

Mediabegrotingsbrief 2012: Bijlage 2

De jaarlijkse verificatie van de naleving van de
Prestatieovereenkomst 2010-2015

(opgesteld door het Commissariaat voor de Media)

1. M
2. JFCM
3. MCB

COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA

Hoge Naarderweg 78 ■ 1217 AH Hilversum ■
Postbus 1428 ■ 1200 BK Hilversum ■ cvdm@cvdm.nl ■ www.cvdm.nl ■
T 035 773 77 00 ■ F 035 773 77 00 ■

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
T.a.v. minister mevr. J. M. van Bijsterveldt-Vliegenghart
Postbus 16375
2500 BJ 'S-GRAVENHAGE

Ministerie van OCW	
E-doc. Nr	
Datum Reg	1-6-11
Directie	
Ter behandeling aan	
<input checked="" type="checkbox"/>	Advies aan afdoening door bewindspersoon
<input type="checkbox"/>	Advies aan afdoening door lid MT-OCW
<input type="checkbox"/>	Afdoening op directieniveau
<input type="checkbox"/>	Ter kennisgeving
Aldoening voor:	

Datum	Onderwerp	Contactpersoon	Doorkiesnummer
31 mei 2011	Verificatie naleving prestatieovereenkomst 2010	Minam van der Burg	+31 (0) 35 773 77 08
Uw kenmerk	Ons kenmerk		
	25439/2011007319		

Geachte mevrouw Van Bijsterveldt - Vliegenghart,

Op 1 september 2010 is de prestatieovereenkomst 2010-2015 tussen de minister van OCW, de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en het Commissariaat voor de Media in werking getreden. In deze overeenkomst is vastgelegd welke prestaties de NPO jaarlijks zal realiseren. Het Commissariaat heeft hierin de taak de naleving van de prestatieafspraken te controleren; dit wil zeggen dat wij de wijze waarop de naleving wordt verantwoord eenmalig valideren en vervolgens jaarlijks verifiëren. In deze brief informeren wij u over onze bevindingen bij de verificatie van de naleving van de nieuwe prestatieafspraken over 2010.

In verband met overlap in de looptijd tussen de huidige en voorgaande prestatieovereenkomst heeft u in uw brief van 26 november 2010 inzake Mediabegroting 2011 aangegeven dat de rapportage over het kalenderjaar 2010 mocht geschieden op basis van de prestatieovereenkomst 2010-2015. Zodoende heeft de NPO dit jaar voor het eerst volgens de nieuwe prestatieovereenkomst gerapporteerd.

1. Wijze van valideren en verifiëren

Op 12 april 2011 heeft het Commissariaat het validatiedocument behorend bij de prestatieovereenkomst 2010-2015 vastgesteld. In dit document is de wijze vastgelegd waarop de NPO jaarlijks zal rapporteren over de naleving van de prestatieafspraken. Naar aanleiding van onze bevindingen tijdens het validatieproces hebben wij twee voorwaarden aan het validatiedocument verbonden die de NPO voor 1 mei 2012 dient te realiseren. Beide voorwaarden hebben betrekking op het instrument waarmee, onder andere, televisieprogramma's worden geclassificeerd: de Crossmediale Content Classificatie (kortweg: CCC-indeling). Middels dit instrument worden vier prestatieafspraken verantwoord met betrekking tot de variatie van het programma-aanbod en de onderscheidendheid van het programma-aanbod. De eerste voorwaarde is dat de NPO een transparante codeerinstructie ontwikkelt. De tweede voorwaarde betreft het waar nodig aanscherpen van de definities van de categorieën uit het codeboek. Zoals wij ook later in deze brief zullen toelichten zijn hiervoor inmiddels de eerste stappen gezet.

In navolging van deze eenmalige 'validatie' zal het Commissariaat de naleving van de prestatieovereenkomst controleren middels een jaarlijkse 'verificatie'. Hierbij gaat het Commissariaat na of de NPO zich bij zijn rapportage inderdaad heeft gebaseerd op de in het validatiedocument vermelde definities en bronnen en of de onderzoeken op consequente, dat wil zeggen op betrouwbare, wijze zijn uitgevoerd.

Op 28 april 2011 heeft de NPO het Commissariaat de Terugblik 2010, inclusief de rapportage over de prestatieovereenkomst, doen toekomen. Deze terugblik bevat onder andere een rapportage over de naleving van de afspraken uit de prestatieovereenkomst in 2010.

Evenals in voorgaande jaren heeft het Commissariaat uit het geheel van afspraken acht prestatieafspraken geselecteerd om te verifiëren. Hierover hebben wij de NPO geïnformeerd op 3 mei 2011. Bij de selectie van deze acht afspraken hebben wij rekening gehouden met de bevindingen tijdens het validatieproces. In de eerste plaats is de nadruk gelegd op de betrouwbaarheid van de (eerdergenoemde) CCC-indeling. Daarnaast zijn twee onderzoeken gecontroleerd waarvan wij de onderzoeksopzet niet konden valideren: het 'imago onderzoek' en de 'barometer berichtgeving'. Het eerste onderzoek betreft de afspraken over de kwaliteit en pluriformiteit van het nieuws- en opinieaanbod volgens de Nederlandse bevolking (art. 2.4). Het tweede onderzoek verantwoordt de mate waarin onderwerpen uit het programma-aanbod door andere media en/of de politiek worden overgenomen (art. 4.1).

Op 10 mei 2011 heeft een gesprek plaatsgevonden bij de NPO. Tijdens dit gesprek is inzage gegeven in de door de NPO gebruikte bronnen bij de rapportage en is een nadere toelichting gegeven hoe de gegevens tot stand zijn gekomen.

Het Commissariaat heeft vastgesteld dat de rapportage is gebaseerd op de afspraken uit het validatiedocument en dat de resultaten in overeenstemming zijn met hetgeen is gerapporteerd. Hiermee heeft het Commissariaat voldaan aan de taak de gegevens betreffende de naleving van de prestatieovereenkomst te verifiëren.

2. Naleving van de prestatieovereenkomst

Van alle 24 prestatieafspraken dienen 20 jaarlijks te worden nageleefd. Over 2010 heeft de NPO in totaal 18 afspraken nageleefd en 2 afspraken niet nageleefd. De overige 4 prestaties worden in 2012 of aan het eind van de concessieperiode, in 2015, gerealiseerd. Hiervan is de voortgang in deze brief meegenomen.

De prestatieafspraken hebben betrekking op de video- en audioplatforms en zijn gekoppeld aan de 4 ambities van de NPO: 1) aansluiten bij veranderend mediagebruik; 2) evenwichtig en onderscheidend aanbod; 3) vergroten van bereik en 4) vergroten van de impact. Langs de lijnen van deze ambities worden alle prestatieafspraken in de hierna volgende paragrafen besproken.

In de bijlagen is een overzicht van de naleving van de prestatieafspraken opgenomen (bijlage 1) en een uitgebreidere beschrijving van onze bevindingen van de 8 gecontroleerde prestatieafspraken (bijlage 2).

2.1 Nageleefde prestatieafspraken

Ambitie 1: Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Onder deze ambitie vallen geen jaarlijkse prestatieafspraken.

Ambitie 2: Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Het programma-aanbod verzorgt door de drie publieke televisieprogrammakanalen kan als 'gevarieerd' worden getypeerd als alle zes domeinen zijn vertegenwoordigd, te weten: amusement, kennis, expressie, samenleving, opinie en nieuws (art. 2.1.1). Ten opzichte van 2009 is het aandeel van de domeinen nieuws en opinie toegenomen en expressie afgenomen, zie ook punt 1 van bijlage 2. Binnen het domein expressie is eveneens sprake van een 'mix van genres': alle categorieën waaruit het domein is opgebouwd komen voor (art. 2.3.1). De verdeling tussen de categorieën is in vergelijking met 2009 min of meer gelijk gebleven.

Nieuw in deze prestatieovereenkomst is dat niet alleen naar de variatie van het videoaanbod binnen de publieke omroep wordt gekeken, maar ook naar de onderscheidendheid van dit aanbod in vergelijking met de commerciële aanbieders. Hierbij gaat het om de onderscheidendheid op gebied van de 'mix van genres'. Om te beginnen is een algemene afspraak over het totale videoaanbod geformuleerd (art. 2.1.2). De drie publieke televisieprogrammakanalen onderscheiden zich ten

Opzichte van de zenders van RTL en SBS het sterkst met de genres meningsvorming, educatie, actualiteiten en levensbeschouwing. Deze genres worden door de commerciële aanbieders slechts in zeer beperkte mate aangeboden.

Bij de publieke televisieprogrammakanalen heeft het genre nieuws het grootste aandeel (16,8 procent) terwijl de categorie buitenlandse fictie bij de commerciële aanbieders het hoogste percentage laat zien (RTL 28 procent en SBS 44,3 procent). Daar waar de aandelen nieuws niet enorm uiteenlopen tussen de drie aanbieders, onderscheidt de publieke omroep zich duidelijk als het gaat om het aantal opiniërende en educatieve programma's.

Naast de algemene afspraak over onderscheidendheid is een soortgelijke afspraak gemaakt voor de kinderprogrammering (art. 2.6.1). Het aanbod van Z@pp en Z@ppelin onderscheidt zich met name op gebied van de genres educatie en Nederlandse educatieve fictie ten opzichte van Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD. Hoewel Nickelodeon een aanzienlijk aandeel educatieve programma's biedt zijn dit buitenlandse producties. De twee Disney zenders bieden vrijwel overwegend buitenlandse fictie. Deze bevindingen tonen aan dat het programma-aanbod voor kinderen van de publieke televisieprogrammakanalen zich duidelijk onderscheidt ten opzichte van dat van de onderzochte commerciële aanbieders.

Het Commissariaat constateert dat de verantwoording over de (hierboven besproken) prestatieafspraken met betrekking tot de onderscheidendheid van het aanbod op betrouwbare wijze heeft plaatsgevonden. Ook op basis van externe verificatie met de gegevens van de Stichting Kijkonderzoek (SKO) vinden wij onze conclusie bevestigd. Voor een uitgebreidere beschrijving van onze bevindingen bij de controle van de prestatieafspraken inzake de programmamix, zie de punten 1, 2, 3, 6 van bijlage 2.

In 2010 bestond 85,7 procent van de zendtijd uit Nederlandstalige producties, het criterium van 70 procent is daarmee ruimschoots gehaald (art. 2.1.3). Het aandeel is licht toegenomen ten opzichte van 2009 (83 procent).

Alle radioprogrammakanalen van de NPO hebben het afgelopen jaar één zenderbreed aanbodsconcept neergezet waarmee de publieke waarde van het betreffend radioprogrammakanaal is versterkt (art. 2.1.4). Het Commissariaat merkt hierbij op dat voor het vaststellen van een bijdrage aan de publieke waarde een referentiekader cruciaal is. In de rapportage voor het Commissariaat heeft de NPO de beoordeling van het publiek van Serious Request vergeleken met een algemene beoordeling van 3FM. Aan de hand van de scores op de verschillende beoordelingscriteria is inzichtelijk gemaakt hoe een zenderbreed aanbodsconcept bijdraagt aan de waardering van een radioprogrammakanaal. Deze vergelijking kan als voorbeeld dienen om de versterking van de publieke waarde van de radioprogrammakanalen aan te tonen.

Over 2010 hebben Radio 6, 3FM en FunX respectievelijk 7, 10 en 7 muziek evenementen verslagen. 3FM heeft er 3 meer verslagen en FunX 1 minder ten opzichte van 2009 (art. 2.3.2a). In de Terugblik 2010 ontbreekt de toelichting over het belang van de muziek evenementen voor de verschillende zenderprofielen. Wij gaan er van uit dat dit volgend jaar wel in de rapportage zal staan. Radio 2 heeft in totaal 5 concerten georganiseerd en geregistreerd, het dubbele ten opzichte van het criterium van 2 (art. 2.3.2b). Zowel in 2009 als 2010 heeft Radio 4 onder 8 verschillende titels 123 zelf geproduceerde klassieke concerten geregistreerd en uitgezonden (art. 2.3.2c). De norm, die is overgenomen van de vorige prestatieovereenkomst, van 75 is wederom ruimschoots gehaald.

In 2010 heeft de NPO 40 pilots of programmaformats geproduceerd (art. 2.5a). Hiervan zijn 17 pilots of programmaformats ook in 2010 geprogrammeerd (art. 2.5a). In 2009 zijn 11 van de 37 geproduceerde pilots of formats hetzelfde jaar nog geprogrammeerd.

De NPO rapporteert dat de meerderheid van de Nederlandse bevolking het nieuws- en opinieaanbod op de verschillende televisie- en radioprogrammakanalen pluriform (art. 2.4.1) en kwalitatief goed vindt (art. 2.4.2). In het overleg met de NPO is besloten de wijze waarop de respondenten wordt gevraagd of zij het aanbod kwalitatief goed vinden alleen te meten met de indicator kwaliteit en de verschillende indicatoren (te weten: 'met respect voor mensen', 'leerzaam' en 'houdt je op de hoogte') buiten beschouwing te laten. Voorts concluderen wij dat het onderzoek op betrouwbare wijze is uitgevoerd. Zie de punten 4 en 5 van bijlage 2 voor nadere toelichting op onze bevindingen tijdens de controle van deze afspraken.

De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor programma's voor kinderen van 3 tot en met 12 jaar (het aanbod van Z@pp en Z@ppelin) is gecontinueerd ten opzichte van 2009 (art. 2.6.2). Met 4526 uur zendtijd in 2009 en 4550 uur in 2010 is sprake van een lichte toename.

Ambitie 3: Vergroten van bereik

Evenals de voorgaande jaren is de publieke omroep onveranderd vertegenwoordigd in de top drie van de meest beluisterde radioprogrammakanalen (art. 3.1.3). Na Radio 538 (10,6 procent) op de eerste positie, volgen Radio 2 (10 procent) en 3FM (9,6 procent) op de tweede en derde plek¹.

Het bereik van de radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen is vergroot ten opzichte van 2009, het jaar dat in de gehele concessieperiode wordt gehanteerd als nulmeting om vergroting van het bereik te kunnen vaststellen (art. 3.2.2):

- In de leeftijdsgroep 15-24 jaar een toename van 1,8 procent naar 34,2 procent;
- In de leeftijdsgroep 25-34 jaar een toename van 2,7 procent naar 45,1 procent;
- In de leeftijdsgroep 35-44 jaar een toename van 1,1 procent naar 45,8 procent.

Ambitie 4: Vergroten van de impact

De NPO heeft onderzoek verricht om aan te tonen dat de televisieprogramma's uit het nieuws- en opinieaanbod onderwerpen hebben aangedragen die door andere media en/of de politiek zijn overgenomen. Uit 362 mediaberichten en/of politieke bronnen bleek dat een van de nieuws- en opinieprogramma's van Nederland 1-3 het onderwerp van het desbetreffende bericht had geagendeerd (art. 4.1.1). Op basis hiervan concludeert het Commissariaat dat de afspraak is nageleefd.

Voor het radioaanbod is de afspraak gemaakt dat Radio 1 het meest invloedrijke radioprogrammakanaal is op gebied van het op de agenda plaatsen van onderwerpen bij andere media of in de politiek. Om dit na te gaan is een vergelijking gemaakt met BNR Nieuwsradio. De onderwerpen besproken in de programma's van de twee radioprogrammakanalen werden door respectievelijk 30 en 10 mediaberichten en/of politieke bronnen opgepikt. Met deze gegevens kan worden geconcludeerd dat Radio 1 invloedrijker is op dit vlak en daarmee de afspraak is nageleefd (art. 4.1.2).

Of er al dan niet sprake is van een 'primeur' wordt gebruikt als criterium om agendasetting vast te stellen. Het Commissariaat attendeert de NPO op voorzichtigheid met dit criterium omdat dit niet zondermeer vast te stellen is op basis van de gehanteerde criteria. Voorts concluderen wij dat de wijze waarop de bronnen elektronisch worden doorzocht volgens een betrouwbare methode geschiedt. Voor een uitgebreidere beschrijving van onze bevindingen bij de controle zie punt 7 en 8 van bijlage 2.

2.2 Niet nageleefde prestatieafspraken

Ambitie 3: Vergroten van bereik

De eerste prestatieafspraken die de NPO niet heeft kunnen naleven betreft het bereik van de Nederlandse bevolking met het audioaanbod. In 2010 heeft de NPO 47,5 procent bereik gerealiseerd op weekbasis. Het bereik van 50 procent van de Nederlanders zoals gesteld in de prestatieafspraken is hiermee niet gerealiseerd (art. 3.1.2). De NPO heeft benadrukt dat het een ambitieuze doelstelling betreft: in 2009 werd 45,7 procent van de Nederlanders bereikt, dat betekent een toename van 2,2 procent in 2010.

De tweede niet nageleefde prestatieafspraken betreft de vergroting van het bereik van Nederland 3 onder de publieksgroep 20-34 jaar (art. 3.2.1). Het derde televisieprogrammakanal van de publieke omroep heeft over 2010 gemiddeld 55,6 procent van de publieksgroep 20-34 jaar per week bereikt. Tegenover een gemiddeld bereik van 56,5 procent over 2009 moet er worden geconstateerd dat geen vergroting van het bereik onder deze publieksgroep is gerealiseerd: er is sprake van een afname van 1,1 procent.

¹ In de bijbehorende tabel uit de Terugblik 2010 (p. 16), dat de NPO het Commissariaat op 28 april 2011 heeft doen toekomen, staat foutief vermeld dat het luistertijdaandeel is berekend over de leeftijdsgroep van 35 jaar en ouder. Dit moet 10 jaar en ouder zijn.

De NPO heeft aangegeven de doelstelling de helft van de Nederlanders te bereiken met het audioaanbod als ambitie te hebben geformuleerd voor de concessieperiode.² Ditzelfde geldt voor het vergroten van het weekbereik op Nederland 3 onder de jongere doelgroep 20-34 jaar. Deze ambitie is eveneens overgenomen uit het concessiebeleidsplan³ en zodoende geïnterpreteerd als een over de gehele concessieperiode te realiseren prestatie. Alle prestatieafspraken zijn echter in principe jaarlijks bedoeld zoals volgt uit de prestatieovereenkomst. Andere redenen voor het niet nakomen van deze prestatieafspraken, bijvoorbeeld van methodologische aard, hebben wij niet kunnen vaststellen.

2.3 Voortgang niet jaarlijkse prestatieafspraken

Ambitie 1: Aansluiten bij veranderend mediagebruik

Voor 1 januari 2012 dient de NPO samenhangende audio- en videopaletten te hebben samengesteld, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten (art. 1). De eerste voorbereidingen zijn hiervoor getroffen waaronder het opstellen van criteria voor het samenstellen van de paletten en het in kaart brengen van het mediagedrag van de bijbehorende doelgroepen. Dit jaar besluit de NPO over de samenstelling van de paletten en zal hierover voor 1 mei 2012 rapporteren.

Ambitie 2: Evenwichtig en onderscheidend aanbod

Twee afspraken zijn in de prestatieovereenkomst opgenomen met betrekking tot representatie. Om te beginnen is over vijf jaar de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd (art. 2.2.1). De NPO heeft een rapportage⁴ uitgebracht over de nulmeting in 2010. Hierin rapporteert de NPO 37,6 procent vrouwen en 9,2 procent 'kleur'⁵ op de drie televisieprogrammakanalen (voor beide percentages geldt dat het om Nederlands sprekende mensen gaat). Over de tweede representatieafpraak, een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen (art. 2.2.2), rapporteert de NPO in de Terugblik 2010 een percentage van 22,3 vrouwen en 3,0 procent 'allochtonen'⁶. Herhaling van dit onderzoek zal plaatsvinden in 2015, dan zal ook beoordeeld worden of een verbetering is gerealiseerd met betrekking tot de representatie van vrouwen en allochtonen.

Ambitie 3: Vergroten van bereik

Over de jaren 2008 en 2009 gemeten behaalde de NPO een gemiddeld weekbereik van 85,8 procent met het videoaanbod. Over het jaar 2010 was dit 86,1 procent; een kleine toename ten opzichte van de voorgaande twee jaar. Hiermee zit de NPO 1,1 procent boven het vastgestelde criterium van gemiddeld 85 procent, de beoordeling betreft echter de gehele concessieperiode en zal dan ook in 2016 geschieden (art. 3.1.1).

3. Betrouwbaarheid van de CCC-indeling

Zoals het Commissariaat in de vaststellingsbrief van het validatiedocument heeft aangegeven achten wij de CCC-indeling een belangrijk instrument. De NPO brengt met deze classificatiesystematiek de variatie van het media-aanbod in kaart, hetgeen kan worden aangemerkt als een van de voornaamste prestatieafspraken. Ter toetsing van de betrouwbaarheid van het instrument is door de NPO, in samenwerking met het Commissariaat, een kleinschalig onderzoek uitgevoerd naar de intercodeurbetrouwbaarheid. Dat wil zeggen, de mate waarin verschillende codeurs met de CCC-indeling programma's identieke categorieën toekennen.

De 4 codeurs (van beide organisaties) hebben 30 willekeurig geselecteerde programmatitels van de publieke omroep en 10 van RTL en SBS gecategoriseerd in de periode 19 tot en met 25 maart 2011.

² Zie ook: NPO (2010). Concessiebeleidsplan 2010-2016, p. 54.

³ Ibid., p. 48.

⁴ NPO KLO (2011). Monitor Representatie 2010.

⁵ In dit onderzoek heeft de NPO de zichtbaarheid van kleur onderzocht: het gerapporteerde percentage is een indicatie van het percentage niet-westerse allochtonen (op televisie) zoals de CBS dit op basis van afkomst meet.

⁶ In de Terugblik 2010 (p. 13), dat het Commissariaat van de NPO op 28 april 2011 heeft ontvangen, zijn de vermelde percentages berekend over alle radiozenders. Voor de prestatieafpraak gaat het echter alleen om Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7. De in deze brief opgenomen percentages zijn door de NPO gecorrigeerd.

Op basis van de uitzendingen van de geselecteerde programmatitels en de bijbehorende gidsgegevens hebben de codeurs onafhankelijk van elkaar categorieën toegekend.

Met een betrouwbaarheidscoëfficiënt van om en nabij 0,80 kan worden geconstateerd dat er over het algemeen voldoende consistentie bestaat in het toekennen van de categorieën. De betrouwbaarheid is zowel op het niveau van de 25 categorieën als de 6 domeinen onderzocht. Hieruit is gebleken dat een afwijking op categorieniveau in ruim driekwart van de gevallen ook een afwijking op domeinniveau betekent. Het verschil tussen de afzonderlijke betrouwbaarheidscoëfficiënten voor de resultaten op categorie- en domeinniveau is dan ook nihil: respectievelijk 0,77 en 0,78. Wanneer deze coëfficiënten worden vergeleken met de consistentie tussen de codeurs van de NPO valt op dat zij met 0,84 op categorieniveau en 0,88 op domeinniveau hoger scoren dan alle 4 codeurs tezamen. Het verschil kan worden verklaard door de ervaring die de NPO heeft opgebouwd met de toepassing van het codeboek van de CCC-indeling.

Om de consistentie van de coderingen te waarborgen wordt binnen de NPO overleg gevoerd over de programmatitels waarbij de codeur twijfel had over de toe te kennen categorie. Van de programmatitels uit de steekproef waarbij de codeurs van de NPO zonder enige twijfel de categorie konden bepalen is dan ook een hoger betrouwbaarheidscoëfficiënt geconstateerd: op categorieniveau 0,92 en op domeinniveau 0,95.

Op basis van deze bevindingen constateert het Commissariaat dat er nog enige verbetering kan worden behaald op gebied van de consequentie waarmee de codeurs categorieën aan programmatitels toekennen. Om het beslissingsproces dat tijdens de overleggen plaatsvindt inzichtelijker te maken heeft het Commissariaat bij de vaststelling van het validatiedocument reeds de voorwaarde gesteld dat een codeerinstructie wordt ontwikkeld. Daarnaast is het Commissariaat voornemens toetsing van de consistentie waarmee programmatitels worden gecategoriseerd mee te nemen in de jaarlijkse verificatie. Dit met het oog op wat het Commissariaat aanmerkt als een van de voornaamste taken van de publieke omroep: het verzorgen van een divers programma aanbod.

Op 27 april 2011 hebben de NPO en het Commissariaat het betrouwbaarheidsonderzoek geëvalueerd. De NPO heeft tijdens dit overleg aangegeven de resultaten van het onderzoek mee te nemen in het werken aan de twee voorwaarden die het Commissariaat heeft gesteld bij de vaststelling van het validatiedocument: het waar nodig aanscherpen van de categorieën uit het codeboek en het ontwikkelen van een transparante codeerinstructie.

4. Conclusie

De NPO heeft vrijwel alle prestatieafspraken nageleefd: van de twintig jaarlijks na te leven afspraken zijn twee prestaties in 2010 niet gerealiseerd, te weten:

- De publieke omroep heeft met het audioaanbod wekelijks 47,5 procent in plaats van de afgesproken 50 procent van alle Nederlanders bereikt (art. 3.1.2);
- Nederland 3 heeft ten opzichte van 2009 in 2010 onder de publieksgroep 20-34 jaar een kleiner, in plaats van groter, percentage gerealiseerd: 56,5 procent in 2009 en 55,6 procent in 2010 (art. 3.2.1).

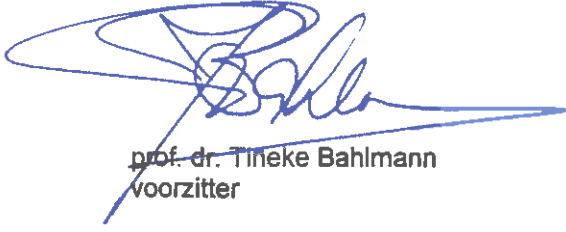
De NPO heeft aangegeven dat deze twee bereikafspraken ambities betreffen uit het concessiebeleidsplan en zodoende geïnterpreteerd als een over de gehele concessieperiode te na te leven prestatieafpraak. Dit zou rechtvaardigen waarom de NPO er na het eerste jaar van de concessieperiode nog niet in is geslaagd deze afspraken na te leven. Het Commissariaat constateert tevens dat er bij de NPO mogelijk een misverstand heeft bestaan over de termijn waarop de prestaties gerealiseerd moeten worden.

In de Terugblik 2010 maakt de NPO niet expliciet hoe de niet nageleefde prestatieafspraken in 2011 wel gerealiseerd zouden kunnen worden. In het overleg op 10 mei heeft de NPO voor een toelichting verwezen naar de Meerjarenbegroting 2011-2015. Wij zullen hierop terugkomen in ons advies over de meerjarenbegroting 2012-2016.

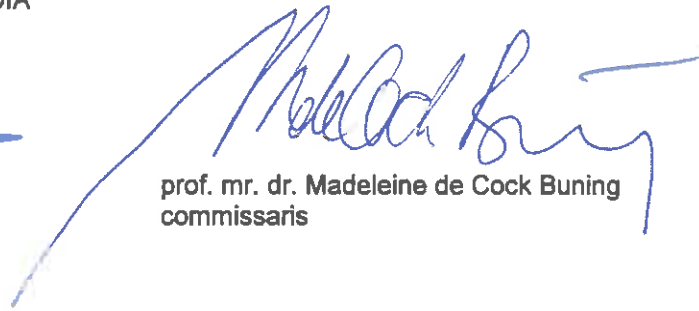
Een afschrift van deze brief is verzonden aan de NPO.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,
COMMISSARIAAT VOOR DE MEDIA



prof. dr. Tineke Bahlmann
voorzitter



prof. mr. dr. Madeleine de Cock Buning
commissaris

Bijlagen:

1. Overzicht naleving prestatieafspraken in 2010
2. Bevindingen van de 8 gecontroleerde prestatieafspraken

Bijlage 1: Overzicht naleving prestatieafspraken in 2010

Artikel	Prestatieafpraak	Naleving	
		Wel	Niet
1	De publieke omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en video-paletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.		in 2012
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	x	
2.1.2	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genre mix en zendtijdsverdeling van de genre mix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.	x	
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	x	
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.	x	
2.2.1	Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en alloctonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.		in 2016
2.2.2	Over vijf jaar heeft de publieke omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en alloctonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.		in 2016
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).	x	
2.3.2a	Registreren en verslagleggen van concerten en muziek-evenementen:	x	
	- Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziek-evenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	x	
2.3.2b	- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	x	
2.3.2c	- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	x	
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform.	x	
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.	x	
2.5a	De publieke omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit:	x	
	- Jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats [ontwikkelen]	x	
2.5b	- en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	x	
2.6.1	Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genre mix en zendtijdsverdeling van de genre mix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.	x	
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	x	
3.1.1	De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.		in 2016
3.1.2	De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.		x
3.1.3	De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.	x	
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.		x
3.2.2	De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.	x	
4.1.1	Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	x	
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.	x	

Bijlage 2: Bevindingen van de 8 gecontroleerde prestatieafspraken

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 (art. 2.1.1).**

De prestatieafspraken over de variatie en onderscheidendheid van het programma-aanbod zijn gebaseerd op de CCC-indeling (naast het bovengenoemde artikel betreft het de afspraken besproken onder punt 2, 3 en 6). De domeinen amusement, kennis, expressie, samenleving, opinie en nieuws zijn elk opgebouwd uit verschillende categorieën. De 'domeinenmix' en 'genremix' verwijzen respectievelijk naar deze twee niveaus in de CCC-indeling.

Vastgesteld kan worden dat er sprake is van een 'mix van domeinen' in het televisieaanbod. Om van een mix te kunnen spreken moet tenminste één televisieprogramma in een domein voorkomen. Aangezien dit een zeer ruim criterium is heeft het Commissariaat naar de verhoudingen tussen de zes verschillende domeinen gekeken over de afgelopen drie jaar. De verhouding tussen de domeinen is in 2010 verschoven van expressie naar opinie en nieuws ten opzichte van 2009 (zie tabel 1). De vernieuwing van de NPO in de actualiteiten rubrieken is hier terug te zien evenals de vele evenementen die in 2010 hebben plaatsgevonden. Wij constateren dat de prestatieafspraken is nageleefd.

Tabel 1. De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24).

	2008	2009	2010
Amusement	6,8	5,2	4,1
Kennis	13,8	14,3	11,4
Expressie	24,5	25,6	17,4
Samenleving	16,3	17,1	18,9
Opinie	12,2	12,9	17,2
Nieuws	26,5	24,9	31,0
Totaal	100,1	100,0	100,0

NB: Het televisieaanbod is inclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

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 (art. 2.1.2).**

Om aan te tonen dat het aanbod van de publieke omroep zich onderscheidt van de commerciële televisieprogrammakanalen heeft de NPO een steekproef getrokken uit het programma-aanbod van de zenders van RTL en SBS. De programmatitels zijn geclassificeerd aan de hand van de CCC-indeling. De resultaten zijn per genre (gesorteerd naar aandeelgrootte voor Nederland 1-3) weergegeven in tabel 2.

De televisieprogrammakanalen Nederland 1-3 springen er het sterkst uit ten opzichte van RTL en SBS op gebied van de genres: meningsvorming, educatie, actualiteiten en levensbeschouwing. Bij de publieke televisieprogrammakanalen heeft het genre nieuws het grootste aandeel daar waar de commerciële aanbieders een hoog percentage buitenlandse fictie laten zien. Kijkend naar het aandeel nieuws bij RTL, SBS en Nederland 1-3 valt op dat deze bij de drie aanbieders van vergelijkbaar grootte is. Op basis van de verdeling van de genremix concluderen wij dat het aanbod van de publieke televisieprogrammakanalen zich onderscheidt en opzichte van de onderzochte commerciële kanalen. Hiermee is de prestatieafspraken nageleefd.

Ter vergelijking van de resultaten van de NPO is de procentuele verdeling van het televisieaanbod op niveau van de hoofdcategorieën van de SKO weergegeven in tabel 3. Opgemerkt moet worden dat de resultaten slechts op hoofdlijnen een indicatie kunnen geven omdat de indeling van de genres van de twee methoden niet volledig overeenkomstig is. Kijkend naar de onderlinge verhoudingen tussen de aanbieders op gebied van de categorieën informatie en fictie kunnen de conclusies op basis van de

CCC-indeling min of meer worden bevestigd: de verhoudingen tussen de drie aanbieders zijn, weliswaar op op zeer globaal niveau, vergelijkbaar.

Tabel 2. De verdeling van de genremix van het televisieaanbod (tijdvak 00-24)

	NL1-3	RTL	SBS	Vershil*
Nieuws	16,8	16,8	16,2	0,4
Overige buitenlandse fictie	9,8	28,0	44,3	-26,4
Meningsvorming	7,8	1,7	0,2	6,9
Educatie	7,3	1,3	0,8	6,3
Actualiteiten	6,7	0,5	0,0	6,5
Human actua	6,3	5,8	3,8	1,5
Human interest	6,2	8,2	8,0	-1,9
Actuele sportinformatie	5,1	3,4	3,1	1,9
Overige Nederlandse fictie	4,2	3,0	0,6	2,4
Overig amusement	4,2	6,3	5,0	-1,5
Levensbeschouwing	4,1	0,7	1,1	3,2
Service	3,8	8,4	11,7	-6,3
Kunstinformatie	3,0	0,7	0,5	2,4
Populaire muziek	2,7	1,7	0,2	1,8
NL educatieve fictie	2,6	0,3	0,0	2,5
Sportreportage	2,0	2,0	0,4	0,8
Buitenlandse educatieve fictie	1,6	0,0	0,0	1,6
Kennisquiz	1,6	0,0	0,0	1,6
Overig spelprogramma	1,6	7,7	3,4	-4,0
Overige sportinformatie	1,0	1,0	0,0	0,5
Klassieke muziek	0,6	0,0	0,0	0,6
Satire	0,5	0,0	0,3	0,4
Overige muziek	0,4	0,0	0,0	0,4
Cabaret/kleinkunst	0,2	0,0	0,0	0,2
Factual	0,0	2,6	0,4	-1,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	0,0

*Het verschil tussen het percentage van NL1-3 en het gemiddelde percentage van RTL en SBS.

NB: Het televisieaanbod is inclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

Tabel 3. De verdeling van uitzendtijd naar hoofdcategorie in procenten (02-26 uur).

	NL1-3	RTL	SBS	Vershil*
Informatie	54,9	53,2	44,6	6,0
Fictie	6,0	29,5	41,4	-29,5
Amusement	5,0	8,6	5,6	-2,1
Sport	9,2	6,4	4,8	3,6
Muziek en dans	4,1	0,2	0,1	4,0
Kinderen	20,9	2,1	3,5	18,1
Totaal	100,0	100,0	100,0	0,0

*Het verschil tussen het percentage van NL1-3 en het gemiddelde percentage van RTL en SBS.

Bron: SKO Jaarrapportage 2010, p. 29.

3. Jaarlijks variatie aan expressie (kunstinformatie [waaronder kunstdocumentaires], muziek [waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel], fictie en cabaret/satire) (art. 2.3.1).

Om van een mix te kunnen spreken tussen de genres vallend onder het domein expressie moet tenminste één televisieprogramma in een genre voorkomen. Evenals bij prestatieafspraken 2.1.1 is gekeken naar de ontwikkeling van de variatie in van 2008, 2009 en 2010. Om deze vergelijking te kunnen maken is de verdeling van het programma-aanbod over de verschillende genres weergegeven exclusief kinderprogrammering in tabel 4. Geconcludeerd kan worden dat de verhouding tussen de verschillende genres is in 2010 weinig verschoven ten opzichte van de voorgaande jaren. Het Commissariaat concludeert dat de prestatieafspraken is nageleefd.

Tabel 4. De verdeling van de genremix van het televisieaanbod binnen het domein expressie (tijdvak 00-24)

	2008	2009	2010
Kunstinformatie	20,3	22,1	22,5
Nederlandse fictie	20,9	19,2	17,0
Buitenlandse fictie	26,6	24,5	26,5
Cabaret/ kleinkunst	6,3*	5,4*	2,6
Satire			2,4
Muziek	25,9	28,9	29,0
Totaal	100,0	100,1	100,1

*Het percentage satire is bij cabaret/ kleinkunst inbegrepen.

NB: Het televisieaanbod is exclusief kinderprogrammering van Z@pp en Z@ppelin.

4. De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform (art. 2.4.1).

Voor deze prestatieafspraken (en ook 2.4.2) is gebruik gemaakt van het 'imago onderzoek'. De NPO heeft een survey laten uitvoeren door Synovate onder een representatief panel van 1.000 Nederlanders van 13 jaar en ouder. De respondenten zijn op zender niveau over het videoaanbod (Nederland 1-3) en het audioaanbod (Radio 1, Radio 5) ondervraagd. Dit aanbod betreft alleen nieuws en opinie programma's.

Pluriformiteit kan vanuit verschillende perspectieven worden geïnterpreteerd, in dit onderzoek is het bedoeld als de verscheidenheid van invalshoeken. De respondent heeft de mogelijkheid om aan te geven of hij de stelling "je hoort of ziet verschillende meningen" (een indicator van de 'kwaliteitskaart'⁷ van de NPO) wel of niet passend vindt bij een van de genoemde televisie- of radioprogrammakanalen.

De NPO rapporteert dat 70 procent van de respondenten vindt dat het nieuws- en opinie programma-aanbod van Nederland 1-3 verschillende meningen laat zien. Bij het audioaanbod is 67 procent van de respondenten van mening dat het programma-aanbod in de domeinen nieuws en opinie pluriform is. In de afspraak is geen norm opgenomen waaruit blijkt wanneer er sprake is van pluriformiteit en dus de prestatie is gerealiseerd. Indien het uitgangspunt wordt gehanteerd dat een meerderheid, dus ten minste 50 procent van de respondenten, het programma-aanbod als pluriform moet erkennen om de prestatie te realiseren, concludeert het Commissariaat dat deze afspraak is nageleefd. Voorts stellen wij dat het onderzoek op betrouwbare wijze is uitgevoerd.

Een praktische kanttekening, wij adviseren de NPO in het vervolg de procentuele verdeling over alle antwoordcategorieën te rapporteren (d.w.z. inclusief de afzonderlijke percentages voor 'niet passend' en 'weet niet/ geen mening'), zodat de verhouding respondenten dat het aanbod wel of niet pluriform vindt inzichtelijk wordt. Dit geldt ook voor de rapportage van prestatieafspraken 2.4.2.

⁷ Voor toelichting zie: NPO (2010). Concessiebeleidsplan, pp. 58-59.

5. De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed (art. 2.4.2).

Evenals de onder punt 4 besproken prestatieafpraak is deze afspraak gebaseerd op de resultaten van het Imago onderzoek. Middels vier stellingen (eveneens indicatoren van de kwaliteitskaart) is respondenten gevraagd of zij het aanbod van de publieke omroep, op niveau van een televisie- of radioprogrammakanaal, kwalitatief goed vinden. De volgende stellingen zijn gebruikt: 1) kwaliteit; 2) met respect voor mensen; 3) leerzaam en 4) houdt je op de hoogte. Het gemiddelde is vervolgens berekend over de percentages van de antwoordcategorie waarin respondenten konden aangegeven de stelling passend te vinden bij een televisie- of radioprogrammakanaal.

Gemeten over het video- en audioaanbod rapporteert de NPO dat respectievelijk 69 en 71 procent van de Nederlandse bevolking het nieuws- en opinie programma-aanbod als kwalitatief goed beoordeelt. Ook hier geldt zowel voor het video- als audioaanbod dat meer dan 50 procent van de respondenten het aanbod als kwalitatief goed erkent, daarmee concludeert het Commissariaat dat de prestatie is gerealiseerd.

In het overleg met de NPO is besloten de wijze waarop de respondenten wordt gevraagd of zij het aanbod kwalitatief goed vinden alleen te meten met de indicator kwaliteit en de overige indicatoren, zoals reeds vastgelegd in het validatiedocument, buiten beschouwing te laten. De indicatoren 'met respect voor mensen', 'leerzaam' en 'houdt je op de hoogte' zijn voor de NPO relevant voor beleid en sturing maar zijn niet noodzakelijkerwijs algemene operationalisering van het begrip kwaliteit in relatie tot nieuws- en opinieprogramma's.

6. 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 programmakanalen voor kindertelevisie (art. 2.6.1).

Om aan te tonen dat het kinderprogramma-aanbod van de publieke omroep zich onderscheidt van de commerciële televisieprogrammakanalen heeft de NPO een steekproef getrokken uit het programma-aanbod van de zenders van Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD. De programmatitels zijn ook hier geënclassificeerd aan de hand van de CCC-indeling.

Het kinderprogramma-aanbod zoals verzorgd door Z@pp en Z@ppelin onderscheidt zich het sterkst op gebied van de genres educatie en Nederlandse educatieve fictie. Nickelodeon biedt ook een aanzienlijk aandeel educatieve programma's, dit zijn echter buitenlandse producties – daar waar de publieke omroep verhoudingsgewijs meer educatieve programma's van Nederlandse productie vertoont. De zendtijd van de twee Disney zenders bestaat vrijwel overwegend uit programma's uit het genre buitenlandse fictie. Dit afgezet tegen de verscheidenheid aan genres waaruit het aanbod van de publieke omroep bestaat kan worden geconcludeerd dat de genremix zich duidelijk onderscheidt ten opzichte van de commerciële aanbieders. De resultaten per genre (gesorteerd naar aandeelgrootte voor Z@pp en Z@ppelin) zoals geënclassificeerd middels de CCC-indeling zijn weergegeven in tabel 5.

Tabel 5. De verdeling van de genremix van het kindertelevisieaanbod (tijdvak 00-24)

	Z@pp, Z@ppelin	Nickelo- deon	Disney Channel	Disney XD	Vershil *
Overige buitenlandse fictie	36,4	74,3	99,5	94,0	-52,9
Nederlandse educatieve fictie	12,4	0,0	0,0	0,2	12,3
Overige Nederlandse fictie	9,5	3,4	0,0	3,4	7,2
Overig amusement	8,9	2,3	0,0	0,0	8,1
Educatie	7,2	0,0	0,0	0,0	7,2
Buitenlandse educatieve fictie	7,2	18,8	0,0	1,4	0,5
Populaire muziek	5,3	0,2	0,0	0,9	4,9
Overig spelprogramma	3,2	0,3	0,0	0,0	3,1
Nieuws	3,1	0,0	0,0	0,0	3,1
Human interest	3,0	0,0	0,0	0,0	3,0
Overige sportinformatie	2,2	0,3	0,0	0,0	2,1
Service	0,8	0,5	0,1	0,0	0,6
Levensbeschouwing	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3
Kunstinformatie	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

*Het verschil tussen het percentage van Z@pp en Z@ppelin met het gemiddelde percentage van de drie commerciële televisieprogrammakanalen.

De categorie kinderen van de SKO-indeling (uit tabel 3) is verder opgesplitst in tabel 6. De resultaten zijn eveneens gesorteerd naar aandeelgrootte voor Z@pp en Z@ppelin. Ook de gegevens van de SKO tonen een beeld waarbij het aanbod van de publieke omroep uit aanzienlijk minder fictie bestaat dan bij de commerciële aanbieders. De NPO onderscheidt zich duidelijk op het gebied van non-fictie. Onder non-fictie vallen onder andere de genres nieuws, educatie, human interest en overige sportinformatie zoals weergegeven in tabel 5.

Tabel 6. De verdeling van uitzendtijd naar kinderprogrammagenre in procenten (02-26 uur)

	Z@pp, Z@ppelin	Nickelo- deon	Disney Channel	Disney XD	Vershil*
Series (fictie)	63,0	94,4	90,7	94,9	-30,3
Non fictie	18,1	0,6	0,1	0,3	17,8
Amusement	10,1	2,0	0,7	0,5	9,0
Films (fictie)	5,1	2,8	8,5	4,3	-0,1
Muziek	3,6	0,2	0,0	0,0	3,6
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*Het verschil tussen het percentage van Nederland 1-3 met het gemiddelde percentage van de drie commerciële televisieprogrammakanalen.

In de onderstaande tabel zijn de verdelingen van uitzendtijd volgens de CCC- en de SKO-indeling weergegeven voor Nederland 1-3. Hoewel de genres waaruit deze hoofdcategorieën van de CCC- en SKO-indeling zijn opgebouwd van elkaar afwijken toont de vergelijking van het kindertelevisieaanbod op hoofdcategorie, zoals weergegeven in tabel 7, grote mate van gelijkenis.

Tabel 7. De verdeling van uitzendtijd voor kinderprogrammaring naar hoofdcategorie op Nederland 1-3 in procenten

	CCC	SKO	Vershil
Non-fictie	15,5	18,1	-2,6
Fictie	68,0	68,1	-0,1
Amusement	12,8	10,1	2,7
Muziek	3,7	3,6	0,1
Totaal	100,0	99,9	0,1

Op basis van alle bovenstaande gegevens kan worden geconcludeerd dat de NPO de prestatieafspraken met betrekking tot een onderscheidend aanbod ten opzichte van de drie genoemde

commerciële televisieprogrammakanalen heeft nageleefd en hierover op betrouwbare wijze heeft gerapporteerd. Voor het aantonen van de onderscheidendheid van het aanbod op genreniveau vraagt het Commissariaat zich af of het in het kader van efficiëntie de overweging waard is de data van de SKO te gebruiken (dit geldt ook voor afspraak 2.1.2). Het levert de NPO minder werk op indien de bestaande data van de SKO wordt gebruikt. Bovendien maakt dit een vergelijking mogelijk van het volledige aanbod van RLT en SBS in plaats van een steekproefperiode.

7. Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend (art. 4.1.1).

Voor deze prestatieafpraak (en ook 4.1.2) is gebruik gemaakt van een door de NPO zelf uitgevoerd onderzoek, de zogeheten 'barometer berichtgeving'. Het onderzoek is een inhoudsanalyse waarbij zowel mediaberichten (diverse opinie- en dagbladen) als politieke bronnen (Kamervragen en Handelingen) elektronisch worden doorzocht op programmatitels uit het nieuws- en opinieaanbod van de drie publieke televisieprogrammakanalen.

Van de gevonden berichten is vervolgens beoordeeld of programma-inhoudelijke aspecten van de betreffende programmatitel werden besproken (i.e. publicatie) en/of het onderwerp dat in het programma werd aangekaart in het bericht. Berichten waarin het onderwerp uit een programma wordt overgenomen op een prominente plek in een dag- of opinieblad is gekenmerkt als 'agendasettend'.

Met de vaststelling dat een onderwerp uit een programma wordt overgenomen door de pers of de politiek wordt verondersteld dat hiermee ook sprake is van een primeur. Het Commissariaat wijst de NPO erop dat niet zondermeer kan worden vastgesteld dat de programmatitels in de 362 berichten ook daadwerkelijk een primeur hadden. In feite wordt hier de nieuwswaardigheid onderzocht: de frequentie waarmee andere media in een bepaalde thematische context de nieuws- of opinieprogramma's van de publieke omroep gebruiken als bronverwijzing. Aangezien het op betrouwbare wijze vaststellen van een primeur een complexe operationalisering vereist adviseert het Commissariaat de NPO terughoudend te zijn met het gebruik van dit criterium. Voorts concluderen wij dat de wijze waarop de berichten elektronisch worden doorzocht volgens een betrouwbare methode geschiedt.

Tot slot merkt het Commissariaat op dat het opnemen van de steekproefomvang in de rapportage een waardevolle aanvulling zou zijn. Met steekproef wordt bedoeld: de hoeveelheid berichten waarin de programmatitels (uit de categorie nieuws en opinie) voorkwamen en waaruit de 362 berichten zijn gefilterd. Hiermee kan, naast de absolute cijfers, tevens inzicht worden verschaft in de (relatieve) ontwikkeling van de mate van agendasetting over de concessieperiode. Monitoring van deze ontwikkeling achten wij belangrijk omdat de prestatieafpraak geen concreet criterium bevat.

Met behoud van de bovenstaande praktische kanttekeningen concludeert het Commissariaat dat de prestatieafpraak inzake de bijdrage van het opinie- en nieuwsprogramma-aanbod op de televisieprogrammakanalen aan het maatschappelijk debat en 'agendasetting' is nageleefd. Daarnaast stellen wij dat de wijze waarop de bronnen elektronisch worden doorzocht volgens een betrouwbare methode geschiedt.

8. Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie (art. 4.1.2).

Evenals de onder punt 7 besproken prestatieafpraak is deze afspraak gebaseerd op de resultaten van de 'barometer berichtgeving'. Voor deze prestatieafpraak zijn alleen de programmatitels van Radio 1 en BNR Nieuwsradio op gebied van nieuw en opinie als zoektermen gebruikt om mediaberichten en politieke bronnen te doorzoeken.

Met het meest invloedrijke radioprogrammakanaal wordt bedoeld dat Radio 1 vaker een onderwerp wisten te plaatsen in de onderzochte berichten dan het commerciële BNR Nieuwsradio. In 2010 werden onderwerpen van de programma's respectievelijk 30 en 10 keer opgepikt. Daarmee stelt het Commissariaat dat Radio 1 invloedrijker is geweest dan BNR Nieuwsradio.

Ook hier concludeert het Commissariaat dat de NPO deze prestatieafspraken heeft nageleefd. De onder punt 7 geplaatste kanttekeningen zijn ook van toepassing op deze afspraak.

