

## Kennisgeving experiment NPO Plus

### **Inleiding**

Het mediagedrag van het publiek verandert. Steeds vaker bezoekt ons publiek de dienst [npo.nl/uitzending-gemist](http://npo.nl/uitzending-gemist) (via website, tablet en smartphone apps of de connected TV app) om hun favoriete programma's nog een keer terug te zien. In toenemende mate krijgt de NPO echter de vraag naar een completere dienst [npo.nl/uitzending-gemist](http://npo.nl/uitzending-gemist). Het ontbreken van onder andere veel Nederlandse dramaseries, maar ook buitenlandse programma's wordt nu door ons publiek als een gemis ervaren.

In een markt waarin het traditionele "broadcast window" (de lineaire uitzending) en het "retail window" (de dvd-markt nadien) via een "catch-up window" (uitgesteld kijken) en een "VOD window" (betaalde VOD diensten met soms previews) convergeren naar één periode waarin de verschillende windows elkaar sneller opvolgen en deels overlappen, staat de NPO voor de uitdaging zijn programma's ook op de langere termijn beschikbaar te houden voor een breed, algemeen publiek.

Het medialandschap wordt ook steeds internationaler. Buitenlandse partijen staan klaar of zijn reeds aanwezig met on demand videodiensten. Deze nieuwe diensten van derden zijn sterk in het opkopen van (commercieel aantrekkelijke) losse content om die als onderdeel van de eigen catalogus weer te verkopen aan de consument. Dergelijke omgevingen zijn vaak minder of zelfs niet geschikt om specifiek Nederlands publiek aanbod vindbaar en herkenbaar te houden. Nederlandse kaskrakers zullen in deze commerciële VOD diensten voldoende zichtbaar zijn maar dit geldt niet vanzelfsprekend voor andere publieke titels die desondanks van grote waarde zijn. In een publieke context zoals bijvoorbeeld Uitzending Gemist heeft de NPO de mogelijkheid om niet alleen de kaskrakers maar ook deze programma's zichtbaar te maken. Voorwaarde voor de effectiviteit hiervan is dat publieke VOD diensten een groot publiek bereiken. Immers, alleen wanneer het publiek de publieke VOD dienst bezoekt, kan de NPO het pluriforme totale media-aanbod onder de aandacht brengen. Dit vraagt om een sterke publieke VOD propositie. De geschetste marktontwikkelingen zorgen er echter voor dat de NPO niet langer vanzelfsprekend ook de rechten voor uitgesteld kijken kan verwerven. Wij willen daarom bezien of de NPO – ook met minder financiële middelen – zijn on demand dienstverlening voor het publiek op peil kan houden en waar mogelijk kan verbeteren door meer programma's voor het publiek beschikbaar te maken.

Artikel 2.21a Mediawet 2008 creëert de mogelijkheid om door middel van een experiment te onderzoeken of een nieuw aanbodkanaal een bijdrage kan leveren aan de verwezenlijking van de landelijke publieke media-opdracht.

De NPO heeft besloten om een experiment, zoals bedoeld in de Mediawet en het Mediabesluit 2008 te starten voor een betaalde gemistservice met de naam NPO Plus.

Voorafgaande aan de start van zo een experiment maakt de NPO dat experiment bekend volgens de regels van het Mediabesluit 2008. Deze bekendmaking geschiedt hierbij en betreft het voorgenomen aanbodkanaal NPO Plus dat op 12 juni 2014 zal starten.

### **Toelichting**

De NPO streeft er naar dat zijn programma's ook on line terug te zien zijn. Dit past bij de missie van de NPO om relevant te zijn voor iedereen, op het moment dat de kijker dat wil en ongeacht de wijze van distribueren (platform-onafhankelijk). NPO Plus richt zich met een breed pallet programma's op een breed publiek, net als de algemene programmakanalen en npo.nl/uitzending-gemist. Meer specifiek richten we ons op die kijkers die hun kijkgedrag veranderd hebben naar een mix van lineair en on demand kijken en zich daarbij geconfronteerd zien met een achterblijvend aanbod .

Uit diverse onderzoeken blijkt dat Nederlanders steeds vaker via NPO.nl/uitzending-gemist een programma voor het eerst willen bekijken of willen terugkijken. Uit regelmatige publieksreacties leiden wij af dat de gratis dienst NPO.nl/uitzending-gemist als incompleet wordt gezien, onder andere omdat een aantal Nederlandse dramaserie's en buitenlandse programma's ontbreekt of maar kort in de dienst aanwezig is. Ook is de beeldkwaliteit van de internetdienst van npo.nl/uitzending-gemist niet voor ieder device even optimaal (met name voor uitzending op grotere schermen, waaronder de (smart-) televisie in de huiskamer en de PC in "volledige scherm"-weergave). Het volledig vrij aanbieden van alle programma's binnen het huidige NPO.nl/uitzending-gemist is echter niet haalbaar omdat de NPO niet over voldoende financiële middelen beschikt voor de aankoop van rechten en voor het aanbieden van een hogere beeldkwaliteit.

De NPO wil bezien of het mogelijk is individuele kijkers tegen een geringe vergoeding een on demand dienst aan te bieden waarmee wel een meer volledig aanbod kan worden bekeken, zonder reclame en op een kwalitatief hoogwaardiger distributiewijze. Feitelijk gaat het dan om een plusvariant van NPO.nl/uitzending-gemist. De inkomsten uit NPO Plus worden aangewend om de kosten voor de benodigde rechten en de verbeterde techniek te financieren. Omroepen delen het resultaat van NPO Plus met rechthebbenden op basis van de met hen gemaakte afspraken. De betaaldienst biedt dus ook voor de creatieve sector nieuwe mogelijkheden. Uitgangspunt is dat de wettelijke taakopdracht en het onderscheidende karakter van de publieke omroep niet in het gedrang mogen komen. Zo zal het streven erop gericht blijven de huidige dienst NPO.nl/uitzending-gemist voor iedereen gratis beschikbaar laten blijven, met hetzelfde type aanbod als nu beschikbaar is.

### ***De positie van het experiment binnen de publieke mediaopdracht, bedoeld in artikel 2.1 van de Mediawet, en de relatie met het andere media-aanbod van de landelijke publieke mediadienst***

De NPO wil in NPO Plus zekerstellen dat er meer breed en pluriform media-aanbod on demand beschikbaar komt voor het publiek. Dat is bij uitstek van belang bij een terugkijkdienst. NPO Plus is een betaalde abonnementsdienst (S-VOD) met meer programma's die langer beschikbaar zijn, in hogere kwaliteit en zonder reclame. NPO Plus wordt vooralsnog verkocht via het 3-in-1-abonnement van NLziet ([www.nlziet.nl](http://www.nlziet.nl)). Over NLziet zie hierna.

Met NPO Plus wil de NPO, conform zijn taakopdracht zoals omschreven in artikel 2.1 Mediawet 2008, op landelijk niveau een publieke mediadienst verzorgen die media-aanbod biedt op het terrein van informatie, cultuur, educatie en verstrooiing. In NPO Plus zal media-aanbod worden opgenomen dat eerder is uitgezonden of nog uitgezonden gaat worden via de lineaire algemene programmakanalen van de NPO.

De NPO wil ook langs deze weg voldoen aan democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving door programma's langer (tot 365 dagen na uitzending op de lineaire programmakanalen) en kwalitatief beter (in termen van beeldkwaliteit) aan publiek ter beschikking

te stellen. Daarnaast wil de NPO meer gepersonaliseerd en zonder reclame on demand media-aanbod brengen dat evenwichtig, pluriform, gevarieerd en kwalitatief hoogstaand is en zich tevens kenmerkt door een grote verscheidenheid naar vorm en inhoud.

Met NPO Plus wordt verzekerd dat ook na uitzending van de programma's op de algemene programmakanalen op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving wordt gegeven, waarin de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied wordt weerspiegeld. De dienst komt daarmee tegemoet aan de toenemende vraag van het publiek om platform-neutraal op ieder gewenst moment van de dag naar het aanbod van de NPO te kunnen kijken.

Het aanbieden van NPO Plus geschiedt binnen de kaders die daarvoor wettelijk mogelijk zijn op grond van de Mediawet 2008 en de Mededeling van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de regels inzake staatssteun op de publieke omroep (2009/C 257/01). Zo staat de Omroepmededeling een betaaldienst binnen de publieke opdracht toe, bijvoorbeeld om aldus rechten te kunnen regelen of te voorzien in een betere kwaliteit van distributie.

### **Over NLZiet**

NLZiet is een gezamenlijke abonnementsfaciliteit waarmee het Nederlandse publiek toegang krijgt tot de individuele (en onafhankelijke) betaalde, hoge-kwaliteit, online gemistdiensten van de deelnemers in NLZiet, op dit moment zijn dat de NPO, RTL en SBS. Met dit drie-in-één-abonnement kunnen kijkers een groot aanbod van televisieprogramma's, waaronder, tv-series, films, reality, documentaires en shows van de Nederlandse tv terugkijken tot 365 dagen na uitzending. De samenwerking voorziet in gebruiksgemak door een *single login*, de uitgebreidere zoekmogelijkheden, meer aanbod inclusief previews, de genoemde langere beschikbaarheid van 365 dagen en het kijken op meerdere apparaten.

NPO, RTL en SBS hebben voor deze samenwerking eind 2013 een coöperatie opgericht. NLZiet is opgezet als een sectorbreed initiatief dat openstaat voor andere TV-zenders in Nederland. Elke organisatie maakt afzonderlijke afspraken met producenten en andere rechthebbenden voor hun eigen abonnementsdiensten. NLZiet zal het abonnement ook aanbieden aan distributeurs en andere marktpartijen voor wederverkoop onder voorwaarden.

### **De duur en wijze van financiering van het experiment en de manier waarop het experiment wordt geëvalueerd.**

Het experiment NPO Plus wordt gefinancierd uit het NPO aandeel van de abonnementsgelden van NLZiet. De verdeling van gelden vanuit NLZiet is gebaseerd op de verhouding van het cumulatieve aantal gegenereerde kijkminuten van de afzonderlijke deelnemers. In de aanloopfase zullen de abonnementsgelden naar verwachting nog onvoldoende zijn om de kosten te dekken. In deze fase zullen de kosten worden gefinancierd uit de door de Minister beschikbaar gestelde budgetten voor de verzorging van media-aanbod, uiteraard binnen de grens zoals gesteld in het Mediabesluit 2008. Het experiment begint op 12 juni 2014 voor maximaal een jaar.

In het experiment zal onderzocht worden in hoeverre het mogelijk is om een kwalitatief hoogwaardige dienst te realiseren en in hoeverre het publiek behoefte heeft aan NPO Plus. Op basis van de evaluatie en resultaten van het experiment zal beoordeeld worden of een aanvraag zal worden gedaan voor NPO Plus als aanbodkanaal bij de Minister van OCW conform de daarvoor bestaande procedure.

De NPO zal het experiment volgens de volgende criteria evalueren.

- Het wel of niet slagen van het leveren van een kwalitatief hoogstaande dienst in termen van:
  - beeldkwaliteit en,
  - programmaselectie
- NPO zal onder de Nederlandse bevolking testen of NPO Plus nu of in de nabije toekomst beantwoordt aan een behoefte:
  - De NPO is van mening dat minimaal 10% van de Nederlandse bevolking NPO Plus een aanvulling vindt op het huidige aanbod en dat 5% in de nabije toekomst mogelijk bereid is om voor NPO Plus (al dan niet via een abonnement op NLziet) te betalen.

## **Toepasselijke regelgeving**

*Tekst Mediawet 2008*

- **Artikel 2.21a**

- 1. Artikel 2.21, derde lid, is niet van toepassing, als bij wijze van experiment van beperkte omvang of duur media-aanbod via andere aanbodkanalen dan die, bedoeld in artikel 2.20, tweede lid, onderdelen b en c, wordt aangeboden. Een experiment dient om te onderzoeken of deze aanbodkanalen een bijdrage kunnen leveren aan de verwezenlijking van de publieke media-opdracht op landelijk niveau.
- 2. Bij algemene maatregel van bestuur wordt bepaald wanneer sprake is van beperkte omvang of duur en kunnen nadere regels worden gesteld over het uitvoeren van experimenten.

*Tekst Mediabesluit 2008:*

- **§ 1. Experimenten**

- **Artikel 1a**

- 1. De NPO maakt voorafgaand aan de start van een experiment betreffende een aanbodkanaal als bedoeld in artikel 2.21a van de wet de uitvoering van dat experiment bekend.
- 2. De bekendmaking gaat vergezeld van een beschrijving van het experiment die in elk geval bevat:
  - a. de positie van het experiment binnen de publieke mediaopdracht, bedoeld in artikel 2.1 van de wet, en de relatie met het andere media-aanbod van de landelijke publieke mediadienst;
  - b. de doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod; en
  - c. de duur en wijze van financiering van het experiment en de manier waarop het experiment wordt geëvalueerd.

- **Artikel 1b**

- 1. In de begroting, bedoeld in artikel 2.147 van de wet, wordt een beschrijving gegeven van:
  - a. de experimenten die worden uitgevoerd; en
  - b. de voorgenomen experimenten in het komende kalenderjaar.
- 2. Artikel 1a, tweede lid, is van overeenkomstige toepassing.

- **Artikel 1c**

- 1. Een experiment is in duur beperkt tot een looptijd van maximaal een jaar, gerekend vanaf het tijdstip waarop het desbetreffende aanbodkanaal voor het publiek beschikbaar is.
- 2. Als binnen de maximale looptijd van een experiment het desbetreffende aanbodkanaal in het concessiebeleidsplan, bedoeld in artikel 2.20 van de wet, of in de begroting, bedoeld in artikel 2.147 van de wet, met het oog op de instemming als bedoeld in artikel 2.21, derde lid onderscheidenlijk vierde lid, van de wet is opgenomen, kan het experiment worden voortgezet, totdat over de instemming is beslist.
- 3. Een experiment heeft een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredig hoge kosten leidt.

- **Artikel 1d**

- 1. De totale kosten voor de landelijke publieke mediadienst van experimenten in enig kalenderjaar bedragen niet meer dan 2 procent van het totaal van de budgetten, bedoeld in artikel 2.149, onderdelen a tot en met f en h, van de wet.
- 2. De NPO vermeldt in het verslag, bedoeld in artikel 2.58 van de wet, de uitgevoerde experimenten en de kosten per experiment in het afgelopen kalenderjaar.