

EUROVISION
EUROPE SHINE A LIGHT

EUROPE SHINE

TOELICHTING
PROGRAMMATISCHE
DOELEN / SPEERPUNTEN



ACHTERGROND

Uit het concessiebeleidsplan en de jaarplannen van Audio en Video volgen een aantal programmatische doelen/speerpunten:

1. Diversiteit
2. Impact samenleving
3. Talentontwikkeling
4. Innovatie
5. Specifieke doelgroepen
6. Regio
7. Specifieke (maatschappelijke) thema's

ACHTERGROND

Pitchfase:

Als een voorstel van omroep of externe producent inspeelt op een of meerdere van deze programmatische doelen/speerpunten kan dit toegelicht worden in het voorstel.

Intekenfase:

Als een omroep een voorstel vervolgens intekent moeten de programmatische doelen/speerpunten waaraan met het programmavoorstel (extra) invulling wordt gegeven, worden aangevinkt in het menu in NPO Pitch-intekendeel. Bij elk doel/speerpunt dat wordt aangevinkt kan toegelicht worden op welke manier en in welke mate men denkt bij te dragen aan dat doel.

De mogelijke bijdrage van het programmavoorstel aan de programmatische doelen/speerpunten wordt meegewogen bij beoordeling van het voorstel.

DE PROGRAMMATISCHE DOELEN/SPEERPUNTEN

Op de volgende sheets staat een nadere toelichting op de doelen/speerpunten.

Daarbij is onderaan kort aangegeven wat in het voorstel tot uitdrukking moet komen indien het specifiek inspeelt op een of meerdere van deze doelen/speerpunten.

1. Diversiteit

De NPO wil van het publiek zijn, waar alle Nederlanders zich in herkennen en zich erkend voelen.

Onze verbindende taak als publieke omroep is alleen waar te maken als we alle Nederlanders vertegenwoordigen en aan het woord laten. Wij hebben hierin een voorbeeldrol: gelijke kansen voor iedereen, ongeacht leeftijd, gender, opleiding, geografische spreiding, biculturele achtergrond of handicap.

Het aanbod van de publieke omroep moet dan ook een spiegel van de samenleving zijn.

De NPO wil de diversiteit in het aanbod zichtbaar bevorderen.

Accent in programmavoorstel:

Het programma weerspiegelt de diversiteit van onze samenleving (in gender, leeftijd, opleiding, geografische spreiding, etniciteit en handicap). Diversiteit komt tot uitdrukking in onderwerpkeuze/thematiek, maar ook in casting, gasten, presentatoren, etc.

2. Impact samenleving

We willen burgers goed informeren, verschillende stemmen en geluiden in de samenleving reflecteren en mensen in aanraking brengen met andere meningen en culturen.

De publieke omroep wil daarbij graag iets teweeg brengen op maatschappelijk niveau. Steeds meer (met name journalistieke en documentaire) programma's houden niet op na de uitzending. De impact van het programma wordt vergroot door het activeren van het publiek, het entameren van publieke discussies, het op gang brengen van maatschappelijk debat, het doen stellen van Kamervragen, het inspireren van particuliere initiatieven.

Accent in programmavoorstel:

Het programma sluit aan op de maatschappelijke agenda, zet nieuwe onderwerpen op de maatschappelijke agenda, jaagt het debat aan, draagt bij aan meningsvorming en spoort het publiek aan tot actief meedenken.

3. Talentontwikkeling

We kunnen het belang van talent niet onderschatten. Nieuw talent ziet mogelijkheden die de gevestigde orde (zijn) ontgaan; talentvolle nieuwe makers hebben de potentie klassieke televisievormen met fris elan te verlevendigen, bij te dragen aan een creatieve en artistieke dynamiek.

Het is onze opdracht verschillende geluiden en culturen een podium te bieden. Een van de sleutels ligt in het aan ons binden van meer jonge makers, het vertellen van nieuwe verhalen. Innovatie en talentontwikkeling zijn daarbij cruciaal.

Door een kweekvijver te zijn voor nieuw talent kan een brug worden geslagen tussen verschillende doelgroepen.

We willen trendsettend en origineel zijn. We zijn daarbij bereid (gecalculeerde) risico's te nemen, maar waken tegelijkertijd voor teveel experiment op onze lineaire kanalen. Onze online platforms bieden een vruchtbare bodem voor het experiment met nieuwe ideeën en nieuw talent.

Accent in programmavoorstel:

Het programma geeft ruimte/biedt een podium aan nieuw talent

4. Innovatie

De publieke omroep wil het publiek programmatisch blijven verrassen. Naast de vertrouwde vaste waarden is vernieuwing van de programmering van groot belang. Daarin willen we koploper blijven.

Vernieuwing heeft dan ook continu onze aandacht: via pilots, nieuwe programma's en de evaluatie en verbetering van bestaand aanbod.

Alleen dan kunnen we optimaal in blijven spelen op nieuw mediagedrag en veranderende behoeften van ons publiek. Nieuwe aanwas en jong talent dragen daar met hun frisse blik aan bij en houden de ervaren krachten scherp.

Innovatieve content is – ook in combinatie met investeringen in talentontwikkeling – onze lifeline naar de toekomst.

Baanbrekende innovatieve formats en vernieuwende arena's (al dan niet in combinatie met online-componenten) behoren hier uiteraard toe.

Accent in programmavoorstel:

Het programma is innovatief in vorm en interactie (dit is vooral van toepassing op de online-componenten bij programmavoorstellen)

5. Specifieke doelgroepen

In het algemeen zijn de prestaties van de publiek omroep goed, maar we bereiken sommige specifieke publieksgroepen niet voldoende. We bieden blijkbaar niet voor iedereen de gewenste context. Dat roept de vraag op welke hiaten in het bereik belangrijk zijn om te vullen en welke content daarbij hoort.

Op basis van de ontwikkelingen in de samenleving is het voor de publieke omroep van belang de komende jaren drie groepen extra aandacht te geven:

1. Jongeren (20-34 jaar)
2. Mensen met een niet-westerse achtergrond
3. Lager opgeleiden en economische achterblijvers

Accent in programmavoorstel:

Programma's zijn in staat bovengenoemde specifieke doelgroepen te bereiken. Onze ambitie is daarbij niet alleen gericht op bereik, maar ook op creëren van impact

6. Regio

Een van de aspecten van diversiteit betreft geografische spreiding. Inwoners van alle Nederlandse regio's moeten zich in voldoende mate kunnen herkennen in ons aanbod. Om de publieke omroep nog beter in de samenleving te verankeren, gaat de NPO daarom meer zendtijd inruimen voor regionaal aanbod..

We streven daarom in ons aanbod naar een betere balans in geografische spreiding.

We hechten belang aan aandacht voor evenementen, cultuur en mensen in de regio.

De zichtbaarheid van de regio kan zowel inhoudelijk zijn (onderwerpkeuze), maar ook bijvoorbeeld in locatiekeuze.

Accent in programmavoorstel:

Programma's komen voort uit/worden gemaakt in de regio, of hebben inhoudelijk een regionaal karakter.

7. Specifieke (maatschappelijke) thema's

De publieke omroep is een venster op de wereld en volgt de polsslag van de samenleving.

Dit betekent dat thema's die in die samenleving spelen (zowel nationaal als internationaal) op de voet worden gevolgd en (vanuit verschillende invalshoeken) belicht. Daarbij kan worden gedacht aan klimaat/duurzaamheid, racisme, toenemende ongelijkheid/armoede, zorg, nepnieuws, etc.

We zijn met onze programma's over thema's die in de samenleving spelen ook een hefboom: kijkers zien hun eigen wereld erin terug. De onderwerpen en vragen die hen bezighouden komen aan bod, de relatie tussen de samenleving als geheel vertaald naar de effecten voor mensen op hun eigen leven en omgeving.

We zijn daarbij niet alleen gefocust op wat slecht gaat in ons land en daarbuiten. We steken onze kop niet in het zand, maar bieden hoop en een perspectief dat mensen verbindt: programma's die de tijdgeest en het levensgevoel met elkaar verbinden.

Accent in programmavoorstel:

Het programma is gericht op specifieke, actuele (maatschappelijke) thema's.