

Experimentplan

Nieuwsfragmentenkanaal

Experimentplan voor een aanbodkanaal

Experiment

Achtergrond

Uitgangspunten

Wettelijke en juridische kaders

Positie binnen taakopdracht en relatie met ander media-aanbod

Leerdoelen en evaluatiecriteria

Begroting en financiering

Meting/evaluatie leerdoelen

Planning, duur en publieksbereik

Projectorganisatie

Achtergrond experiment

Veranderend kijkgedrag publiek

Het publiek neemt via steeds meer platforms nieuws tot zich. De publieke omroep wil op het gebied van nieuws dit publiek volgen en haar ook op deze nieuwe platforms bedienen teneinde zijn wettelijke taakopdracht beter uit te voeren.

Ondersteuning journalistieke infrastructuur en samenwerking met dagbladen

Krantenconcerns verkeren in een ingewikkelde positie in het tablet-tijdperk waar AV materiaal op internet in toenemende mate onontbeerlijk is. Het ontwikkelen van een werkbaar business model op internet blijkt gecompliceerd. Vanuit politiek en samenleving wordt samenwerking met krantensector gevraagd (advies commissie Brinkman 2009)

Uitgangspunten experiment

Het NOS nieuwsfragmentenkanaal (hierna: aanbodkanaal) kan worden geplaatst op nieuwssites (hierna: platform) waarbij de volgende uitgangspunten gelden:

Aanbodkanaal

- **Werking** Het platform kan vrijelijk fragmenten van het aanbodkanaal selecteren en embedden. Publiek kan na bekijken video worden geattendeerd op andere video binnen embeddable player op platform.
- **Relevant aanbod** Het aanbodkanaal bestaat uit eigen productie: binnenlands nieuws en mogelijk sport.
- **Reclame** Doordat items op het kanaal korter zijn dan 3 minuten, worden deze niet voorafgegaan door een Ster pre-roll. Het platform kan de video niet vooraf laten gaan door een eigen pre-roll of laten opvolgen door een eigen post-roll. Het platform kan wel in de eigen omgeving (buiten de player, op de website) banners plaatsen.
- **Verantwoordelijkheid** De NPO mandateert de NOS voor de uitvoering van de programmering van het aanbodkanaal. D.w.z. dat het aanbevelingssysteem (dat na het eerste fragment video aanbeveelt) onder controle van de NOS is. Niet van het platform.

Markt

- **Platform** Het platform heeft een actuele, dagelijkse nieuwsfunctie (binnenland, buitenland, sport etc.),
- **Non-exclusiviteit** Het aanbodkanaal wordt op non-exclusieve basis ter beschikking gesteld aan platforms. Hierdoor zullen platforms geen competitief voordeel hebben ten opzichte van elkaar. Het kanaal wordt alleen ter beschikking gesteld aan platforms die niet zichtbaar gekoppeld zijn (door merkvoering of navigatie) aan een lineair kanaal buiten de publieke omroep.
- **Dienstbaarheid** Omdat de platforms –naast de beperking in reclame en de afwezigheid van competitief voordeel door non-exclusiviteit- op geen enkele wijze betaling morgen vragen aan de eindgebruiker en mogen adverteren met de aanwezigheid van het aanbodkanaal, kan worden aangenomen dat de publieke omroep op deze wijze niet dienstbaar is aan winsten van derden.

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.
 - De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.
 - De duur en wijze van financiering van het experiment.
 - De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - **Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.**
 - De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.
 - De duur en wijze van financiering van het experiment.
 - De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Positie binnen taakopdracht en relatie met ander media-aanbod

Het aanbodkanaal past binnen de taakopdracht van de publieke mediadienst, zoals omschreven in artikel 2.1 Mediawet 2011.

Het aanbodkanaal brengt media-aanbod op het terrein van **informatie, nieuws, sport en evenementen**.

Hiermee voldoet de NOS **aan de behoefte van de Nederlandse samenleving** om op een evenwichtige wijze nieuws te verkrijgen en krijgt het publiek een beeld over hetgeen leeft binnen de samenleving.

De NOS-items worden niet exclusief gemaakt voor het aanbodkanaal. Het zijn onderdelen van bestaande NOS programma's, zoals het NOS Journaal. Het media-aanbod voldoet dan ook aan dezelfde **hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen** die men kent van de televisieprogramma's en overige internetpagina's van de NOS. Het aanbodkanaal levert een cruciale bijdrage aan de missie van de NOS om het gehele Nederlandse publiek te bedienen. Dankzij het aanbodkanaal is het nieuwsaanbod van de NOS immers niet uitsluitend via de NOS zelf te bekijken, maar ook via alle andere online nieuwsmedia. Aldus volgt de NOS haar publiek; van het aanbodkanaal wordt dan ook een relevant bereik verwacht; het zal bovendien een aanzienlijke bijdrage leveren aan het publieksbereik van het media-aanbod van de NOS.

Voorts benut de NOS de mogelijkheden om het media-aanbod aan te bieden via nieuwe media- en verspreidingstechnieken, waaronder de embedded NOS player.

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.
 - **De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.**
 - De duur en wijze van financiering van het experiment.
 - De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Leerdoelen en evaluatiecriteria experiment

Leerdoel 1: Leidt de samenwerking met platforms tot nadere invulling van de taakopdracht van de publieke omroep door aanvullend bereik van het media-aanbod van de publieke omroep in het algemeen en de NOS in het bijzonder?

criterium:

Er is gedurende minimaal 3 maanden van het experiment sprake van een additioneel bereik van minimaal 100.000 unieke browsers per maand (buiten het Publieke Omroepdomein en los van de autonome groei van het kanaal binnen het NOS Domein). Dit komt neer op ca. 5% á 10% van het totale bereik van het aantal opgevraagde video's van de huidige NOS videoplayer (+/- 1,5 miljoen per maand).

Leerdoelen en evaluatiecriteria experiment

Leerdoel 2: Levert het aanbodkanaal een verrijking en versterking van het online aanbod van de platforms op?

criterium:

(aantal NOS video's door platform gepubliceerd binnen website) / (het totaal door het platform aangeboden video's) is bij minimaal 3 platforms minimaal 0,1 (10%).

Het % wordt berekend over de gehele periode dat het platform NOS video's plaatst (vanaf de plaatsing van de eerste video tot en met plaatsing van de laatste video).

Het % wordt alleen meegenomen in de evaluatie wanneer een platform minimaal 1 volle maand (van de eerste dag in de maand tot en met de laatste dag in de maand) NOS video's heeft gepubliceerd.

Leerdoelen en evaluatiecriteria experiment

Leerdoel 3: Leidt het te hanteren aanbevelingssysteem tot verwijzing van het publiek naar andere gerelateerde video binnen een player die aanwezig is op het platform?

Criterium

Er is vanaf januari 2012 een werkend aanbevelingssysteem aanwezig die potentieel ook bij andere players van de publieke omroep kan worden geïmplementeerd. Het aanbevelingssysteem kan zowel werken op basis van handmatige redactie als ook geautomatiseerd op basis van algoritmen: gerelateerde video (obv metadata) en meest bekeken.

Leerdoelen en evaluatiecriteria experiment

Leerdoel 4: Blijkt het dat er –naast bereik- sprake is van ‘publieksbehoefte en -waardering’?

Criterium

Meer dan 50% van het publiek (1) heeft de overtuiging dat de NOS video op platforms bijdraagt aan de kwaliteit van het platform, (2) waardeert de aanwezigheid van de video positief, (3) ziet de aanwezigheid als onderdeel van de taakopdracht van de publieke omroep en (4) vindt de aanbevelingen die na de video volgen nuttig.

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.
 - De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.
 - **De duur en wijze van financiering van het experiment.**
 - De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Begroting en financiering experiment

(kosten van oktober 2011 t/m september 2012)

Eenmalige kosten

•Ontwikkeling van de basisfunctionaliteit:	EUR 15.000,-
•Design:	EUR 1.000,-

Out-of-pocket

•Interaction design:	EUR 500,-
•Zoekfunctie-implementatie:	EUR 2.000,-
•Aanbevelingssysteem:	EUR 30.000,-
•Aanpassing video-verdelingsysteem:	EUR 30.000,-
•Onderzoekskosten:	EUR 20.000,-
TOTAAL:	<u>EUR 98.500,-</u>

Structurele kosten

<u>Beheerkosten:</u>	<u>EUR 30.000,-</u>
Totale kosten eerste jaar (experiment)	<u>EUR 128.500,-</u>

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.
 - De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.
 - De duur en wijze van financiering van het experiment.
 - **De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.**



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Meting/evaluatie leerdoelen experiment

Leerdoel 1: Leidt de samenwerking met platforms tot aanvullend bereik van het media-aanbod van de NOS?

Meting

De metingen voor de evaluatie zullen in eerste instantie plaatsvinden met comScore Digital Analytix. De tellers worden dusdanig ingericht (oa. voorzien van een third-party-label) dat het bereik op NOS.nl gescheiden kan worden van dat van de externe partijen.

Meting/evaluatie leerdoelen experiment

Leerdoel 2: Levert het aanbodkanaal een verrijking en versterking van het online aanbod van de platforms op?

Meting

Het platform heeft de verantwoordelijkheid om aan de NOS en de NPO maandelijks het aantal NOS-video's en het aantal gepubliceerde video's van overige persbureaus te rapporteren.

Meting/evaluatie leerdoelen experiment

Leerdoel 3: Kan er een aanbevelingssysteem worden ontwikkeld dat buiten de 'eigen' internetomgeving' zorgt voor verwijzing van het publiek naar andere gerelateerde NOS video?

Meting

Twee medewerkers van de NOS, twee medewerkers van de NPO en een medewerker nieuwe media van een omroep beoordelen of aan de eisen van het aanbevelingssysteem is voldaan.

Meting/evaluatie leerdoelen experiment

Leerdoel 4: Kan er worden vastgesteld dat er sprake is van 'publieksbehoefte'?

Meting

KLO (NPO) zal een kwalitatief onderzoek (uitgevoerd door MOA) coördineren.

Meting/evaluatie leerdoelen experiment

Evaluatie

De evaluatie vindt plaats in juni 2012 met de op dat moment beschikbare data. Op basis hiervan wordt beoordeeld of aan de criteria is voldaan en er dus op basis hiervan een aanvraag voor het aanbodkanaal zou kunnen plaatsvinden. Het is echter mogelijk dat ook wanneer aan alle criteria voldaan is, er vanwege andere afwegingen wordt besloten geen aanbodkanaal aan te vragen.

Wettelijke en juridische kaders experiment

Eisen aan melding

- NPO meldt de uitvoering van dit experiment (art. 1a Mediabesluit jo. Art. 2.21a Mediawet).
- De bekendmaking van het experiment, inclusief beschrijving ervan, bevat in ieder geval (art. 1a lid 2) Mediabesluit:
 - Positie binnen de publieke mediaopdracht en de relatie met het andere media-aanbod van de publieke mediadienst.
 - De doelstellingen van het experiment waaronder het beoogde publieksbereik, de doelgroepen en de behoeften van het publiek, mede in het licht van bestaand marktaanbod.
 - De duur en wijze van financiering van het experiment.
 - De manier en wijze waarop het experiment wordt geëvalueerd.



Beperkt publieksbereik en duur

Het uitvoeren van een experiment kan volgens de Mediawet alleen indien er sprake is van beperkte omvang of duur (art. 1c Mediabesluit). Uit het Mediabesluit lijkt echter te volgen dat aan beide criteria moet worden voldaan, dus zowel een beperkte duur (max. een jaar) als een beperkt publieksbereik, tenzij dit niet mogelijk is vanwege technische omstandigheden of tot onevenredige hoge kosten leidt. Het Mediabesluit bevat geen duidelijke uitleg over de invulling van 'een beperkt publieksbereik'. Een verder complicerende factor is dat de beperking niet zó groot moet zijn dat evaluatie van bereik (voor het aantonen van publieksbehoefte) onmogelijk wordt. Hierover is dus afstemming met OCW nodig.

Planning, duur en publiekbereik experiment

Planning experiment:

- Start experiment: november 2011
- Uitvoering evaluatie: juni 2012
- Publicatie evaluatie: juli 2012
- Eventuele aanvraag van aanbodkanaal bij OCW: september 2012
- Mogelijk definitieve start aanbodkanaal: januari 2013

Beperkt publieksbereik:

Na een wekelijks bereik van 1 miljoen unieke browsers buiten het Publieke Omroepdomein zal de dienst worden uitgeschakeld en niet meer beschikbaar zijn voor de overige Nederlanders die in die week de dienst willen benaderen. Dit gebeurt direct na afloop van de op dat moment beschikbare video (dus binnen maximaal 48 uur). Wanneer blijkt dat gedurende de eerste 2 maanden deze grens niet bereikt wordt, wordt de grens verlaagd om zo een beperkt publieksbereik zeker te stellen. Tot –op zijn laagst- 200.000 unieke browsers.

Projectorganisatie experiment

Uitvoering (NOS):

- Nieuwe media (Lara Ankersmit),
- Nieuws (Jens Kraan)
- Juridische Zaken (Matthijs Linnemann).

Stuurgroep:

- Jan de Jong (NOS)
- Henk Hagoort (NPO)
- Gerard Timmer (NPO)
- Cees de Bruin (NPO)
- Jeroen Verspeek (NPO)
- Joost Baak (NPO)