

Beleidslijn platformselectie en nadere bepalingen voor verspreiding van media-aanbod door media-instellingen

De 'Beleidslijn platformselectie en nadere bepalingen voor verspreiding van media-aanbod door media-instellingen', verder aangehaald als de '**Beleidslijn platformselectie**' is op 16 juli 2019 door de Raad van Bestuur van de NPO - gelet op artikel 2.1 artikel 2.2, tweede lid, onderdeel b, f, i en j, artikel 2.3, artikel 2.10 tweede lid, onderdeel b en c, artikel 2.21, derde lid, artikel 2.53, artikel 2.55, tweede lid en artikel 2.60 Mediawet 2008 (hierna Mw) - vastgesteld en vervangt de 'Beleidsnotitie platformselectie' zoals vastgesteld op 27 september 2013. Deze Beleidslijn platformselectie is deels herzien bij besluit van de Raad van Bestuur van 14 januari 2020.

1. Definities

In deze beleidslijn wordt verstaan onder:

- a. **aanbodkanaal, media-aanbod, publieke mediaopdracht**: wat daaronder wordt verstaan in artikel 1.1, eerste lid, Mw;
- b. **Beleidsregel aanbodkanaal**: Beleidsregel aanbodkanaal van de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media van 25 april 2019, nr. WJZ/7965679(8176);
- c. **coördinatiebesluit**: besluit van de Raad van Bestuur van de NPO betreffende de coördinatie en samenhangende ordening van media-aanbod op en tussen de diverse aanbodkanalen, anders dan het plaatsingsbesluit;
- d. **lineaire stream**: online verspreidingswijze waarbij het media-aanbod wordt aangeboden via een chronologisch schema voor gelijktijdige afname door het algemene publiek of een deel daarvan;
- e. **media-instelling**: landelijke publieke media-instelling die op grond van titel 2.2 Mw media-aanbod voor de landelijke publieke mediadienst verzorgt;
- f. **mediaproduct**: elektronisch product met beeld- of geluidsinhoud dat duidelijk is afgebakend en als zodanig herkenbaar onder een afzonderlijke titel, al dan niet gedeeld in afleveringen, is bestemd voor afname door het algemene publiek of een deel daarvan;
- g. **NPO**: de landelijke publieke mediadienst, alsmede de organisaties benoemd in titel 2.2 Mw die hieraan uitvoering geven;
- h. **NPO-organisatie**: de Stichting Nederlandse Publieke Omroep als bedoeld in artikel 2.2, eerste lid, Mw;
- i. **online NPO-platform**: online platform geëxploiteerd door de NPO-organisatie of een media-instelling waarop goedgekeurde aanbodkanalen en separaat verspreidbaar media-aanbod worden verspreid of beschikbaar gesteld;
- j. **overig aanbodkanaal**¹: niet-lineair geordend aanbodkanaal als bedoeld in artikel 2.20, tweede lid, onderdeel c, Mw;
- k. **plaatsingsbesluit**: besluit van de Raad van Bestuur van de NPO over welk media-aanbod op welk aanbodkanaal, voor welke periode, geplaatst wordt en welk budget daar aan wordt toegekend;
- l. **platform**: ieder elektronisch communicatienetwerk, iedere elektronische dienst of combinatie daarvan via welke media-aanbod aan het publiek kan worden aangeboden waarvoor de aanbieder van het platform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt;
- m. **platform van een derde**: door een rechtspersoon anders dan een media-instelling of de NPO-organisatie geëxploiteerd platform;
- n. **programmakanaal**: lineair geordend aanbodkanaal als bedoeld in artikel 2.20, tweede lid, onderdeel b, Mw²;
- o. **separaat verspreidbaar media-aanbod**: media-aanbod dat in overeenstemming met het bepaalde in artikel 3 Beleidsregel aanbodkanaal onder de instemming³ voor een aanbodkanaal

¹ In het overzicht aanbodkanalen in het concessiebeleidsplan en de begroting zijn alle aanbodkanalen opgesomd, met vermelding van het type kanaal (programmakanaal of overig aanbodkanaal).

² Zie voetnoot 1.

valt en separaat online kan worden verspreid of media-aanbod dat op grond van het instemmingsbesluit voor een aanbodkanaal op vergelijkbare wijze online kan worden verspreid.

2. Platformselectie

2.1 Algemeen

- a. Aanbodkanalen en separaat verspreidbaar media-aanbod worden alleen verspreid via platformen van derden als hiervoor een schriftelijke overeenkomst tussen de NPO-organisatie en deze derde is afgesloten, of - conform artikel 3.2 onderdeel a. van deze beleidslijn - een overeenkomst tussen een media-instelling en deze derde.
- b. De in het vorige lid bedoelde overeenkomst bevat waarborgen voor de voorwaarden die voor de NPO van belang zijn voor het realiseren van de landelijke publieke mediaopdracht en die zijn beschreven in de artikelen 2.2 tot en met 2.4 van deze beleidslijn.
- c. Aan deze criteria voor selectie kunnen aanbieders van platformen geen zelfstandige rechten ontleen.

2.2 Criteria voor selectie platformen van derden

- a. Het platform van een derde heeft een relevant bereik. Er is in ieder geval sprake van een relevant bereik van een platform van derden als het bereik bij aanvang of naar verwachting van de NPO-organisatie uiterlijk binnen 24 maanden minimaal 1% is van het aantal huishoudens of personen (ouder dan 10 jaar) in Nederland dan wel het geografische gebied binnen Nederland waartoe het platform zich beperkt.
- b. Op het platform van een derde zijn de aanbodkanalen en het media-aanbod, voor de gebruiker herkenbaar als afkomstig van de NPO.
- c. Het platform van een derde vereenzelvigd zich niet met de NPO doordat in ieder geval:
 - het bereik van het platform niet voor het grootste gedeelte afhankelijk is van de aanwezigheid van aanbodkanalen of media-aanbod van de NPO;
 - het platform qua vormgeving geen overwegende gelijkenis vertoont met één of meer van de aanbodkanalen, het media-aanbod, diensten of merken van de NPO.
- d. De aanbieder van het platform beschadigt het imago van de NPO niet door verspreiding van een aanbodkanaal of media-aanbod in een context die afbreuk doet aan het imago, de onafhankelijkheid, de betrouwbaarheid of de integriteit van de NPO.
- e. De aanbieder van het platform erkent de volledige redactionele autonomie van de NPO ten aanzien van de inhoud van de aanbodkanalen en het media-aanbod en geeft de aanbodkanalen en het media-aanbod dat door de NPO wordt aangeboden onverkort en ongewijzigd door. Dit houdt tevens in dat een aanbieder van een platform geen invloed heeft op de productie, inhoud en selectie van media-aanbod dat door de NPO wordt aangeboden.
- f. De verspreiding via het platform leidt niet tot verzwakking van de eigen diensten van de NPO.

2.3 Aanvullende criteria voor verspreiding van aanbodkanalen via een platform van een derde

- a. Tenzij anders overeengekomen met de NPO-organisatie, onthoudt de aanbieder van het platform zich van het toevoegen of vervangen van reclame, promo's of informatiediensten, ook tijdens eventuele laadtijd of buffertijd van de afspeelapparatuur voor zover het laad- en buffertijd betreft van media-aanbod dat door de NPO wordt aangeboden.
- b. De aanbieder van het platform zal in en op de door de NPO aangeboden aanbodkanalen en media-aanbod geen aanbevelingen tonen anders dan de aanbevelingen van de NPO, tenzij dit door de gebruiker zelf wordt opgevraagd.

³ De ministeriële instemming als bedoeld in artikel 2.21, derde lid, Mw.

2.4 Aanvullende criteria voor online verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod via een platform van een derde

- a. De aanbieder van het online platform geeft de NPO-organisatie - of, in gevallen als bedoeld in artikel 3.2 van deze beleidslijn, de media-instelling - de volledige controle over zowel het aanbieden van media-aanbod op het platform als over het verwijderen daarvan.
- b. Tenzij anders overeengekomen met de NPO-organisatie onthoudt de aanbieder van het platform zich van het plaatsen van reclame, promo's of informatiediensten in de redactionele ruimte die binnen het platform bestemd is voor het aanbieden van media-aanbod door gebruikers⁴ van het platform.
- c. De aanbieder van het platform vraagt geen afzonderlijke betaling van de gebruikers van het platform voor het bekijken of beluisteren van het media-aanbod.

3. Verspreiding van media-aanbod en aanbodkanalen door media-instellingen

3.1 Verspreiding van een aanbodkanaal door een media-instelling

- a. Een media-instelling mag de verspreiding van een overig aanbodkanaal met het daarop geplaatste media-aanbod via het online NPO-platform verzorgen als dit in een coördinatiebesluit is vastgelegd en de verspreiding plaatsvindt binnen de hieraan verbonden voorwaarden. Het coördinatiebesluit bevat een omschrijving van het media-aanbod dat op dit aanbodkanaal kan worden hergebruikt. Plaatsing van nieuw te vervaardigen mediaproducten op een dergelijk aanbodkanaal kan alleen als deze gespecificeerd en beschreven zijn in het coördinatiebesluit.
- b. Media-instellingen verspreiden geen aanbodkanalen, inclusief apps die een aanbodkanaal ontsluiten, via een platform van een derde.

3.2 Verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod door een media-instelling

- a. Een media-instelling kan alleen media-aanbod verspreiden via een online platform van een derde, als dit platform is opgenomen in bijlage 1 en hiervoor een schriftelijke overeenkomst tussen de NPO-organisatie en het betreffende platform van een derde is afgesloten of een, door de Raad van Bestuur goedgekeurde, overeenkomst tussen de media-instelling en deze derde. De Raad van Bestuur verleent deze goedkeuring als de overeenkomst voldoet aan de criteria als bedoeld in artikel 2.2 en 2.4 van deze beleidslijn.
- b. Een media-instelling mag de verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod via het online NPO-platform of via een in bijlage 1 opgenomen online platform van een derde, verzorgen als dit in een plaatsingsbesluit is vastgelegd.
- c. Het jaarplan als bedoeld in artikel 12.3 van het Coördinatiereglement Aanbodkanalen beschrijft het beleid voor de verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod alsmede hoe de verbondenheid van het separaat verspreide media-aanbod met het aanbodkanaal waarop het bijhorende mediaproduct is geplaatst, voor het publiek herkenbaar dient te worden gemaakt door gebruik van naam, beeldmerk of ander vormgevingselement van het aanbodkanaal.
- d. In het plaatsingsbesluit, dat is gebaseerd op het jaarplan en de doelstellingen en afspraken die zijn vastgelegd in het intekenproces, wordt onder meer vastgelegd:
 - wat de titel van het mediaproduct is en op welk aanbodkanaal het mediaproduct wordt geplaatst;
 - of er, en zo ja welk, media-aanbod als onderdeel van het mediaproduct (en onder dezelfde titel) kan worden verzorgd dat bestemd is voor separate verspreiding via het online NPO-platform of een bepaald online platform van een derde;
 - of, in voorkomende gevallen, het mediaproduct zelf separaat via het online NPO-platform of een bepaald online platform van een derde kan worden verspreid;

⁴ Onlineplatformen van derden zijn meestal interactief en gebruikers kunnen op een dergelijk platform zowel media-aanbod aanbieden als media-aanbod afnemen. Hier wordt met gebruikers bedoeld de aanbiedende gebruikers.

- op welke wijze de separate verspreiding via het online NPO-platform of bepaald online platform van een derde plaatsvindt, door wie (de NPO-organisatie of de media-instelling) en welke voorwaarden of afspraken daaraan verbonden zijn
 - hoe het media-aanbod dat separaat verspreid wordt, dient bij te dragen aan de programmatische en bereikdoelstellingen van het mediaproduct en het aanbodkanaal waarvoor dit is toegekend;
 - het budget dat voor de verzorging van het mediaproduct en voor het daarbij horende separaat verspreidbare media-aanbod wordt toegekend alsmede de eventuele overige financiering daarvan uit: eigen bijdrage, overgedragen reserves media-aanbod, NPO-fonds en bijdragen derden.
- e. De media-instelling die separaat verspreidbaar media-aanbod verzorgt, zorgt dat dit media-aanbod wordt aangeboden onder dezelfde titel als het mediaproduct waarvan het onderdeel is of voor het publiek door visuele of auditieve kenmerken direct is te herleiden tot die titel.
- f. De NPO-organisatie evalueert tenminste jaarlijks in hoeverre de programmatische en bereikdoelstellingen en de bij intekening meegegeven voorwaarden zijn gerealiseerd. De uitkomsten van deze evaluatie zijn mede richtinggevend voor de eventuele plaatsing van het mediaproduct, alsmede daarbij horend separaat verspreidbaar media-aanbod, in een volgende periode en de daarbij vast te stellen doelstellingen.
- g. Media-instellingen verspreiden geen media-aanbod (inclusief apps) via een platform van een derde dat niet is opgenomen in bijlage 1, eventuele verspreiding via platformen die niet zijn opgenomen in bijlage 1 wordt verzorgd door de NPO-organisatie.
- h. Al het media-aanbod dat door media-instellingen wordt verzorgd, dient in overeenstemming met artikel 16 van het Coördinatiereglement Aanbodkanalen beschikbaar te zijn voor hergebruik en ontsluiting door de NPO-organisatie op alle aanbodkanalen, waarbij de aanlevering van het media-aanbod moet voldoen aan de (technische) specificaties die in het jaarplan of in andere regelingen van de NPO-organisatie zijn vastgelegd.

3.3 Nadere voorwaarden voor verspreiding via het online NPO-platform

- a. Bij verspreiding van een overig aanbodkanaal en separaat verspreidbaar media-aanbod via het online NPO-platform door een media-instelling gelden, naast de voorwaarden die in het coördinatie- of plaatsingsbesluit zijn opgenomen of die voortvloeien uit andere bindende regelingen⁵, de volgende voorwaarden:
- i. Media-aanbod wordt binnen het online NPO-platform alleen beschikbaar gesteld door middel van een van de aangewezen NPO-players;
 - ii. De media-instelling waarborgt het gebruik van de doorverwijsfunctionaliteit die in de NPO-player is ingebouwd ten behoeve van het doorprogrammeren (cross-navigatie)⁶;
 - iii. Portals, apps en websites bevatten de door de NPO-organisatie geleverde centrale navigatie;
 - iv. De media-instelling voorziet media-aanbod dat verspreid wordt binnen het online NPO-platform van de juiste metadata en tellers, conform de richtlijnen die de NPO-organisatie aan media-instellingen beschikbaar stelt;
 - v. Op een overig aanbodkanaal dat door een media-instelling wordt beheerd kan geen lineaire stream van een programmakanaal worden aangeboden; deze worden uitsluitend aangeboden op de NPO-portal en radiozender-portals, tenzij anders overeengekomen met de NPO-organisatie en dit past binnen de verleende instemming met het aanbodkanaal als bedoeld in artikel 2.21, vierde lid Mw;
 - vi. De media-instelling draagt er zorg voor dat op de portals, websites en apps die zij beheren geen nieuwe aanbodkanalen ontstaan, waarvoor de instemming als bedoeld in artikel 2.21, derde lid, Mw noodzakelijk is;

⁵ Waaronder de Bindende regeling Ster-reclame op internet.

⁶ Met de doorverwijsfunctionaliteit in de NPO-player worden aan de kijker/luisteraar aanbevelingen gedaan voor ander media-aanbod van de NPO. De doorverwijsfunctionaliteit doet aanbevelingen vanuit het volledige media-aanbod van de NPO.

3.4 Nadere voorwaarden voor verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod via platformen van derden

- a. Bij verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod via een online platform van een derde door een media-instelling gelden, naast de voorwaarden die in het plaatsingsbesluit zijn opgenomen of die voortvloeien uit andere bindende regelingen, de volgende voorwaarden:
 - i. Indien het platform van een derde zijn aanbiedende gebruikers de mogelijkheid biedt zelf kijk- of luisteraanbevelingen te tonen dient de media-instelling gebruik te maken van deze mogelijkheid en deze in te inzetten conform de vereisten voor cross-navigatie;
 - ii. De media-instelling zal meewerken aan onderzoek over gebruik van media-aanbod via platformen van een derde door het beschikbaar stellen van data, conform de richtlijnen die de NPO-organisatie hiervoor - binnen de kaders van de geldende privacywetgeving - opstelt;
 - iii. De media-instelling draagt er zorg voor dat zij op platformen van derden geen nieuwe aanbodkanalen laten ontstaan, waarvoor de instemming als bedoeld in artikel 2.21, derde lid, Mw noodzakelijk is;
 - iv. Als er media-aanbod van een media-instelling door een derde⁷ op een platform van een derde is geplaatst, zal de betreffende media-instelling, op eerste verzoek van de NPO-organisatie, zich optimaal inspannen dit media-aanbod van het platform van een derde te (laten) verwijderen. Een media-instelling zal geen gebruik maken van eventueel door het platform van een derde geboden mogelijkheden om inkomsten te verwerven uit media-aanbod dat door een derde⁸ op het betreffende platform is geplaatst.

4. Zelfpromotie

4.1 Coördinatie en verspreiding van media-aanbod dat dient ter zelfpromotie

- a. Zelfpromotie (hierna een promo) die voldoet aan de hiernavolgende cumulatieve voorwaarden kan, onverminderd het bepaalde in artikel 2 van deze beleidslijn, door media-instellingen buiten de intekening om worden vervaardigd en verspreid via de in bijlage 1 opgenomen platformen van derden en het online NPO-platform:
 - i. het heeft een wervend karakter en wordt verspreid met als enig doel het verhogen van de bekendheid of het verhogen van het bereik van een mediaproduct, aanbodkanaal, media-instelling of NPO;
 - ii. de maximale lengte van een promo (audio of video) is twee minuten;
 - iii. een promo heeft naar zijn aard een tijdelijk karakter;
 - iv. in geval van de promotie van een mediaproduct vindt de promotie plaats in het kader van de uitzending/plaatsing van het mediaproduct op één van de aanbodkanalen; en
 - v. in geval van de promotie van een mediaproduct wordt tijdens of direct na afloop van de promo verwezen naar het aanbodkanaal waarop het mediaproduct geprogrammeerd/geplaatst staat.

5. Slotbepalingen

5.1 Benodigde rechten voor verspreiding

Voor zover de verspreiding van media-aanbod niet gedekt is door collectieve licentieovereenkomsten, blijft een media-instelling verantwoordelijk voor de verwerving van de noodzakelijke rechten of licenties.

⁷ Met derde wordt bedoeld ieder ander dan de media-instelling zelf of de NPO-organisatie.

⁸ idem als voetnoot 8.

5.2 Inwerkingtreding en overgang

Deze Beleidslijn Platformselectie treedt in werking per 1 oktober 2019 en vervangt de Beleidsnotitie Platformselectie zoals in werking getreden op 1 oktober 2013.

5.3 Bekendmaking

Deze beleidslijn wordt bekendgemaakt door kennisgeving ervan aan de media-instellingen en door publicatie op de website van NPO.

TOELICHTING

Algemeen

Het media-aanbod van de landelijke publieke media-instellingen kan uitsluitend verspreid worden via aanbodkanalen waaraan door de minister instemming is verleend. Onder de instemming voor een aanbodkanaal valt ook, ook als het instemmingsbesluit daar niet in voorziet, de separate online verspreiding van media-aanbod, voor zover dit in overeenstemming is met het bepaalde in artikel 3 van de Beleidsregel aanbodkanaal van OCW. De aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst vallen onder regie van de NPO-organisatie. In het vijfjaarlijkse concessiebeleidsplan en de jaarlijkse begroting beschrijft de NPO-organisatie alle goedgekeurde aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst⁹.

De NPO-organisatie is belast met de coördinatie van het publieke media aanbod. De coördinatie betreft niet alleen de plaatsing van media-aanbod op aanbodkanalen maar ook de verspreiding van al het media-aanbod¹⁰. Verspreiding van het publieke media-aanbod gebeurt via verschillende platformen. We onderscheiden, in het kader van deze beleidslijn, verspreiding via het eigen online NPO-platform en verspreiding via platformen van derden.

Voor de verspreiding van aanbodkanalen en het media-aanbod dat daarvan onderdeel uitmaakt, selecteert de NPO-organisatie platformen en sluit daarmee, voor zover het platformen van derden betreft, (mantel)overeenkomsten. In deze beleidslijn wordt aangegeven volgens welke criteria de NPO-organisatie platformen van derden selecteert (artikel 2 van deze beleidslijn).

De sturende en coördinerende taak van de NPO-organisatie heeft betrekking op de ordening en verspreiding van ál het media-aanbod, ongeacht de bron van financiering. Aan de verzorging, ordening en verspreiding van media-aanbod dient derhalve altijd een coördinatie- of plaatsingsbesluit van de NPO-organisatie ten grondslag te liggen.

De NPO-organisatie kan onderdelen van zijn wettelijke taak om media-aanbod te ordenen op aanbodkanalen en te verspreiden, door media-instellingen laten uitvoeren. Deze beleidslijn bepaalt (in artikel 3) wanneer en onder welke voorwaarden een media-instelling onderdelen van deze taak van de NPO-organisatie zelf mag uitvoeren.

Activiteiten die ter promotie van de publieke media-opdracht dienen en waarmee geen commerciële markt wordt betreden, kunnen tot de publieke media-opdracht gerekend worden.

⁹ Als de NPO wijzigingen wil aanbrengen in het door de minister goedgekeurde deel van het concessiebeleidsplan met aard en aantal aanbodkanalen, dient dit in de begroting te worden opgenomen en dient de minister hier instemming aan te verlenen (2.21, vierde lid, Mw). Dit geldt voor zowel het wijzigen of beëindigen van een bestaand aanbodkanaal als het aanvragen van een nieuw aanbodkanaal.

¹⁰ Zie Kamerstukken II, 2007/2008, 31 356, nr. 7., pag. 30

Voor de verspreiding van media-aanbod dat uitsluitend dient ter promotie van aanbodkanalen of mediaproducten, is een generieke coördinatiebepaling opgenomen (in artikel 4 van deze beleidslijn).

Scope

Deze beleidslijn heeft betrekking op de verspreiding van media-aanbod ter uitvoering van de publieke mediaopdracht. Media-instellingen kunnen ook als nevenactiviteit, buiten de aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst (onder meer op kanalen van mediadiensten van derden), publiek media-aanbod aanbieden of daartoe licenties verstrekken aan derden, wanneer dit past binnen de daaraan gestelde voorwaarden van artikel 2.132 en 2.133 Mw. Voor de toets op grond van artikel 2.133 Mw die de Raad van Bestuur van de NPO ter zake van nevenactiviteiten uitvoert, wordt verwezen naar de Beleidslijn Nevenactiviteiten¹¹.

Artikelsgewijs

Artikel 1 sub c (coördinatiebesluit)

Het plaatsingsbesluit heeft betrekking op de plaatsing van nieuw te verzorgen media-aanbod voor een bepaald aanbodkanaal¹², waarbij het besluit naast de plaatsing ook het budget voor de verzorging van dit media-aanbod bepaalt. Een coördinatiebesluit betreft onder meer besluiten tot (her)gebruik van media-aanbod op aanbodkanalen anders dan voorzien in het plaatsingsbesluit op grond waarvan dat media-aanbod is geproduceerd of besluiten betreffende de verzorging en verspreiding van een overig aanbodkanaal door een media-instelling (de omroepportals).

Artikel 1 sub f (mediaproduct)

De definitie van mediaproduct komt uit de Beleidsregel aanbodkanaal. Een mediaproduct is hetzelfde als een programma, met als enig verschil dat het niet uitmaakt of het verspreid wordt via een lineair programmakanaal of een niet-lineair overig aanbodkanaal.

Artikel 1 sub i (online NPO-platform)

Dit betreft dus alle domeinnamen waarvan media-instellingen of de NPO-organisatie eigenaar zijn.

Artikel 2.1 sub a

De hier bedoelde overeenkomst hoeft niet altijd het resultaat van onderhandelingen te zijn, maar kan ook betrekking hebben op standaard voorwaarden van de aanbieder van het platform, mits deze voldoen aan de criteria.

Artikel 2.2 sub a

In het kader van het innovatiebeleid kunnen nieuwe platformen worden onderzocht en de criteria voor relevant bereik eventueel nog nader worden uitgewerkt.

Artikel 2.3 sub b

Met "tenzij dit door de gebruiker zelf wordt opgevraagd" wordt bedoeld de situaties waarin de gebruiker met een expliciete handeling (het klikken van een button, het kiezen van een menu item, of het op een andere manier via de gebruikersinterface activeren van een actie) zelf aanbevelingen opvraagt.

Artikel 2.4 sub a

De aanbieder van het online platform van een derde kan de NPO-organisatie of media-instelling dus geen verplichting opleggen tot het aanbieden van media-aanbod en de NPO-organisatie of media-instelling moet te allen tijde, op eigen initiatief en zonder daarin door het platform

¹¹ Beleidslijn Nevenactiviteiten NPO.

¹² Waarbij dit besluit ook al kan voorzien in bepaald (her)gebruik op andere aanbodkanalen, zie ook de toelichting bij Artikel 3.2 sub c.

belemmerd te worden, het door henzelf aangeboden media-aanbod weer van het online platform van een derde kunnen (laten) verwijderen.

Artikel 2.4 sub b

Met redactionele ruimte die bestemd is voor de gebruikers van het platform wordt bedoeld het kader of venster dat op een onlineplatform van een derde beschikbaar is voor aanbieders van media-aanbod of andere content. In geval door NPO gebruik wordt gemaakt van een online platform van een derde is NPO dus de aanbiedende gebruiker. Reclame in of direct gekoppeld aan de audio- of video-player, bijvoorbeeld in de vorm van pop ups, pre rolls, banners, etc. is dus niet toegestaan, tenzij anders overeengekomen met de NPO-organisatie.

Artikel 2.4 sub c

Sommige onlineplatformen van derden kennen zowel gratis als betaalde diensten. Media-aanbod kan in een betaalde dienst opgenomen worden, voor zover het betreffende media-aanbod ook in de gratis dienst beschikbaar is en de betaling betrekking heeft op een verzameling van media-aanbod van meerdere aanbieders (abonnement) en niet op het gebruik van afzonderlijk media-aanbod van de NPO (geen pay-per-view dus). Bovendien zal in geval een betaalde dienst de overeenkomst met het betreffende platform afspraken over de betaling van een vergoeding aan de NPO dienen te bevatten.

Artikel 3.2 sub c

De NPO-organisatie legt in het jaarplan, intekenproces en het plaatsingsbesluit als bedoeld in artikel 12.3 tot en met 12.5 Coördinatie-reglement Aanbodkanalen vast welke programmatische en bereikdoelstellingen verbonden zijn aan het toegekende mediaproduct. Daarnaast beschrijft het jaarplan het beleid voor de verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod. Het vereiste van de herkenbare verbondenheid van het separaat verspreidbare media-aanbod met het aanbodkanaal, volgt uit de Beleidsregel aanbodkanaal (artikel 3, sub d). Om de verbondenheid met het aanbodkanaal waarop het mediaproduct wordt geplaatst voor het publiek herkenbaar te maken zal de NPO-organisatie in het jaarplan richtlijnen opnemen waaraan de merkvoering dient te voldoen om, mede door uniformiteit, herkenbaarheid te realiseren. De verbondenheid heeft primair betrekking op het aanbodkanaal waarvoor het mediaproduct wordt verzorgd, maar kan ook betrekking hebben op andere aanbodkanalen waarop het mediaproduct geplaatst wordt, bijvoorbeeld wanneer een titel deels wordt verzorgd voor lineaire uitzending op NPO3 en deels op npo3.nl. Op welke aanbodkanalen die verbondenheid betrekking dient te hebben, blijkt uit het plaatsingsbesluit.

Artikel 3.2 sub d

In het plaatsingsbesluit worden, in aanvulling op het jaarplan, eventuele nadere voorwaarden of afspraken vastgelegd. Aan de wijze van separate verspreiding via het online NPO-platform of een online platform van een derde kunnen vereisten worden gesteld die onder meer betrekking hebben op verwijzing en cross-navigatie en de keuze van het specifieke accounts op het mediaplatform van waaruit het mediaproduct separaat wordt verspreid.

Artikel 3 van de Beleidsregel aanbodkanaal stelt voor separate online verspreiding onder meer als voorwaarde dat deze verspreiding bijdraagt aan de programmatische en bereikdoelstellingen van het bijhorende mediaproduct en het aanbodkanaal. Dit betekent dat het primaat ligt bij de verspreiding van het mediaproduct via het aanbodkanaal, en dat de separate online verspreiding daaraan dient bij te dragen. Tenzij het instemmingsbesluit van een aanbodkanaal hier in voorziet is het exclusief aanbieden van een mediaproduct op een mediaplatform (social only) niet mogelijk. Daarentegen is het niet uitgesloten dat media-aanbod dat onderdeel is van een mediaproduct en dat op grond van artikel 3 van de Beleidsregel aanbodkanaal in aanmerking komt voor separate online verspreiding, enkel op een online platform van een derde wordt verspreid.

Artikel 3.2 sub e

Dit vereiste volgt uit artikel 3, sub c, van de Beleidsregel aanbodkanaal. De titel van een mediaproduct wordt vermeld in het plaatsingsbesluit.

Artikel 3.2 sub g

Verspreiding via niet in bijlage I opgenomen platformen van derden loopt altijd via de NPO-organisatie. In uitzonderlijke gevallen, bijvoorbeeld in het kader van een experiment, kan hiervan worden afgeweken en kan de NPO-organisatie toestaan dat een media-instelling verspreidt via een niet in bijlage I opgenomen platform van een derde.

Artikel 3.3 sub a onderdeel v

Op een overig aanbodkanaal kan het plaatsen van lineaire streams leiden tot een significante wijziging van het aanbodkanaal waarvoor instemming van de Minister nodig is¹³ (tenzij het plaatsen van lineaire streams al onderdeel is van die instemming¹⁴). Alle programmakanalen zijn beschikbaar via de npo-portal, de portals van de radiozenders en de bij deze aanbodkanalen horende apps. Op andere aanbodkanalen kan hiernaar verwezen worden. Tenzij de NPO-organisatie hiervoor expliciet toestemming heeft verleend, wordt door een media-instelling op een overig aanbodkanaal dus geen lineaire stream van een programmakanaal aangeboden. Overige lineaire streams, die niet worden aangeboden op een programmakanaal, kunnen slechts incidenteel en in beperkte mate worden aangeboden op een overig aanbodkanaal waarvan het aanbieden van streams geen onderdeel is van de verleende instemming. Het beleid voor deze tijdelijke lineaire streams wordt uitgewerkt in het jaarplan en de eventuele nadere richtlijnen die ten behoeve van de intekening worden meegegeven.

Artikel 3.4 sub a onderdeel iii

Wanneer er media-aanbod dat betrekking heeft op meerdere titels op geordende wijze worden geplaatst op een platform ontstaat een aanbodkanaal waarvoor instemming van de Minister nodig is. Dat geldt niet als de instemming van de Minister met het aanbodkanaal mede betrekking heeft op het samenbrengen en geordend aanbieden van media-aanbod van dat aanbodkanaal via een bepaald online platform.

Artikel 4

De generieke coördinatiebepaling heeft uitsluitend betrekking op promo's. Het begrip promo's dient in dit verband restrictief te worden uitgelegd. Het opknippen en verspreiden van een mediaproduct in fragmenten, itemizen, verspreiding van samenvattingen of verspreiding van alle hoogtepunten vallen hier doorgaans niet onder.

Relevante juridische kader

- Volgens de publieke mediaopdracht van artikel 2.1 Mw wordt het media-aanbod van de landelijke publieke media-instellingen verspreid via aanbodkanalen waaraan conform artikel 2.21, derde lid, Mw door de minister instemming is verleend.
- De Beleidsregel aanbodkanaal verduidelijkt de vraag wanneer de uitgebreide instemmingsprocedure van artikel 2.21, derde lid, Mw van toepassing is.
- De NPO-organisatie is conform artikel 2.2, eerste lid, Mw het sturings- en samenwerkingsorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau.
- Media-instellingen stellen op grond van artikel 2.55, tweede lid, Mw het media-aanbod dat zij verzorgen ter beschikking voor verspreiding op de aanbodkanalen.
- De NPO-organisatie verzorgt op grond van artikel 2.2, tweede lid, onderdeel b, artikel 2.10 tweede lid, onderdeel b en artikel 2.53 Mw de plaatsing van het media-aanbod op de

¹³ Zie artikel 4, eerste lid, onderdeel a Beleidsregel aanbodkanaal.

¹⁴ Het aanbieden van lineaire streams is op dit moment alleen onderdeel van de instemming bij de volgende aanbodkanalen: de npo-portal (zowel programmakanalen als tijdelijke streams), npo3.nl (stream van NPO 3), nos.nl (tijdelijke streams belangrijke nieuws en sportgebeurtenissen), de radiozender portals (audio en video stream van de betreffende radiozender).

aanbodkanalen en is belast met de verspreiding van de aanbodkanalen en het media-aanbod dat daarvan onderdeel uitmaakt.

- De NPO-organisatie kan, op grond van artikel 2.2, tweede lid, onderdeel f jo. artikel 2.3 Mw, uit hoofde van het behartigen van zaken die van gemeenschappelijk belang zijn voor de landelijke publieke mediadienst en de landelijke publieke media-instellingen, overeenkomsten met derden aangaan.
- De NPO-organisatie draagt op grond van artikel 2.2, tweede lid, onderdeel i zorg voor een doelmatige inzet van de gelden die bestemd zijn voor de verzorging en verspreiding van het media-aanbod.
- De NPO-organisatie is op grond van artikel 2.2, tweede lid, onderdeel j belast met het inrichten, in stand houden, beheren en exploiteren en regelen van het gebruik van organen, diensten en faciliteiten, waaronder studio's en distributie-infrastructuren, die nodig zijn voor een goede uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau.
- De NPO-organisatie kan, volgens artikel 2.10, tweede lid, onderdeel c Mw, regelingen vaststellen die nodig zijn voor de uitvoering van de taken van de NPO. Deze regelingen zijn op grond van artikel 2.60 Mw bindend voor de landelijke publieke media-instellingen.
- De NPO-organisatie heeft, conform artikel 2.10, tweede lid, onderdeel c Mw, onder meer het Coördinatiereglement Aanbodkanalen vastgesteld, dat de coördinatie en ordening van het media-aanbod op de aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst regelt.

BIJLAGE I

Op onderstaande platformen van derden kan door een media-instelling separaat verspreidbaar media-aanbod worden verspreid als:

- met het platform een (goedgekeurde) overeenkomst is gesloten (artikel 3.2 onderdeel a van deze beleidslijn); en
- in het plaatsings- of coördinatiebesluit is vastgelegd dat de media-instelling het betreffende media-aanbod via het betreffende platform van een derde zal verspreiden (artikel 3.2 onderdeel b en 4.1 van deze beleidslijn).

Het betreft de volgende online platformen van derden:

- Apple iTunes appstore
- Facebook
- Google Assistent (voor actions)
- Google Play appstore
- Instagram
- LinkedIn
- Pinterest
- Snapchat
- Twitter
- WhatsApp
- YouTube

Online verspreiding van separaat verspreidbaar media-aanbod via andere platformen van derden wordt verzorgd door de NPO-organisatie.

Wijziging van deze bijlage

Bovenstaande lijst met platformen van derden kan door de NPO-organisatie worden aangevuld. De Raad van Bestuur herziet daartoe deze bijlage en stelt deze opnieuw vast.

Als de NPO-organisatie een platform van een derde van bovenstaande lijst wil schrappen, zal de Raad van Bestuur de media-instellingen hierover consulteren, alvorens de bijlage te herzien en opnieuw vast te stellen. Als een platform van een derde wordt geschrapt van de lijst, zullen de media-instellingen het media-aanbod dat op dit platform staat, (laten) verwijderen, tenzij hiervoor bij de herziening van de bijlage een nadere regeling is vastgesteld.

Wanneer een herziening van bijlage I wordt vastgesteld, zal dit in overeenstemming met artikel 5.3 van deze beleidslijn bekend worden gemaakt.