



Onmisbaar in medialand

Met honderdduizenden en soms miljoenen tegelijk keken we afgelopen jaar naar de Nationale Herdenking voor de slachtoffers van vlucht MH17 en The Passion, naar Flikken Maastricht en De Nieuwe Wildernis, naar het WK Voetbal en de intocht van Sinterklaas. En telden we gezamenlijk af naar het nieuwe jaar met de Top 2000.

Allemaal programma's van de Nederlandse Publieke Omroep. Programma's die je niet had willen missen. Programma's die voor jou zijn gemaakt. Om je op de hoogte te houden, om te ontroeren, te inspireren en te amuseren.

Om zoveel mogelijk mensen en meningen ruimte te geven, om een herkenbaar en onafhankelijk geluid te laten horen in onze veelkleurige en veelstemmige samenleving. Dat is de Nederlandse Publieke Omroep. Nu en in de toekomst. Om dat waar te maken moeten we meebewegen, mee veranderen met de eisen van onze omgeving en de wensen van ons publiek.



Namens de omroepen en alle medewerkers die met hart en ziel werken voor de Nederlandse Publieke Omroep, hebben we plannen gemaakt voor de komende jaren. In het Concessiebeleidsplan ontvouwen we op hoofdlijnen onze strategie en keuzes voor 2016-2020.

“Wij blijven kwalitatief goede programma's aanbieden voor een breed publiek.”

De dingen die we nu al goed doen, blijven we natuurlijk doen. We blijven programma's maken in alle genres en bieden kwalitatief goede programma's aan voor een breed publiek. Tegelijkertijd maken we ook ruimte voor vernieuwing en meer interactie met de kijker.

We zetten een ambitieuze koers uit door in te spelen op nieuw mediagedrag, globalisering en digitalisering. Waar nodig stellen we de koers bij, steeds op zoek naar de beste manier om ons te verbinden met ons publiek. Dit doen we samen met de omroepen, samen met de producenten, samen met maatschappelijke en culturele instellingen en altijd voor jou.

Makkelijk te vinden



Luisteren naar je vaste ochtendprogramma in de auto

Bij het bakje muesli check je je Facebookpagina. In de auto op weg naar het werk luister je naar je vaste ochtendprogramma op de radio. In de lunchpauze is het tijd voor wat krantenkoppen online en de laatste roddels op Twitter. 's Avonds na het sporten kijk je naar een serie of documentaire, terwijl je via het tweede scherm bijhoudt wat andere kijkers van het programma vinden en nog even doorklikt naar een leuk filmpje op YouTube.

Al met al een rustig dagje in een modern multimediaal leven. De programma's van de Nederlandse Publieke Omroep moeten naadloos in jouw leven passen. Daarom gaan we ons aanbod zo programmeren dat je altijd het programma kunt vinden dat bij je past. Op radio of televisie, op telefoon of tablet, 24 uur per dag. Bij de Nederlandse Publieke Omroep staat niet het medium of kanaal centraal, maar het publiek. We volgen de mediahartslag van de kijker en luisteraar.

We maken ons aanbod toegankelijk via één centrale vindplaats: npo.nl. Via dit publieke platform gidsen we je zo snel mogelijk naar je bestemming. Naar alle programma's, websites en apps. Naar een fragment, een live stream of een online discussie. Naar een live kanaal, een gemist programma of een on-demand-serie. Maar we blijven natuurlijk ook op andere manieren vindbaar en zichtbaar. Programma's zijn dus ook terug te vinden via de website van een omroep, via sociale media of een zoekmachine. Via die ingangen brengen wij je, met verfijnde zoekmogelijkheden en optimale doorverwijzingen, snel en trefzeker waar je wil zijn.



De NPO-app op al je mobiele apparaten

Duidelijk en vernieuwend

De komende jaren gaan we speciale aandacht geven aan zes genres die écht bij de publieke omroep horen: journalistiek, series en films van Nederlandse bodem, kinderprogramma's, documentaires, educatie en informatie, muziek en kunst.

Er worden prachtige programma's gemaakt

In deze genres kunnen we bij uitstek onze publieke toegevoegde waarde versterken. Met andere woorden; we blijven die herkenbare publieke omroep die door ruim 75% van de Nederlanders als onmisbaar wordt ervaren. Dat doen we ook door te blijven vernieuwen, door te blijven investeren in creativiteit en innovatie. Op dat gebied hebben we immers een reputatie hoog te houden, want er worden door de verschillende omroepen prachtige programma's gemaakt. En beloofd; denk aan Emmy Award winnaars De Grote Donorshow (BNN), Last Hijack (IKON) en De Nieuwe Wereld (NTR). Omroepen en producenten krijgen alle ruimte om je te blijven verrassen en te blijven boeien.

Samen met de kijker en luisteraar



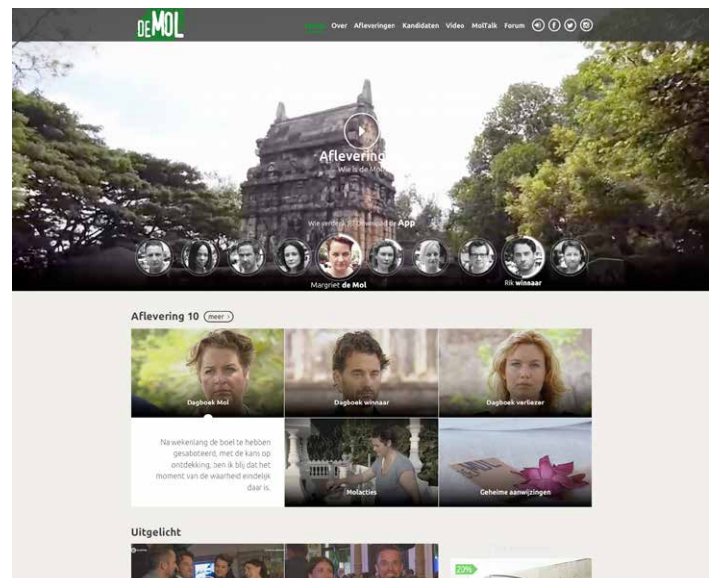
Kijken en luisteren is allang geen passief tijdverdrif meer. Integendeel. Je praat graag via een programmportal even mee, geeft je mening op Twitter en zoekt naar extra informatie online. Kijken en luisteren is beleven geworden, en dat doet iedereen graag op zijn eigen manier, in je eigen tijd, via een door jezelf gekozen medium.

Daar willen we alle ruimte voor bieden. Zeker voor jongeren. 'Bij NPO 3FM gaat het natuurlijk om vernieuwende muziek maar vooral ook om het contact met de luisteraar. Via sociale media en tijdens evenementen. En dat blijven we ook de komende jaren doen. We maken namelijk samen de zender,' aldus Wilbert Mutsaers, zendermanager van NPO 3FM.

Ook op andere zenders, rond andere programma's maken we meepraten en meedoen op allerlei manieren mogelijk en makkelijk. Via een community, een app of een website rond een bepaald programma waarbij we ook gebruik maken van nieuwe sociale mediaplatformen zoals Instagram, Snapchat en Meerkat.

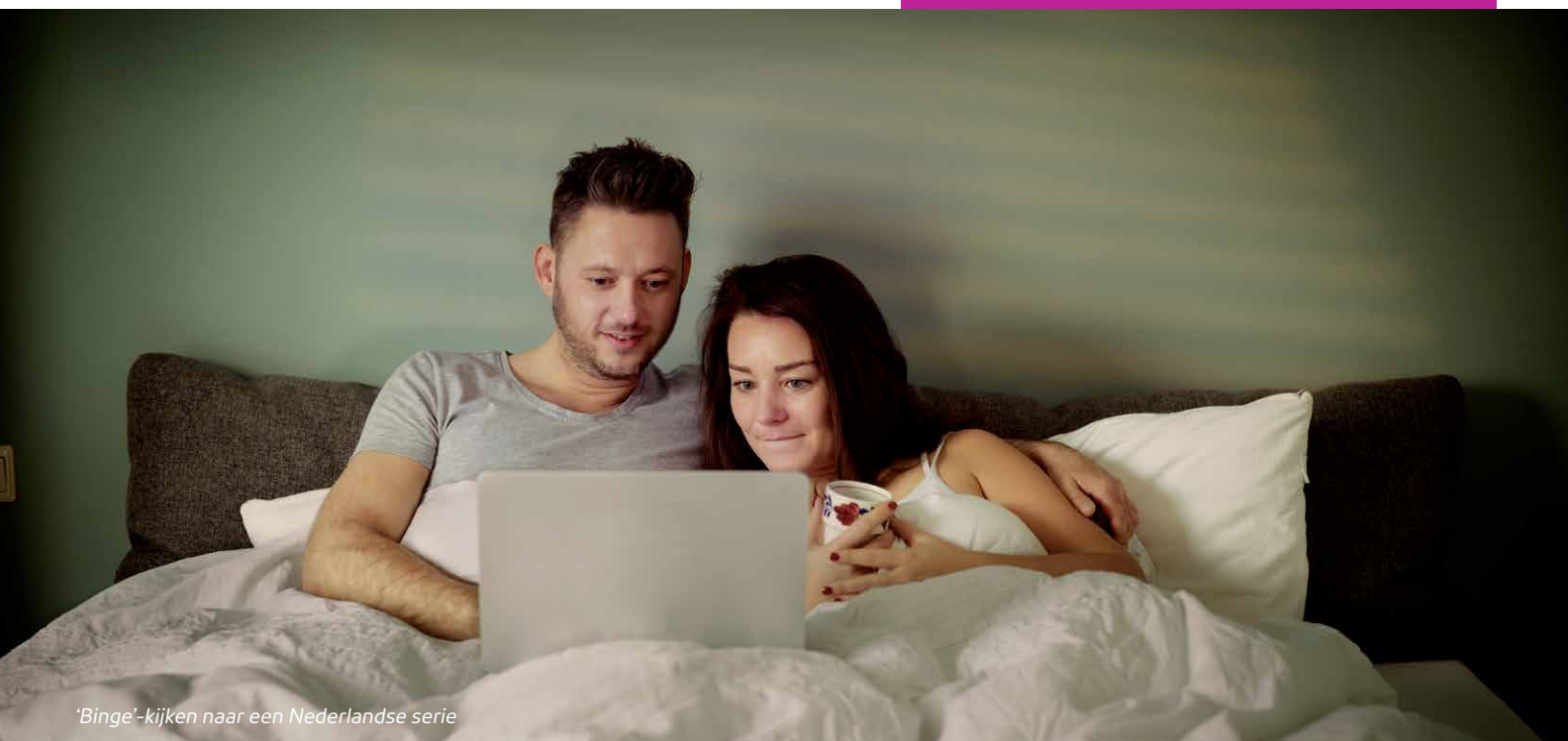
We organiseren rond bepaalde programma's en thema's live evenementen en activiteiten. Allemaal om de kijker zoveel mogelijk bij de programma's en omroepen te betrekken.

Iedere omroep heeft wel een mooi voorbeeld van zo'n interactieve omgeving. Om er een paar te noemen: de Tegenlicht Meet Ups van de VPRO, de Slimste Mens mee-speel-app van de NCRV, de DWDD-events van de VARA en de communities rondom NPO 3FM, Boer Zoekt Vrouw van de KRO en Wie Is De Mol? van AVROTROS.



AVROTROS Wie Is De Mol? homepage

Het nieuwe kijken



'Binge'-kijken naar een Nederlandse serie

Je wilt naar programma's kijken als jou dat uitkomt en op een zelf gekozen medium: televisie, computer of tablet. Daarvoor is er de NPO Gemist-site en -app. Daar worden per dag al meer dan een miljoen programma's teruggekeken.

De komende jaren gaan we dit aanbod verder uitbreiden. Daarnaast bieden we ook een extra service aan; NPO Plus. Dit biedt dezelfde terugkijkmogelijkheden, maar voor een periode van een jaar, zonder reclame en in een nog hogere kwaliteit. Ook voor de programma's die niet in NPO Gemist zitten. Zodat je een documentaire van een paar maanden geleden makkelijk kunt terugkijken, of een hele avond kunt 'binge'-kijken naar een mooie Nederlandse serie van het afgelopen seizoen.

Je kunt zelf bepalen of je abonnee wilt worden of niet. Tegen kostprijs. Want helemaal gratis kan niet vanwege de extra uitzendrechten die voor de programma's moeten worden betaald.

We willen namelijk de televisiemakers altijd een goede prijs voor hun programma's geven.

Radio die bij je past

Onderzoek laat zien dat de gemiddelde Nederlander elke dag ongeveer drie uur naar de radio luistert. Meestal overdag, meestal op vaste momenten; tijdens het ontbijt en in de auto, tijdens het sporten en het strijken.

Je zou kunnen zeggen dat radio het ritme van de dag begeleidt. Met nieuws en informatie, muziek en lifestyle, op de zender die bij je past. Want de zenders van de publieke omroep hebben een duidelijk profiel en bieden ruimte voor verbinding en verrijking. Dat blijven we ook in de komende jaren doen, waarbij we de zenders nog sterker en geliefder te maken dan ze al zijn.



Om te zorgen dat dat zo blijft, spelen we in op nieuwe ontwikkelingen en wensen: de groei van streaming muziek luisteren, digitale distributie zoals DAB+ en IP en zenderruimte voor nieuw talent en innovatieve programma's, zoals NPO 3FM's Serious Talent en KX radio.