

Bijlage 1 Eerdere adviezen

Uit: advies erkenningaanvragen Commissariaat vd Media 2009

“Voor alle omroepverenigingen en dus ook voor hen die al lange tijd een plaats in het omroepbestel hebben, geldt de eis dat zij een bepaalde in de statuten omschreven stroming moeten vertegenwoordigen. Voor nieuwe initiatieven komt daar nog bij dat hun toegevoegde waarde mede tot uitdrukking moet komen door vertegenwoordiging van een nieuwe stroming, ook wel aangeduid als het werken vanuit een andere maatschappijvisie of overtuiging dan de andere reeds in het bestel aanwezige omroepen.

Tot aan de cyclus waarin wij ons nu bevinden werd over het begrip 'stroming' tamelijk makkelijk heengestapt. Veelal volstond een verwijzing naar de uitspraak van de toenmalige Afdeling voor de geschillen van bestuur van de Raad van State in de Veronica zaak in 1975. Kort gezegd komt deze er op neer dat als enkele tienduizenden personen de keuze maken om door betaling van contributie duidelijk te maken dat zij een omroepvereniging ondersteunen, het ervoor gehouden moet worden dat er dan sprake is van een bepaalde stroming in de zin van de wet.

Uit de geschiedenis van de totstandkoming van de Erkenningswet blijkt dat gekozen is voor terugkeer naar een meer inhoudelijke benadering van het stromingsbegrip.

Naast hetgeen daarover in de Memorie van Toelichting bij de Erkenningswet is gezegd expliciteert de Nota naar aanleiding van het verslag wat de wetgever voor ogen staat bij de aanscherping van het stromingsbegrip. Er is uitgelegd dat mensen zich tegenwoordig op verschillende manieren organiseren. Enerzijds zijn er de klassieke stromingen die zich kenmerken door een specifieke levensbeschouwing en daarmee samenhangende overtuigingen en activiteiten. Daarnaast bestaan lossere verbanden rond onderwerpen of levensstijlen, zoals milieuorganisaties en subculturen van jongeren. De ontwikkeling van alomvattende naar meer selectieve stromingen heeft volgens de regering al zijn weerslag gehad op de toelating van nieuwe omroepverenigingen.

De openheid van het bestel betekent echter niet dat elke omroep die een niche weet te vinden toegelaten kan worden. Mede omdat publieke zendtijd niet bedoeld is om alleen de eigen achterban te bedienen, maar een bredere weerklank moet hebben, blijft het begrip stroming in de wet breed gedefinieerd.

Ondanks de toelichtingen waarmee de regering gepoogd heeft duidelijkheid te verschaffen over de invulling van het stromingsbegrip, blijft het Commissariaat het moeilijk vinden om een eenduidige definitie van het begrip 'stroming' te formuleren. Het blijft voor ons lastig om van een nieuw initiatief vast te stellen of het een stroming vertegenwoordigt en of deze een andere is dan de stromingen die zijn vertegenwoordigd door omroepverenigingen die al een erkenning hebben. Wij hebben nog overwogen om deskundigen op het terrein van de sociologie te raadplegen, maar hebben daarvan afgezien omdat duidelijk werd dat geen sociaal wetenschapper zijn vingers aan de materie wil branden.” (pg.3/4)

Uit: Advies omroeperkenning Raad voor Cultuur 2014

“Bij de beoordelingen stuitte de Raad op beperkingen voor een objectieve beoordeling. De vereisten waarnaar de Raad moet kijken, zijn namelijk niet uitgewerkt in passende en toetsbare criteria. Bovendien zijn de vereisten lastig te beoordelen op basis van alleen de beleidsplannen, zoals u heeft gevraagd daarvoor is eigenlijk een toetsing op het functioneren in de voorgaande periode nodig. De Raad pleit ervoor nieuwe beoordelingscriteria te ontwikkelen, waarvoor hij u in

een later stadium graag voorstellen wil doen. Zo wordt bij een volgende erkenningsaanvraag een heldere beoordeling van alle omroepen mogelijk" (p.1).

Uit: Advies erkenningaanvragen Raad van Bestuur NPO 2014

"De Raad van Bestuur tekent aan dat de toetsingscriteria zoals vastgelegd in de Mediawet z.i. niet altijd voldoende houvast bieden. Zo zijn er nogal wat verschillen in interpretatie van de verschillende criteria mogelijk en is het moeilijk een balans te vinden tussen een nauwgezette en een meer ruimhartige hantering ervan. En voor alle wettelijke criteria geldt dat deze nog niets hoeven te zeggen over de kwaliteit van een omroep en of deze een werkelijke bijdrage kan en zal leveren aan het realiseren van de doelstellingen van de NPO als geheel.

De Raad van Bestuur dringt er dan ook op aan dat er, ten behoeve van de erkenningsperiode die in 2021 aanvangt, een evaluatie plaatsvindt van de huidige systematiek. Vragen die daarbij aan de orde zouden moeten komen zijn o.a. of uitbreiding of vervanging van de huidige set aan toetsingscriteria zinvol is, of het wenselijk en haalbaar is om gedetailleerder normen te stellen en welke alternatieven er eventueel voor de huidige systematiek denkbaar zijn" (pg.2).

Uit: Advies erkenningaanvragen Commissariaat vd Media 2014

"Tot slot brengen wij graag advies uit over de wijze waarop de erkenningsprocedure is ingericht. Wij adviseren onder andere een meer gedetailleerd kader op te stellen met verifieerbare criteria waaraan de aanvragen tot erkenning moeten voldoen. Teneinde de kwaliteit en objectiviteit van de adviezen, voor nu en in de toekomst, te waarborgen"(pg.2).

Uit: Evaluatiecommissie landelijke publieke omroep, evaluatie aspirantomroepen (2019)

"Hierbij merkt de commissie op dat de gegevens uit het kijk- en luisteronderzoek onvoldoende houvast geven om over de prestaties van de aspirant omroepen aangaande hun publieksbereik tot een afgewogen oordeel te komen. Zo ontbreken gegevens op basis waarvan de commissie kan vaststellen of de aspirant omroepen met hun aanbod hun zelf omschreven doelgroepen bereiken en daarmee doelgroepen toevoegen die de NPO met zijn overige aanbod onvoldoende bereikt. Een (gedeeltelijke) verklaring hiervoor is dat de doelgroepen die de aspiranten omschrijven niet goed aansluiten bij de doelgroepen die de NPO onderscheidt in zijn kijk- en luisteronderzoek. WNL, PowNed en Human omschrijven deze als respectievelijk 'liberaal-conservatief', 'de netwerkgeneratie' en 'humanisten en mensen die humanistische waarden delen'. De NPO onderscheidt onder meer leeftijd, opleidingsniveau, geslacht en een aantal leefstijlgroepen, maar die komen niet of slechts gedeeltelijk overeen met de door de aspirant omroepen zelf omschreven kenmerken van hun doelgroep c.q. achterban" (pg.5).

"Het is wenselijk om beter dan nu mogelijk is geweest te kunnen beoordelen of aspirant omroepen hun eigen 'achterban' bereiken, of zij nieuwe doelgroepen, bijvoorbeeld jongeren, toevoegen aan het bereik van de NPO als geheel en of zij de doelstellingen (voor zover die er zijn) voor de toegekende timeslots realiseren. Daarom zouden er heldere richtlijnen moeten komen over de wijze waarop de aspirant omroepen moeten rapporteren over hun publieksresultaten, waaronder cijfers over bereik (radio, televisie en online), kijk- en luistertijdaandeel, waardering, publieke waarde en interactie (IPM score) en over de samenstelling (naar leeftijd, leefstijlgroep etc.) van de bereikte kijkers, luisteraars en online bezoekers. De afdeling Publieksonderzoek van de NPO zou hiervoor op uniforme wijze de basisgegevens aan kunnen leveren, die de aspirant omroepen vervolgens van duiding kunnen voorzien" (pg.6)

“De evaluatiecommissie beveelt aan dat de aspirant omroepen volgens een eenduidige richtlijn rapporteren over hun publieksresultaten en deze gegevens beschikbaar stellen ten behoeve van de advisering door de Raad van Cultuur, het Commissariaat voor de Media en de Raad van Bestuur van de NPO over de komende erkenningsverlening” (pg 6)

Bijlage 2 Observaties bij erkenningaanvragen

1. Werkwijze

Aan alle omroepen die een aanvraag hebben ingediend hebben wij schriftelijk nog enkele aanvullende vragen gesteld betreffende de bereidheid zich te zullen houden aan NPO-beleid en regelingen en de bereidheid bij te dragen aan de uitvoering van de publieke taakopdracht als die niet een op een gerelateerd is aan de eigen missie. Ook is gevraagd om op basis van 'harde' demografische kenmerken als leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, werkzaamheid, regio, binding geloofsgemeenschap en/of politieke stemvoorkeur aan te geven op welke doelgroepen men zich in het bijzonder wil richten. Aan de huidige aspiranten is daarnaast nog gevraagd antwoord te geven op de vragen die de Raad van Bestuur in zijn advies van 2014 heeft gesteld bij de overwegingen voor het geven van een erkenning.

De antwoorden op deze vragen zijn voor een deel verwerkt in onze observaties. Met de twee gegadigden om tot het bestel toe te treden is daarnaast op 8 april 2021 een gesprek gevoerd. Tijdens de informatiebijeenkomsten met respectievelijk Omroep Zwart en Ongehoord Nederland is op een aantal punten om een nadere toelichting op de beleidsplannen gevraagd. Tenslotte is bij de observaties het rapport van de Visitatiecommissie NPO "Samen voor het publiek belang", Evaluatierapport NPO 2013 t/m 2017 uit 2019 betrokken en is in een aantal gevallen input van de afdeling Publieksonderzoek toegevoegd.

2. Observaties huidige en nieuwe aspiranten

De Raad van Bestuur heeft de erkenningsaanvraag van de huidige aspiranten Human, WNL en Powned, als ook die van de nieuwe aspiranten Ongehoord Nederland en Omroep Zwart, gezien op basis van onderstaande punten. De Raad van Bestuur heeft hierbij volstaan met een beknopte selectie van hetgeen hierover in de beleidsplannen van omroepen is geschreven, zonder daar een oordeel of conclusies aan te verbinden.

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid:

is helder en bondig omschreven waar de omroep voor staat en sluit die omschrijving aan bij het beoogde aanbod en de beoogde doelgroepen?

2. Toegevoegde waarde van het aanbod:

draagt het beoogde aanbod bij aan dat van de publieke omroep als geheel wat betreft genre en inhoud?

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen:

voegen de beoogde doelgroepen iets toe aan het bereik van de publieke omroep? Is de beoogde doelgroep daarvoor qua omvang en samenstelling voldoende relevant?

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht:

is er voldoende bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht met de Raad van Bestuur, andere omroepen en tot het leveren van bijdragen aan de doelstellingen en werkwijzen van de NPO als geheel, ook als die niet een op een aansluiten bij de missie van een omroep?

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen:

zijn er eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen opgenomen?

6.Naleving interne regels, beleid en codes:

is er een eenduidige bevestiging gegeven dat de omroep zich zal houden aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en overige bindende regels van NPO?

2.1. Aspirant omroepen

Voorafgaande aan de observaties bij de hierboven genoemde vragen worden enkele evaluatieve observaties gedaan, gebaseerd op de vragen die de Raad van Bestuur in zijn advies bij de vorige erkenningsaanvraag in 2014 heeft gesteld.

2.1.1. HUMAN

Evaluatieve observaties

In 2014 adviseerde de Raad van Bestuur in de voorlopige erkenning van Human tot uitdrukking te brengen dat een oordeel over een definitieve erkenning van Human in 2020 mede zal worden bepaald op basis van de volgende aspecten:

1. De mate waarin Human erin slaagt in de ogen van het publiek voldoende onderscheidend te zijn van andere publieke omroeporganisaties.
2. De mate waarin Human erin slaagt zijn doelstellingen op het gebied van het bereiken van jongere doelgroepen te realiseren.

De Evaluatiecommissie constateerde in zijn rapport over Human in 2020 ten aanzien van het eerste punt dat Human met zijn programma's een bijdrage levert aan de verscheidenheid van het aanbod van de NPO, o.a. met onderzoeksjournalistieke programma's en zijn levensbeschouwelijke invalshoek. In hoeverre de programma's van Human in de ogen van het publiek voldoende onderscheidend zijn van andere publieke omroepen – m.n. een omroep als de VPRO - is volgens de Evaluatiecommissie niet op basis van onderzoek vast te stellen. De Evaluatiecommissie zegt hierover: *"mogelijk voegen de programma's van Human wel iets toe doordat het publiek dat zich aangesproken voelt door humanistische waarden zich beter in deze programma's herkent en ze meer waardeert dan de overige programma's binnen het NPO-aanbod. Het eigen onderzoek van Human biedt hiervoor enkele indicaties"*.

Ten aanzien van het tweede punt constateerde de Evaluatiecommissie dat op basis van het beschikbare onderzoek niet was vast te stellen of Human met zijn programma's doelgroepen bereikt die niet ook al door andere omroepen binnen de NPO worden bereikt en in die zin toegevoegde waarde heeft. Uit NPO-cijfers blijkt dat de ambitie van HUMAN om een jongere doelgroep op televisie te bereiken, nog niet echt waargemaakt is. De gemiddelde leeftijd van de HUMAN kijker in 2020 was 60 jaar.

Overige observaties

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid

- Human ziet zich als een levensbeschouwelijke omroep die perspectief en inspiratie biedt aan mensen die niet in God geloven. Human hanteert daarbij het humanisme als bron van inspiratie en ijkpunt. Geworteld in het humanisme onderzoekt Human persoonlijke levensvragen en maatschappelijke vraagstukken met als doel een betere samenleving.

2. Toegevoegde waarde van het beoogde aanbod

- In het beleidsplan geeft Human aan actief te willen blijven in de genres Levensbeschouwing, Journalistiek (Opinie), Documentaire, Drama en Kennis & educatie. Daarnaast wil men in bescheiden mate ook actief zijn in het genre Kunst & expressie.
- Het zwaartepunt van het beoogde aanbod van Human ligt binnen de beoogde genres op verdiepende thema's in relatie tot de verhouding tot natuur, techniek en de ander. Human stelt daarbij de Nederlandse samenleving in de volle breedte te willen tonen.

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen

- Human richt zich in zijn beleidsplan op ruimdenkende mensen van alle leeftijden, die autonoom in het leven staan. De twee leefstijlgroepen die Human in zijn beleidsplan onderscheidt zijn de 'welgestelde verdiepingszoekers' en de 'avontuurlijke stadsbewoners'. De 'welgestelde verdiepingszoeker' wordt op dit moment al goed bereikt door Human als ook door de NPO als geheel. Datzelfde geldt voor een groep die niet specifiek door Human wordt beoogd maar die wel goed door hen wordt bereikt: de 'behoedzame senior'. De 'avontuurlijke stadsbewoner' die niet zo goed wordt bereikt door de NPO als geheel, wordt (veel) minder goed bereikt door Human, maar relatief wel beter dan door de meeste andere omroepen. Desgevraagd geeft Human schriftelijk aan de Raad van Bestuur aan zich ook nog te willen richten op de 'Zorgzame Duizendpoot'.
- De doelgroepen bestaan uit zowel mannen als vrouwen, waarbij de Zorgzame Duizendpoot voor 89% bestaat uit vrouwen. Human geeft aan een jonger publiek vooral aan te willen spreken via online kanalen en sociale media.

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht

- Human wil zich aansluiten bij de VPRO en gezamenlijk een erkenning aanvragen, waarbij de afzonderlijke merken en identiteiten blijven bestaan, maar VPRO het media-aanbod voor Human verzorgt.
- Human zegt daarnaast ook constructief samen te willen werken met andere omroepen in werkgroepen en netredacties en met de NPO-organisatie.
- Desgevraagd heeft Human schriftelijk aan de Raad van Bestuur laten weten dat, indien sprake is van het algemeen belang van de publieke omroep, HUMAN ook bereid is een bijdrage te leveren aan de uitvoering van de publieke taakopdracht als het aanbod en doelgroepen betreft die niet een op een kunnen worden gerelateerd aan de missie en identiteit van HUMAN. Echter, voegt HUMAN daaraan toe, om toe te treden tot het publieke omroepbestel dient het aanbod van HUMAN conform de Mediawet van toegevoegde waarde te zijn. Dit betekent volgens HUMAN dat deze te allen tijde zijn eigen inhoudelijke afwegingen moet kunnen maken als het gaat om de door de omroep uit te zenden programmering. Dit geldt ook voor programma's die niet direct gerelateerd kunnen worden aan de missie en identiteit van HUMAN.

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen

- In het beleidsplan heeft de NPO geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

6. Naleving interne regels, beleid en codes:

- Human geeft in zijn beleidsplan aan zich te houden aan alle wet- en regelgeving waaraan een publieke omroep moet voldoen.

- Human onderschrijft de NPO (journalistieke) code en de Fair practice code.
- HUMAN heeft desgevraagd schriftelijk bevestigd aan de Raad van Bestuur dat hij zich ook in de toekomst onverkort en onvoorwaardelijk houdt aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

2.1.2. PowNed

Evaluatieve observaties

In 2014 adviseerde de Raad van Bestuur in de voorlopige erkenning van PowNed tot uitdrukking te brengen dat een oordeel over een definitieve erkenning van Powned in 2020 mede zal worden bepaald op basis van de volgende aspecten:

1. De mate waarin PowNed erin slaagt de door hem in zijn vorige beleidsplan geformuleerde doelstellingen op het gebied van aanbod en bereik te realiseren.
2. De mate waarin Powned bijdraagt aan het bereik en de vindbaarheid en herkenbaarheid van de aanbodkanalen van de NPO.

Ten aanzien van het eerste punt, heeft PowNed zich in het beleidsplan 2016-2020 tot doel gesteld de zogenaamde netwerkgeneratie te binden aan de publieke omroep door (a) onderscheidende programmering te ontwikkelen die in toon, vorm en stijl duidelijk eigen is, (b) aansluit bij het mediagedrag van onze doelgroep en waarbij (c) continue interactie met de doelgroep een belangrijke bijdrage levert aan de inhoud.

De Evaluatiecommissie constateerde in zijn rapport over PowNed in 2020 ten aanzien van deze doelstelling het volgende als het gaat om (a) onderscheidende programmering:

'PowNed maakt vooral journalistieke en opiniërende programma's. In die zin voegt PowNed qua genre niet iets nieuws toe aan het bestaande aanbod. Volgens de netmanagers is het aanbod van omroepen in dit genre al groter dan het aantal programma's dat geplaatst kan worden op de NPO-kanalen. Wel onderscheiden de PowNed-programma's zich van veel andere journalistieke en opiniërende programma's door hun perspectief, stijl en 'tone-of-voice'.

Ten aanzien van (b) aansluiten bij het mediagedrag merkte de Evaluatiecommissie op: *'PowNed is binnen de NPO vernieuwend in zijn online aanbod en de koppeling tussen online en lineair aanbod'.*

Over (c) interactie zegt de Evaluatiecommissie: *'Positief is de commissie ook over het feit dat PowNed actief contact houdt met zijn doelgroep en hun reacties gebruikt voor het bepalen en bijstellen van inhoud en vorm van zijn programma's. Door deze wijze van interactie met zijn publiek onderscheidt PowNed zich van andere omroepen en voegt hij iets toe aan de NPO.'*

Desalniettemin stelt de Evaluatiecommissie: *'Op basis van de beschikbare gegevens is niet vast te stellen of PowNed met zijn radio- en televisieprogramma's zijn zelf omschreven doelgroep ook daadwerkelijk en beter dan andere omroepen bereikt.'* en *'Op basis van de beschikbare gegevens is niet vast te stellen of PowNed met zijn radio- en televisieprogramma's doelgroepen bereikt die andere omroepen binnen de NPO niet of minder bereiken.'*

Ten aanzien van de vraag of Powned bijdraagt aan de vindbaarheid en herkenbaarheid van NPO-kanalen voert Powned aan dit te hebben gedaan via zijn eigen online portal, van waaruit een positief effect op het bereik op het NPO-platform zou zijn uitgegaan. De NPO kan dit op basis van eigen onderzoek niet bevestigen, maar stelt wel vast dat de online activiteiten van Powned zich vooral hebben geconcentreerd op platformen van derden zoals YouTube. In de afgelopen

concessieperiode is het gemiddelde weekbereik van de Powned-portal op het NPO-platform gedaald van bijna 300.000 unieke bezoekers in 2017 naar een gemiddeld weekbereik van 19.000 unieke bezoekers in 2020.

Overige observaties

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid

- PowNed wil een sterk geprofileerde omroep zijn die als hofnar humor met een serieuze ondertoon gebruikt om machthebbers kritisch te bevragen. Dit wordt ook wel omschreven als een liberaal-kritische levenshouding.

2. Toegevoegde waarde van het beoogde aanbod

- PowNed schrijft in het beleidsplan zich op zes van de tien genres te willen richten (nieuws en actualiteiten, opinie, human interest, amusement, fictie en muziek) en op de toonaangevende vorm documentaire.
- Powned wil door de ogen van onderbelichte groepen Nederlanders naar maatschappelijke vraagstukken kijken, daarbij kijkend wat een vraagstuk betekent voor gewone mensen, niet altijd Randstedelijk en niet altijd met progressieve denkbeelden.
- Thema's die in het beleidsplan o.a. worden genoemd zijn: vrije woord onder druk, achterkant van het milieu, veiligheid, integratie van beide kanten, invloed van Europa.

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen

- PowNed richt zich op een doelgroep die zich kenmerkt in specifiek mediagedrag. PowNed omschrijft de doelgroep als 'de netwerkgeneratie': millennials en volwassen Generatie Z-ers die in 2021 tussen de 18 en 41 jaar oud zijn, in de meerderheid man, relatief hoog opgeleid en verspreid over heel Nederland.

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht

- PowNed geeft in het beleidsplan aan bereid te zijn met iedereen samen te werken, zolang zij hun eigen geluid maar kunnen blijven vertolken en daarmee de pluriformiteit van het bestel blijvend kunnen versterken.
- Desgevraagd geeft Powned aan bereid te zijn een bijdrage te leveren aan de uitvoering van de publieke taakopdracht, ook als het aanbod en doelgroepen betreft die niet één op één kunnen worden gerelateerd aan de missie en identiteit van PowNed. Hierbij wordt aangetekend dat sommige genres of doelgroepen verder van Powned afstaan, zoals levensbeschouwing of ouderen. Powned geeft aan ook in die gevallen te allen tijde bereid om hierover het gesprek aan te gaan.

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen

- In het beleidsplan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen aangetroffen.

6. Naleving interne regels, beleid en codes:

- PowNed geeft aan zich te houden aan geldende wet- en regelgeving. Ze committeren zich eveneens aan de uitspraken van de Raad voor de Journalistiek en hebben een redactiestatuut die een scheiding waarborgt tussen een onafhankelijke redactie en dagelijks bestuur.

- Desgevraagd heeft PowNed laten weten zich onverkort en onvoorwaardelijk te zullen houden aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en de bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

2.1.3. WNL

Evaluatieve observaties

In 2014 adviseerde de Raad van Bestuur in de voorlopige erkenning van WNL tot uitdrukking te brengen dat een oordeel over een definitieve erkenning van WNL in 2020 mede zal worden bepaald op basis van de volgende aspecten:

1. De mate waarin WNL erin slaagt zijn eigen aanbodoelen te realiseren.
2. De mate waarin de voor WNL relevante publieksgroepen zich beter door WNL dan door andere omroepen bediend voelen;
3. De mate waarin WNL erin slaagt om met onderscheidende programmaformats toegevoegde waarde te leveren aan het aanbod van de NPO.
4. De mate waarin WNL erin slaagt toegevoegde waarde te bieden door het bereik van de NPO (w.o. jongeren) te vergroten.

Ten aanzien van dit eerste punt en het derde punt merkt de Evaluatiecommissie op: *'WNL maakt vooral journalistieke en opiniërende programma's. In die zin voegt WNL qua genre niet iets nieuws toe aan het bestaande aanbod. Volgens de netmanagers is het aanbod van omroepen in dit genre al groter dan het aantal programma's dat geplaatst kan worden op de NPO kanalen. "Wel onderscheiden de WNL programma's zich inhoudelijk van veel andere journalistieke en opiniërende programma's doordat zij expliciet vanuit een 'rechts' / 'liberaal-conservatief' perspectief zijn gemaakt. Ook voegt WNL met aandacht voor thema's als ondernemerschap iets toe aan het aanbod. "WNL is er volgens de commissie goed in geslaagd om rond de eigen thema's een relatief groot aantal nieuwe programmatitels te ontwikkelen voor de drie televisienetten en zo bij te dragen aan de pluriformiteit in het aanbod op die netten.'*

Ten aanzien van punt 2 merkt de Evaluatiecommissie op: *'De identiteit van WNL wordt door de achterban beter herkend dan door het algemene publiek'.*

Voor punt 4 constateert de Evaluatiecommissie: *'Op basis van de beschikbare gegevens is niet vast te stellen of WNL met zijn radio- en televisieprogramma's zijn zelf omschreven doelgroep ook daadwerkelijk en beter dan andere omroepen bereikt.'* *'Op basis van de beschikbare gegevens is niet vast te stellen of WNL met zijn radio- en televisieprogramma's doelgroepen bereikt die andere omroepen binnen de NPO niet of minder bereiken.'*

Uit NPO-kijkgegevens komt naar voren dat 80% van de kijkers naar programma's van WNL ouder is dan 55+. Drie andere omroepen hebben een ouder profiel dan WNL.

Overige observaties

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid

- WNL vertegenwoordigt de liberaal-conservatieve samenhangende maatschappijvisie of overtuiging.

2. Toegevoegde waarde van het beoogde aanbod

- In het beleidsplan geeft WNL aan zich met name te willen focussen op journalistiek en de dagelijkse actualiteit, met bijzondere belangstelling voor de domeinen politiek, economie, veiligheid en Nederlandse identiteit.

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen

- WNL geeft in het beleidsplan aan zich te richten op de liberaal-conservatieve doelgroep; mensen die voeling hebben met de algemene kenmerken van conservatisme en daarbij tevens zeer hechten aan liberale waarden.

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht

- WNL geeft aan constructief samen te willen werken met omroepen en de NPO-organisatie. Van belang is volgens WNL dat daarbinnen de pluriformiteit gewaarborgd blijft.
- Desgevraagd geeft WNL aan graag mee te werken aan het bereiken van doelgroepen die niet een op een gerelateerd kunnen worden aan de missie en identiteit van WNL waar het gaat om liberaal-conservatieve thema's als politiek, economie, veiligheid en Nederlandse identiteit.

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen

- In het beleidsplan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

6. Naleving interne regels, beleid en codes:

- WNL geeft in het beleidsplan aan zich te houden aan de Mediawet, ook waar het gaat om de programmering en de inhoudelijke integriteit.
- Ook committeert WNL zich aan de mediacode, het redactiestatuut, uitspraken van de NPO Ombudsman, de fair practice code en de bepalingen rondom onafhankelijk product.
- Desgevraagd bevestigt WNL zich onverkort en onvoorwaardelijk te houden aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en de bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

2.2. Nieuwe aspiranten

2.2.1. Omroep Zwart

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid:

- Begrippen waarmee de missie wordt aangeduid zijn o.a.: jong, divers, nieuwe verhalen, onderlinge verbinding en interesse in elkaar, vooruitlopend, uitdagend, verbindend, authenticiteit, relevantie, inclusief en veelzijdig.
- In de uitgangspunten van het beoogde programma-aanbod wordt dit vertaald in termen als 'urgent', 'vernieuwend', 'ontmoeting'.

2. Toegevoegde waarde van het aanbod:

- OZ wil in de komende erkenningsperiode aanbod verzorgen in de genres Opinie, Human interest, Kunst&expressie, Muziek en Kennis&educatie.
- De toegevoegde waarde van het aanbod van OZ wordt gezocht in het gekozen perspectief en de zichtbaarheid / hoorbaarheid van de jonge, diverse generatie die de omroep zegt te vertegenwoordigen.

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen:

- OZ richt zich primair op een jong publiek dat wortels heeft in specifieke culturen en subgroepen. Het gaat volgens OZ vooral om een jonge en diverse groep mensen in de leeftijdscategorie van 15 tot 35 jaar die zich niet aangesproken voelt door en zich niet herkent in het huidige media-aanbod en die op zoek is naar een inclusieve omroep waar diversiteit voorop staat.

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht:

- OZ heeft een intentieovereenkomst gesloten met BNNVARA voor samenwerking en hoopt dat dit ook leidt tot inhoudelijke samenwerking.
- OZ heeft aanbevelingsbrieven van AVROTROS, KRONCRV, VPRO en EO.
- OZ bevestigt desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur dat hij een bijdrage gaat leveren aan de uitvoering van de publieke taakopdracht als geheel, en dat hij bereid is dat ook te doen ten aanzien van aanbod en doelgroepen die niet een op een kunnen worden gerelateerd aan de missie en identiteit van de omroep.

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen:

- In het beleidsplan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen aangetroffen.

6. Naleving interne regels, beleid en codes:

- OZ bevestigt desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur dat hij zich onverkort en onvoorwaardelijk zal houden aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en de bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

2.2.2. Ongehoord Nederland

1. Samenhangende maatschappijvisie of overtuiging en voorgenomen programmabeleid:

- ON staat voor patriottisme, pluriforme meningen en trots op Nederlandse waarden, geschiedenis en toekomst.
- Dit wordt vertaald in beoogd aanbod rond thema's rond soevereiniteit Nederland in Europese Unie, gevolgen massa-immigratie, haalbaarheid klimaatplannen, belang directe democratie, podium voor vrije geesten en dwarsdenkers en behoud van Nederlandse tradities en cultuur.

2. Toegevoegde waarde van het aanbod:

- De focus van ON ligt op de genres actualiteit en opinie.
- ON richt zich op maatschappelijke thema's en gezicht- en standpunten die volgens ON niet bij andere omroepen worden aangeboden.

3. Toegevoegde waarde van de beoogde doelgroepen:

- In het beleidsplan noemt ON als zelfbenoemde doelgroepen 'teleurgestelde nieuwsgierigen', 'traditionelen' en 'onbereikbaren'.
- ON stelt in zijn beleidsplan dat 2,6 miljoen Nederlanders aangeven dat hun opvattingen t.a.v. onderwerpen als immigratie, klimaat, Europese Unie en behoud van de Nederlandse cultuur en tradities, in onvoldoende mate bij de Nederlandse publieke omroepen voor het voetlicht worden gebracht. Deze groep Nederlanders wordt door ON als zijn doelgroep gezien.

4. Bereidheid tot samenwerking en uitvoering brede taakopdracht

- ON staat open voor samenwerking met andere omroepen als het diens missie in positieve zin ondersteunt.
- ON heeft een intentieverklaring voor samenwerking met taakomroep NTR
- ON bevestigde desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur bereid te zijn mee te werken aan het realiseren van de overkoepelende doelen in het belang van de NPO als geheel, ook als het aanbod en doelgroepen betreft die niet één op één kunnen worden gerelateerd aan de missie en identiteit van ON.

5. Meetbare en onderling vergelijkbare doelstellingen:

- In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

6. Naleving interne regels, beleid en codes

- ON bevestigde desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur dat hij zich zal houden aan de interne gedragscodes, beleidslijnen en de bindende regels van de raad van bestuur van de NPO, zoals deze gepubliceerd zijn op de website van de NPO, alsmede aan de Governance Code Publieke Omroep 2018.
- ON heeft op een mondelinge vraag van de Raad van Bestuur tijdens de informatiebijeenkomst aangegeven de journalistieke code van de NPO te willen onderschrijven.

2.3. Observaties bij aanvragen huidige erkenninghouders

De Raad van Bestuur heeft de erkenningsaanvraag van de huidige erkenninghouders AVROTROS, BNNVARA, KRONCRV, MAX en VPRO gezien op basis van onderstaande punten. Hierbij is volstaan met een beknopte selectie van hetgeen hierover in de beleidsplannen van de desbetreffende omroepen is geschreven, zonder daar een oordeel of conclusies aan te verbinden.

- 1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging**
- 2. identiteit en voorgenomen programmabeleid**
- 3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen**
- 4. naleving intern beleid en regels**
- 5. bereidheid bijdrage uitvoering brede taakopdracht**

AVRO/TROS

- 1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging**
 - AVROTROS omschrijft zijn identiteit als ondogmatisch en onafhankelijk van ideologie; niet gebonden aan religieuze en/of politieke groeperingen, gericht op Nederlanders die de democratische rechtsstaat voorstaan waarin burgers in geestelijke, materiële en staatkundige vrijheid leven en hechten aan waarden als persoonlijke vrijheid, verantwoordelijkheid, ontplooiing en verdraagzaamheid alsmede sociale waarden zoals de gezamenlijke beleving van zijmedia-aanbod.
- 2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid**

→ TROS/AVRO richt zich op een breed en gevarieerd media-aanbod in alle genres dat verbindend, positief respectvol en betrokken is.

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

→ AVROTROS wil de beste dwarsdoorsnede (op basis van leeftijd, inkomen, opleiding, regio en leefstijlen) van Nederland blijven bereiken via alle kanalen en daar nog beter in slagen.

4. naleving intern beleid en regels

→ AVROTROS heeft desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur bevestigd dat hij naast het beleidsplan ook in het memorandum heeft aangegeven hoe (ook in het verleden) AVROTROS zich verhoudt tot de Mediawet, regelgeving, interne gedragscodes en bindende besluiten van de Raad van Bestuur, nl. dat hij zich daar aan heeft gehouden en dat voort te zullen zetten.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

→ AVROTROS schrijft in een reactie op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur dat hij in het verleden heeft laten zien dat hij bijdragen levert aan de uitvoering van de publieke taakopdracht ook als het aanbod en doelgroepen betreft die niet een op een kunnen worden gerelateerd aan de missie en identiteit van AVROTROS. Wanneer een goede balans tussen uitvoering van de publieke taakopdracht en de ruimte die AVROTROS krijgt om zijn missie en identiteit uit te dragen niet in gevaar komt en verzekerd is, is hij naar eigen zeggen meer dan bereid om een bijdrage te leveren zoals hierboven bedoeld (uiteraard met behoud van redactionele onafhankelijkheid).

BNNVARA

1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging

→ BNNVARA zet zich in voor een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving met gelijke kansen voor iedereen, duurzaam, inclusief met nieuwsgierigheid en begrip voor elkaar.

2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid

→ BNNVARA zet zich in voor een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving met gelijke kansen voor iedereen, duurzaam, inclusief met nieuwsgierigheid en begrip voor elkaar. Met het aanbod wordt beoogde media-activisme aan te wakkeren.

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

→ In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

4. naleving intern beleid en regels

→ BNNVARA heeft desgevraagd schriftelijk bevestigd dat hij zich aan de Mediawet, de richtlijnen en codes van het Commissariaat van de Media, de Governance codes en interne gedragscodes en alle bindende regels en daaruit voortvloeiende normen en richtlijnen van de NPO zal houden en van zins is dit te blijven doen.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

→ BNNVARA schrijft in een reactie op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur dat hij er is voor een breed publiek. BNNVARA is ervan overtuigd de publieke taakopdracht over een grote breedte in te kunnen vullen en door de pluriformiteit van het bestel en de

breedte van zijn missie, het onwaarschijnlijk te achten dat het nodig zal zijn om programma's te maken die in strijd zijn met zijn missie. BNNVARA schrijft altijd graag in gesprek te blijven met de NPO en andere omroepen hoe aan die pluriforme publieke taakopdracht kan worden bijgedragen, waarbij de eigen missie leidend is.

EO

1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging

→ EO wil vanuit zijn christelijke identiteit aanbod maken dat geloof en het alledaagse leven aan elkaar verbindt.

2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid

→ Domeinen die EO hanteert zijn: geloven in de veelkleurigheid van God (ruimte bieden aan geloofsdiversiteit), Hoopvolle samenleving (zoeken naar hoop en recht) en Echte relaties (bouwen aan echte relaties).

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

→ In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen

4. naleving intern beleid en regels

→ EO bevestigde desgevraagd schriftelijk aan de Raad van Bestuur dat hij zich zal houden aan de Mediawet, de richtlijnen van het Commissariaat, de interne gedragscodes, beleidslijnen en de overige bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

→ De EO antwoordde desgevraagd op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur met een verwijzing naar de erkenningsaanvraag en het bijbehorende beleidsplan, waarin met de EO-domeinen wordt aangeduid dat de EO een brede ambitie heeft en een breed publiek wil bereiken.

KRONCRV

1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging

→ KRONCRV is geworteld in de christelijke traditie die zich laat samenvatten in de woorden geloof, hoop en liefde.

2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid

→ Uitgangspunten van het aanbod zijn zingen, samenleven en doorgeven. KRONCRV wil ruimte bieden voor zingevinggeestelijke vraagstukken, samenleven staat voor anderen helpen, naar elkaar omkijken, inclusiviteit, menselijke maat. Doorgeven staat voor een groene ambitie.

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

→ In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

4. naleving intern beleid en regels

→ KRONCRV heeft desgevraagd schriftelijk bevestigd aan de Raad van Bestuur dat hij zich zal houden aan de Mediawet, de richtlijnen van het Commissariaat, de interne gedragscodes, beleidslijnen en de overige bindende regels van de Raad van Bestuur van de NPO.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

- KRONCRV schrijft in een reactie op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur dat hij er uiteraard toe bereid is, met dien verstande dat KRO-NCRV geen bijdragen zal leveren die dusdanig conflicteren met zijn missie en identiteit dat hij hiermee in strijd zou handelen met zijn wettelijke verplichting om missie en identiteit tot uitdrukking te brengen in het media-aanbod.

MAX

1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging

- MAX laat 50plussers zien als actieve mensen, betrokken bij omgeving en moderne maatschappij, vanuit een qua politiek en geloof onafhankelijke positie. Kernwaarden zijn betrokken, verbindend en betrouwbaar.

2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid

- MAX maakt aanbod specifiek vanuit de leef- en denkwereld van vijftigplussers. Hij wil daarbij ook opkomen voor hun belangen.

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

- In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

4. naleving intern beleid en regels

- MAX antwoordde op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur dat hij in zijn beleidsplan kenbaar maakte zich te zullen inspannen om de ambities zoals verwoord in het Concessiebeleidsplan te realiseren en dat hij dus vanuit zijn missie op constructieve wijze zal bijdragen aan de ambities van de publieke omroep als geheel. Ook gaf hij aan zich te committeren aan de afspraken die in dat kader worden gemaakt, waaronder de interne gedragscodes en bindende regelingen en beleidslijnen van de Raad van Bestuur van de NPO.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

- Op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur antwoordde MAX dat omroepen zich op basis van missie en doelgroep profileren en onderscheiden en dat hij dus bovenstaande vraag in die zin oneigenlijk achtte. MAX is van mening dat door de optelsom van omroepen met ieder hun eigen missies en ambities en hun eigen doelgroepen en achterbannen, het Nederlandse publiek in de volle breedte en met al zijn verscheidenheid uitstekend bediend kan worden.

VPRO

1. samenhangende maatschappijvisie of overtuiging

- VPRO omschrijft zich als een ondogmatische uitvalsbasis voor het vrije denken.

2. identiteit en (voorgenomen) programmabeleid

- VPRO informeert en inspireert met een origineel aanbod dat uitdaagt zelf te denken en te doen. VPRO speurt grenzen af, omarmt verandering, op zoek naar relevante ontwikkelingen, nieuwe inzichten en bezielende ideeën.

3. meetbare en onderling vergelijkbare doelen

→ In het plan zijn geen eenvoudig meetbare en onderling vergelijkbare doelen aangetroffen.

4. naleving intern beleid en regels

→ VPRO geeft desgevraagd geen expliciete bevestiging dat hij zich zal houden aan intern beleid en regelgeving van de NPO. Op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur antwoordt VPRO dat hij in zijn beleidsplan aangeeft dat hij zich zal houden aan de Mediawet en aanvullende richtlijnen. In het beleidsplan zet de VPRO naar eigen zeggen onder meer uiteen hoe de verschillende regels, gedragscodes en aanbevelingen raken aan de overtuiging van de VPRO dat we als publieke mediaorganisatie de waarden die we uitdragen ook moeten vertalen naar de eigen organisatie.

5. bereidheid bijdrage aan uitvoering brede taakopdracht

→ Op een schriftelijke vraag van de Raad van Bestuur verwees VPRO naar het hoofdstuk 'Verantwoord ondernemen' van zijn beleidsplan waarin de ambities van het CBP van de NPO en de daaraan gekoppelde doelstellingen worden onderschreven. Daar hoort volgens VPRO soms een zekere rekkelijkheid bij - zolang het media-aanbod bijdraagt aan de publieke waarde. Omwille van de externe pluriformiteit en de toegevoegde waarde ten opzichte van elkaar –acht de VPRO het in het belang van de publieke omroep als geheel, wanneer omroepen juist wel vanuit een duidelijke missie en identiteit programma's maken.