042																																																																																																																																																																																																																																																						
- telefilm	0,4	0,0	0,9	0,5	83	0	509	592																																																																																																																																																																																																																																																						
- toneelregistratie	0,0	0,3	0,0	0,1	0	104	0	104																																																																																																																																																																																																																																																						
- kort drama	0,0	0,4	0,2	0,2	0	163	122	285																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																						
Buitenlandse fictie	34,6	34,3	42,8	38,6	7.860	12.995	25.560	46.415																																																																																																																																																																																																																																																						
Artistiek spel	8,2	0,0	1,3	2,2	1.870	0	759	2.629																																																																																																																																																																																																																																																						
Cabaret/kleinkunst	5,8	0,2	3,0	2,7	1.321	85	1.794	3.200																																																																																																																																																																																																																																																						
Satire	3,3	0,1	4,7	3,0	749	44	2.789	3.582																																																																																																																																																																																																																																																						
Muziek	13,2	6,9	6,9	8,1	3.002	2.604	4.116	9.722																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Populaire muziek</u>	<u>10,7</u>	<u>3,4</u>	<u>6,7</u>	<u>6,4</u>	<u>2.422</u>	<u>1.302</u>	<u>3.990</u>	<u>7.714</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	5,3	3,1	4,7	4,3	1.198	1.167	2.782	5.147																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	5,4	0,4	2,0	2,1	1.224	135	1.208	2.567																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Klassieke muziek</u>	<u>2,6</u>	<u>2,9</u>	<u>0,1</u>	<u>1,4</u>	<u>580</u>	<u>1.082</u>	<u>51</u>	<u>1.713</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	2,6	2,5	0,1	1,3	580	942	51	1.573																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,4	0,0	0,1	0	140	0	140																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Overige muziek</u>	<u>0,0</u>	<u>0,6</u>	<u>0,1</u>	<u>0,2</u>	<u>0</u>	<u>220</u>	<u>75</u>	<u>295</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	0,0	0,6	0,1	0,2	0	220	75	295																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																						
TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	22.693	37.854	59.753	120.300																																																																																																																																																																																																																																																						

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



Voorbeelden van fictieseries in 2011 waren Rembrandt (EO) en Overspel (VARA) op Nederland 1, Eileen (VPRO) en A'dam & E.V.A. (NTR/VARA/VPRO) op Nederland 2, Van God Los (BNN) en Mixed Up (NCRV) op Nederland 3 en op Z@pp(elin), Hoe overleef ik (AVRO), Het Gordijnpaleis van Ollie Hartmoed (VPRO), SpangaS (NCRV) en Vrijland (KRO).

Voor radio geldt dat de programmering van de zenders voor een belangrijk deel uit muziek – en dus ‘expressie’ – bestaat. De grote variatie in muzieksoorten en programmavormen werd in 2011 gecontinueerd: urban, pop/rock, klassiek en jazz en soul, met veel aandacht voor nieuwe (Nederlandse) muziek en live verslagen van concerten en festivals (zoals North Sea Jazz, Lowlands en Eurosonic/Noorderslag). Net als in eerdere jaren organiseerde de Publieke Omroep ook zelf concerten. Het aantal registraties op Radio 4 nam zelfs toe.

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.3.2	Jaarlijks live verslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	Gerealiseerd: Radio 6 7 3FM 13 FunX 7
	Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	Gerealiseerd: Zes, waarvan drie eigen concerten en drie concerten in samenwerking
	Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	Gerealiseerd: 140



Visie- en strategieontwikkeling

In het Concessiebeleidsplan is de visie en strategie uiteengezet voor het speerpunt expressie en kunst. Hieronder worden voor de benoemde aandachtsgebieden de belangrijkste resultaten in 2011 weergegeven.

Verbeteren herkenbaarheid en vindbaarheid

In 2011 zijn de eerste stappen gezet om te komen tot het onderbrengen van al het **culturele programma-aanbod, zowel audio als video, in een digitaal cultuurplatform**. Sinds het najaar 2011 kan het publiek ook een **actuele uitgaans- en festivalagenda** raadplegen. Het is nog niet gelukt al het culturele programma-aanbod voor het publiek te ontsluiten via één portal. Het komende jaar wil de Nederlandse Publieke Omroep deze cultuurportal verder ontwikkelen, zodat deze ontsluiting tot stand komt.

De omroepen met de meeste cultuurprogramma's (AVRO, NTR en VPRO) is om die reden verzocht een gezamenlijke visie op kunstinformatie te ontwikkelen, met daarin aandacht voor meer onderlinge samenwerking en doorverwijzing. In december 2011 was hun plan gereed. Daarin voorzagen deze omroepen niet in **één gezaghebbend programma op het gebied van agendering rond kunst- en cultuuruitingen**, zoals beoogd in het CBP. In 2012 verzoekt de Raad van Bestuur (RvB) de betreffende omroepen om een meer concrete uitwerking

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



van de ambitie om meer onderlinge samenwerking en doorverwijzing met betrekking tot de culturele portal en programmering te realiseren.

Interne samenwerking versterken

In het CBP is de ambitie vastgelegd om **bij goede samenwerking tussen omroepen, meerjarige afspraken over de kunstprogrammering te maken.** Zoals hierboven omschreven, is dit in 2011 nog niet in volle omvang gerealiseerd. Aan de hand van de uitwerking die de NPO aan de omroepen heeft gevraagd in 2012, wordt bekeken of, en zo ja welke, afspraken alsnog kunnen worden gemaakt.

De keuze van het kabinet Rutte om de omvang van het Muziek Centrum van de Omroep (MCO) drastisch in te perken - in het regeerakkoord was zelf sprake van afschaffing - heeft de **geplande evaluatie van de huidige organisatie van de levende muziekproductie binnen de Nederlandse Publieke Omroep** doorkruist. In juni maakte het kabinet duidelijk dat vanaf 2013 nog

slechts sprake zou kunnen zijn van één volwaardig symfonieorkest en van het Groot Omroepkoor. Op verzoek van de minister van OCW is de NPO vervolgens in het najaar gestart met de vormgeving van de transitie van deze twee ensembles naar de Nederlandse Publieke Omroep.

Externe samenwerking versterken

De kunstensector is, net als de Nederlandse Publieke Omroep, geconfronteerd met vergaande bezuinigingen. Dit veroorzaakte grote onrust en onzekerheid binnen deze sector. Op het niveau van de gehele Publieke Omroep stond het overleg met de kunstensector daarom op een laag pitje. **Concrete samenwerkingsprojecten tussen omroepen en culturele instellingen** gingen gelukkig gewoon door, bijvoorbeeld rondom Festival Classique, het Filmfestival Utrecht en het Nederlands Danstheater. De Nederlandse Publieke Omroep bleef ook in gesprek over mogelijkheden de samenwerking **tussen omroepen en culturele instellingen te stimuleren, te volgen en te evalueren met alle betrokken partijen.** Tijdens de opening van de Uitmarkt in augustus 2011 vond

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

een open discussie plaats tussen de vertegenwoordigers van culturele instellingen en Nederlandse Publieke Omroep over de kansen die de opgelegde bezuinigingen zouden kunnen creëren voor de versterking van de onderlinge samenwerking.

2.1.2 Representatie

De Nederlandse Publieke Omroep wil dat zijn aanbod aan het einde van de concessieperiode een betere afspiegeling is van de Nederlandse samenleving. De Publieke Omroep is immers van en voor iedereen, wil niemand uitsluiten en alle relevante invalshoeken belichten. De inspanningen zijn gericht op het vergroten van de representatie van vrouwen en allochtonen, aangezien deze tot op heden het verst achterblijft. In 2011 zijn, zoals beoogd, **afspraken gemaakt met omroepen over de verbetering van de representatie in een aantal programma's**. Voor de radiozenders zijn deze afspraken niet tot stand gekomen. Om de stand van zaken te meten, is **een aanbodsanalyse verricht op een beperkte selectie van programmatitels**.

Om omroepen die de representatie in hun programma's willen verbeteren, te stimuleren, heeft de NPO in 2010 het Stimuleringsplan Representatie ingericht. Dit werd, zoals gepland, **gecontinueerd in 2011**. Omroepen konden plannen indienen om aanspraak te maken op het hiervoor gereserveerde budget. Het Stimuleringsplan wordt in 2012 niet gecontinueerd. Dit met het oog op de bezuinigingen op de Nederlandse Publieke Omroep en vanwege de gedachte dat inspanningen om de representatie te verbeteren, na deze extra stimulans, onderdeel moeten gaan uitmaken van de reguliere processen binnen de NPO en omroepen.

Een ambitie uit het Concessiebeleidsplan is het vergroten van kennis over de mediavoorkeuren van allochtonen. Daarom is er, zoals beoogd, **een groot bereiksonderzoek uitgevoerd onder de grootste groepen niet-westerse allochtonen**. Daarnaast is een grootschalig leefstijlonderzoek uitgevoerd onder niet-westerse allochtonen. Kennis van de leefstijlverdeling onder deze groepen maakt het mogelijk deze beter te bereiken.

2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit

Algemeen

De Nederlandse Publieke Omroep wil een hoogwaardig journalistiek programmapakket verzorgen. Door onafhankelijk en betrouwbaar nieuws aan te bieden, meningen uit alle geledingen van de samenleving weer te geven en een impactvolle bijdrage te leveren aan het maatschappelijke debat. Om de invulling van deze ambities extra kracht bij te zetten, hebben we ons voor de huidige concessieperiode voorgenomen een extra impuls te geven aan de kwaliteit, pluriformiteit en het bereik van de nieuwsuitzendingen en opiniërende programma's.

Kwaliteit

Ook in 2011 heeft de Nederlandse Publieke Omroep de realisatie van deze ambities op zich genomen. Programma's als het Journaal (NOS), Een Vandaag (AVRO/TROS) en Nieuwsuur (NOS/NTR) besteedden in 2011, zoals afgesproken, meer aandacht aan de financieel-economische berichtgeving, de berichtgeving uit het buitenland en de berichtgeving over Europa. Zo informeerde de Nederlandse Publieke Omroep miljoenen Nederlanders vorig jaar uitgebreid over onder andere de economische crisis en de ontwikkelingen in het Midden-Oosten.

Er werd in 2011 ook diepgravende onafhankelijke onderzoeksjournalistiek bedreven door programma's als Zembla (VARA), Argos (VPRO) en Reporter (KRO). Zembla won de Pfizer Persprijs met een uitzending over mediahypes rondom infectieziekten, Argos ontrafelde onder andere de onterechte aanhouding van twaalf Somalische 'terroristen' in Rotterdam en Reporter legde onder meer de pensioenfraude bloot.

Pluriformiteit

Maar er was ook aandacht voor de ontwikkelingen in eigen land en de voeding van het maatschappelijk debat erover. In programma's als Vandaag de Dag (WNL), Stand.nl (NCRV), De Vijfde Dag (EO), PREMtime (NTR) en Debat op 2 (KRO/NCRV) werd de stand van het land via zowel radio als televisie gepolst

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



en besproken. Zoals afgesproken, **profileerden deze programma's zich meer en onderscheidden ze zich van de ongeprofileerde programma's.**

Ze maakten daarbij eigenzinnige journalistieke keuzes, boden verschillende invalshoeken aan en hielden zich aan het commitment van de Nederlandse Publieke Omroep de samenleving meer te betrekken en beter weer te geven. Dat lukte helaas niet met alle geprofileerde programma's; zo hebben we in 2011 afscheid moeten nemen van het programma Uitgesproken (EO/VARA/WNL).

Een doel voor 2011 was **de ontwikkeling van een monitor waarmee kan worden vastgesteld in welke mate de ambities op het gebied van onderscheidende pluriformiteit zijn gerealiseerd.**

Dit is ook in 2011 gevolgd en aangestuurd via de Nieuws en Opinie Monitor. Daarbij is voor het eerst samengewerkt met de onafhankelijke Nederlandse Nieuwsmonitor, het wetenschappelijk instituut voor de journalistiek dat wetenschappelijke inhoudsanalyses van mediaberichtgeving uitvoert. Dit stelde de Nederlandse Publieke Omroep in staat gebruik te maken van de uitgebreide kennis die dit instituut in de afgelopen jaren heeft opgebouwd. Door deze samenwerking hebben we in 2011 in de Nieuws en Opinie Monitor meer titels, grondiger en over een langere periode kunnen analyseren. De resultaten zijn meegenomen in het continu gesprek dat de NPO en de omroepen met elkaar voeren over verdere verbetering van de kwaliteit, pluriformiteit en het bereik van het journalistieke programmapakket.

In 2011 is verder gewerkt aan **meer inhoudelijke afstemming en minder doublures op Radio 1**, om ruimte te creëren voor nog meer nieuwsurgentie. Bijvoorbeeld door meer overleg tussen eindredacteuren. Grootscheepse wijzigingen die afstemming en het verminderen van doublures kunnen



vergemakkelijken zijn echter niet doorgevoerd. Daarnaast is er gewerkt aan het **uitbouwen van het profiel van Radio 1 als gezaghebbende zender met een brede informatieve opdracht, die het nieuws brengt op de momenten dat het zich voordoet.** Bijvoorbeeld door het al eerder genoemde overleg tussen eindredacteuren en het creëren van (extra) ruimte voor actueel nieuws binnen bestaande programma's.

Bereik

Via programma's als PowNews (PowNed) en NOS op 3 en de op maat gesneden nieuwsvoorziening op 3FM en FunX, hield de Nederlandse Publieke Omroep ook jongeren goed geïnformeerd. Hiermee werd er gewerkt aan de ambitie het **nieuws- en opinieaanbod op Nederland 3 en**

3FM te optimaliseren, binnen de grenzen van de net- en zenderprofielen.

Dit gebeurde, in overeenstemming met het mediagedrag van de doelgroep, op crossmediale wijze. De ambitie van **FunX meer debat op radio en internet te brengen** werd gerealiseerd met het programma CritiX en de uitbouw hiervan op de internetportal. Door het geheel van deze acties sloten **omroepen in hun onderwerpkeuze in hun nieuws- en opinieaanbod (nog) beter aan op de leefwereld van jongeren.** Ook in 2011 bleef het streven onveranderd, om voor alle publieksgroepen - ongeacht leeftijd en achtergrond - een belangrijke bron voor nieuws en opinie te zijn. In het najaar van 2011 bereikte de Nederlandse Publieke Omroep ruim 2 miljoen jongeren tussen de 13 en 34 jaar met zijn aanbod van nieuws- en opinieprogramma's. Het bereik in deze groep is nagenoeg gelijk gebleven ten opzicht van 2010, ondanks het feit dat er wekelijks 11% minder nieuws- en opinie programma's worden uitgezonden.

Er is in 2011 geld gereserveerd en toegekend aan de ontwikkeling van een gezamenlijke portal voor al het publieke nieuws- en opinieaanbod. Deze portal

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

wordt op dit moment gebouwd en moet zorgen voor meer binding met, en een duidelijkere impact, vindbaarheid en herkenbaarheid van, onze journalistieke programma's.

2.2 Verbeteren bereik

2.2.1 Vergroten bereik jongeren

Het bereik van jongeren is in de huidige concessieperiode een speerpunt voor de Nederlandse Publieke Omroep. We willen ons imago aantrekkelijker maken voor jongeren en het bereik en de impact onder jongeren verder verbeteren. Dit door waar nodig en mogelijk meer content voor jongeren aan te bieden, meer samen te werken met andere jongerenmerken en meer samenhang in het pakket en de marketing van onze jongerenmerken te brengen. We willen allochtone jongeren hierbij inclusief benaderen.

3FM en FunX droegen ook in 2011 ruimschoots bij aan deze doelstellingen. 3FM was in zijn doelgroep zelfs de best beluisterde zender – ondanks de ontvangstproblemen vanwege de schade aan zendmasten. De kunst is nu, op natuurlijke wijze en zonder het teveel te forceren, de luisteraars van 3FM en FunX te verleiden ook kennis te maken met de rest van het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep. In 2011 is hier onder andere aan gewerkt door **crosspromotie, vensterprogramma's en samenvattingen van elders uitgezonden evenementen**. Voorbeelden zijn Serious Request, 3 On Stage en de crossovers tussen 3FM, 101TV en internet, waarbij het radioprogramma GIEL! (VARA) op alle drie de platforms te volgen is. Op dit punt is echter zeker nog verbetering mogelijk.

De Prestatieovereenkomst bevat een afspraak over het vergroten van het bereik van onze radiozenders onder jongere doelgroepen, ten opzichte van de nulmeting over 2009. Deze betreft een wat bredere groep: inclusief het jongere deel van de Radio 2-doelgroep (35-44 jarigen). Deze doelstelling is in 2011 in alle drie de leeftijdsgroepen ruim gerealiseerd. Het zeer goede jaar dat 3FM achter de rug heeft, had hier een groot aandeel in.

Nr.	Afspraak	Realisatie		
			2009	2011
3.2.2	De Nederlandse Publieke Omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radio-programmakanalen onder jongere doelgroepen.	Gerealiseerd:		
		15-24 jaar	32,4%	35,4%
		25-34 jaar	42,4%	46,1%
		35-44 jaar	44,7%	47,0%

Het streven het profiel van Nederland 3 aan te scherpen, kreeg in 2011 verder gestalte. Daarbij kwam het accent te liggen op de genres amusement, Nederlandse fictie, expressie en informatieve programma's. Bijvoorbeeld met De Dino Show (NTR), Van God Los (BNN), Ali B op volle toeren (TROS), Uit de Kast (KRO) en NOS op 3. Eén voor één programma's die een (digitaal) moeilijk bereikbare nieuwe generatie jongeren in al hun diversiteit naar de Nederlandse Publieke Omroep wisten te trekken. Het verder aanscherpen van het profiel van Nederland 3 is een grote creatieve uitdaging en kost tijd. Met het oog op de toekomstbestendigheid blijft dit echter een punt van aandacht. Met name door de kijkmotivatie van jongere doelgroepen bepalender te maken voor het schema en de avonden duidelijker in te kleuren. De prestatieafspraken om het bereik van Nederland 3 onder 20-34 jarigen te vergroten, is in 2011, net als in 2010, niet gerealiseerd. Dit punt blijft ook in 2012 aandacht krijgen.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Nr.	Afspraak	Realisatie	
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	Nog niet gerealiseerd: Bereik N3 20-34 2009 56,3 % ²	Bereik N3 20-34 2011 54,1%

² In de rapportage over 2010 is hier per abuis 56,6% als streefgetal gerapporteerd. Het correcte percentage is 56,3%.

2.2.2 Video overall

Ook in 2011 bereikten de publieke televisienetten het overgrote deel van de Nederlanders. Het weekbereik (minstens 15 minuten aaneengesloten gekeken) kwam in 2011 uit op 84,8%. Dit is lager dan in 2010, een verschil dat werd veroorzaakt doordat 2010 een evenementenjaar was, met bijvoorbeeld Olympische Spelen en het WK Voetbal. De prestatieafpraak over het weekbereik is om deze reden geformuleerd over het geheel van de concessieperiode.

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.1.1	De Publieke Omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders	2011: 84,8% N.B.: uiteindelijke meting gemiddeld over de gehele concessieperiode



In onderstaande tabel is het weekbereik van de publieke netten in 2011 weer gegeven. Bij de vergelijking met eerdere jaren moet niet uit het oog worden verloren dat 2010 een jaar was met veel grote sportevenementen die veel kijkers trekken, zoals het WK Voetbal en de Olympische Spelen.

Gemiddeld weekbereik van de televisienetten van de Nederlandse Publieke Omroep:

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
NL 1	69,0	74,9	77,0	75,8	77,3	75,1
NL 2	65,7	50,9	49,5	48,1	49,4	47,7
NL 3	56,4	55,6	57,0	57,6	55,7	54,7
Totaal televisienetten	87,1	85,4	86,4	85,0	86,1	84,8

De doelstelling voor het weekbereik van de drie netten onder 3-12 jarigen voor 2011 was 70%. Met 74,4% is deze gerealiseerd.

De drie publieke netten hebben in 2011 een kijktijdaandeel van 34,3% behaald. De doelstelling van 33,0% is daarmee gehaald. Nederland 1 was met een kijktijdaandeel van 20,8% de meest bekeken zender.

Ook op internet deed het publieke video-aanbod het goed. Het terugkijken van uitzendingen was ook in 2011 weer een belangrijke reden voor mensen om het publieke omroepdomein op internet te bezoeken: ongeveer 40% van de bezoekers kijkt naast alle andere webcontent in ieder geval een on demand

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

of live video stream. Het totaal aantal bekeken video's via de dienst Uitzending Gemist was in 2011 207 miljoen, waarvan 31 miljoen via de mobiele website en iOS/Android applicatie. Dat is een groei van 16% ten opzichte van 2010. De drie meest populaire programma's op Uitzending Gemist waren SpangaS (NCRV), Het Klokhuis (NTR) en Huisje Boompje Beestje (NTR).

2.2.3 Audio overall

De publieke radiozenders wisten in 2011 hun luisteraars nog langer aan zich te binden: het totale luistertijdaandeel steeg van 32,6% in 2010 (wat al het hoogste in 10 jaar was), door naar 32,9%. Met name 3FM heeft hier een belangrijke rol in gespeeld. De stijging van het luistertijdaandeel is opvallend. Een aantal van onze zenders heeft in 2011 te kampen gehad met ontvangstproblemen, na de instorting en beschadiging van de zendmasten in Smilde en in Lopik. Dit geldt met name voor Radio 1 en Radio 4.

Dat het luistertijdaandeel toch zo hoog uitkomt, komt door het zeer hoge luistertijdaandeel van de publieke radiozenders in het eerste halfjaar van 2011: 33,2%. Het tweede halfjaar liet een teruggang zien van 2%. Reden genoeg voor de omroepen en de NPO zich in 2012 extra in te spannen om met een onderscheidend en aantrekkelijk aanbod deze luisteraars terug te winnen.

De stijging van het weekbereik werd in 2011 verder voortgezet: van 47,5% naar 48,2%. Oftewel: gemiddeld luisterden er in 2011 gemiddeld ruim 150.000 mensen meer naar de landelijke publieke radio, dan in 2010. De ambitieuze doelstelling van 50% komt hiermee dichterbij, maar is in 2011 nog niet gerealiseerd. Wel gerealiseerd is de ambitie minimaal één van onze verbindende zenders in de top drie van meest beluisterde radiozenders te hebben: afgelopen jaar gold dit voor zowel Radio 2 als 3FM.

Nr.	Afspraak	Realisatie												
3.1.2	De Publieke Omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	Niet gerealiseerd 48,1%												
3.1.3	De Publieke Omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders	Gerealiseerd <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nr.</th> <th>Zender</th> <th>Lta%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Radio 538</td> <td>11,6%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Radio 2</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>3FM</td> <td>9,9%</td> </tr> </tbody> </table>	Nr.	Zender	Lta%	1	Radio 538	11,6%	2	Radio 2	10,0%	3	3FM	9,9%
Nr.	Zender	Lta%												
1	Radio 538	11,6%												
2	Radio 2	10,0%												
3	3FM	9,9%												

2.2.4 Internet

De strategie van het nieuwe Concessiebeleidsplan gaat niet langer uit van radio, televisie en internet, maar van de platforms Audio en Video. Internet is binnen elk van deze platforms geïntegreerd. Ook in 2011 waren de websites van de Nederlandse Publieke Omroep populair. De Nederlandse Publieke Omroep was in 2011 het derde grootste internetdomein in Nederland, na Sanoma Digitaal en De Telegraaf (die in januari 2011 Hyves overnam). Maandelijks bezochten gemiddeld 8,2 miljoen Nederlanders van 13 jaar en ouder, minimaal één van onze websites. Dit is 59,1% van deze groep, en ongeveer 68% van de surfpopulatie – aangezien niet iedereen in Nederland beschikt over een internetverbinding.

Het bereik van het publieke omroepdomein op internet vertoont een groei, die wel afvlakt - inherent aan de stabilisering in groei van de surfpopulatie. Was de groei in gemiddeld maandbereik in 2008 nog 22%, in 2009 was deze 6% en in de laatste twee jaar 2%.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.3 Vergroten van impact

2.3.1 Publiciteit en agendasetting

De Nederlandse Publieke Omroep streeft naar een grote maatschappelijke impact. Dit kan gemeten worden aan de hand van publiciteit in de media en aan de hand van agendasetting bij politici en andere media.

Publiciteit

In 2011 was er, net als in voorgaande jaren, meer publiciteit voor de programma's van de Nederlandse Publieke Omroep dan voor commerciële programma's. De start en het succes van het RTL 4-programma The Voice of Holland zorgde er echter voor dat de eerste positie voor een commerciële titel is. De volgende programma's kregen in 2011 de meeste publicitaire aandacht:

1. The Voice of Holland (RTL)
2. Holland Doc (VPRO, NTR, IKON, HUMAN, KRO, NCRV, VARA, EO, AVRO en BOS)
3. Boer zoekt Vrouw (KRO)
4. De Wereld Draait Door (VARA)
5. Eurovisie Songfestival (TROS)
6. Andere Tijden/Andere Tijden Sport (NOS)
7. Het Uur van de Wolf (NTR)
8. Dokument (NCRV)
9. Uitgesproken (EO/VARA/WNL)
10. Secret Story (Net5)
11. NOS Journaal (NOS)

Op het gebied van Radio was er veel publiciteit voor evenementen als Top 2000 en Serious Request.

Agendasetting

Bovenstaande gegevens betreffen het gehele aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep en commerciële omroepen. In de Prestatieovereenkomst zijn specifiekere afspraken vastgelegd over agendasetting. Deze zijn in 2011 gerealiseerd. De televisietitels in de domeinen 'nieuws' en 'opinie' hebben door hun agendasetting bijgedragen aan het maatschappelijk debat. Radio 1 is de meest agendasettende zender voor nieuws en opinie.

Nr.	Afspraak	Realisatie						
4.1.1	Het opiniërende en nieuwsaanbod draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	Gerealiseerd: Frequentie agendasetting door nieuws- en opinie-televisietitels van de Publieke Omroep: 637 keer						
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radio-programmakanaal voor nieuws en opinie.	Gerealiseerd <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Radio 1</th> <th>BNR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Frequentie agenda-setting</td> <td>51</td> <td>34</td> </tr> </tbody> </table>		Radio 1	BNR	Frequentie agenda-setting	51	34
	Radio 1	BNR						
Frequentie agenda-setting	51	34						



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

De top 15 van agendasettende programma's – zowel radio, internet als televisie, zowel publiek als commercieel – zag er over 2011 als volgt uit:

	Titel	Frequentie agendasetting
1.	NOS (nieuws overall, Journaal (TV & Radio 1, Online)	299
2.	RTL (nieuws overall, Nieuws, RTL Z, RTL.nl)	160
3.	Pauw & Witteman (VARA)	131
4.	EenVandaag (AVRO/TROS)	102
5.	Nieuwsuur (NOS/NTR)	54
6.	BNR Nieuwsradio	37
7.	Uitgesproken (VARA/EO/WNL)	34
8.	Buitenhof (AVRO/VARA/VPRO)	29
9.	Brandpunt (KRO)	28
10.	Zembla (VARA)	28
11.	Radar (TROS)	23
12.	Pownews (PowNed)	21
13.	Argos (VPRO)	19
14.	Tegenlicht (VPRO)	17
15.	Kamerbreed (TROS)	12

De nieuwscontent van de NOS was het meest agendasettend. Daarna volgt RTL. Het meest agendasettende opinieprogramma was Pauw en Witteman (VARA). De top 15 wordt verder gevuld met veel andere nieuws- en opinieprogramma's van de Nederlandse Publieke Omroep, zoals Nieuwsuur (NOS/NTR), Buitenhof (AVRO/VARA/VPRO), Zembla (VARA) en Brandpunt (KRO). De enige commerciële titel in deze toplijst is het RTL-nieuwsaanbod (tweede plaats) en BNR Nieuwsradio (gehele zender).

De onderwerpen waarover de agenda werd gezet waren zeer divers: de kernramp in Fukushima, de zedenzaak binnen de Rooms-Katholieke Kerk, de schietpartij in Alphen aan de Rijn, Mauro, Buma/Stemra, de brand in Moerdijk, de verkiezingen voor de Provinciale Staten en de missie in Afghanistan waren onderwerpen die regelmatig terugkeerden in nieuws- en actualiteitenprogramma's en die leidden tot follow-up in dagbladen of parlement.

Opvallend is dat de frequentie waarmee publieke of commerciële radio of televisieprogramma's de agenda bepaalden, sterk steeg ten opzichte van 2010. Een verklaring zou kunnen zijn dat er relatief veel nieuwsgebeurtenissen waren in Nederland of waar Nederlanders bij betrokken waren, waardoor de nieuws- en opinierubrieken veel met 'eigen' nieuws konden komen. Veel van deze gebeurtenissen hadden ook diverse keren in het jaar een vervolg.

2.3.2 Focus en herkenbaarheid

Om vindbaar en herkenbaar te blijven in het steeds voller wordende medialandschap, heeft de Nederlandse Publieke Omroep in 2011 focus aangebracht in zijn activiteiten in het digitale domein, en dan met name bij de websites. Dat was ook nodig, aangezien een substantieel deel van de websites te weinig bereik kende en de aandacht van het publiek door het grote aantal websites versnipperde. Aan de hand van een vooraf afgesproken maximum aantal websites (dat rekening houdt met het pluriformiteitsbeginsel) en vooraf opgestelde criteria is het aantal websites met ruim 40% gereduceerd. Afgesproken is deze reductie in het eerste kwartaal van 2012 in de praktijk te brengen. De resterende websites zijn, zoals afgesproken in het Concessiebeleidsplan 2010-2016, in audio- en videopaletten gegoten. De intekenprocedure voor 2012 verliep voor het eerst niet langs de lijnen van radio, televisie en internet, maar langs de lijnen van Audio en Video. Met dit samenstellen van de paletten is onderstaande prestatieafpraak gerealiseerd.

Nr.	Afspraak	Realisatie
1	De Publieke Omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programma-kanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.	Gerealiseerd: In de intekening voor het jaar 2012, afgerond in het najaar van 2011, zijn de samenhangende audio- en videopaletten samengesteld. De intekening vond voor het eerst plaats langs de lijnen van Audio en Video, waarbinnen internetactiviteiten geïntegreerd werden.

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



Er is met het samenstellen van deze paletten meer samenhang in het aanbod aangebracht. Het resultaat is dat de Nederlandse Publieke Omroep minder titels en kanalen aanbiedt in een overzichtelijker pakket. Met een duidelijke focus op goed bezochte en impactvolle websites als uitzendinggemist.nl, de websites van de radiozenders en websites van programma's als TROS Radar en Kassa (VARA), die inmiddels zijn uitgegroeid tot hechte communities met een duidelijke publieke stempel in het digitale domein.

De uitdaging is nu dit compactere pakket beter vindbaar te maken, inhoudelijk te versterken en meer impact te laten maken.

Om het pakket daarnaast ook herkenbaar te maken werd meer samenhang tussen de lineaire en non-lineaire activiteiten aangebracht: gezichtsbepalende of toonaangevende kanalen moeten de etalage gaan vormen voor onder andere de verdieping en interactie op de overige kanalen. Deze focus in het digitale domein is niet alleen nodig om vindbaar en herkenbaar te blijven in een steeds voller medialandschap, maar ook om de inzet van de steeds schaarser wordende middelen zo goed mogelijk te laten renderen.

Een andere ambitie voor 2011 was **het succesvol implementeren van een heldere merkenarchitectuur met een duidelijk corporate merk**. Ondanks het vele werk dat hiervoor is verzet, is deze ambitie in 2011 niet gerealiseerd. Dit is een punt van aandacht in 2012.

2.3.3 Samenwerking

De Nederlandse Publieke Omroep heeft afgelopen jaar op veel terreinen samengewerkt met partners binnen en buiten het omroepbestel.

Internationaal en Radio Nederland Wereldomroep (RNW)

Zo werden er ook in het afgelopen jaar, in het kader van de European Broadcasting Union (EBU), met publieke omroepen uit andere Europese landen intensief programma's uitgewisseld. Er werd op diverse gebieden gecoproduceerd, gezamenlijk programmarechten aangekocht en op technisch, juridisch en lobbyvlak werden er collectief belangen behartigd. In het bijzonder met onze collega's van de Vlaamse publieke omroep VRT waren er geregeld contacten en uitwisselingen. Een speciale rol speelde hierin de gezamenlijke satellietzender BVN, waarbij ook RNW betrokken is.

De samenwerking op veel terreinen met die laatste organisatie kwam in een ander licht te staan door de keuze van het kabinet om de organisatie RNW uiterlijk in 2012 uit de Mediawet te laten verdwijnen en twee van de drie kerntaken ervan te schrappen. Het voornemen om BVN en de verzorging van het Nederlandstalig media-aanbod voor het Caribische gebied bij de landelijke publieke omroep onder te brengen, is tussen beide organisaties meerdere malen besproken.

Regionale en lokale publieke omroep

Ook in 2011 heeft de Nederlandse Publieke Omroep regelmatig **op bestuurlijk niveau overleg gevoerd met OLON en ROOS** als vertegenwoordigers van respectievelijk de lokale en de regionale omroepen. Op de agenda stonden onder andere de onafhankelijkheid van de Publieke Omroep, financiering door lokale en regionale overheden, de etherruimte in een aantal middelgrote

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
2.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	10
2.1.1 Expressie/kunst	10
2.1.2 Representatie	15
2.1.3 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	15
2.2 Verbeteren bereik	17
2.2.1 Vergroten bereik jongeren	17
2.2.2 Video overall	18
2.2.3 Audio overall	19
2.2.4 Internet	19
2.3 Vergroten van impact	20
2.3.1 Publiciteit en agendasetting	20
2.3.2 Focus en herkenbaarheid	21
2.3.3 Samenwerking	22
2.4 Veranderend mediagebruik	23
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

gemeentes, DAB en Regionale Media Centra. Verreweg het belangrijkste onderwerp van gesprek vormden de plannen van het kabinet Rutte ten aanzien van een verdere integratie van landelijke en regionale publieke omroepen. In de kabinetsbrief aan de Tweede Kamer van 17 juni 2011 is aan de NPO en ROOS gevraagd gezamenlijk een model voor integratie tussen de landelijke en de regionale publieke omroep te ontwikkelen. In het najaar is intensief overlegd tussen partijen, met behulp van werkgroepen op diverse deelterreinen (besturing en organisatie, audio, video, journalistieke samenwerking en distributie). De eerste resultaten hiervan zijn begin 2012 met de minister besproken.

Programmatisch zijn diverse vormen van samenwerking en uitwisseling gecontinueerd en versterkt. Als vervolg op de succesvolle Dag van het Gezamenlijke Format is door ROOS en de NPO gezamenlijk de Formatdag 2011 georganiseerd. De uitkomst van de pitch op die eerste dag in 2010, de documentairereeks Dat = andere taal (NTR) over de impact van dialecten, streektaalen en nieuwe talen, zal in 2012 zowel bij de regionale als de landelijke omroep te zien zijn. Op dezelfde manier wordt nu gewerkt aan de ontwikkeling van het winnend programmaconcept van 2011, Restaurant Nederland (EO), dat op zoek gaat naar de lekkerste streekgerechten van de provincie.

Hiermee is de ambitie **met een gezamenlijk programmaconcept te komen**, gerealiseerd.

Ook in het digitale domein wordt de onderlinge samenwerking uitgebouwd. Het streven was het **aanbod van drie regionale omroepen aan te sluiten op Uitzending Gemist**. Door de complexiteit van de materie en een nieuwe versie van Uitzending Gemist, is het in 2011 slechts gelukt één regionale omroep (RTV Utrecht) op deze dienst aan te sluiten. Het streven is dit in de loop 2012 uit te breiden naar alle regionale omroepen.

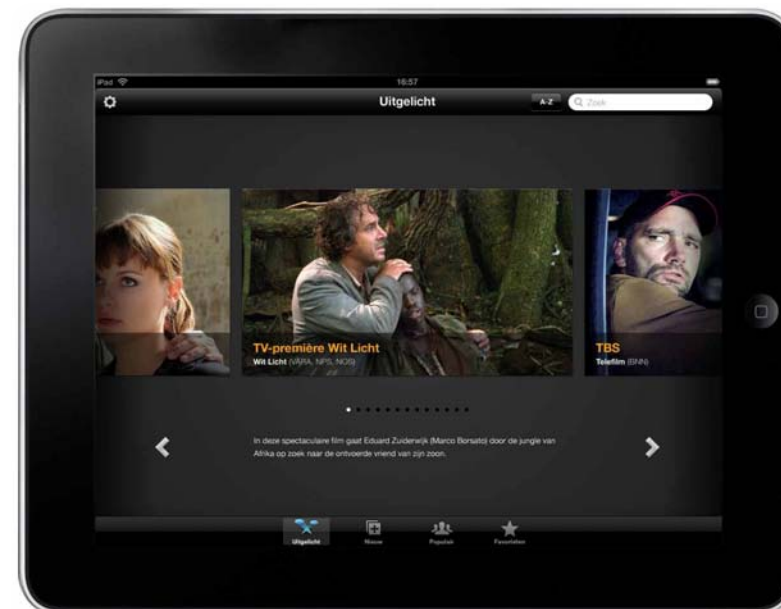
Journalistieke infrastructuur

Mede op basis van de adviezen van de Commissie Brinkman uit 2009 heeft de Nederlandse Publieke Omroep zich ingespannen **de samenwerking met onder andere de krantenuitgevers te versterken**, teneinde de journalistieke kwaliteit en infrastructuur in Nederland te versterken. Naast enige bilaterale

afspraken tussen dagbladen en individuele programma's van de Nederlandse Publieke Omroep is er in dat kader door de NPO en de NOS in 2011 bij wijze van experiment een speciaal on demand 'nieuwsfragmentenkanaal' ontwikkeld, dat begin januari 2012 van start is gegaan. Bestaande videocontent van de NOS kan op die manier -voorlopig voor een periode van één jaar- op andere nieuwswebsites worden geplaatst en afgespeeld. Deze fragmenten zijn niet alleen beschikbaar voor de websites van dagbladen, maar ook voor de grotere actuele dagelijkse nieuwswebsites. De onderlinge concurrentieverhoudingen worden niet verstoord omdat iedereen over hetzelfde materiaal kan beschikken.

2.4 Veranderend mediagebruik

De belangrijkste ambitie voor 2011 op het gebied van een betere aansluiting bij veranderd mediagebruik, betrof het **samenstellen van samenhangende audio- en videopaletten**. De realisatie van deze ambitie is al besproken in de paragraaf over focus en herkenbaarheid (p. 21).



Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

3.1 Algemeen

In 2011 bood de Nederlandse Publieke Omroep weer een brede variatie aan programma's, die door het publiek zeer worden gewaardeerd. Dit jaar is, tijdens het intekenproces voor 2012, een stap gezet in het anders ordenen van al ons aanbod. Dachten we tot op heden voornamelijk in het distributiemedium televisie, het denken én werken verbreedt zich inmiddels naar het denken in het verspreiden van audiovisuele inhoud. Video is de basis, ongeacht op welk platform het zijn weg vindt. De programmering op de netten Nederland 1, 2, 3 en Z@PP en Z@ppelin is daarbij leidend voor de keuzes binnen het digitale domein. Om dit te bevorderen is internet volledig geïntegreerd in de strategie (en het proces) van het videoplatform.

3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Net als in 2010 brachten de publieke televisienetten in 2011 een evenwichtige en onderscheidende mix van de zes aanbodsdomeinen: 'nieuws', 'opinie', 'samenleving', 'expressie', 'kennis' en 'amusement'. Het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep bestond in 2011 over de gehele dag gerekend voor een belangrijk deel uit 'nieuws' (22,4%). Dit aandeel is lager dan in 2010, omdat 2011 geen evenementenjaar was en er dus geen EK- of WK-voetbal en Olympische Spelen waren. De domeinen 'opinie' en 'samenleving' maakten ieder rond de 16% van het totale aanbod uit. Maar liefst 24,2% van het aanbod bestond uit 'expressie', 13,5% uit 'kennis' en 6,8% bestond uit 'amusement'. Het avondtijdvak (16-24 uur) laat een ander beeld zien. Het aandeel 'nieuws' is met 13,1% lager en het aandeel 'samenleving' hoger (20,1%). Ook is in dit tijdvak het aandeel 'amusement' licht hoger - maar nog steeds is dit het kleinste domein.

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																		
2.1.1	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen 'nieuws', 'opinie', 'samenleving', 'expressie', 'kennis' en 'amusement'.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % per net per aanbodsdomein / 2011, per tijdvak, incl. Z@pp(elin)*</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % per net per aanbodsdomein / 2011, per tijdvak, incl. Z@pp(elin)*</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">00-24 uur</td> <td>NL1</td> <td>49,9</td> <td>13,6</td> <td>9,2</td> <td>11,8</td> <td>9,9</td> <td>5,7</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>9,2</td> <td>35,6</td> <td>24,3</td> <td>15,9</td> <td>13,4</td> <td>1,6</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>1,8</td> <td>14,9</td> <td>16,8</td> <td>43,9</td> <td>12,9</td> <td>9,7</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>22,4</td> <td>16,8</td> <td>16,2</td> <td>24,2</td> <td>13,5</td> <td>6,8</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">16-24 uur</td> <td>NL1</td> <td>26,7</td> <td>19,9</td> <td>14,6</td> <td>15,2</td> <td>13,6</td> <td>10,0</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>3,4</td> <td>25,9</td> <td>25,5</td> <td>25,4</td> <td>19,4</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>2,1</td> <td>20,4</td> <td>39,4</td> <td>11,8</td> <td>17,0</td> <td>9,2</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>13,1</td> <td>15,9</td> <td>20,1</td> <td>26,8</td> <td>14,9</td> <td>9,2</td> </tr> </tbody> </table> <p>* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).</p>	Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	00-24 uur	NL1	49,9	13,6	9,2	11,8	9,9	5,7	NL2	9,2	35,6	24,3	15,9	13,4	1,6	NL3	1,8	14,9	16,8	43,9	12,9	9,7	NL1-3	22,4	16,8	16,2	24,2	13,5	6,8	16-24 uur	NL1	26,7	19,9	14,6	15,2	13,6	10,0	NL2	3,4	25,9	25,5	25,4	19,4	0,5	NL3	2,1	20,4	39,4	11,8	17,0	9,2	NL1-3	13,1	15,9	20,1	26,8	14,9	9,2
Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																																													
00-24 uur	NL1	49,9	13,6	9,2	11,8	9,9	5,7																																																													
	NL2	9,2	35,6	24,3	15,9	13,4	1,6																																																													
	NL3	1,8	14,9	16,8	43,9	12,9	9,7																																																													
	NL1-3	22,4	16,8	16,2	24,2	13,5	6,8																																																													
16-24 uur	NL1	26,7	19,9	14,6	15,2	13,6	10,0																																																													
	NL2	3,4	25,9	25,5	25,4	19,4	0,5																																																													
	NL3	2,1	20,4	39,4	11,8	17,0	9,2																																																													
	NL1-3	13,1	15,9	20,1	26,8	14,9	9,2																																																													

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

In de Prestatieovereenkomst is opgenomen dat de optelsom van het aanbod van de publieke televisienetten zich onderscheidt van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieaanbieders. Ook afgelopen jaar is deze gerealiseerd: RTL en SBS boden onder andere meer 'amusement' en minder 'kennis' en 'opinie'. Bij deze vergelijking moet opgemerkt worden dat het aantal meegenomen uren bij de Nederlandse Publieke Omroep veel groter is dan bij RTL en SBS, zoals ook blijkt uit onderstaande grafiek. Dit komt doordat de uren homeshopping op de commerciële netten – die een relatief groot aandeel vormen- niet meegenomen worden aangezien de Publieke Omroep dit niet als programmazendtijd behandelt.

Ook op het niveau van de classificaties binnen de domeinen onderscheidde het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep zich van dat van de commerciële aanbieders (zie ook tabel in de bijlage).



Nr.	Afspraak	Realisatie																																																				
2.1.2	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % per net per zendercombinatie / 2011, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % per net per zendercombinatie / 2011, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">00-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>21,8</td> <td>17,6</td> <td>18,4</td> <td>20,4</td> <td>14,5</td> <td>7,4</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>22,9</td> <td>1,2</td> <td>18,3</td> <td>31,8</td> <td>10,1</td> <td>15,6</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>18,8</td> <td>0,2</td> <td>14,4</td> <td>42,4</td> <td>7,5</td> <td>16,7</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">16-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>12,9</td> <td>17,4</td> <td>21,6</td> <td>20,9</td> <td>16,7</td> <td>10,5</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>11,9</td> <td>0,2</td> <td>21,5</td> <td>41,1</td> <td>6,0</td> <td>19,3</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>5,1</td> <td>0,5</td> <td>17,2</td> <td>47,6</td> <td>9,1</td> <td>20,6</td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	00-24 uur	NL 1-3	21,8	17,6	18,4	20,4	14,5	7,4	RTL	22,9	1,2	18,3	31,8	10,1	15,6	SBS	18,8	0,2	14,4	42,4	7,5	16,7	16-24 uur	NL 1-3	12,9	17,4	21,6	20,9	16,7	10,5	RTL	11,9	0,2	21,5	41,1	6,0	19,3	SBS	5,1	0,5	17,2	47,6	9,1	20,6
Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																															
00-24 uur	NL 1-3	21,8	17,6	18,4	20,4	14,5	7,4																																															
	RTL	22,9	1,2	18,3	31,8	10,1	15,6																																															
	SBS	18,8	0,2	14,4	42,4	7,5	16,7																																															
16-24 uur	NL 1-3	12,9	17,4	21,6	20,9	16,7	10,5																																															
	RTL	11,9	0,2	21,5	41,1	6,0	19,3																																															
	SBS	5,1	0,5	17,2	47,6	9,1	20,6																																															

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																				
2.1.2	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.	Gerealiseerd: Zendtijdverdeling in uren per net per zendercombinatie / 2011, per tijdvak, incl. kinderprogrammering <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in uren per net per zendercombinatie / 2011, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Net</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">00-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>825</td> <td>664</td> <td>697</td> <td>770</td> <td>547</td> <td>280</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>644</td> <td>34</td> <td>514</td> <td>893</td> <td>284</td> <td>439</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>393</td> <td>301</td> <td>886</td> <td>157</td> <td>350</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">16-24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>164</td> <td>222</td> <td>276</td> <td>266</td> <td>213</td> <td>134</td> </tr> <tr> <td>RTL</td> <td>177</td> <td>320</td> <td>611</td> <td>89</td> <td>288</td> <td></td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>176</td> <td>486</td> <td>93</td> <td>210</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	00-24 uur	NL 1-3	825	664	697	770	547	280	RTL	644	34	514	893	284	439	SBS	393	301	886	157	350		16-24 uur	NL 1-3	164	222	276	266	213	134	RTL	177	320	611	89	288		SBS	176	486	93	210		
Tijdvak	Net	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																															
00-24 uur	NL 1-3	825	664	697	770	547	280																																															
	RTL	644	34	514	893	284	439																																															
	SBS	393	301	886	157	350																																																
16-24 uur	NL 1-3	164	222	276	266	213	134																																															
	RTL	177	320	611	89	288																																																
	SBS	176	486	93	210																																																	

De publieke televisienetten zijn belangrijke kanalen voor het oorspronkelijk Nederlandstalig product: van onderzoeksjournalistiek via Nederlandse drama-series tot kunstinformatie. Anders dan bij de commerciële televisiekanalen is het merendeel van de televisieprogramma's van de Nederlandse Publieke Omroep oorspronkelijk Nederlandstalig. Met 83,8% is onderstaande prestatieafspraken ook in 2011 gerealiseerd.

Nr.	Afspraak	Realisatie																				
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	Gerealiseerd: <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Totale zendtijd min.</th> <th>NL/Friestalig min.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NL1</td> <td>422.312</td> <td>404.334</td> <td>95,7</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>437.144</td> <td>399.058</td> <td>91,3</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>453.498</td> <td>296.342</td> <td>65,3</td> </tr> <tr> <td>Totaal</td> <td>1.312.954</td> <td>1.099.734</td> <td>83,8</td> </tr> </tbody> </table>		Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%	NL1	422.312	404.334	95,7	NL2	437.144	399.058	91,3	NL3	453.498	296.342	65,3	Totaal	1.312.954	1.099.734	83,8
	Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%																			
NL1	422.312	404.334	95,7																			
NL2	437.144	399.058	91,3																			
NL3	453.498	296.342	65,3																			
Totaal	1.312.954	1.099.734	83,8																			

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onder-
scheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

Voor de Nederlandse Publieke Omroep is het ontwikkelen en programmeren van nieuwe formats van groot belang. Dit is niet alleen een continu proces (met in 2011 37 nieuwe formats en pilots en 16 nieuw geprogrammeerde formats), maar tijdens TV Lab eind augustus staat Nederland 3 zelfs geheel in het teken van nieuwe programma's. Succesvolle voorbeelden tijdens TV Lab 2011 waren Kamer 9 (TROS, later geprogrammeerd onder de naam Studio 9), RamBam (VARA) en Caribbean Combo (VARA).

Nr.	Afspraak	Realisatie						
2.5	De Nederlandse Publieke Omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit: jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	<p>Gerealiseerd:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: right;">Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieuwe formats/pilots</td> <td style="text-align: right;">37</td> </tr> <tr> <td>Geprogrammeerde nieuwe programmaformats</td> <td style="text-align: right;">16</td> </tr> </tbody> </table>		Aantal	Nieuwe formats/pilots	37	Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	16
	Aantal							
Nieuwe formats/pilots	37							
Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	16							

In 2011 is voor het eerst een experiment gemeld en gestart volgens de nieuwe criteria die gelden voor experimenten met aanbodkanalen. Het betrof het experiment dat wordt uitgevoerd met het NOS Nieuwsfragmentenkanaal (zie ook p. 23). Door een interne reorganisatie binnen de NPO is in 2011 de afdeling internet en innovatie ondergebracht bij de directies audio en video. Dit leidde tot een vertraging van **de ontwikkeling en implementatie van een procedure voor innovatie en experiment.**



Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
3.1 Algemeen	24
3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	24
3.2 Paletten	28
3.2.1 Nederland 1	28
3.2.2 Nederland 2	28
3.2.3 Nederland 3	29
3.2.4 Z@PP en Z@ppelin	30
3.2.5 Nederland 24	33
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

3.2 Paletten

3.2.1 Nederland 1

Algemeen

Telesiekijken begint op Nederland 1. Ook in 2011 vond de kijker op Nederland 1 een ruim aanbod dat varieerde van nieuws en actualiteit, consumentenprogramma's tot kwaliteitsdrama. Programma's waar de Nederlandse kijker zich in herkent. Ook bij rampen en nationale en internationale gebeurtenissen stemt de Nederlandse kijker af op Nederland 1. Het net informeert, ontspant en verbindt mensen. Het publiek heeft ook dit jaar Nederland 1 bovenaan de lijst gezet van belangrijkste zenders.

Vergroten van impact

De impact van individuele titels op Nederland 1 is vergroot door het benutten van mogelijkheden om spin-offs of afgeleide content op andere platforms (themakanalen, on demand, internet) een plek te geven. In het kader van 60 jaar TV en het maken van de Canon van de Nederlandse Televisie, was er intensieve uitwisseling van en doorverwijzing binnen programma's tussen het themakanaal Best 24 en Nederland 1. Verschillende grote titels op Nederland 1, met name actuele programma's, consumenten-informatie en evenementachtige reeksen (bijvoorbeeld Wie is de Mol (AVRO), Boer zoekt Vrouw (KRO)) bouwden op internet voort aan grote en actieve communities en creëerden zo een brede betrokkenheid ook buiten de uitzendtijden van de tv-programma's.



Verbeteren bereik

Nederland 1 behaalde in 2011 met een aandeel van 20,8% ruim de doelstelling van 18% voor de doelgroep 6+. **In de doelgroep 20-49 jaar lukt het Nederland 1 met 13,9% net niet het aandeel van 14% te halen.** Er was sprake van een flinke dip in het najaar. Het lage aandeel werd veroorzaakt door de sterk inzakkende vooravond alsmede door een aantal nieuwe titels die met name in de 20-49 doelgroep niet goed scoorden. Het sterke voorjaar, waar Boer zoekt Vrouw (KRO) nog geprogrammeerd stond, en de sterkere decembermaand, zorgden ervoor dat de doelstelling op 20-49 uiteindelijk vrijwel werd gehaald.

3.2.2 Nederland 2

Algemeen

Nederland 2 zet de kijker aan het denken. De kijker vindt op Nederland 2 programma's die verdiepen en inspireren en de actualiteit belichten vanuit meerdere invalshoeken. Nederland 2 toont het publiek het mooiste van nationale en internationale kunst en cultuur. Voor de kijker zijn literatuur, documentaires, arthouse en kwaliteitsdrama onlosmakelijk verbonden met Nederland 2. De zender is de basis voor levensbeschouwelijke programma's. Nederland 2 werd ook dit jaar door het publiek herkend als het belangrijkste platform voor zingeving en inspiratie en het voornaamste podium voor kunstuitingen en informatie.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het aanbodsdomein 'kennis' speelt een belangrijke rol op Nederland 2. Het net start daarom, samen met de NTR, de ontwikkeling om te komen tot **een scherpere gezamenlijke multimediale visie op kennis in het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep.** Dit komt tot uiting in meerjarige afspraken met VPRO en NTR over volume aan wetenschap en de multimediale aanpak binnen dit genre.

Aansluiten bij veranderend mediagedrag

Veel programma's op Nederland 2 hebben in 2011 vorderingen gemaakt op het gebied van het aansluiten bij veranderend mediagedrag. Zo **itemizen**

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
3.1 Algemeen	24
3.1.1 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	24
3.2 Paletten	28
3.2.1 Nederland 1	28
3.2.2 Nederland 2	28
3.2.3 Nederland 3	29
3.2.4 Z@PP en Z@ppelin	30
3.2.5 Nederland 24	33
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

meer dan 50% van de programmatitels binnen het domein 'opinie' hun onderwerpen. Dit betekent dat ze als korte fragmenten via verschillende aanbodkanalen op aanvraag kunnen worden aangeboden. Deze items zijn in veel gevallen ook vindbaar via Uitzending Gemist, in enkele gevallen zijn deze fragmenten alleen via de eigen website van het programma vindbaar. In 2012 moeten alle fragmenten ook te vinden zijn via Uitzending Gemist.

Verbeteren bereik

Nederland 2 behaalde net het nagestreefde percentage van **7% kijkcijdaandeel** niet: de realisatie over 2011 bedroeg 6,8%.

Een aantal veranderingen, die in het najaar 2010 zijn ingezet (verplaatsing That's the Question (EO) en het opinieprogramma Uitgesproken (EO/VARA/WNL) hebben niet goed uitpakkt. Met het stopzetten van Uitgesproken (EO/VARA/WNL) wijzigde het schema in het najaar van 2011 opnieuw. Kijkers schakelen nu om 20.25 uur in op basis van individuele titels. Kijkpatronen moeten verlegd worden van een dagelijkse verwachting naar verwachting op basis van gekleurde avonden. Dit is in het najaar van 2011 nog niet volledig gelukt, maar de eerste weken van 2012 laten al verbetering zien.

Vergroten impact

In 2011 is een aantoonbare **verbetering van de aansluiting en afstemming met de op het profiel van Nederland 2 aansluitende themakanalen** gerealiseerd. De programmering van de themakanalen zocht in 2011 aansluiting met Nederland 2 in de behandelde thema's. Met het themakanaal Holland Doc 24 werd intensief samengewerkt in het programmeren van de documentaires tijdens het IDFA festival. Redactionele doorverwijzing gebeurde in de levensbeschouwelijke programmering naar Spirit 24 en in de geschiedenis programma's naar Geschiedenis 24. Voor Cultura 24 werden op Nederland 2 ook tussen programma's door promo's uitgezonden om de programmering van dit themakanaal te promoten.

3.2.3 Nederland 3

Algemeen

Jong Nederland vindt op Nederland 3 programma's waar zij zich in herkennen. Programma's die zich afspelen in hun wereld en die hen uitdagen om mee te doen of er een mening over te hebben. Daarbij is ruim aandacht voor nieuwe media en het experiment. Nederland 3 brengt een gevarieerd aanbod uiteenlopend van de dagelijkse actualiteit, muziek, reizen, human interest, talkshows en documentaires. Het publiek herkent duidelijk het verschil tussen Nederland 3 en het aanbod op de commerciële zenders op het gebied van bij uitstek publieke waarden als 'diepgang', 'haakt in op de actualiteit' en 'biedt kunst en cultuur' aan.



Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Niet alleen Nederland 3 **richt zijn intekenproces en organisatie zodanig in dat er een goede aansluiting kan ontstaan op de mogelijkheden van de digitale mediaomgeving**, ook de andere netten integreren internet volledig in hun strategie (en het intekenproces). Nederland 3 verbindt de activiteiten in het digitale domein nadrukkelijk met de programmering op Nederland 3. Veel programma's zoals De Wereld Draait Door (VARA) en PowNews (PowNed)

Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63



bieden op goed bezochte websites verdieping. De doelgroepen van Nederland 3 adopteren als eerste medialandschappelijke veranderingen en mogelijkheden. Grote titels van Nederland 3 zijn om die reden op zoveel mogelijk platforms terug te vinden.

Het internetaanbod van Nederland 3 is grotendeels via de mediadienst Uitzending Gemist op mobiel beschikbaar gesteld. De doelstelling van 30% is daarmee ruimschoots gehaald.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Nederland 3 wil beter aansluiten bij het wat jongere deel van zijn doelgroep. **De omroepen op Nederland 3 kozen in 2011 in de programma's voor onderwerpen en maatschappelijke thema's die dicht bij de belevingswereld van de jongere kijker (20-34) staan.** Dit kwam tot uiting in de nieuwe dramaseries, zoals Mixed Up (NCRV) en Seinpost Den Haag (KRO), maar ook in succesvolle titels zoals College Tour (NTR), Uit de kast (EO) en de documentaireserie Sunny's side of Sex (VPRO).

Nederland 3 wordt herkend op innovatie en kende ook in 2011 veel nieuwe titels. **Bij de innovatie op Nederland 3 was in 2011 rekening gehouden met een goede balans tussen ankerprogrammering en vernieuwing.** Pogingen om naast De Wereld Draait Door (VARA) een tweede horizontale balk met

nieuwe titels (MaDiWoDoVrijdagshow (VARA/BNN) en 24/7 (VARA/BNN)) te ontwikkelen, zijn echter niet gelukt.

Vergroten impact

Met de programmering van popevenementen zoals Lowlands, Pinkpop en Eurosonic Noorderslag **intensiveerde Nederland 3 in 2011 de samenwerking met (het audiopalet) van 3FM.** Met Serious Request is vanuit 3FM een logische verbinding gevonden met Nederland 3 en 101TV. Elke werkdag is de radioshow GIEL! (VARA) te volgen op 101TV. Verdere versterking van de samenwerking staat op de agenda voor 2012.

In 2011 onderzocht Nederland 3 de mogelijkheden voor samenwerking met andere publieke (jongeren)merken. Het Duitse ZDF, Belgische VRT en TV Slovenia introduceerden eind augustus hun eigen versie van het op Nederland 3 geïnitieerde TV Lab. Onder de noemer Eurovison TV Lab wisselden de omroepen onderling ook programma's uit. In Nederland toonde Nederland 3 naast 18 programma's van eigen bodem ook buitenlandse producties.

Door de programma's op Nederland 3 werd in 2011, waar mogelijk, gezocht naar actief contact met (nieuwe) kijkers, waarvoor ook werd samengewerkt met sociale netwerken als YouTube, Hyves en Facebook.

3.2.4 Z@PP en Z@ppelin

Algemeen

Z@PP is de toonaangevende Nederlandse jeugdzender voor kinderen van 6 tot 12 jaar. Met herkenbare televisieprogramma's, online activiteiten en presentatoren waarin kinderen zich herkennen en waarmee ze zich kunnen identificeren. Z@PP biedt elke dag opnieuw actuele thema's en nieuws, waardoor kinderen worden gestimuleerd om de maatschappij beter te begrijpen, uitgedaagd worden zich te ontwikkelen en kunnen ontspannen. Z@ppelin is de publieke kindertzender voor kinderen tot 6 jaar. Jonge kijkertjes kunnen alleen of samen met hun ouders op een veilige en vertrouwde wijze kennis maken met televisie en online activiteiten. Met programma's die het jongste publiek prikkelen tot leren, hun wereld te ontdekken en zich te amuseren.



Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
3.1 Algemeen	24
3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	24
3.2 Paletten	28
3.2.1 Nederland 1	28
3.2.2 Nederland 2	28
3.2.3 Nederland 3	29
3.2.4 Z@PP en Z@ppelin	30
3.2.5 Nederland 24	33
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Het digitale themakanaal Z@pp(elin) 24 werd vanaf de zomer van 2011 **als counterkanaal en experimenteeromgeving** van het open net geprogrammeerd. En op dit kanaal werden nieuwe reeksen van succesvolle series onder de aandacht gebracht, zoals van SpangaS (NCRV) en het Junior Songfestival (AVRO). Daarnaast waren registraties van theatervoorstellingen te zien en bleef er ruimte om te experimenteren.

In 2011 zijn in de mediaomgeving van Z@PP en Z@ppelin **vijf edutainment gameconcepten** ontwikkeld. Zoals Slavernij Junior simulatiespel (NTR), waarbij kinderen spelenderwijs konden uitvinden in wat voor omstandigheden hun kleren in het buitenland soms gemaakt worden. Voor Dierenzoeker (NTR) werd in samenwerking met Naturalis een website en app gemaakt voor het determineren van diersoorten. Het programma Willem Wever (NCRV) ontwikkelde een website met verschillende educatieve games waar nog regelmatig aan wordt gesleuteld. Het Zandkasteel (NTR) maakte een educatieve website voor de allerkleinsten, waar kinderen al spelend kunnen leren. En bij Kinderen voor Kinderen (VARA) is het nu mogelijk op de website een liedje mee te zingen en te dansen in een 3D decor.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

In de Prestatieovereenkomst is vastgelegd dat de jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar tenminste wordt gecontinueerd. In 2011 bedroeg deze zendtijd maar liefst 4675 uur. Dit betekende niet alleen een toename ten opzichte van de vorige concessieperiode, maar ook ten opzichte van 2010.

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	Gerealiseerd: Zendtijd Z@PP/Z@ppelin Vorige concessieperiode 4526 uur 2011 4675 uur

Het aanbod van de publieke kindernetten bood meer variatie dan dat van de commerciële kindernetten. De commerciële netten zonden bijna alleen 'expressie' uit – dit wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door het grote aandeel buitenlandse fictie. Z@PP en Z@ppelin boden daarentegen ook hun eigen nieuwsvoorziening aan, en kenden met 28,6% 'kennis' ook veel educatieve programmering. Het domein 'amusement' was op de publieke kindernetten prominenter aanwezig dan op de commerciële kindernetten. Dit kwam door amusementshows met een publiek karakter, zoals de BZT-show (NCRV), Villa Achterwerk (VPRO) en Z@PPlive (NCRV).



Terugblik platforms: Video

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 24
 - 3.1 Algemeen 24
 - 3.1.1 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 24
 - 3.2 Paletten 28
 - 3.2.1 Nederland 1 28
 - 3.2.2 Nederland 2 28
 - 3.2.3 Nederland 3 29
 - 3.2.4 Z@PP en Z@ppelin 30
 - 3.2.5 Nederland 24 33
- Terugblik platforms: Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2: Internationale prijzen 63

Nr.	Afspraak	Realisatie																																				
2.6.1	Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programma-kanalen voor kindertelevsie.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / 2011, per tijdvak 00-24 uur</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / 2011, per tijdvak 00-24 uur</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Amusement</th> <th>Kennis</th> <th>Expressie</th> <th>Samenleving</th> <th>Nieuws</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NL1</td> <td>50,5</td> <td>28,6</td> <td>5,4</td> <td>2,8</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>2,3</td> <td>12,7</td> <td>85,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>0,8</td> <td>2,3</td> <td>12,7</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>98,4</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>NL1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>97,9</td> <td>2,1</td> <td>0,0</td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Nieuws	NL1	50,5	28,6	5,4	2,8	0,0	NL2	2,3	12,7	85,0	0,0	0,0	NL3	0,8	2,3	12,7	0,0	0,0	NL1-3	0,0	0,0	98,4	0,0	0,0	NL1	0,0	0,0	97,9	2,1	0,0
Tijdvak	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Nieuws																																	
NL1	50,5	28,6	5,4	2,8	0,0																																	
NL2	2,3	12,7	85,0	0,0	0,0																																	
NL3	0,8	2,3	12,7	0,0	0,0																																	
NL1-3	0,0	0,0	98,4	0,0	0,0																																	
NL1	0,0	0,0	97,9	2,1	0,0																																	
	Zie bijlage 1, pag. 64 voor uitsplitsing naar CCC-codes																																					

Om een structurele verbetering van de nieuwsvoorziening te realiseren, startte in het najaar van 2010 een ochtendeditie van het Jeugdjournaal (NOS). Om de uitzendingen van het Jeugdjournaal (NOS) en het Schooltv-weekjournaal (NTR) beter op elkaar af te stemmen zijn de redacties van deze programma's per augustus 2011 samengevoegd en gehuisvest bij de NOS.

In 2010 werd het budget voor Nederlands drama op de jeugdzenders op een gelijk niveau gehouden. Het jaarbudget bedroeg 8,7 miljoen euro. Het gevarieerde aanbod bestond uit succesvolle programma's als SpangaS (NCRV), Het Gordijnpaleis van Ollie Hartmoed (VPRO) en Vrijland (KRO).

Verbeteren bereik

Z@PP verlengde vanaf najaar 2010 zijn zendtijd met een half uur, met als

doel beter in te spelen op het kijkgedrag van de doelgroep. Over het jaar 2011 heeft het extra half uur zendtijd tussen 19:00-19:30 uur gemiddeld 0,5% extra kijktijsaandeel opgeleverd. De groei zit vooral in de groep 9-12 jarigen. Z@ppelin en Z@PP hebben daarmee in 2011 **ononderbroken uitgezonden vanaf de ochtend tot in de avond** (6:30-19:30 uur), waarbij werd **ingespeeld op het kijkpatroon van de doelgroepen**. Een deel van de Schooltv-zendtijd is vanaf het najaar van 2011 verhuisd naar de vroege ochtend, waardoor de hele ochtend Z@ppelin geprogrammeerd kon worden.

Vergroten impact

Z@PP heeft in 2011 meer familiale titels uitgezonden, om het 'samen kijken' te bevorderen. In het voorjaar van 2011 was op de zaterdagavond onder andere een succesvolle reeks Telefilms voor de hele familie op Z@PP te zien en in

Terugblik platforms: Video

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
3.1 Algemeen	24
3.1.1 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	24
3.2 Paletten	28
3.2.1 Nederland 1	28
3.2.2 Nederland 2	28
3.2.3 Nederland 3	29
3.2.4 Z@PP en Z@ppelin	30
3.2.5 Nederland 24	33
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

het najaar werden er naast het Junior Songfestival (AVRO) er diverse drama-producties gericht op samen kijken, zoals Yotta (VPRO) en Het Gordijnpaleis van Ollie Hartmoed (VPRO) geprogrammeerd. Op de zondagavond werden de series De Slavernij Junior (NTR) en Hoe overleef ik (AVRO) uitgezonden.

3.2.5 Nederland 24

In het najaar van 2011 besloot de Nederlandse Publieke Omroep, in het kader van de **ambitie tot beperking van het aantal themakanalen**, de lineaire kanalen Consumenten 24 en Geschiedenis 24 in 2012 te beëindigen. Het media-aanbod rond deze thema's zal in de toekomst worden verspreid via onder andere de kanalen: Nederland 1 en 2, Holland Doc 24, de portal Geschiedenis 24, een aantal programmagerelateerde websites en Uitzending Gemist. De lineaire kanalen Spirit 24 en Sterren 24 zullen in 2012 worden omgevormd naar online on demand portals. Op deze wijze sluiten het mediagebruik en de mediabehoefte van de doelgroepen beter op elkaar aan.

De lineaire themakanalen die werden gecontinueerd zijn per 2012 onderdeel van de videopaletten. Dit maakte deel uit van de operatie waarbij audio- en videopaletten worden samengesteld. De themakanalen Best 24, Journaal 24

en Politiek 24 vallen onder het palet van Nederland 1. Cultura 24 en Holland Doc vormen een onderdeel van het palet van Nederland 2. En 101TV en HumorTV 24 maken deel uit van het palet van Nederland 3. Z@pp(elin) 24 is het counterkanaal binnen het palet van Z@PP en Z@ppelin.

Het aanbod aan nieuwe programma's op de themakanalen werd in 2011 verder **vergroot**, waarbij **de samenwerking van en tussen omroepen op themakanalen werd bevorderd**. Op Journaal 24 startte bijvoorbeeld de NTR-wetenschapsnieuwsrubriek Science Flash en een door de NCRV gemaakte levensbeschouwelijke nieuwsrubriek. Ook in het kader van 60 jaar TV werd veelvuldig door omroepen samengewerkt, met als resultaat een divers palet aan programma's waarbij de historie van de 60 TV centraal stond.

In 2011 **is er geëxperimenteerd met het aantrekkelijker en/of beter vindbaar maken van het aanbod op on demand portals**. Technische belemmeringen zorgden ervoor dat het nog lastig is het programma-aanbod van verschillende omroepen eenvoudig zichtbaar en vooral ook makkelijk vindbaar te maken binnen een portal. Hier zal de komende periode hard aan worden gewerkt.



Terugblik platforms: Audio

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
 - 4.1 Algemeen 34
 - 4.2 Paletten 35
 - 4.2.1 Radio 1 35
 - 4.2.2 Radio 4 36
 - 4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz 38
 - 4.2.4 Radio 5 39
 - 4.2.5 Radio 2 40
 - 4.2.6 3FM 41
 - 4.2.7 FunX 42
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

4.1 Algemeen

2011 was een uitzonderlijk jaar voor de publieke radiozenders. Het was het eerste volledige jaar met de zendtijdverdeling volgens de nieuwe concessieperiode, en het jaar waarin we radiogerelateerd internet integreerden in onze audiostrategie. Een deel van het jaar heeft daarnaast in het teken gestaan van de problemen met de zendmasten in Smilde en Lopik: op 15 juli 2011 stortte de mast in Smilde in na een brand, en liep de mast in Lopik, ook na een brand, grote schade op.

Hierdoor waren veel publieke radiozenders in grote delen van het land niet of niet goed meer te ontvangen en zijn zij voor kortere en langere tijd luisteraars kwijtgeraakt. Met name Radio 1 en Radio 4 hadden hier last van – zeker omdat de herstelwerkzaamheden zich tot in 2012 uitstrekten. De Nederlandse Publieke Omroep stond hierbij langs de kant: de vele bij de distributie betrokken partijen konden geen overeenstemming bereiken, wat voor veel vertraging heeft gezorgd.



Ondanks deze complicatie kunnen de publieke radiozenders en hun bijbehorende internetactiviteiten, gevuld met programma's van omroepen, terugkijken op een succesvol jaar, waarin zij nieuwe muziek ontdekten, concerten registreerden en in het bijzonder nieuwsrijke jaar 2011 het publiek steeds op de hoogte hielden van relevante ontwikkelingen. Net als in afgelopen jaren kenden alle verbindende zenders minimaal één themaweek of andere zenderbrede activiteit. Zoals Serious Request of de Top 2000.

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.1.4	Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de Publieke Omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.	Gerealiseerd: Radio 5 1 Radio 2 1 3FM 1 FunX 1

Vergroten van impact

In 2011 is, zoals gepland, radiogerelateerd internet geïntegreerd in de audiostrategie. Tevens zijn de audiopaletten samengesteld (zie ook p. 21). Om dit te realiseren is, tijdens het intekenproces voor 2012, al het audioaanbod anders geordend. Niet langer wordt er gedacht vanuit 'radio', maar vanuit 'audio'. Of het nu gaat om radiozenders, websites of themakanalen op internet, het vertrekpunt zijn de profielen van de radiozenders. Deze operatie was voor alle betrokken partijen nieuw en heeft veel van ieders inzet gevergd. Met het resultaat wordt het publiek echter een helder audioportfolio op de verschillende platforms aangeboden. Het uitgangspunt 'fewer, bigger, better' zorgt voor een grotere impact van het aanbod.

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Aansluiten bij veranderend mediagedrag

Eén van de uitgangspunten in het Concessiebeleidsplan is het verrijken van audio met visuele elementen, afgestemd op nieuwe vormen van mediaconsumptie. Afgelopen jaar is verder gewerkt aan de evolutie van visual radio naar social radio, onder andere bij 3FM en Radio 6.

Verbeteren bereik

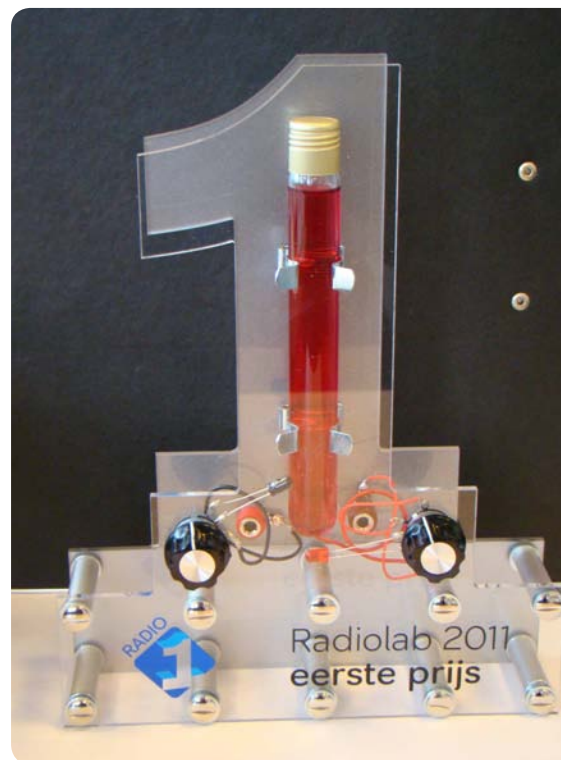
Ondanks de problemen met de zendmasten, stemde het Nederlandse publiek in 2011 in nog grotere getale af op de publieke radiozenders. Het totale luister-tijdaandeel kwam uit op 32,9% - tegen 32,6% in 2010, en het weekbereik steeg naar ruim 6,9 miljoen luisteraars. Hierbij moeten we opmerken dat dit met name wordt veroorzaakt door een bijzonder goede eerste helft van het jaar, met een gemiddeld luistertijdaandeel van 33,2%. De cijfers in de tweede helft, na de schade aan de masten, laten voor een aantal zenders, met name voor Radio 1, een flinke terugloop zien, en komen in deze periode uit op een luistertijdaandeel van 31,2%. Voor 2012 betekent dit een uitdaging om met een mooi, onderscheidend aanbod, luisteraars terug te winnen.

4.2 Paletten Verrijkende paletten

4.2.1 Radio 1

Algemeen

2011 was een jaar met veel grote nieuwsontwikkelingen. In het buitenland onder andere de Arabische Lente, de val van Mubarak, de dood van Osama Bin Laden, het bloedbad in Noorwegen en de herdenking van 11 september. In eigen land bijvoorbeeld de chemiebrand in Moerdijk en de schietpartij in



Alphen aan den Rijn. Steeds deed Radio 1, als nieuwszender van de Nederlandse Publieke Omroep, verslag van de gebeurtenissen en duidde deze. Waar relevant werden extra nieuwsuitzendingen ingelast om de luisteraars te kunnen blijven informeren. En natuurlijk was Radio 1 ook in 2011 aanwezig bij terugkerende evenementen, zoals de marathon van Rotterdam, Koninginnedag en de Tour de France. Radio Tour de France bereikte maar liefst 2,1 miljoen Nederlanders.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Thematische projecten kunnen een waardevolle bijdrage leveren aan het aanbod van Radio 1. Een goed voorbeeld hiervan in 2011 was de platformoverstijgende campagne 'De stemming van Nederland' rondom de provinciale verkiezingen. De Radio 1 Stembus toerde daarvoor door alle provinciën van Nederland. Tessel Blok en Prem Radakishun ondervroegen politici en publiek over

thema's die op de politieke provinciale agenda's stonden. Verder namen de omroepen in 2011 het besluit in de sportzomer van 2012 negen weken lang een gezamenlijk programma, verzorgd door een gezamenlijke redactie, te gaan maken.

De traditie van RadioLab, waarin nieuwe formats een kans kregen, werd in 2011 voortgezet. De RadioLab-prijs ging naar het programma 'Dit is Radio 1: het beste van een week Radio 1.'

Een doelstelling voor Radio 1 was het **uitbouwen van het profiel van gezaghebbende zender met een brede informatieve opdracht, die het nieuws brengt op de momenten dat het zich voordoet**. Zie hiervoor de paragraaf Journalistieke kwaliteit (p. 15).

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



Verbeteren bereik

Na het verlengen van de luistertijd in 2009 en 2010, wilde Radio 1 in 2011 ook zijn bereik vergroten. Het streven was een **groei van het bereik onder het jongere deel van de doelgroep (met name veertigers en vijftigers)**. Door de grote gevolgen die Radio 1 ondervond van de problemen met de zendmasten was 2011 echter een onvergelijkbaar jaar. Het bereik onder veertigers en vijftigers bedroeg afgelopen jaar respectievelijk 17,1 en 21,8%, tegen 17,7 en 22,2% in 2010. Hierbij moet opgemerkt worden dat 2010 een evenementenjaar was, waarin Radio 1 het altijd beter doet, en dat Radio 1 zoals gezegd met veel ontvangstproblemen te kampen had in 2011. Het terugwinnen van luisteraars is een belangrijke doelstelling voor 2012.

De programmering die in september 2010 was ingegaan, leek ook in de eerste helft van 2011 aan te slaan: de beluistering steeg. Aan het begin van de zomer

liep dit iets terug, gevolgd door een verdere daling als gevolg van de zendmastbranden. Dit resulteerde in een luistertijdaandeel over heel 2011 van 7,7% - hetzelfde als in 2010.

Veranderend mediagedrag

Voor 2011 was de ambitie **van minimaal 50% van de opiniërende programma-titels onderwerpen te itemizen, zodat deze als korte fragmenten via verschillende overige kanalen op aanvraag kunnen worden aangeboden**. Deze ambitie is gerealiseerd: vrijwel alle programma's op Radio 1 itemizen onderwerpen. Hiernaast kon het publiek in 2011 voor informatie terecht op de uitgebreide Radio 1-website.

4.2.2 Radio 4

Algemeen

Radio 4 wil midden in de maatschappij staan. Dit bleek in 2011 bijvoorbeeld uit meer aandacht voor

de actualiteit in programma's en uit het grote succes van de actie Klassiek Geef!, waaraan alle omroepen op Radio 4 meewerkten.

Luisteraars zamelden maar liefst 1267 muziekinstrumenten in voor drie projecten die basisschoolkinderen in Nederland een kans geven muziek te maken.

De actie werd afgesloten met een live-uitzending vanuit Museum Speelklok te Utrecht en wist tijdens de twee actieweken 1,3 miljoen Nederlanders van 13 jaar en ouder te bereiken. Er was veel waardering voor de actie: 88% van de luisteraars gaf aan de actie en het doel te waarderen.

Ook vond de meerderheid van de luisteraars dat Radio 4 hiermee middenin de samenleving stond.

Afgelopen jaar gaf Radio 4 nog sterker invulling aan zijn ambitie een spil van het Nederlandse klassieke muziekleven te zijn. Meer concerten, meer

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63



registraties door het gehele land en een uitbreiding van het aantal locatie-uitzendingen zorgden voor een versterkte band met luisteraars, orkesten en de sector. De Radio 4-prijs ging in 2011 naar het Nederlands Blazersensemble. Dit werd gevierd met een concert door het ensemble samen met Jungle by Night en Vasile Nedeia.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De programmering van Radio 4 is in 2011 nog verder fijngeslepen en verrijkt. Bijvoorbeeld met meer registraties in de regio, meer aandacht voor de actualiteit en een uitbreiding van het aantal zenderbrede evenementen, waaronder het Radio 4 Kerstconcert. De balans tussen herkenbare en verrassende muziek werd evenwichtiger, waarmee een belangrijke stap is gezet richting het beoogde samenhangende muziekbeleid.

De concertseries behielden hun belangrijke rol op de zender. Radio 4 zond in 2011 zelfs meer zelfgeproduceerde concerten uit dan in 2010: het totaal aantal kwam op 140.

Een andere ambitie voor 2011 betrof de **introduktie van nieuwe programma's met voor de zender nieuwe vormen**. Deze is gerealiseerd. Het nieuwe late night programma VIRUS, gericht op een jonger publiek, is gestart. Wisselende presentatoren, live optredens met publiek en de uitzending vanuit de Rotterdamse schouwburg maken van dit programma een dynamisch geheel.

Verbeteren bereik

Radio 4 wilde in 2011 verder bouwen op de aanpassingen die in 2010 gedaan zijn in de programmering. Deze waren gericht op het verkrijgen van een logischer opbouw, het dichterbij luisteraars staan en het vergroten van de samenhang in de doelstelling. De zender wist met dit onderscheidende aanbod in 2011 een luistertijdaandeel van 1,9% te realiseren. Dit is iets lager vergeleken bij 2010, waar 2,1% gehaald werd. De lichte teruggang in beluistering hangt naar alle waarschijnlijkheid samen met de verslechterde ontvangst van de zender na de zendmastbranden in de tweede helft van 2011. Net als andere zenders heeft Radio 4 hieronder te lijden gehad.

Veranderend mediagedrag

Na in 2010 veel werk te hebben verzet voor de **ontwikkeling van het Radio 4 Concerthuis**, ging dit 2011 online. Deze website bevat meer dan 100 concerten die voor bezoekers op elk moment te beluisteren zijn – geordend in verschillende 'zalen', bijvoorbeeld de Kamermuziekzaal en de Hedendaagse muziekzaal, en concertseries.

Het Concerthuis vormt hiermee een waardevolle toevoeging op het toch al uitgebreide en gevarieerde aanbod van Radio 4.

De uitrol van de nieuwe Radio 4-website vond al in 2010 plaats. In 2011 is **de mobiele website geïntroduceerd**, net als de iPad-app.



Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz

Algemeen

Radio 6 heeft een mooi jaar achter de rug. De focus in de programma's kwam nog duidelijker te liggen op soul en jazz. Met deze onderscheidende muziekmix en aanwezigheid op festivals wist de zender zich op de kaart te zetten. Net als bij de andere netten en zenders werden vanaf 2011 de internetactiviteiten in het audiopalet geïntegreerd. Door het ontbreken van een FM-frequentie gaat de groei van Radio 6 langzaam. Niettemin lieten de zender en zijn programma's in 2011 een duidelijke stijgende lijn zien.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De muziekmix van Radio 6 werd in 2011, na een muziekwaarderingsonderzoek, verder aangescherpt. Dit versterkt de samenhang in de programmering. Een andere belangrijke actie om de **coherentie en samenhang in de programmering te vergroten**, was het betrekken van de nieuwe studio, waar het gehele Radio 6-team bij elkaar zit. In 2011 is er verder gewerkt aan het **optimaliseren van de presentatie**, om zo het onderscheidende aanbod van de zender nog beter tot zijn recht te laten komen. Ook in 2011 was Radio 6 aanwezig bij de belangrijkste festivals in Nederland op het gebied van soul en jazz, waaronder North Sea Jazz, de Jazzdag Rotterdam, The Hague Jazz en de Jazzdag Rotterdam.

Verbeteren bereik

Het gemiddelde luistertijdaandeel van Radio 6 in de afgelopen jaren bedroeg 0,2%, bij een doelstelling van 0,4%. Daarom was het streven in **2011 programmatische acties te ondernemen die leiden tot een verbetering van het huidige bereik en luistertijdaandeel**. De eerder genoemde aanscherping van de muziekmix en het vergroten van de coherentie hebben hier in 2011 aan bijgedragen. De gemiddelde luistertijd liep op naar 2 uur en 36 minuten, en gemiddeld bereikte Radio 6 per week 159.000 mensen. Dat zijn er 32.000 meer dan in 2010. Het luistertijdaandeel kwam hiermee uit op 0,3%; een stap vooruit op weg naar de doelstelling. De gemiddelde leeftijd van Radio 6-luisteraars daalde, zoals beoogd, en kwam uit op 48 jaar.



Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Vergroten impact

Voor 2011 streefde Radio 6 naar een **vergroting van het aantal themaweken**.

Met de introductie van het Soul & Jazz-alfabet is deze ambitie gerealiseerd.

Voor deze themaweek konden luisteraars hun persoonlijke platenalfabet samenstellen, met voor iedere letter van het alfabet een nummer. In het kader van de themaweek was er ook een uitzending op Nederland 2.

Ook rondom andere activiteiten was er sprake van crosspromotie met Nederland 2 en Nederland 3, om zo de impact van Radio 6 te vergroten. Hier liggen voor 2012 nog veel kansen. Om de impact verder te vergroten zetten de Radio 6-programma's sterk in op social media.

North Sea Jazz is een belangrijk festival voor Radio 6 Soul & Jazz. **De verslaglegging rondom North Sea Jazz is doorontwikkeld tot een crossmediaal concept.** De uitzendingen vanaf het festival, die op zichzelf al een hoogtepunt vormden, werden zo nog verder verrijkt.

De Zwarte Lijst, de themaweek die in 2010 voor veel aandacht voor de zender zorgde, werd in 2011 gecontinueerd en zorgde wederom voor veel enthousiaste reacties. Waren in 2010 nog 1,8 miljoen Nederlanders bekend met de Zwarte Lijst, in 2011 was dit toegenomen naar 2,2 miljoen. Maar liefst 85% van de luisteraars vond de themaweek de moeite waard.



Verbindende paletten

4.2.4 Radio 5

Algemeen

De dagprogrammering van Radio 5 richt zich onder de noemer Radio 5 Nostalgie op 55+-ers. De avond- en weekendprogrammering bestaat uit educatie, levensbeschouwing en religie, en wordt Radio 5 Avond & Weekend genoemd. Radio 5 Nostalgie heeft zich de afgelopen jaren sterk gepositioneerd als een zender waar de wat lager opgeleide oudere doelgroep een mix van lichte muziek uit de jaren '50, '60 en '70 vindt, gecombineerd met achtergronden en service-informatie. Dit werd in 2011 gecontinueerd en nog verder fijngeslepen.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Voor 2011 was de ambitie om het **huidige Radio 5 om te bouwen naar full time Radio 5 Nostalgie**. De levensbeschouwelijke en educatieve programmering van Radio 5 Avond & Weekend zou dan een plek krijgen op het nieuw te starten Radio 7. De NPO heeft eind 2010 besloten dit traject niet voort te zetten. Daarmee is deze ambitie niet gerealiseerd.

Nieuw in 2011 waren de programma's Adres Onbekend (KRO) en Goudmijn (KRO), die per 1 september 2011 een plek kregen op Radio 5 Nostalgie in plaats van op Radio 2. Deze zijn bedoeld om een impuls aan de beluistering te geven.

Verbeteren bereik

In 2010 constateerden we dat de beluistering van Radio 5 Nostalgie onder het jongste deel van zijn doelgroep achterbleef bij de beluistering onder het oudere deel. Daarom was de ambitie voor 2011 het **vergroten van het bereik en luistertijdaandeel onder 55-64 jarigen**. Daarvoor werd de muziekmix aangepast: meer muziek uit de jaren '60 en '70 en minder uit de jaren '50. Ook de hierboven genoemde overheveling van een aantal programma's beoogde dit te realiseren. Ondanks deze inspanningen is het luistertijdaandeel onder 55-64 jarigen in 2011, na een stijging in 2010, weer gedaald naar het niveau van 2009: 5,5%. In de leeftijdsgroep 65+ is het aandeel juist doorgestegen: van 10,6% naar 11,0% in 2011. De zender bereikte afgelopen jaar per

Terugblik platforms: Audio

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
 - 4.1 Algemeen 34
 - 4.2 Paletten 35
 - 4.2.1 Radio 1 35
 - 4.2.2 Radio 4 36
 - 4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz 38
 - 4.2.4 Radio 5 39
 - 4.2.5 Radio 2 40
 - 4.2.6 3FM 41
 - 4.2.7 FunX 42
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

week gemiddeld 163.000 mensen. In de totale doelgroep van 55+ daalde het luistertijdaandeel licht, van 8,5% naar 8,3%. Het is niet aan te geven hoe dit aandeel had uitgedrukt indien er geen problemen met de zendmasten waren geweest. Daarbij zond Radio 1 tijdelijk op de AM-frequentie van Radio 5 uit, en was Radio 5 dus niet te ontvangen via de AM.

Vergroten impact

Radio 5 Nostalgie beoogde in 2011 een **vergroting van de (fysieke) aanwezigheid op evenementen voor ouderen**. In de loop van het jaar is de focus op andere activiteiten komen te liggen, waardoor deze ambitie naar de achtergrond verschoven is.

De themaweken die Radio 5 Nostalgie kent, leverden ook in 2011 een bijdrage aan de impact van de zender. Zo was in september de Jubileumweek voor het vijfjarig bestaan van Radio 5 Nostalgie. Luisteraars en bekende Nederlanders feliciteerden de zender tijdens deze week. Ook haakte Radio 5 Nostalgie sterk aan bij het 60-jarig bestaan van televisie in Nederland en de bijbehorende canon. Daarbij werkte de zender **samen met andere publieke kanalen op televisie en internet**. Dit werd ook gedaan rondom de Radio 5 Nostalgie Oeuvre Award, die werd uitgereikt aan Lee Towers. Deze uitreiking werd gevierd met een speciaal optreden in een uitverkocht Ahoy in samenwerking met het Metropole Orkest. Het concert werd op Nederland 2 door 750.000 mensen bekeken.

Een andere doelstelling voor 2011 was het **onderzoeken van de mogelijkheden tot uitbreiding van de samenwerkingsverbanden met organisaties voor ouderen**. Uiteindelijk heeft Radio 5 Nostalgie andere manieren om de impact van de zender te vergroten, geprioriteerd en deze ambitie dus niet gerealiseerd.

4.2.5 Radio 2

Algemeen

Radio 2 is de publieke zender met een breed bereik onder de Nederlandse bevolking. In 2011 hoorden de luisteraars muziek, nieuws en achtergronden in een onderscheidend full service format. Natuurlijk sloot Radio 2 ook afgelopen

jaar af met de Top 2000. De themawEEK kende deze keer een recordaantal van 8,3 miljoen luisteraars. Uniek waren de opening vanuit de ruimte door astronaut André Kuipers, en het boek *Onder professoren*, waarin hoogleraren het succes van deze themawEEK probeerden te verklaren.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

De **nieuwsvoorziening op Radio 2 is gemoderniseerd**. De NOS verzorgde op Radio 2 toegespitste nieuwsberichten op de zender. In september was er op Radio 2 een nieuwe themawEEK te beluisteren: de Canon van de Nederlandse popmuziek. Het past bij uitstek bij een publieke zender als Radio 2 om samen met luisteraars een dergelijk overzicht van Nederlandse popmuziek te maken. Daarnaast pakte Radio 2, samen met de NCRV, NOS en Spirit 24, uit bij de Alpe D'HuZes, de wielertocht voor het goede doel. Bijna vijf miljoen mensen volgden de uitzendingen, en met het rapportcijfer 8,2 was de waardering bijzonder hoog.



Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Verbeteren bereik

Radio 2 wilde in 2011 **passende programmatische acties invoeren ter realisatie van het beoogde luistertijdaandeel van 14,0% in de doelgroep**. Een voorbeeld hiervan is het focussen van de muziekmix op de jaren '80 en '90 en Nederlandstalige muziek van de laatste jaren. Zo werden met name op de zondag nieuwe programma's ingevoerd. Adres Onbekend (KRO) en Goudmijn (KRO) verhuisden naar Radio 5 Nostalgie. Op hun plek startten Hemelbestormers (KRO) en Haandrikman pakt uit! (KRO). Een aantal andere programma's wisselden van tijdstip. Dit resulteerde, samen met de veranderingen die al in 2010 waren doorgevoerd, in een geheel nieuwe zondagprogrammering. Deze sluit nu beter aan bij de doordeweekse programmering van Radio 2. De bedoeling is zo de jongere Radio 2-luisteraars ook in het weekend aan de zender te binden. Deze acties hebben gezorgd voor een stijging in de beluistering in het jongere deel van de doelgroep. Het luistertijdaandeel onder 35-44 jarigen nam toe van 7,9% naar 8,2%. Radio 2 staat echter nog niet in de top vijf van zenders in deze leeftijdsgroep. Dit was wel een ambitie voor 2011. De doelstelling van 14,0% luistertijdaandeel in de gehele doelgroep bleek achteraf te ambitieus. Het aandeel kwam over heel 2011 uit op 11,9%, een lichte daling. Het luistertijdaandeel onder de gehele bevolking steeg wel licht, van 10,0% naar 10,1%. Het duurt bij radio over het algemeen relatief lang voordat het resultaat van programmatische veranderingen zichtbaar wordt. Daarnaast had Radio 2 in 2011, net als de andere zenders, te kampen met de effecten van de beschadigde zendmasten. Toch is duidelijk dat het beter bereiken van de doelgroep van Radio 2, en dan met name het jongere deel, een aandachtspunt is voor 2012.

Aansluiten bij veranderend mediagedrag

Een manier waarop Radio 2 wil inspelen op de nieuwe technologische mogelijkheden en het veranderende mediagedrag van luisteraars, is door de inzet van visual radio. In 2011 is gewerkt aan de **uitbouw van visual radio passend bij de wensen van de Radio 2-doelgroep**. Ook is de mogelijkheid gerealiseerd om uitgezonden video op te nemen en te knippen en te publiceren op de Radio 2 website en zijn de beelden ook mobiel te zien (applicaties en mobiele

website) en via Facebook te bereiken. Ook vond **innovatie van themaweken door inzet van visual radio** plaats, bijvoorbeeld bij de Top 2000.

4.2.6 3FM

Algemeen

Afgelopen jaar was voor 3FM een bijzonder geslaagd jaar. De zender slaagde erin zijn muziekmix nog onderscheidender te maken en nog meer nieuwe muziek te agenderen – en tegelijkertijd veel meer luisteraars aan zich te binden. Het luistertijdaandeel van 3FM steeg van 9,6% naar 9,9%. In de doelgroep, 15-34 jarigen, kwam het luistertijdaandeel zelfs op 20,8% uit, tegenover 20,5% in 2010. De zender was hiermee de meest beluisterde onder de doelgroep. In 2011 bereikte 3FM per week gemiddeld 165.000 meer mensen dan in 2010. Het weekbereik in 2011 kwam hiermee op 2.629.000 mensen.



De succesvolle themaweken werden voortgezet, en de editie van Serious Request in Leiden overtrof alle verwachtingen. Er werd een recordbedrag van 8,6 miljoen euro verzameld voor oorlogsmoeders. Serious Request was het grootste crossmediale evenement van Nederland in 2011.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

In 2011 wist 3FM nog meer nationale en internationale artiesten bekend te

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

maken bij het grote publiek. De zender kon twee belangrijke evenementen toevoegen aan zijn portfolio: de Nijmeegse Vierdaagsefeesten en North Sea Jazz. Op de zender zelf werd gewerkt aan de doorstroom van talentvolle DJ's, bijvoorbeeld Sander Hoogendoorn die op zaterdagavond Sanderdaynight (BNN) presenteert. Zowel het publiek als collega's waardeerden de prestaties van 3FM in 2011, zoals bleek uit de vele awards die de zender in ontvangst mocht nemen. Voorbeelden zijn de Gouden Radioring voor Ekstra Weekend (NTR) en de radiosterren voor Annemieke Schollaardt (TROS) en Gerard Ekdorf (AVRO).

Vergroten impact

Voor 2011 had 3FM tot doel gesteld **het aantal interactieve concepten uit te breiden**. Dit is onder andere gerealiseerd door de Playlist Tool, waarbij luisteraars playlists konden maken. Tijdens de Zeroes en Nineties Request werden zo tienduizenden lijstjes aangemaakt.

Daarnaast is **Serious Request op internet verder ontwikkeld**. De Kom in Actie-website werd gerestyled. Luisteraars konden zo persoonlijke initiatieven voor collectes indienen. De crosspromotie met Nederland 3 is geïntensiveerd. De impact van 3FM op zijn doelgroep was ook in 2011 groot. **Omroepen hebben het aantal maatschappelijk relevante thema's en gebeurtenissen in de programmering uitgebreid**. Bijvoorbeeld door nieuwsgebeurtenissen als de aanslag in Alphen aan den Rijn bespreekbaar te maken.



Veranderend mediagedrag

Voor de jongerenzender 3FM is het essentieel aan te sluiten bij het veranderende mediagedrag van de doelgroep. Afgelopen jaar kende dan ook veel acties op dit gebied. Er werden **nieuwe, verrassende onderdelen en tools voor de website ontwikkeld**. Bijvoorbeeld de hierboven genoemde Playlist Tool. Ook werd op de portal van 3FM een 'etalage' geïmplementeerd waarbij luisteraars informatie over het programma dat op dat moment wordt uitgezonden, kunnen vinden, kunnen kijken en luisteren en direct kunnen reageren. De website van 3FM werd bekroond als mediawebsite van het jaar. 3FM legde afgelopen jaar meer nadruk op social media en streaming media – waaronder ook de inbedding hiervan in evenementen en themaweken.

Ook werd er gewerkt aan de **verdere uitrol van visual radio**. Via de iPad-app werden beeldjingles verder ontwikkeld.

4.2.7 FunX

Algemeen

In 2011 maakte de landelijke editie van FunX onderdeel uit van de audiostrategie van de landelijke publieke omroep en bracht deze zender een breed aanbod van muzieksoorten zoals urban, cross-overs uit alle delen van de wereld en pop. Deze onderscheidende muziekmix is gericht op stadsjongeren tussen 15 en 34 jaar, met een focus op het jongste deel: 15-24 jarigen. Daarmee vormt FunX in de audiostrategie van de Nederlandse Publieke Omroep een belangrijk onderdeel, om de groep jongeren in zijn volledigheid te kunnen bereiken. De andere jongerenzender 3FM doet het namelijk met name goed in het wat oudere deel van de doelgroep en buiten de grote steden. De twee zenders zijn dus complementair aan elkaar.

Er is het afgelopen jaar achter de schermen veel gebeurd rondom FunX. Voor de lokale edities, die onder de verantwoordelijkheid van de lokale omroepen in de vier grote steden vallen, ontstond onduidelijkheid over de financiering vanaf 1 januari 2013. De NPO gaf daarnaast aan de landelijke editie van FunX verder te willen inbedden in de audiostrategie en werkwijze van de landelijke publieke omroep, onder andere om de impact van de zender verder te vergroten. In de tweede helft van 2011 zijn de NPO, de verantwoordelijken voor

Terugblik platforms: Audio

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
4.1 Algemeen	34
4.2 Paletten	35
4.2.1 Radio 1	35
4.2.2 Radio 4	36
4.2.3 Radio 6 Soul & Jazz	38
4.2.4 Radio 5	39
4.2.5 Radio 2	40
4.2.6 3FM	41
4.2.7 FunX	42
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

de lokale edities en de werkorganisatie die de programma's op FunX maakt, in overleg getreden over de wijze waarop de landelijke editie van FunX per 1 januari 2013 gemaakt wordt.

Evenwichtig en onderscheidend aanbod

FunX was ook in 2011 aanwezig bij belangrijke festivals en evenementen, zoals Dunya en het Zomercarnaval in Rotterdam. Dit is een goede manier om direct in contact te komen met de doelgroep – essentieel voor een zender zoals FunX die dicht bij zijn luisteraars staat en letterlijk voor en door de doelgroep wordt gemaakt. In 2011 wilde FunX **de bestaande informatievoorziening optimaliseren**. De op jongeren toegesneden bulletins van de NOS werden gecontinueerd en er kwam meer informatie op de internetportal van FunX en in het nieuwe discussieprogramma CritiX. Net als in eerdere jaren konden luisteraars ervaring opdoen op het gebied van opleiding in werk in het programma Hi5 – waarin zij ook iedere week konden solliciteren op een stageplek. Rondom de eindexamens werkte FunX samen met de NCRV – deze omroep maakt het Eindexamenjournaal waarvan ook edities voor FunX werden gemaakt. Verder besteedde FunX in zijn uitzendingen ook aandacht aan de politiek, bijvoorbeeld rondom de Provinciale Statenverkiezingen. Dit gebeurde door middel van interviews met politici, inschakeling van verslaggevers van de NOS en video's op de website.

Vergroten impact

FunX maakt voor interactie met zijn luisteraars van veel verschillende platforms gebruik. Het afgelopen jaar zijn Twitter en Facebook hierin een grotere rol gaan spelen – in lijn met de adaptatie van deze media door de doelgroep van FunX. Dit bood aanknopingspunten om **vaker artiesten op radio en internet te volgen**. De beoogde **speciale aandacht voor FunX-members op de website** heeft om deze reden minder aandacht gekregen - dit contact verliep in toenemende mate via sociale media. FunX breidde in 2011 de downloadacties rondom de in de doelgroep geliefde artiesten verder uit. De FunX app was eind 2011 in totaal ruim 237.000 keer gedownload.



Distributie

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

5. Distributie

In 2011 is gewerkt aan **hybride vormen van omroepdistributie en is aandacht besteed aan de rol van connected TV's en connected radio's voor verspreiding van publiek media-aanbod**. Zo is door aanpassing van een gedeelte van de huidige website van Uitzending Gemist gewerkt aan een weergave die geschikt is voor het televisiescherm en de afstandsbediening (in plaats van muis en toetsenbord). Dit is gekoppeld aan broadcastsignalen

van DVB-T en satelliet. Doorgifte via kabel is helaas nog niet mogelijk. Dit is nog onderwerp van discussie met kabelbedrijven.

Het vorig jaar geplande experiment met live terugkijken binnen Uitzending Gemist is uitgesteld naar 2012. Er is voor gekozen om het experiment te laten plaatsvinden na vervanging van (een deel van) de streaming infrastructuur. Door de geplande reductie van het aantal themakanalen is ook het **uitbreiden van de distributie van de themakanalen Nederland 24 via (tevens mobiel) internet** uitgesteld naar 2012.



Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Distributie

Het **distribueren van Nederland 1, 2 en 3 via internet** is technisch al langer mogelijk en is in 2011 al voor sommige programma's toegepast. Rechtenissues verhinderden tot nu toe echter de distributie van zenders als geheel. Het **ontwikkelen van modellen voor hoge kwaliteit audio- en videodistributie via internet** is uitgesteld.

Het **onderzoek naar de mogelijkheden van contentsyndicatie ten behoeve van verdere verspreiding van het media-aanbod** heeft geleid tot het eerder genoemde experiment met nieuwsfragmenten van de NOS.

Daarnaast is onderzocht of het **toevoegen van productie-informatie aan de metadata van audio en video ertoe leidt dat de programmegegevens verder worden verrijkt en programma's, met name binnen een on demand context, beter vindbaar worden**. Waar het gaat om het creëren van een digitale box voor alle metadata is deze ambitie gedeeltelijk gerealiseerd. De plannen voor metadata verbeteringen in de keten zijn nog niet gerealiseerd.

Rechten

In 2011 is hard gewerkt aan het realiseren van **één loket voor het regelen van de rechten**. Op 2 december 2011 is het loket van de gebruikers, de Vereniging RODAP, opgericht. De Vereniging RODAP is nog in onderhandeling over de **afspraken met collectieve beheersorganisaties. Een onderdeel hiervan is de toepassing op niet-aangesloten makers**.

Daarnaast heeft de NPO zich in het afgelopen jaar ingespannen om de **positie van de producent te versterken, als degene die de inbreng van verschillende creatieven tot een te exploiteren AV-product maakt**. De NPO heeft zowel bij de wetgever in Den Haag als in Brussel aangedrongen op een wijziging hiervoor in de komende wet inzake auteurscontractenrecht.

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 24
- Terugblik platforms: Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011 46
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 46
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 46
 - 2.1 Aanbodmix 46
 - 2.2 Representatie 51
 - 2.3 Expressie/Kunst 52
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 4 Vergroten impact 62
- Bijlage 2: Internationale prijzen 63

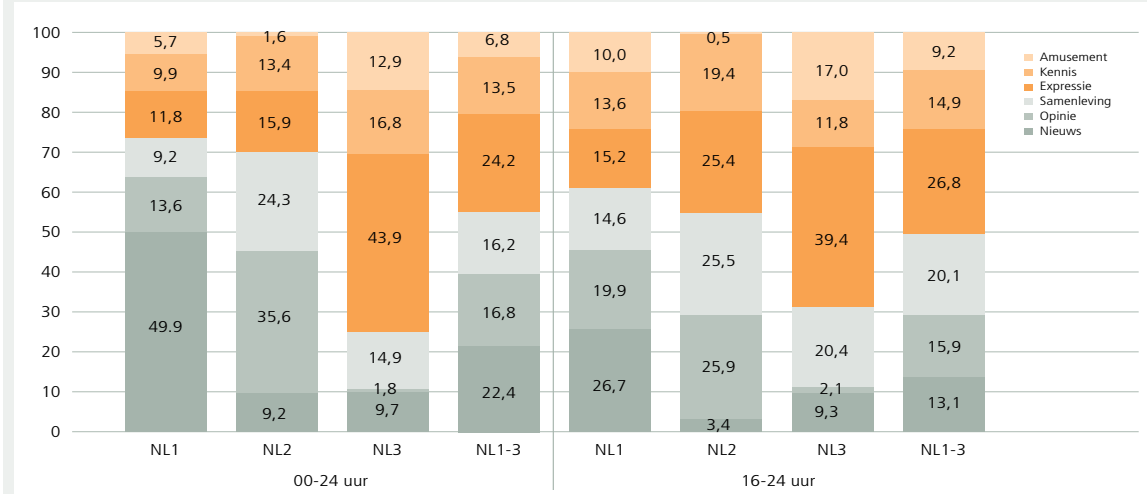
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Nr.	Afspraak	Realisatie
1	De Publieke Omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en video-paletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programma-kanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.	Gerealiseerd: In de intekening voor het jaar 2012, afgerond in het najaar van 2011, zijn de samenhangende audio- en videopaletten samengesteld. De intekening vond voor het eerst plaats langs de lijnen van Audio en Video, waarbinnen internet-activiteiten geïntegreerd werden.

2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod

2.1 Aanbodmix

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.1.1	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen 'nieuws', 'opinie', 'samenleving', 'expressie', 'kennis' en 'amusement'.	Gerealiseerd: In grafiek: zendtijdverdeling in % per net per aanbodsdomein / 2011, per tijdvak, incl. Z@pp(elin)*



* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).

vervolg tabel op pagina 47

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.1.1		Gerealiseerd: Zendtijdverdeling inclusief Z@pp / Z@ppelin in percentages																																																																								
		0 - 24 uur 16 - 24 uur																																																																								
	Domein:	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>NL1-3</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>NL1-3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nieuws</td> <td>49,9</td> <td>9,2</td> <td>9,7</td> <td>22,4</td> <td>26,7</td> <td>3,4</td> <td>9,3</td> <td>13,1</td> </tr> <tr> <td>opinie</td> <td>13,6</td> <td>35,6</td> <td>1,8</td> <td>16,8</td> <td>19,9</td> <td>25,9</td> <td>2,1</td> <td>15,9</td> </tr> <tr> <td>samenleving</td> <td>9,2</td> <td>24,3</td> <td>14,9</td> <td>16,2</td> <td>14,6</td> <td>25,5</td> <td>20,4</td> <td>20,1</td> </tr> <tr> <td>expressie</td> <td>11,8</td> <td>15,9</td> <td>43,9</td> <td>24,2</td> <td>15,2</td> <td>25,4</td> <td>39,4</td> <td>26,8</td> </tr> <tr> <td>kennis</td> <td>9,9</td> <td>13,4</td> <td>16,8</td> <td>13,5</td> <td>13,6</td> <td>19,4</td> <td>11,8</td> <td>14,9</td> </tr> <tr> <td>amusement</td> <td>5,7</td> <td>1,6</td> <td>12,9</td> <td>6,8</td> <td>10,0</td> <td>0,5</td> <td>17,0</td> <td>9,2</td> </tr> <tr> <td>Totaal</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3	nieuws	49,9	9,2	9,7	22,4	26,7	3,4	9,3	13,1	opinie	13,6	35,6	1,8	16,8	19,9	25,9	2,1	15,9	samenleving	9,2	24,3	14,9	16,2	14,6	25,5	20,4	20,1	expressie	11,8	15,9	43,9	24,2	15,2	25,4	39,4	26,8	kennis	9,9	13,4	16,8	13,5	13,6	19,4	11,8	14,9	amusement	5,7	1,6	12,9	6,8	10,0	0,5	17,0	9,2	Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3																																																																		
nieuws	49,9	9,2	9,7	22,4	26,7	3,4	9,3	13,1																																																																		
opinie	13,6	35,6	1,8	16,8	19,9	25,9	2,1	15,9																																																																		
samenleving	9,2	24,3	14,9	16,2	14,6	25,5	20,4	20,1																																																																		
expressie	11,8	15,9	43,9	24,2	15,2	25,4	39,4	26,8																																																																		
kennis	9,9	13,4	16,8	13,5	13,6	19,4	11,8	14,9																																																																		
amusement	5,7	1,6	12,9	6,8	10,0	0,5	17,0	9,2																																																																		
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0																																																																		

2.1.1		Zendtijdverdeling inclusief Z@pp / Z@ppelin in uren																																																																								
		0 - 24 uur 16 - 24 uur																																																																								
	Domein:	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>NL1-3</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>NL1-3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>nieuws</td> <td>3511</td> <td>668</td> <td>730</td> <td>4909</td> <td>663</td> <td>84</td> <td>235</td> <td>982</td> </tr> <tr> <td>opinie</td> <td>956</td> <td>2593</td> <td>135</td> <td>3684</td> <td>494</td> <td>643</td> <td>52</td> <td>1189</td> </tr> <tr> <td>samenleving</td> <td>647</td> <td>1769</td> <td>1126</td> <td>3542</td> <td>361</td> <td>633</td> <td>515</td> <td>1510</td> </tr> <tr> <td>expressie</td> <td>828</td> <td>1158</td> <td>3320</td> <td>5306</td> <td>378</td> <td>631</td> <td>996</td> <td>2005</td> </tr> <tr> <td>kennis</td> <td>695</td> <td>980</td> <td>1272</td> <td>2947</td> <td>338</td> <td>481</td> <td>298</td> <td>1117</td> </tr> <tr> <td>amusement</td> <td>401</td> <td>119</td> <td>974</td> <td>1494</td> <td>247</td> <td>14</td> <td>428</td> <td>689</td> </tr> <tr> <td>Totaal</td> <td>7039</td> <td>7286</td> <td>7558</td> <td>21883</td> <td>2481</td> <td>2486</td> <td>2525</td> <td>7492</td> </tr> </tbody> </table>		NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3	nieuws	3511	668	730	4909	663	84	235	982	opinie	956	2593	135	3684	494	643	52	1189	samenleving	647	1769	1126	3542	361	633	515	1510	expressie	828	1158	3320	5306	378	631	996	2005	kennis	695	980	1272	2947	338	481	298	1117	amusement	401	119	974	1494	247	14	428	689	Totaal	7039	7286	7558	21883	2481	2486	2525	7492
	NL1	NL2	NL3	NL1-3	NL1	NL2	NL3	NL1-3																																																																		
nieuws	3511	668	730	4909	663	84	235	982																																																																		
opinie	956	2593	135	3684	494	643	52	1189																																																																		
samenleving	647	1769	1126	3542	361	633	515	1510																																																																		
expressie	828	1158	3320	5306	378	631	996	2005																																																																		
kennis	695	980	1272	2947	338	481	298	1117																																																																		
amusement	401	119	974	1494	247	14	428	689																																																																		
Totaal	7039	7286	7558	21883	2481	2486	2525	7492																																																																		

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																				
2.1.2	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>In grafiek: zendtijdverdeling in % per net per zendercombinatie / 2011, per tijdvak, incl. kinderprogrammering</p> <table border="1"> <caption>Data for the stacked bar chart (percentages)</caption> <thead> <tr> <th>Time Period</th> <th>Network</th> <th>Nieuws</th> <th>Opinie</th> <th>Samenleving</th> <th>Expressie</th> <th>Kennis</th> <th>Amusement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">0 - 24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>21,8</td> <td>17,6</td> <td>18,4</td> <td>20,4</td> <td>14,5</td> <td>7,4</td> </tr> <tr> <td>RTL 00-24 uur</td> <td>22,9</td> <td>1,2</td> <td>18,3</td> <td>31,8</td> <td>10,1</td> <td>15,6</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>18,8</td> <td>0,2</td> <td>14,4</td> <td>42,4</td> <td>7,5</td> <td>16,7</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">16 - 24 uur</td> <td>NL 1-3</td> <td>12,9</td> <td>17,4</td> <td>21,6</td> <td>20,9</td> <td>16,7</td> <td>10,5</td> </tr> <tr> <td>RTL 16-24 uur</td> <td>11,9</td> <td>0,2</td> <td>21,5</td> <td>41,1</td> <td>6,0</td> <td>19,3</td> </tr> <tr> <td>SBS</td> <td>5,1</td> <td>17,2</td> <td>9,1</td> <td>47,6</td> <td>9,1</td> <td>20,6</td> </tr> </tbody> </table>	Time Period	Network	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement	0 - 24 uur	NL 1-3	21,8	17,6	18,4	20,4	14,5	7,4	RTL 00-24 uur	22,9	1,2	18,3	31,8	10,1	15,6	SBS	18,8	0,2	14,4	42,4	7,5	16,7	16 - 24 uur	NL 1-3	12,9	17,4	21,6	20,9	16,7	10,5	RTL 16-24 uur	11,9	0,2	21,5	41,1	6,0	19,3	SBS	5,1	17,2	9,1	47,6	9,1	20,6
Time Period	Network	Nieuws	Opinie	Samenleving	Expressie	Kennis	Amusement																																															
0 - 24 uur	NL 1-3	21,8	17,6	18,4	20,4	14,5	7,4																																															
	RTL 00-24 uur	22,9	1,2	18,3	31,8	10,1	15,6																																															
	SBS	18,8	0,2	14,4	42,4	7,5	16,7																																															
16 - 24 uur	NL 1-3	12,9	17,4	21,6	20,9	16,7	10,5																																															
	RTL 16-24 uur	11,9	0,2	21,5	41,1	6,0	19,3																																															
	SBS	5,1	17,2	9,1	47,6	9,1	20,6																																															

vervolg tabel op pagina 48

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.1.2		Zendtijdverdeling per domein incl. Z@pp / Z@ppelin: in percentages						
		00-24 uur			16-24 uur			
		NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS	
	Nieuws	21,8	22,9	18,8	12,9	11,9	5,1	
	Opinie	17,6	1,2	0,2	17,4	0,2	0,5	
	Samenleving	18,4	18,3	14,4	21,6	21,5	17,2	
	Expressie	20,4	31,8	42,4	20,9	41,1	47,6	
	Kennis	14,5	10,1	7,5	16,7	6,0	9,1	
	Amusement	7,4	15,6	16,7	10,5	19,3	20,6	
	Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
2.1.2		Domein naar CCC: in percentages						
		NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS	
	Nieuws	21,8	22,9	18,8	12,9	11,9	5,1	
	- nieuws	16,3	16,8	16,4	6,5	8,4	3,8	
	- act. sportinformatie	3,7	2,3	1,1	4,4	1,0	0,8	
	- sportreportage	1,8	3,9	1,3	1,9	2,5	0,5	
	Opinie	17,6	1,2	0,2	17,4	0,2	0,5	
	- actualiteiten	8,7	0,0	0,0	7,0	0,0	0,0	
	- meningsvorming	8,9	1,2	0,2	10,4	0,2	0,5	
	Samenleving	18,4	18,3	14,4	21,6	21,5	17,2	
	- religie	2,6	0,7	0,6	2,3	0,2	0,0	
	- human interest	7,7	9,9	11,3	10,3	14,1	13,3	
	- human actua	6,8	6,9	2,3	7,0	5,8	3,4	
	- human culture	0,8	0,0	0,1	1,4	0,0	0,1	
	- overig sportinformatie	0,5	0,8	0,2	0,7	1,5	0,4	
	Expressie	20,4	31,8	42,4	20,9	41,1	47,6	
	- kunstinformatie	3,3	0,6	0,1	4,7	0,5	0,0	
	- overige NL fictie	4,0	4,1	1,0	6,3	3,6	0,9	
	- overige buitenlandse fictie	9,0	24,7	40,8	6,5	33,3	46,1	
	- artistiek spel	0,2	1,1	0,0	0,3	1,9	0,0	
	- cabaret/kleinkunst	0,2	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	
	- satire	0,5	0,2	0,1	1,4	0,4	0,2	
	- populaire muziek	2,6	1,1	0,4	1,0	1,4	0,4	
	- klassieke muziek	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	
	- overige muziek	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
	Kennis	14,5	10,1	7,5	16,7	6,0	9,1	
	- educatie	4,5	0,9	0,3	6,5	0,3	0,0	

vervolg tabel op pagina 49

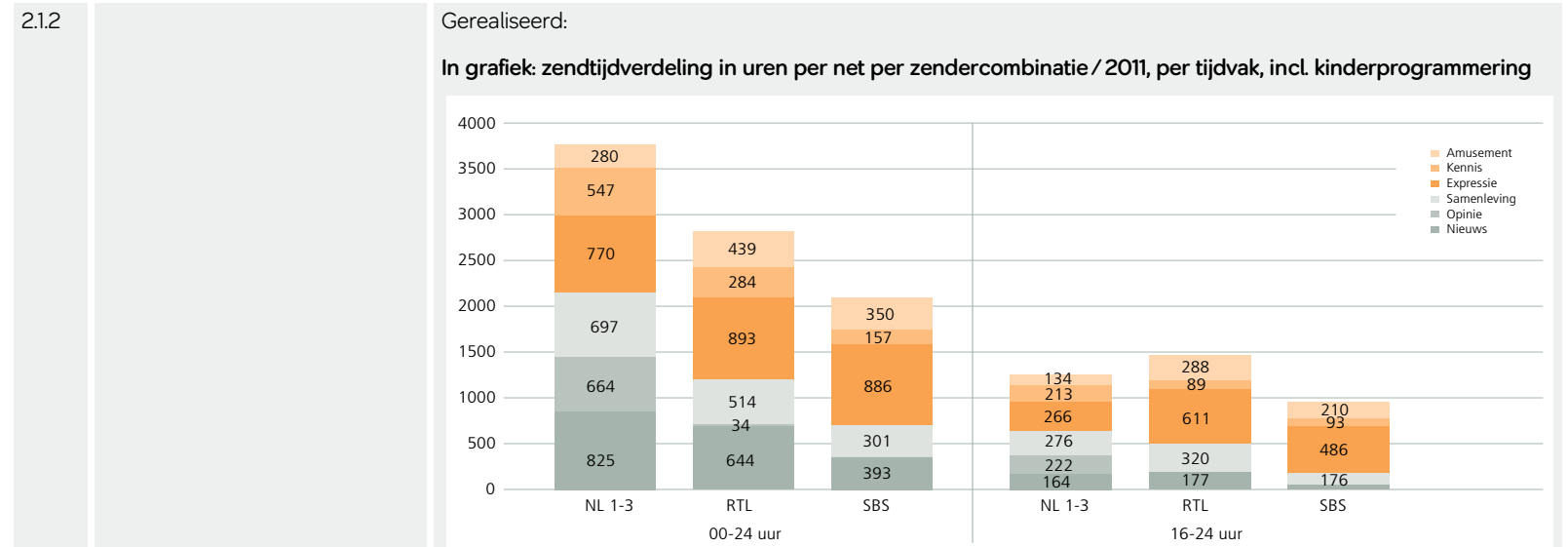
Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46

1	Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2	Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1	Aanbodmix	46
2.2	Representatie	51
2.3	Expressie/Kunst	52
2.4	Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5	Programma-vernieuwing televisie	57
2.6	Kindertelevisie	58
3	Vergroten bereik	61
3.1	Algemeen	61
4	Vergroten impact	62

Bijlage 2: Internationale prijzen	63
--------------------------------------	----

2.1.2	- service	4,4	6,2	6,4	6,0	5,2	8,6
	- factual	0,0	0,2	0,1	0,0	0,2	0,1
	- NL educatieve fictie	2,8	0,8	0,0	1,5	0,0	0,0
	- buitenlandse educatieve fictie	1,2	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0
	- educatieve quiz	1,6	0,1	0,7	2,7	0,3	0,4
	Amusement	7,4	15,6	16,7	10,5	19,3	20,6
	- overig spel en quiz	2,5	10,8	11,7	5,5	12,0	12,7
	- overig amusement	4,9	4,9	5,1	5,1	7,3	7,8
	Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



2.1.2	Zendtijdverdeling per domein incl. Z@pp / Z@ppelin: in uren	00-24 uur			16-24 uur		
		NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS
	Nieuws	825	644	393	164	177	52
	Opinie	664	34	5	222	2	5
	Samenleving	697	514	301	276	320	176
	Expressie	770	893	886	266	611	486
	Kennis	547	284	157	213	89	93
	Amusement	280	439	350	134	288	210
	Totaal	3784	2806	2091	1275	1487	1023

vervolg tabel op pagina 50

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.1.2	Domein naar CCC: in uren	NL1-3	RTL	SBS	NL1-3	RTL	SBS
	Nieuws	825	644	393	164	177	52
	- nieuws	617	471	344	84	125	39
	- act. sportinformatie	140	64	22	57	15	8
	- sportreportage	68	109	27	24	37	5
	Opinie	664	34	5	222	2	5
	- actualiteiten	330	0	0	90	0	0
	- meningsvorming	335	34	5	132	2	5
	Samenleving	697	514	301	276	320	176
	- religie	99	20	12	29	2	0
	- human interest	291	278	235	131	209	136
	- human actua	259	192	49	89	86	34
	- human culture	30	0	1	17	0	1
	- overig sportinformatie	17	23	4	9	23	4
	Expressie	770	893	886	266	611	486
	- kunstinformatie	123	18	2	60	8	0
	- overige NL fictie	150	116	21	81	54	9
	- overige buitenlandse fictie	340	692	853	83	495	471
	- artistiek spel	7	30	0	4	28	0
	- cabaret/kleinkunst	7	0	0	7	0	0
	- satire	19	6	2	17	6	2
	- populaire muziek	100	30	8	13	21	4
	- klassieke muziek	12	0	0	2	0	0
	- overige muziek	12	0	0	0	0	0
	Kennis	547	284	157	213	89	93
	- educatie	172	25	7	83	5	0
	- service	166	175	134	77	77	88
	- factual	0	6	2	0	3	1
	- NL educatieve fictie	104	23	0	19	0	0
	- buitenlandse educatieve fictie	46	50	0	0	0	0
	- educatieve quiz	59	4	14	34	4	4
	Amusement	280	439	350	134	288	210
	- overig spel en quiz	96	302	244	70	178	130
	- overig amusement	184	136	106	65	109	80
	Totaal	3784	2806	2091	1275	1487	1023

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Nr.	Afspraak	Realisatie			
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	Gerealiseerd:			
		Totale zendtijd min.	NL/Friestalig min.	%	
		NL1	422.312	404.334	95,7
		NL2	437.144	399.058	91,3
		NL3	453.498	296.342	65,3
Totaal	1.312.954	1.099.734	83,8		

Nr.	Afspraak	Realisatie		
2.1.4	Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de Publieke Omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.	Gerealiseerd:		
		Radio 5	1	
		Radio 2	1	
		3FM	1	
		FunX	1	

2.2 Representatie

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.2.1	Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.	Rapportage aan het eind van de concessieperiode.

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.2.1	Over vijf jaar heeft de Publieke Omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.	Rapportage aan het eind van de concessieperiode.

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veran- derend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.3 Expressie / Kunst

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																																																																																																																																																																																																												
2.3.1	Jaarlijks variatie aan 'expressie' (kunstinformatie, waaronder kunstdocumentaires), muziek (waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel), fictie en cabaret/satire.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 00-24 inclusief Z@pp(elin) / 2011</p> <p>tijdvak 00-24 uur inclusief Z@pp(elin)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> <th>NL1</th> <th>NL2</th> <th>NL3</th> <th>Totaal</th> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">percentages</td> <td colspan="4">minuten</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kunstinformatie</td> <td>11,7</td> <td>41,7</td> <td>2,6</td> <td>14,2</td> <td>11.148</td> <td>28.992</td> <td>5.224</td> <td>45.364</td> </tr> <tr> <td>- documentaires</td> <td>2,5</td> <td>12,0</td> <td>1,0</td> <td>4,0</td> <td>2.384</td> <td>8.343</td> <td>1.925</td> <td>12.652</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>9,2</td> <td>29,7</td> <td>1,7</td> <td>10,3</td> <td>8.764</td> <td>20.649</td> <td>3.299</td> <td>32.712</td> </tr> <tr> <td>Nederlandse fictie</td> <td>7,6</td> <td>16,3</td> <td>20,9</td> <td>18,9</td> <td>7.248</td> <td>11.329</td> <td>41.689</td> <td>60.266</td> </tr> <tr> <td>- tv-serie</td> <td>6,6</td> <td>12,4</td> <td>17,0</td> <td>15,3</td> <td>6.242</td> <td>8.630</td> <td>33.849</td> <td>48.721</td> </tr> <tr> <td>- regio drama</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>- speelfilm</td> <td>0,4</td> <td>2,8</td> <td>3,2</td> <td>2,7</td> <td>374</td> <td>1.969</td> <td>6.343</td> <td>8.686</td> </tr> <tr> <td>- telefilm</td> <td>0,4</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> <td>0,4</td> <td>420</td> <td>0</td> <td>940</td> <td>1.360</td> </tr> <tr> <td>- toneelregistratie</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>212</td> <td>202</td> <td>0</td> <td>414</td> </tr> <tr> <td>- kort drama</td> <td>0,0</td> <td>0,6</td> <td>0,2</td> <td>0,3</td> <td>0</td> <td>385</td> <td>483</td> <td>868</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>0,0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> <td>143</td> <td>74</td> <td>217</td> </tr> <tr> <td>Buitenlandse fictie</td> <td>14,3</td> <td>29,4</td> <td>57,2</td> <td>46,5</td> <td>13.589</td> <td>20.433</td> <td>113.933</td> <td>147.955</td> </tr> <tr> <td>Artistiek spel</td> <td>2,8</td> <td>0,3</td> <td>0,6</td> <td>1,3</td> <td>2.657</td> <td>180</td> <td>1.194</td> <td>4.031</td> </tr> <tr> <td>Cabaret/kleinkunst</td> <td>1,6</td> <td>0,3</td> <td>1,0</td> <td>1,2</td> <td>1.488</td> <td>229</td> <td>1.998</td> <td>3.715</td> </tr> <tr> <td>Satire</td> <td>1,2</td> <td>0,2</td> <td>1,5</td> <td>1,4</td> <td>1.130</td> <td>120</td> <td>3.067</td> <td>4.317</td> </tr> <tr> <td>Muziek</td> <td>60,8</td> <td>11,8</td> <td>16,1</td> <td>16,6</td> <td>57.694</td> <td>8.204</td> <td>32.124</td> <td>52.731</td> </tr> <tr> <td><u>Populaire muziek</u></td> <td><u>7,3</u></td> <td><u>2,9</u></td> <td><u>15,9</u></td> <td><u>12,8</u></td> <td><u>6.918</u></td> <td><u>2.006</u></td> <td><u>31.728</u></td> <td><u>40.652</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>2,2</td> <td>2,3</td> <td>3,7</td> <td>3,4</td> <td>2.050</td> <td>1.613</td> <td>7.288</td> <td>10.951</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>5,1</td> <td>0,6</td> <td>12,3</td> <td>9,3</td> <td>4.868</td> <td>393</td> <td>24.440</td> <td>29.701</td> </tr> <tr> <td><u>Klassieke muziek</u></td> <td><u>1,2</u></td> <td><u>7,8</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>2,1</u></td> <td><u>1.113</u></td> <td><u>5.425</u></td> <td><u>102</u></td> <td><u>6.640</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>1,2</td> <td>7,1</td> <td>0,1</td> <td>1,9</td> <td>1.109</td> <td>4.924</td> <td>102</td> <td>6.135</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,7</td> <td>0,0</td> <td>0,2</td> <td>4</td> <td>501</td> <td>0</td> <td>505</td> </tr> <tr> <td><u>Overige muziek</u></td> <td><u>52,3</u></td> <td><u>1,1</u></td> <td><u>0,1</u></td> <td><u>1,7</u></td> <td><u>49.663</u></td> <td><u>773</u></td> <td><u>294</u></td> <td><u>5.439</u></td> </tr> <tr> <td>- live registratie</td> <td>52,3</td> <td>1,1</td> <td>0,1</td> <td>1,7</td> <td>49.663</td> <td>773</td> <td>291</td> <td>5.436</td> </tr> <tr> <td>- overig</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>TOTAAL</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>100,0</td> <td>94.954</td> <td>69.487</td> <td>199.229</td> <td>318.379</td> </tr> </tbody> </table> <p>* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).</p>		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal		percentages				minuten				Kunstinformatie	11,7	41,7	2,6	14,2	11.148	28.992	5.224	45.364	- documentaires	2,5	12,0	1,0	4,0	2.384	8.343	1.925	12.652	- overig	9,2	29,7	1,7	10,3	8.764	20.649	3.299	32.712	Nederlandse fictie	7,6	16,3	20,9	18,9	7.248	11.329	41.689	60.266	- tv-serie	6,6	12,4	17,0	15,3	6.242	8.630	33.849	48.721	- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	- speelfilm	0,4	2,8	3,2	2,7	374	1.969	6.343	8.686	- telefilm	0,4	0,0	0,5	0,4	420	0	940	1.360	- toneelregistratie	0,2	0,3	0,0	0,1	212	202	0	414	- kort drama	0,0	0,6	0,2	0,3	0	385	483	868	- overig	0,0	0,2	0,0	0,1	0	143	74	217	Buitenlandse fictie	14,3	29,4	57,2	46,5	13.589	20.433	113.933	147.955	Artistiek spel	2,8	0,3	0,6	1,3	2.657	180	1.194	4.031	Cabaret/kleinkunst	1,6	0,3	1,0	1,2	1.488	229	1.998	3.715	Satire	1,2	0,2	1,5	1,4	1.130	120	3.067	4.317	Muziek	60,8	11,8	16,1	16,6	57.694	8.204	32.124	52.731	<u>Populaire muziek</u>	<u>7,3</u>	<u>2,9</u>	<u>15,9</u>	<u>12,8</u>	<u>6.918</u>	<u>2.006</u>	<u>31.728</u>	<u>40.652</u>	- live registratie	2,2	2,3	3,7	3,4	2.050	1.613	7.288	10.951	- overig	5,1	0,6	12,3	9,3	4.868	393	24.440	29.701	<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,2</u>	<u>7,8</u>	<u>0,1</u>	<u>2,1</u>	<u>1.113</u>	<u>5.425</u>	<u>102</u>	<u>6.640</u>	- live registratie	1,2	7,1	0,1	1,9	1.109	4.924	102	6.135	- overig	0,0	0,7	0,0	0,2	4	501	0	505	<u>Overige muziek</u>	<u>52,3</u>	<u>1,1</u>	<u>0,1</u>	<u>1,7</u>	<u>49.663</u>	<u>773</u>	<u>294</u>	<u>5.439</u>	- live registratie	52,3	1,1	0,1	1,7	49.663	773	291	5.436	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	3	3	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	94.954	69.487	199.229	318.379
	NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal																																																																																																																																																																																																																																																						
	percentages				minuten																																																																																																																																																																																																																																																									
Kunstinformatie	11,7	41,7	2,6	14,2	11.148	28.992	5.224	45.364																																																																																																																																																																																																																																																						
- documentaires	2,5	12,0	1,0	4,0	2.384	8.343	1.925	12.652																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	9,2	29,7	1,7	10,3	8.764	20.649	3.299	32.712																																																																																																																																																																																																																																																						
Nederlandse fictie	7,6	16,3	20,9	18,9	7.248	11.329	41.689	60.266																																																																																																																																																																																																																																																						
- tv-serie	6,6	12,4	17,0	15,3	6.242	8.630	33.849	48.721																																																																																																																																																																																																																																																						
- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																						
- speelfilm	0,4	2,8	3,2	2,7	374	1.969	6.343	8.686																																																																																																																																																																																																																																																						
- telefilm	0,4	0,0	0,5	0,4	420	0	940	1.360																																																																																																																																																																																																																																																						
- toneelregistratie	0,2	0,3	0,0	0,1	212	202	0	414																																																																																																																																																																																																																																																						
- kort drama	0,0	0,6	0,2	0,3	0	385	483	868																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,2	0,0	0,1	0	143	74	217																																																																																																																																																																																																																																																						
Buitenlandse fictie	14,3	29,4	57,2	46,5	13.589	20.433	113.933	147.955																																																																																																																																																																																																																																																						
Artistiek spel	2,8	0,3	0,6	1,3	2.657	180	1.194	4.031																																																																																																																																																																																																																																																						
Cabaret/kleinkunst	1,6	0,3	1,0	1,2	1.488	229	1.998	3.715																																																																																																																																																																																																																																																						
Satire	1,2	0,2	1,5	1,4	1.130	120	3.067	4.317																																																																																																																																																																																																																																																						
Muziek	60,8	11,8	16,1	16,6	57.694	8.204	32.124	52.731																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Populaire muziek</u>	<u>7,3</u>	<u>2,9</u>	<u>15,9</u>	<u>12,8</u>	<u>6.918</u>	<u>2.006</u>	<u>31.728</u>	<u>40.652</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	2,2	2,3	3,7	3,4	2.050	1.613	7.288	10.951																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	5,1	0,6	12,3	9,3	4.868	393	24.440	29.701																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Klassieke muziek</u>	<u>1,2</u>	<u>7,8</u>	<u>0,1</u>	<u>2,1</u>	<u>1.113</u>	<u>5.425</u>	<u>102</u>	<u>6.640</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	1,2	7,1	0,1	1,9	1.109	4.924	102	6.135																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,7	0,0	0,2	4	501	0	505																																																																																																																																																																																																																																																						
<u>Overige muziek</u>	<u>52,3</u>	<u>1,1</u>	<u>0,1</u>	<u>1,7</u>	<u>49.663</u>	<u>773</u>	<u>294</u>	<u>5.439</u>																																																																																																																																																																																																																																																						
- live registratie	52,3	1,1	0,1	1,7	49.663	773	291	5.436																																																																																																																																																																																																																																																						
- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	3	3																																																																																																																																																																																																																																																						
TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	94.954	69.487	199.229	318.379																																																																																																																																																																																																																																																						

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 46
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 46
 - 2.1 Aanbodmix 46
 - 2.2 Representatie 51
 - 2.3 Expressie/Kunst 52
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 4 Vergroten impact 62
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

2.3.1		Uitsplitsing aanbodsdomein 'expressie' per net – tijdvak 16-24 inclusief Z@pp(elin)							
		NL1	NL2	NL3	Totaal	NL1	NL2	NL3	Totaal
		percentages				minuten			
	Kunstinformatie	10,1	40,0	5,8	17,4	2.295	15.147	3.467	20.909
	- documentaires	0,2	14,6	2,6	5,9	46	5.514	1.526	7.086
	- overig	9,9	25,4	3,2	11,5	2.249	9.633	1.941	13.823
	Nederlandse fictie	24,7	18,4	35,6	28,1	5.596	6.979	21.268	33.843
	- tv-serie	22,6	16,2	29,4	24,0	5.139	6.128	17.553	28.820
	- regio drama	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
	- speelfilm	1,6	1,5	5,2	3,4	374	584	3.084	4.042
	- telefilm	0,4	0,0	0,9	0,5	83	0	509	592
	- toneelregistratie	0,0	0,3	0,0	0,1	0	104	0	104
	- kort drama	0,0	0,4	0,2	0,2	0	163	122	285
	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
	Buitenlandse fictie	34,6	34,3	42,8	38,6	7.860	12.995	25.560	46.415
	Artistiek spel	8,2	0,0	1,3	2,2	1.870	0	759	2.629
	Cabaret/kleinkunst	5,8	0,2	3,0	2,7	1.321	85	1.794	3.200
	Satire	3,3	0,1	4,7	3,0	749	44	2.789	3.582
	Muziek	13,2	6,9	6,9	8,1	3.002	2.604	4.116	9.722
	<u>Populaire muziek</u>	<u>10,7</u>	<u>3,4</u>	<u>6,7</u>	<u>6,4</u>	<u>2.422</u>	<u>1.302</u>	<u>3.990</u>	<u>7.714</u>
	- live registratie	5,3	3,1	4,7	4,3	1.198	1.167	2.782	5.147
	- overig	5,4	0,4	2,0	2,1	1.224	135	1.208	2.567
	<u>Klassieke muziek</u>	<u>2,6</u>	<u>2,9</u>	<u>0,1</u>	<u>1,4</u>	<u>580</u>	<u>1.082</u>	<u>51</u>	<u>1.713</u>
	- live registratie	2,6	2,5	0,1	1,3	580	942	51	1.573
	- overig	0,0	0,4	0,0	0,1	0	140	0	140
	<u>Overige muziek</u>	<u>0,0</u>	<u>0,6</u>	<u>0,1</u>	<u>0,2</u>	<u>0</u>	<u>220</u>	<u>75</u>	<u>295</u>
	- live registratie	0,0	0,6	0,1	0,2	0	220	75	295
	- overig	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
	TOTAAL	100,0	100,0	100,0	100,0	22.693	37.854	59.753	120.300

* In de Terugblik 2010 is over deze afspraak gerapporteerd exclusief Z@pp(elin).

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veran- derend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onder- scheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.3.1	Expressie – tijdvak 00-24 in uren:	NL 1	NL 2	NL 3	Totaal
	Kunstinformatie				
	Documentaire	2.384	8.259	1.925	12.568
	Overig	8.764	20.649	3.299	32.712
	Teledoc	0	84	0	84
	NL overige fictie				
	Kort drama	0	385	483	868
	Overig	0	143	74	217
	Speelfilm	374	1.969	6.343	8.686
	Telefilm	420	0	940	1.360
	Toneelregistratie	212	202	0	414
	Tv serie	6.242	8.630	33.849	48.721
	Buitenlandse overige fictie				
	Kort drama	0	0	264	264
	Overig	1.621	0	811	2.432
	Speelfilm	525	8.859	14.770	24.154
	Tv serie	11.443	11.574	98.088	121.105
	Artistieke spel en quiz				
	Overig	2.657	180	1.194	4.031
	Cabaret/kleinkunst				
	Overig	1.488	229	1.998	3.715
	Satire				
	Overig	1.130	120	3.067	4.317
	Populaire muziek				
	Live Muziek/concertreg.	2.050	1.613	7.288	10.951
	Musical	0	0	241	241
	Overig	4.868	393	24.199	29.460
	Klassieke muziek				
	Live muziek/concertreg.	1.109	4.924	102	6.135
	Muziek special	0	44	0	44
	Overig	4	457	0	461
	Overige muziek				
	Live Muziek/concertreg.	4.372	773	291	5.436
	Overig	0	0	3	3
	Totaal	49.663	69.487	199.229	318.379

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.3.1	Expressie – tijdvak 16-24 in uren:	NL 1	NL 2	NL 3	Totaal
	Kunstinformatie				
	Documentaire	46	5.430	1.526	7.002
	Overig	2.249	9.633	1.941	13.823
	Teledoc	0	84	0	84
	NL overige fictie				
	Kort drama	0	163	122	285
	Speelfilm	374	584	3.084	4.042
	Telefilm	83	0	509	592
	Toneelregistratie	0	104	0	104
	Tv serie	5.139	6.128	17.553	28.820
	Buitenlandse overige fictie				
	Kort drama	0	0	24	24
	Overig	1.621	0	0	1.621
	Speelfilm	400	2.309	8.371	11.080
	Tv serie	5.839	10.686	17.165	33.690
	Artistieke spel en quiz				
	Overig	1.870	0	759	2.629
	Cabaret/kleinkunst				
	Overig	1.321	85	1.794	3.200
	Satire				
	Overig	749	44	2.789	3.582
	Populaire muziek				
	Live Muziek/concertreg.	1.198	1.167	2.782	5.147
	Musical	0	0	101	101
	Overig	1.224	135	1.107	2.466
	Klassieke muziek				
	Live Muziek/concertreg.	580	942	51	1.573
	Muziek special	0	44	0	44
	Overig	0	96	0	96
	Overige muziek				
	Live muziek/concertreg.	0	220	75	295
	Totaal	22.693	37.854	59.753	120.300

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 46
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 46
 - 2.1 Aanbodmix 46
 - 2.2 Representatie 51
 - 2.3 Expressie/Kunst 52
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 4 Vergroten impact 62
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.3.2	Jaarlijks live verslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	Gerealiseerd: Radio 6 7
		3FM 13
		FunX 7
	Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	Gerealiseerd: Zes, waarvan drie eigen concerten en drie concerten in samenwerking
	Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	Gerealiseerd: 140



Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma-vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt het nieuws en opinie-programma-aanbod van de Publieke Omroep pluriform.	Gerealiseerd: Video Past wel Past niet Geen mening 77,6% 5,3% 17,2% Audio Past wel Past niet Geen mening 68,2% 14,2% 17,6%
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de Publieke Omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed ¹ .	Gerealiseerd: Video Past wel Past niet Geen mening 75,5% 7,1% 17,4% Audio Past wel Past niet Geen mening 77,3% 7,2% 15,6% (Gemeten op Radio 1 en Radio 5 vanwege aanbod 'nieuws' en 'opinie')

¹ Dit resultaat is, na overleg met het Commissariaat voor de Media, op een andere manier gemeten dan in de rapportage over 2010. Het resultaat is hierdoor niet één op één te vergelijken met de rapportage over 2010. Over de jaren na 2011 zal de meetwijze van 2011 gehanteerd worden, waardoor de komende jaren wél vergelijking mogelijk is.

2.5 Programmavernieuwing televisie

Nr.	Afspraak	Realisatie						
2.5	De Nederlandse Publieke Omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit: jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	Gerealiseerd: <table border="0" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">Aantal</td> </tr> <tr> <td>Nieuwe formats/pilots</td> <td style="text-align: right;">37</td> </tr> <tr> <td>Geprogrammeerde nieuwe programmaformats</td> <td style="text-align: right;">16</td> </tr> </table>		Aantal	Nieuwe formats/pilots	37	Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	16
	Aantal							
Nieuwe formats/pilots	37							
Geprogrammeerde nieuwe programmaformats	16							

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms: Video 24
- Terugblik platforms: Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011 46
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 46
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 46
 - 2.1 Aanbodmix 46
 - 2.2 Representatie 51
 - 2.3 Expressie/Kunst 52
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma- vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
- 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 4 Vergroten impact 62

- Bijlage 2: Internationale prijzen 63

2.6 Kindertelevisie

Nr.	Afspraak	Realisatie																																																																													
2.6.1	Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programma-kanalen voor kindertelevisie.	<p>Gerealiseerd:</p> <p>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / 2011, per tijdvak 00-24 uur</p> <table border="1"> <caption>Zendtijdverdeling in % kinderzenders per domein / 2011, per tijdvak 00-24 uur</caption> <thead> <tr> <th>Tijdvak</th> <th>Amusement</th> <th>Kennis</th> <th>Expressie</th> <th>Samenleving</th> <th>Nieuws</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NL1</td> <td>12,7</td> <td>28,6</td> <td>50,5</td> <td>5,4</td> <td>2,8</td> </tr> <tr> <td>NL2</td> <td>2,3</td> <td>12,7</td> <td>85</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>NL3</td> <td>0,8</td> <td>0</td> <td>98,4</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>NL1-3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>97,9</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>NL1</td> <td>13,6</td> <td>0</td> <td>93,1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Tijdvak	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Nieuws	NL1	12,7	28,6	50,5	5,4	2,8	NL2	2,3	12,7	85	0	0	NL3	0,8	0	98,4	0	0	NL1-3	0	0	97,9	0	0	NL1	13,6	0	93,1	0	0																																									
Tijdvak	Amusement	Kennis	Expressie	Samenleving	Nieuws																																																																										
NL1	12,7	28,6	50,5	5,4	2,8																																																																										
NL2	2,3	12,7	85	0	0																																																																										
NL3	0,8	0	98,4	0	0																																																																										
NL1-3	0	0	97,9	0	0																																																																										
NL1	13,6	0	93,1	0	0																																																																										
2.6.1		<p>Domein naar CCC: in percentages</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Z@pp</th> <th>Nickelodeon</th> <th>Disney Ch</th> <th>Disney XD</th> <th>Kindernet</th> <th>Totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nieuws</td> <td>2,8</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>- nieuws</td> <td>2,8</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>- act. sportinformatie</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- sportreportage</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Samenleving</td> <td>5,4</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,2</td> </tr> <tr> <td>- religie</td> <td>0,1</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- human interest</td> <td>3,8</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,8</td> </tr> <tr> <td>- human actua</td> <td>1,5</td> <td>0,0</td> <td>0,5</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>- human culture</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>- overig sportinformatie</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> </tbody> </table>		Z@pp	Nickelodeon	Disney Ch	Disney XD	Kindernet	Totaal	Nieuws	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	- nieuws	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	- act. sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- sportreportage	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Samenleving	5,4	0,0	0,5	0,0	0,0	1,2	- religie	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- human interest	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	- human actua	1,5	0,0	0,5	0,0	0,0	0,4	- human culture	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- overig sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Z@pp	Nickelodeon	Disney Ch	Disney XD	Kindernet	Totaal																																																																									
Nieuws	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5																																																																									
- nieuws	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5																																																																									
- act. sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- sportreportage	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
Samenleving	5,4	0,0	0,5	0,0	0,0	1,2																																																																									
- religie	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- human interest	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8																																																																									
- human actua	1,5	0,0	0,5	0,0	0,0	0,4																																																																									
- human culture	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									
- overig sportinformatie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																									

vervolg tabel op pagina 59

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.6.1	Expressie	50,5	85,0	98,4	97,9	93,1	85,3
	- kunstinformatie	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- overig NL fictie	12,7	4,2	0,0	4,9	14,4	6,1
	- overig buitenlandse fictie	33,0	80,3	97,8	92,7	78,7	78,1
	- artistiek spel	0,4	0,3	0,4	0,0	0,0	0,1
	- cabaret/kleinkunst	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- satire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- populaire muziek	4,3	0,2	0,2	0,3	0,0	1,0
	- klassieke muziek	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- overige muziek	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Kennis	28,6	12,7	0,8	2,1	6,9	9,9
	- educatie	8,1	0,2	0,4	0,0	0,0	1,7
	- service	1,8	0,3	0,0	0,0	0,0	0,4
	- factual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	- NL educatieve fictie	13,1	0,0	0,0	0,1	4,7	2,9
- buitenlandse educatieve fictie	5,5	12,3	0,0	2,0	2,2	4,7	
- educatieve quiz	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,1	
Amusement	12,7	2,3	0,2	0,0	0,0	3,1	
- overig spel en quiz	4,0	1,3	0,0	0,0	0,0	1,1	
- overig amusement	8,6	1,0	0,2	0,0	0,0	2,0	
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
2.6.1	Domein naar CCC: in uren						
		Z@pp	Nickelodeon	Disney Ch	Disney XD	Kindernet	Totaal
	Nieuws	22	0	0	0	0	22
	- nieuws	22	0	0	0	0	22
	- act. sportinformatie	0	0	0	0	0	0
	- sportreportage	0	0	0	0	0	0
	Samenleving	43	0	4	0	0	47
	- religie	1	0	0	0	0	1
	- human interest	30	0	0	0	0	30
	- human actua	12	0	4	0	0	15
	- human culture	0	0	0	0	0	0
	- overig sportinformatie	0	0	0	0	0	0
	Expressie	401	769	654	1357	240	3415
	- kunstinformatie	2	0	0	0	0	2
	- overig NL fictie	101	38	0	68	37	244

vervolg tabel op pagina 60

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

2.6.1	- overig buitenlandse fictie	262	726	650	1285	203	3126
	- artistiek spel	3	3	3	0	0	3
	- cabaret/kleinkunst	0	0	0	0	0	0
	- satire	0	0	0	0	0	0
	- populaire muziek	34	2	1	4	0	41
	- klassieke muziek	0	0	0	0	0	0
	- overige muziek	0	0	0	0	0	0
	Kennis	227	115	5	29	18	394
	- educatie	65	1	2	0	0	69
	- service	15	3	0	0	0	17
	- factual	0	0	0	0	0	0
	- NL educatieve fictie	104	0	0	1	12	117
	- buitenlandse educatieve fictie	44	111	0	28	6	188
	- educatieve quiz	0	0	3	0	0	3
	Amusement	101	21	1	1	0	124
- overig spel en quiz	32	12	0	0	0	45	
- overig amusement	69	9	1	0	0	79	
Totaal	794	905	664	1387	258	4002	

Nr.	Afspraak	Realisatie
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	Gerealiseerd: Zendtijd Z@PP/Z@ppelin Vorige concessieperiode 4526 uur 2011 4675 uur



Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik	46
2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod	46
2.1 Aanbodmix	46
2.2 Representatie	51
2.3 Expressie/Kunst	52
2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit	57
2.5 Programma- vernieuwing televisie	57
2.6 Kindertelevisie	58
3 Vergroten bereik	61
3.1 Algemeen	61
4 Vergroten impact	62
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

3 Vergroten bereik

3.1 Algemeen

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.1.1	De Publieke Omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders	2011: 84,8% N.B.: uiteindelijke meting gemiddeld over de gehele concessieperiode

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie												
3.1.2	De Publieke Omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	Niet gerealiseerd 48,1%												
3.1.3	De Publieke Omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders	Gerealiseerd <table> <thead> <tr> <th>Nr.</th> <th>Zender</th> <th>Lta%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Radio 538</td> <td>11,6%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Radio 2</td> <td>10,0%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>3FM</td> <td>9,9%</td> </tr> </tbody> </table>	Nr.	Zender	Lta%	1	Radio 538	11,6%	2	Radio 2	10,0%	3	3FM	9,9%
Nr.	Zender	Lta%												
1	Radio 538	11,6%												
2	Radio 2	10,0%												
3	3FM	9,9%												

3.2 Jongeren

Nr.	Afspraak	Realisatie
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	Nog niet gerealiseerd: Bereik N3 20-34 2009 Bereik N3 20-34 2011 56,3 % ² 54,1%

² In de rapportage over 2010 is hier per abuis 56,6% als streefgetal gerapporteerd. Het correcte percentage is 56,3%.

Nr.	Afspraak	Realisatie												
3.2.2	De Nederlandse Publieke Omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radio-programmakanalen onder jongere doelgroepen.	Gerealiseerd: <table> <thead> <tr> <th></th> <th>2009</th> <th>2011</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15-24 jaar</td> <td>32,4%</td> <td>35,4%</td> </tr> <tr> <td>25-34 jaar</td> <td>42,4%</td> <td>46,1%</td> </tr> <tr> <td>35-44 jaar</td> <td>44,7%</td> <td>47,0%</td> </tr> </tbody> </table>		2009	2011	15-24 jaar	32,4%	35,4%	25-34 jaar	42,4%	46,1%	35-44 jaar	44,7%	47,0%
	2009	2011												
15-24 jaar	32,4%	35,4%												
25-34 jaar	42,4%	46,1%												
35-44 jaar	44,7%	47,0%												

Bijlage 1: prestatieafspraken 2011

- Colofon 3
- Algemeen 4
- Terugblik hoofdambities
Concessiebeleidsplan 10
- Terugblik platforms:
Video 24
- Terugblik platforms:
Audio 34
- Distributie 44
- Bijlage 1:
Prestatieafspraken 2011 46
 - 1 Aansluiten bij veranderend mediagebruik 46
 - 2 Evenwichtig en onderscheidend aanbod 46
 - 2.1 Aanbodmix 46
 - 2.2 Representatie 51
 - 2.3 Expressie/Kunst 52
 - 2.4 Journalistieke kwaliteit en pluriformiteit 57
 - 2.5 Programma-vernieuwing televisie 57
 - 2.6 Kindertelevisie 58
 - 3 Vergroten bereik 61
 - 3.1 Algemeen 61
 - 4 Vergroten impact 62
- Bijlage 2:
Internationale prijzen 63

4 Vergroten impact

Video

Nr.	Afspraak	Realisatie
4.1.1	Het opiniërende en nieuwsaanbod draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	Gerealiseerd: Frequentie agendasetting door nieuws- en opinie-televisietitels van de Publieke Omroep: 637 keer

Audio

Nr.	Afspraak	Realisatie						
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radio-programmakanaal voor nieuws en opinie.	Gerealiseerd <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Radio 1</th> <th>BNR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Frequentie agendasetting</td> <td>51</td> <td>34</td> </tr> </tbody> </table>		Radio 1	BNR	Frequentie agendasetting	51	34
	Radio 1	BNR						
Frequentie agendasetting	51	34						



Bijlage 2: internationale prijzen

voor publieke omroeproducties (een selectie)

Video

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Basel-Klsruhe FORUM	13 in de oorlog - NTR	Educatie	Prijs jeugdjury
International Short Film Festival of Clermont-Ferrand	Suiker - NTR	Korte film	Prix du Rire 'Fernand Raynaud' Publieksprijs
ZagrebDox International Documentary Festival	Stand van de sterren - HUMAN	Documentaire	Big Stamp (winnaar)
Festival de la Fiction TV	A'dam – E.V.A (NTR/VARA/VPRO)	Compétition Européenne et Internationale	Prix de la meilleure fiction internationale
FIFEM - Montreal International Children's Film Festival	Het Geheim - AVRO	Jeugdspeelfilm	Special Prize Children's Jury
SXSW Interactive Awards (Austin, maart)	www.collapsus.com - VPRO	Film/TV	Winnaar
Prix Europa (Berlijn, oktober)	De sterkste Man van Nederland - KRO	Drama	Prix Europa
Prix Iris – Europa (Berlijn, oktober)	Liefdeswinter – IKON	Multicultureel	Prix Iris – Europa
Superfest International Disability Film Festival (San Francisco, april)	Drona en ik - OHM	Documentaire	Achievement Award
Cleveland International Film Festival	Val dood! - NTR	Korte film	Best International Short Film Award
Hot Docs Canadian International Documentary Festival	Nasha Gazeta - IKON	Documentaire	Best Mid-Length Documentary
European Design Festival	Altijd wat wijzer - NCRV	Jury Prize Motion Graphics	Gold Gold
Docville Leuven	De regenmakers – VPRO	Documentaire	Beste film "Weten & Geweten"
CFC WorldWide Short Film Festival Toronto	Ik ben een meisje! - NCRV	Documentaire	Panasonic Award For Best Documentary Short
Dance Camera West	Co(te)lette - NTR	Dansfilm	Best of Festival
Filmfest München	Het Geheim - AVRO	Kinderfilm	Kinderfilmfest-Publikumspreis

vervolg tabel op pagina 64

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Bijlage 2: internationale prijzen

voor publieke omroepproducties (een selectie)

Colofon	3
Algemeen	4
Terugblik hoofdambities Concessiebeleidsplan	10
Terugblik platforms: Video	24
Terugblik platforms: Audio	34
Distributie	44
Bijlage 1: Prestatieafspraken 2011	46
Bijlage 2: Internationale prijzen	63

Festival	Inzending	Categorie	Prijzen
Los Angeles FilmFest	Ik ben een meisje! - NCRV	Documentaire	Best Documentary Short Film
Focus Film Festival	Anne vliegt - NCRV	Short Film Competition	Best of Festival
Kavalan International Short Film Festival	Ik ben echt niet bang! - VPRO	Jeugddocumentaire	Kid's Land Archive Award
BIAFF 2011 International Feature Film Competition	Code Blue - VPRO	Speelfilm	Beste actrice (Bien de Moor)
BUSTER International Film Festival for Children and Youth	Het Geheim - AVRO	Jeugdpeelfim	Politiken Audience Award
Docuwest Film Festival	Anne vliegt - NCRV	Documentaire	Best Short
Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya	Suiker - NTR	Korte film	'Méliès d'Or'
Erasmus EuroMedia Awards	Coup de Grâce - NTR	Noves Visions	Best Shortfilm Diploma
	In Turkije - VPRO	Programma's over Europa	Special Award 'Discourse and Politics'
European Award for Best Children's Online Content Adult Prize	Veerboot naar Holland - VARA		Medal of Excellence 'Conversational Feature'
	Het Klokhuis (NTR)	Educatie	Beste Europese kinderwebsite gemaakt door volwassenen
FOCAL International Award	Close Up: First Passion (AVRO)	Non-fictie	Best use of footage in factual productions