

MEERJARENBEGROTING



2006 - 2010



COLOFON

Eindredactie en productie

Publieke Omroep

Mediabeleid, Juridische Zaken en Communicatie

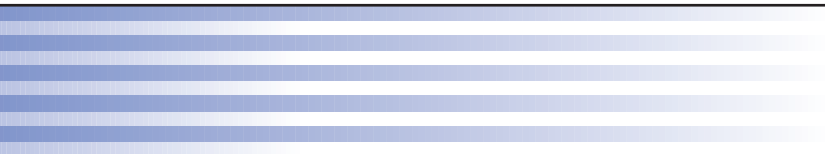
Finance & Control

Vormgeving

Studio FC Klap

Druk

Drukkerij Hoonte



INHOUD

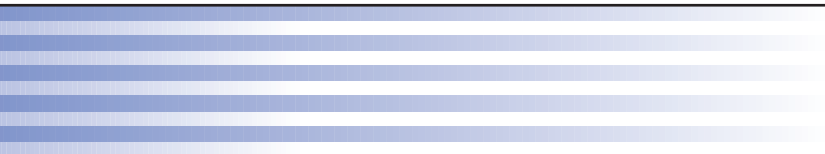
HOOFDSTUK 1 - MISSIE	6
HOOFDSTUK 2 - INLEIDING	8
Financiële balans	9
HOOFDSTUK 3 - TERUGBLIK	12
RADIO	12
Radio 1	13
Radio 2	16
3FM	18
Radio 4	20
747am	22
TELEVISIE	25
Nederland 1	34
Nederland 2	37
Nederland 3	40
Z@ppelin	46
INTERNET	49
TECHNOLOGIE EN DISTRIBUTIE	55
FINANCIEEL VERSLAG	58
HOOFDSTUK 4 - BELEID	62
RADIO	62
Radio 1	63
Radio 2	65
3FM	66
Radio 4	68
747am	69
Colorful Radio	71
Concertzender	71

TELEVISIE	73
Nederland 1	77
Nederland 2	80
Nederland 3	82
Z@ppelin	84
INTERNET	87
NIEUWE MEDIA	90
TECHNOLOGIE EN DISTRIBUTIE	94
SAMENWERKING	66
Internationaal	99
Wereldomroep	100
Regionale omroep	101
NICAM	102
FINANCIËN	103
HOOFDSTUK 5 - RICHTLIJNEN GOED BESTUUR	106
BIJLAGEN	107

MISSIE

**DE PUBLIEKE OMROEP IS VAN EN VOOR IEDEREEN EN BINDT DE
NEDERLANDSE SAMENLEVING MET PROGRAMMA'S DIE INFORMEREN,
INSPIREREN EN AMUSEREN.**

Aan deze missie dragen omroepverenigingen, organisaties op religieuze en geestelijke grondslag en andere instellingen bij, ieder vanuit eigen missies. (Zie pagina 108.)



Wij zien terug op een enerverend jaar waarin wij, ondanks de aanhoudende politieke onrust, onze koers hebben vastgehouden en een aantal goede resultaten hebben geboekt. Zo is een nieuw bestuurlijk en operationeel planningsproces ingevoerd, waarmee grotere financiële en bedrijfsmatige transparantie, een resultaatgerichte aanpak en afrekenbare prestatieafspraken kunnen worden bereikt. De voorbereidingen voor een nieuwe op jongeren en allochtonen gerichte radiozender zijn voortvarend opgepakt, Radio 2 werd de best beluisterde zender van Nederland, het multimediaal en innovatief aanbod op internet is verder uitgebreid en voor de televisiezenders is een nieuwe programmastrategie ontwikkeld.

Onze ambitieuze plannen uit het Tussentijds Concessiebeleidsplan hebben wij in deze Meerjarenbegroting onder andere vertaald in aangescherpte profielen, een substantiële verhoging van de hoeveelheid drama, 40% nieuwe programma's op televisie en de start van themakanalen.

In het Concessiebeleidsplan wezen wij echter ook op onze zorgwekkende financiële vooruitzichten. De totale financieringsproblemen liepen vorig jaar al op tot ruim 30 miljoen op jaarbasis en door teruglopende kijk- en luistertijdaandelen werd de Ster geconfronteerd met een sterke daling van reclame-inkomsten. In het licht van deze 'stormwaarschuwing' zijn wij op zoek naar nieuwe (alternatieve) geldbronnen, benutten wij zoveel als mogelijk de onderhandelingsruimte met distributeurs, trachten wij wegen te vinden om onze rechten maximaal te exploiteren en zoeken wij qua efficiëncymaatregelen onze uiterste grenzen op.

Dat alles laat onverlet dat inmiddels, met name als gevolg van de zware concurrentie, de voorspelde neerwaartse spiraal is ingezet. Onze laatste berekeningen wijzen uit dat de daling van Sterinkomsten ons voor zeer grote financiële tekorten plaatst (in 2008 ca. € 100 miljoen op jaarbasis). Het komend jaar kunnen wij de bestaande programmareserves nog inzetten om ambities en doelstellingen op peil te houden, maar daarna zijn deze reserves uitgeput. Ervan uitgaande dat de omvang van de financiële nood kaasschaafoplossingen uitsluit, moet rekening worden gehouden met maatregelen die niet alleen de kwaliteit van ons aanbod raken, maar ook het fundament van het bestel. Het is onvermijdelijk dat wij moeten snijden in programmacategorieën en dat wij onze huidige net- en zenderprofilering drastisch moeten herschikken. Wij houden er zelfs rekening mee dat wij het aantal generieke netten en zenders moeten reduceren. In het kielzog hiervan kan dit betekenen dat niet langer aan de wettelijke verplichtingen kan worden voldaan, zowel niet die richting aanbod en publiek als die richting individuele omroepen. Zeker is dat wij vanaf 2007 niet kunnen voldoen aan de ambities zoals verwoord in het Tussentijds Concessiebeleidsplan, deze Meerjarenbegroting en de Prestatieovereenkomst die wij voornemens waren te sluiten met de Staatssecretaris van OCW.

Wij werken de komende maanden, in samenspraak met omroepen, een prioriteitenscenario uit. Tegelijkertijd doen wij een dringend beroep op overheid en politiek om de feiten onder ogen te zien, gelet op ieders ambitie voor een brede sterke publieke omroep.

FINANCIËLE BALANS

Wij worden geconfronteerd met grote financiële tekorten, primair als gevolg van een bezuiniging van € 64 mln, de vermindering van de Sterinkomsten en uitputting van het Fonds Omroepreserve in 2006. Bijkomend speelt het risico van het mogelijk vrijgeven van de programmagegevens.

De daling van de Sterinkomsten vindt sneller plaats dan verwacht. Begin dit jaar verwachtte de Ster een daling van € 26 mln in 2006. Nu blijkt dat al in 2005 de inkomsten € 25 mln dalen ten opzichte van de begroting. Inmiddels rekent de Ster op een inkomstenderving die kan oplopen tot € 60 tot € 80 mln in 2008. Het Fonds Omroepreserve is eind 2005 nagenoeg uitgeput. Vanaf 2006 dienen de vernieuwingen die met dit fonds in de afgelopen jaren zijn gerealiseerd volledig door het reguliere, gekorte, budget te worden opgevangen.

De Publieke Omroep heeft signalen ontvangen van het Ministerie van OCW dat een daling van Sterinkomsten vanaf 2006 moet worden opgevangen door één op één het budget van de Publieke Omroep te korten met de hoogte van dit bedrag. Dit is in afwijking van het beginsel dat de Ster dient ter financiering van alle posten op de mediabegroting van OCW, op basis waarvan dalingen dus ook ten laste zouden moeten komen van overige instellingen. Eerder gingen bijvoorbeeld de door het kabinet opgelegde bezuinigingen nog voor 80% ten laste van de Publieke Omroep en voor het overige van de overige instellingen. Incidenteel kunnen wij in 2006 nog vrij beschikbare programmareserves (ca. € 60 mln) van de omroepen, eigen vermogen (ca. € 30 mln) en programmareserves (€ 4 mln) van Publieke Omroep Bestuur inzetten om de financiële problemen het hoofd te bieden. Begin 2007 zijn deze bronnen uitgeput en kunnen tekorten niet meer worden opgevangen.

Investeringen Nieuwe Media

In het Tussentijds Concessiebeleidsplan is het belang aangegeven van handhaving van onze activiteiten op de reguliere platforms op het huidige niveau en van uitbreiding van de investeringen in nieuwe media. Dit teneinde ook in de toekomst een factor van betekenis te kunnen blijven in de Nederlandse samenleving. Deze visie en missie van de Publieke Omroep worden door het kabinet volledig onderschreven.

De investeringen in nieuwe media zijn echter alleen mogelijk met een additioneel budget voor nieuwe media in 2006 van € 15 mln oplopend tot € 22 mln in 2008. Deze budgetten zijn begroot aan de onderkant van wat wenselijk en noodzakelijk is. Ter illustratie, de VRT (die niet afhankelijk is van reclame-inkomsten) heeft een claim neergelegd van € 200 mln voor de ontwikkeling van nieuwe media, de BBC wil meer dan € 300 mln extra in nieuwe media investeren.

Toenemende tekorten platforms

In deze Meerjarenbegroting rekenen wij op een daling van het budget met ca. € 26 mln in 2006 verder oplopend tot € 60 tot 80 mln in 2008. Deze daling leidt tot forse structurele tekorten op alle platforms en bij nieuwe media, weergegeven in bijgaande tabel. Bij internet is de verwachting dat de tekorten na 2006 verder autonoom zullen oplopen als gevolg van toename van bezoekersaantallen op www.omroep.nl.

Onderstaande tabel toont de tekorten van de Publieke Omroep, waarbij er van wordt uitgegaan dat de oplopende derving van Sterinkomsten ten opzichte van de begroting de komende jaren gelijkmatig leidt tot een budgetafname voor de Publieke Omroep. In 2007 is de stijging van het tekort relatief lager dan de budgetafname, aangezien 2007 geen evenementen jaar is en dus de kosten lager uitvalen. In 2008 daarentegen zijn de kosten hoger en loopt het tekort dus ook relatief verder op.

ONTWIKKELING TEKORTEN PUBLIEKE OMROEP

	2005	2006	2007	2008
Prognose daling Sterinkomsten t.o.v. begroting ten laste van PO:		-26	-48	-70

Deze daling werkt uit in de volgende tekorten:

x miljoen

	2005	2006	2007	2008
TEKORTEN PLATFORMS EN NIEUWE MEDIA				
Televisie	-24	-41	-46	-75
Radio	-4	-11	-15	-16
Internet	-2	-4	-5	-6
Nieuwe Media		-15	-18	-22
Totaal tekorten	-30	-71	-84	-119

Onze ambities en inhoudelijke doelstellingen (in termen van marktaandeel, bereik en kwaliteit) op de huidige platforms kunnen niet langer worden gefinancierd. In 2005 zetten de omroepen reeds € 30 mln programmareserves in ter dekking van het structurele tekort 2005. In 2006 zal er ter behoud van deze doelstellingen op radio, televisie en internet € 56 mln worden ingezet. Na de inzet van de programmareserve van Publieke Omroep Bestuur (€ 4 mln), dienen de resterende vrij beschikbare programmareserves van de omroepen bijna volledig te worden ingezet. Hiervoor is per saldo € 55 mln beschikbaar, zoals door de Raad van Bestuur is vastgesteld op basis van gehanteerde normen voor continuïteit (ca. € 60 mln), gecorrigeerd met de benodigde organisatorische frictiekosten van de 39f-omroepen (€ 5 mln). Op deze wijze worden de exploitatietekorten van 2006 op de huidige platforms (€ 56 mln) opgevangen. Het vrij beschikbare eigen vermogen (ca. € 30 mln) van Publieke

Omroep Bestuur zal worden ingezet ter financiering van toekomstige rechtenverplichtingen (€ 21 mln) en overige financieringsproblemen, zoals de kosten van de satelliet (€ 5 mln). Het betreffen hier met name posten die voorheen door het FOR werden gefinancierd. Voor structurele financiering zal een oplossing gevonden moeten worden. Daarnaast is de Raad van Bestuur bereid het resterende vrij beschikbare eigen vermogen (€ 4 mln) aan te wenden om de in gang gezette ontwikkeling van themakanalen te ondersteunen.

TEKORTEN EN INZET PROGRAMMARESERVES OMROEPEN EN EIGEN VERMOGEN PO BESTUUR

x miljoen

	2005	2006	2007	2008
Totaal tekorten televisie, radio en internet	-30	-56	-66	-97
Inzet programmareserves	30	56	0	0
Saldotekort televisie, radio en internet	0	0	-66	-97
Totaal tekort Nieuwe Media	0	-15	-18	-22
Inzet eigen vermogen PO Bestuur	0	4	0	0
Saldotekort Nieuwe Media	0	-11	-18	-22
Totaal saldotekort Publieke Omroep	0	-11	-84	-119

Keuzes

De Sterinkomsten dalen na 2006 verder ten opzichte van de begroting met in totaal ca. € 70 mln in 2008. Indien OCW deze daling één op één ten laste brengt van de Publieke Omroep lopen de tekorten dus eveneens steeds verder op. Gelet op het pakket aan doelstellingen en voorgenomen investeringen in nieuwe media, ontstaat reeds begin 2007 een tekort van ca. € 85 mln, oplopend tot ruim boven de € 100 mln in 2008.

Indien geen zicht komt op structurele financiering, zijn ingrijpende keuzes in o.a. de programmering onontkoombaar. Een neerwaartse spiraal, mede als gevolg van de verhevigde concurrentie, is dan onvermijdelijk: de programmering wordt verzwakt door budgetkorting, de kijk- en luistertijdaandelen dalen, de Sterinkomsten dalen verder, de programmering verzwakt verder, enzovoort.

RADIO

In onderstaand overzicht worden de belangrijkste beleidsvoornemens van de landelijke publieke omroep op radiogebied – zoals neergelegd in onze vorige Meerjarenbegroting – opgesomd, alsmede de wijze waarop daar in 2004 en de eerste helft van 2005 invulling aan is gegeven.

DOELSTELLINGEN	REALISATIE
Aanscherpen zenderprofielen.	<ul style="list-style-type: none"> Het profiel van Radio 4 werd m.i.v. 1 oktober 2004 aangescherpt; inmiddels is ook de ochtendprogrammering van de Concertzender aangepast, waardoor deze zenders elkaar beter aanvullen.
Beter bereiken van tieners en allochtone bevolkingsgroepen.	<ul style="list-style-type: none"> Na de voorlopige rechterlijke uitspraak zal de programmering van Colorful Radio gerevitaliseerd worden; de programmering van de zender zal de eerstkomende periode – in afwachting van definitieve besluitvorming - in opdracht van BNN door FunX geproduceerd worden.
Kostenvermindering.	<ul style="list-style-type: none"> De forse vermindering van de kosten op Radio 4 en 747AM is vrijwel conform plan geïmplementeerd. Aan een verdere vermindering van de kosten op radiogebied wordt ook bijgedragen door de keuze voor één uitzendlocatie per zender; dit proces is inmiddels grotendeels afgerond.
Resultaatgericht werken.	<ul style="list-style-type: none"> Voor radio is een nieuwe werkwijze geïntroduceerd, die rekening houdt met de specifieke eisen en karakteristieken van dit medium. In juni 2005 is voor alle zenders een directieoverleg gehouden. Volledig doorvoering volgt in 2006.
Onderzoek naar mogelijkheden om op verantwoorde wijze budget vrij te maken voor extra zenders ter invulling van 'witte plekken' in aanbod.	<ul style="list-style-type: none"> Voor Colorful Radio en FunX zijn reeds initiatieven gestart (zie boven). Met onderzoek naar verdere mogelijkheden zal in de tweede helft van 2005 worden gestart.

AANDEEL EN BEREIK (IN %)

Een luistertijdaandeel van 30% in 2005, onderverdeeld naar:

Gezamenlijk luistertijdaandeel eerste helft 2005 bedroeg: 28.0%

Radio 1: 9

Radio 1: 8,1

Radio 2: 11

Radio 2: 10,5

3FM: 6,7

3FM: 6,5

Radio 4: 1,8

Radio 4: 2,0

747AM: 0,9

747AM: 1,5

Toename weekbereik van 50% naar 52% in 2005

In de eerste helft van 2005 behaalden de publieke zenders een gezamenlijk bereik van 44,6%.

RADIO 1

Radio 1 is een conjunctuurgevoelige zender. Bij grote nieuwsthema's en bij grote sportevenementen neemt de belangstelling voor de zender toe; er wordt dan vaker en langer geluisterd.

De oorlog in Irak speelde in 2004 in het nieuws nog steeds een grote rol en Radio 1 heeft er veel aandacht aan besteed. Een vergelijkbare toename in beluistering treedt ook op door de Tour de France, het EK- en WK voetbal en de Olympische Spelen.

Na het overlijden van Prinses Juliana deed de Publieke Omroep voor de tweede keer in relatief korte tijd (in 2002 overleed Prins Claus) verslag van een koninklijke bijzetting. Ondanks het regelmatig actualiseren van het zogenoemde Oranjedossier, bleek de werkelijkheid toch weer anders dan de theorie te zijn. Van nationale rouwbeleving verschoof het accent in de programmering snel naar registratie en verslaggeving. In het najaar stierf Prins Bernhard; ook aan zijn dood heeft Radio 1 veel aandacht besteed; zowel aan de bijzetting als aan de discussie die losbarstte rondom de laatste interviews met de prins.

TERUGBLIK

De zomer van 2004 was een prachtige sportzomer, met veel belangstelling bij het publiek voor het EK-voetbal in Portugal en de Olympische Spelen in Griekenland. Beide evenementen leverden mooie sportradio op. Ook Radio Tour de France deed het goed. RadiOlympia zorgde voor maar liefst 10% marktaandeel in augustus/september.

In het najaar werden politiek en maatschappij opgeschrikt door de moord op Theo van Gogh, de heftige reacties daarop en de fysieke bedreiging van kamerleden. Op Radio 1 was het een belangrijk thema zowel in het nieuws, met onder meer de verscherpte maatregelen tegen terrorisme, als bij de debatten hierover. Ook de discussie over de Islam kreeg veel aandacht op de zender.

Op 2e kerstdag werden Azië en Afrika door een Tsunami getroffen, waarbij erg veel doden te betreuren. Bij de berichtgeving werkten NOS radio, televisie en internet intensief samen. Er was ook veel aandacht voor de gevolgen van de catastrofe, de hulpverlening en de geldinzamelacties.

DOELSTELLINGEN

REALISATIE

PROGRAMMAKwaliteit

Coördinatie programma-inhoud.

[Gemeenschappelijk extranet om interne communicatie te verbeteren.](#)

- Het extranet Radio 1 is mei 2005 in gebruik genomen.

[Dagelijkse 'nieuwsbeeld'-vergadering.](#)

- Redacties Radio 1 Journaal en omroepen wisselen informatie uit via de 'nieuwsbeeldvergadering'.
- Rolverdeling tussen Radio 1 Journaal en omroepen wordt steeds beter op elkaar afgestemd.

Versterken nieuwsfunctie en kwaliteit achtergrondinformatie.

[Vervroegen avondeditie R1 Journaal.](#)

- Na uitvoerig onderzoek en discussie niet doorgevoerd.

[24 uren Nieuwscarrousel in resterende DAB-kanaal.](#)

- Gerealiseerd.

[Verbetering kwaliteit verslaggeving in buitenland.](#)

- Meer samenwerking gerealiseerd (b.v. één verslaggever die voor meerdere omroepen werkt).

[Betere samenwerking researchredacties.](#)

- Programmaversterkingsgeld is ingezet op researchjournalistiek (vijf formatieplaatsen / redacteurs hieruit bekostigd).

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Versterken documentairefunctie.

- Opleiden nieuwe generatie documentaire-makers door organiseren prijsvraag, workshops en studiebijeenkomsten (Radio Daze).
- De programmering van het Radio Atelier (radiodocumentaires) is met de betrokken omroepen en de redactie geëvalueerd. Er zijn afspraken gemaakt voor inhoudelijke verbeteringen.

Modernisering vormgevingspakket.

In ontwikkeling. Opdracht aan componist verstrekt voor een vernieuwd vormgevingspakket.

Presentatie.

- Vermindering aantal presentatoren heeft vrijwel geen resultaat gehad. Zendercoördinator kan hierover niet zelfstandig beslissen. Discussie over nut en noodzaak wordt voortgezet.
- Ontwikkeling toetsbare competenties. Speciale studiedag georganiseerd voor zenderredactie in juni 2005.

VERBETERING KOSTENEFFICIËNTIE

Gemeenschappelijke uitzendlocatie.

- Begin 2005 is de (tijdelijke) gemeenschappelijke uitzendlocatie van Radio 1 in het Mediacentrum in gebruik genomen. Verhuizing naar de definitieve locatie in het Videocentrum volgde 1 oktober.

INTERACTIE EN INVLOED

'Sprakmakende' radio maken.

- Bevorderen interactie met publiek.
- Thema-uitzendingen rondom grote gebeurtenissen, zoals verkiezingen en grote nationale en internationale gebeurtenissen.
- De meeste programma's hebben inmiddels interactieve contactmomenten met het publiek. Reacties via internet of de telefoon.

AANDEEL EN BEREIK

Bereik en luistertijdaandeel stabiliseren op 22% respectievelijk 9%.

- LTA eerste helft 2005: 8,1%.
- Versterken nieuwsfunctie (van breaking news naar streaming news)
- Verder uitwerken concept 'streaming news'. Zie onder Coördinatie programma-inhoud.

Verbeteren imago.

- In 2004 zijn twee series televisiecommercials geproduceerd met de '1' als icoon. De eerste serie ging over sport, de tweede campagne over nieuws en achtergronden. Evaluatie vindt eind 2005 plaats.

BELUISTERING SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Uitbreiding in groep 'Tolerante Wereldburgers'.

- Vormgeving thematiek en uitstraling zender afstemmen op deze publieksgroep.
- Aandeel bij deze specifieke doelgroep daalt licht. Wel neemt bij specifieke gebeurtenissen (oorlog Irak, Radio Tour) de beluistering binnen deze groep toe.

Verjonging in de avonduren.

- BNN en TROS richten zich in de avond op groepen 10–19 jaar en 20–34 jaar. Jeugd wordt via scholen en evenementen in contact gebracht met informatieve radio.
- Publiekssamenstelling in (vroeg) avond is iets jonger geworden. Doelstelling wordt echter nog niet gehaald.

RADIO 2

Radio 2 is ook het afgelopen jaar succesvol geweest, door continuering en uitdieping van het format. In het kader van de voortdurende noodzaak tot 'opfrissing' van de programmering, werd afgelopen najaar tijdens de Week van de Jaren 70 het subthema 'De Klas van Toen' geïntroduceerd. Ook bij een aantal reguliere programma's vond 'opfrissing' plaats. Voorbeelden: 'Ontbijtradio', 'Antenne 2' en 'Uitgelicht'. Hoogtepunten waren ook dit jaar weer het Radio 2 Gala van het Nederlandse Lied (met als hoofdpersoon in 2004 Frank Boeijen en in 2005 Willeke Alberti), en de live-uitzendingen van het Harpen Gala (in samenwerking met Conamus) en de live-uitzendingen vanaf het North Sea Jazz festival. Radio 2 trekt verder veel aandacht met eenmalige live-concerten, zoals in 2004 die van Bløf en het Metropole Orkest en Dulce Pontes/Carel Kraayenhof. In het voorjaar van 2005 traden – naast Cliff Richard – aanstormende talenten op als Lucie Silvas en Patrizio Buanne, allen begeleid door het Metropole Orkest. Concerten die geen enkele andere radiozender in Nederland kan of wil organiseren, maar wel aantrekkelijk zijn en kwaliteit bieden voor de doelgroep van Radio 2.

Steeds vaker wordt gekozen voor een multimediale aanpak. Dit geldt met name voor de Top 2000 die zich heeft ontwikkeld tot multimediaal spektakel, met verschillende televisie-programma's eraan gekoppeld en met een steeds grotere betekenis op internet. Voor het eerst werd in de promotie-campagne een samenwerkingsverband aangegaan met de verschillende omroepgidsen. De multimediale strategie heeft onmiskenbaar bijgedragen aan de explosieve groei van het aantal luisteraars.

In 2004 is begonnen met de 'eigen' nachtprogrammering, de Radio 2 Muzieknacht. Tot september ging het grotendeels om gepresenteerde muziekprogramma's, maar daarna deed de computer zijn werk, waarmee Radio 2 een bijdrage leverde aan de bezuinigingsopdracht van de landelijke publieke omroep. Door de meeste muziek op de zender centraal te laten programmeren door de Radio 2 Muziekredactie leverde de zender een verdere bijdrage aan deze efficiency-operatie.

Het luistertijdaandeel van Radio 2 steeg opnieuw. In 10+ van 10,5% in 2003 naar gemiddeld 11,1% in 2004 en in 35-55 jaar, de primaire doelgroep van Radio 2, steeg het luistertijdaandeel van 13% naar 14,2%. In de eerste vier maanden van 2005 werd Radio 2 conform onze bedoelingen marktleider in deze doelgroep. Ook de waardering van de luisteraar voor zowel de reguliere programmering, het fundament van de zender, als voor de themaweken bleef onveranderd hoog. In een grote steekproef onder Radio 2-luisteraars (35-55 jaar) kreeg de zender het rapportcijfer 7,9.

DOELSTELLINGEN	REALISATIE MEDIO 2005
PROGRAMMAKWALITEIT	
Verbetering kwaliteit van programma's.	<ul style="list-style-type: none"> • Opfrissing 'Ontbijtradio'. • Aan de hand van uitkomsten Zender Monitor Onderzoek en kritische evaluaties in zender-redactie worden enkele programma's van opzet veranderd. • Introductie 'Klas van Toen' in bestaande themaweken.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING	
Creëren grotere herkenbaarheid van de zender.	<ul style="list-style-type: none"> • Eenduidiger muziekbeeld door centrale muzieksamenstelling. • Uitzendingen vanuit één studio . • Meer multimediale projecten: Theater van het Sentiment, live concerten, Andermans Veren, verdere uitbreiding Top 2000 project. • Marketing/promotie verder geïntensiveerd (samenwerking met omroepbladen tijdens Top 2000).
INTERACTIE EN INVLOED	
Nog nauwere betrokkenheid van luisteraar bewerkstelligen.	<ul style="list-style-type: none"> • Invoering 'Klas van Toen' in themaweken. • Invoering Musical Top 50, samengesteld door luisteraars. • Luisteraar bij Top 2000 krijgt grotere stem; groslijst wordt in nieuwe themaweek door luisteraars samengesteld.
VERBETERING KOSTENEFFICIËNTIE	
Kostenreductie.	<ul style="list-style-type: none"> • Gezamenlijke muzieksamenstelling. • Gemeenschappelijke uitzendlocatie. • Vormgeving in 'eigen huis'.
AANDEEL EN BEREIK	
Ophoging LTA 10+ in 2005 tot 11,1%.	<ul style="list-style-type: none"> • September 2004 - april 2005: 11% in 10+.
Ophoging LTA 35-55 in 2005 tot 14,1%.	<ul style="list-style-type: none"> • September 2004 - april 2005: 14,3% in 35-55 jaar.

3FM

Door de zero base-operatie die halverwege 2003 werd afgerond nam de toch al forse concurrentie in het segment van de luistermarkt, waarin 3FM actief is, verder toe. Het luistertijdaandeel van 3FM in de tweede helft van dat jaar bedroeg \pm 8,5%; in de eerste helft was dat nog 10%.

In april 2004 kondigde Ruud de Wild zijn vertrek aan; een maand later gevolgd door Rob Stenders. In juni gaan beide DJ's alsmede Timur Perlin daadwerkelijk bij 3FM weg. Hun programma's worden door tijdelijke programmering vervangen. Het luistertijdaandeel van 3FM daalt naar 7,6%.

In juli startten de nieuwe programma's van Stenders en De Wild op respectievelijk Yorin FM en Radio 538. De afkalving van het luistertijdaandeel van 3FM zet versneld door tot 5,7% in september. Het vertrek van beide peilers onder de programmering van 3FM heeft het luistertijdaandeel van de zender met een kwart doen afnemen, exact volgens de prognose van KLO. Vanaf september (nieuwe programmering, met o.a. Giel Beelen in de ochtendshow – 6.00 tot 9.00 uur – en Wouter van der Goes in het slot tussen 16.00 en 18.00 uur) steeg het luistertijdaandeel weer naar 6,4% in oktober/november.

Hoewel bovengeschetste personele wisselingen veel aandacht vroegen, werd in 2004 voortvarend doorgewerkt aan het een jaar eerder ingezette vernieuwingsproces. Om de zender voor het jongere deel van de doelgroep weer aantrekkelijker te maken werden veel nieuwe interactieve elementen in de programmering geïntroduceerd. Het 'request-concept' is daar een voorbeeld van. Ook in het muziekbeleid werd nadrukkelijker aansluiting gezocht bij het jongere deel van de doelgroep.

Doelstelling van de vernieuwingsoperatie was verder onder meer om de zender meer als één geheel te laten klinken. Ook in deze sfeer werden in 2004 duidelijke stappen vooruit gezet. Programma's verwijzen meer naar elkaar en dragen ook steeds meer dezelfde boodschap uit. Ook de wijze waarop DJ's bij afwezigheid worden vervangen, veranderde radicaal. Was dit voorheen (uitsluitend) de verantwoordelijkheid van de betrokken omroep; thans staat voorop dat de vervanger door het publiek als 3FM-stem herkend wordt, ook al is hij of zij voor een andere omroep actief dan de DJ die tijdelijk vervangen wordt.

Als gebruikelijk deed 3FM in 2004 weer verslag van de belangrijkste popfestivals. We noemen hier slechts Lowlands, Extrema Outdoor, Rock Werchter en Five Days Off.

In 2004 werd een begin gemaakt met het leggen van een verbinding tussen de zender en bepaalde concerten. In het kader van dit concept – '3FM presents ..' – schonk de zender aandacht aan concerten van Muse en de Red Hot Chili Peppers.

Humor en satire – ook in de vorm van de Stand-Up Comedy – kregen in 2004 een duidelijke plek op de zender. In december werd in het kader van Serious Comedy live verslag gedaan van Hard Gelach, een 3FM-evenement in de Melkweg met diverse Nederlandse cabaretiërs en performers.

Eind van het jaar trok 3FM de aandacht met een inzamelingsactie voor Darfur. In de Serious Request-week van 20 t/m 24 december konden luisteraars tegen betaling hun favoriete muziek aanvragen. Het programma werd, vanuit een 'glazen' studio op het Neude in Utrecht, gepresenteerd door drie DJ's, die uit solidariteit met de bevolking in Darfur deze week niet aten. De opbrengst van de verschillende acties was ruim € 900.000. De opbrengst is beschikbaar gesteld aan het Rode Kruis en wordt gebruikt voor mobiele hospitaals, andere medische zorg en voeding van de bevolking in Darfur. In juni 2005 heeft 3FM een dag lang op de actie teruggekeken en aandacht geschonken aan de huidige situatie in Darfur en wat er met de opbrengst van de actie is gebeurd.

De doelstelling wat betreft luistertijdaandeel in 10+ in 2005 van 6,5% zal, gezien de wijze waarop het luistertijdaandeel van 3FM zich de laatste maanden ontwikkelt, naar alle waarschijnlijkheid gehaald worden. De doelstelling in 15-34 van 14,3% in 2005 zal waarschijnlijk echter niet worden gehaald. In maart-april 2005 bleef dat aandeel steken op 12,4%. De belangrijkste reden hiervoor is het verlies van bereik in die doelgroep van de weekendprogramma's. De groei van datzelfde bereik op werkdagen wordt door de verslechterende prestaties van het weekend deels teniet gedaan.

In de vorige Meerjarenbegroting van de Publieke Omroep zijn voor 3FM op drie dimensies van de kwaliteitskaart prioriteiten gesteld. Onderstaande tabel laat de realisatie van deze prioriteiten en de daarbij behorende acties per medio 2005 zien.

DOELSTELLINGEN	REALISATIE MEDIO 2005
PROGRAMMAKWALITEIT	
Duidelijker muziekprofiel.	<ul style="list-style-type: none"> • Meer focus op muzikale 'core' pop/rock. • Opschoning muziekdatabase 80's / 90's. • Meer aandacht voor onbekendere muziek uit 80's / 90's. • Betere afstemming vroege en late avondprogrammering.
Profilering zenderbrede acties.	<ul style="list-style-type: none"> • Zenderbrede acties (festivals, live-concerten) en keuze artiesten nadrukkelijk gerelateerd aan 'core' pop/rock. • 3FM is nu meer muziekzender dan jongerenzender.
Samenwerking op programmatisch gebied.	<ul style="list-style-type: none"> • Wekelijks DJ-overleg, inclusief verkiezing Megahit. • Realisatie Serious Request als zenderbrede productie. • Introductie 3FM Awards.
Aanpassing vormgeving.	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw jinglepakket gerelateerd aan muziekprofiel.

TERUGBLIK

PROGRAMMAVERNIEUWING

Nieuwe programmering prime time.

- Nieuwe ochtendshow 'Giel' (VARA).
- Nieuw muziekprogramma in de middag 'Rab Radio' (KRO).
- Nieuwe middagshow 'Wout' (BNN).

Nieuwe avondprogrammering.

- Nieuw muziekprogramma in de avond 'Swijnenstal' (NPS).
- Nieuwe avondshow 'Sandersjow' (NPS).

Uitbouwen interactieve programma-elementen.

- Uitbreiding zenderbreed 'Request' concept.
- 'Uitzendburo' voor de ochtendshow 'Giel' (VARA).
- Uitbreiding requests in 'Spam' (BNN).
- Aantal nieuwe interactieve programma-onderdelen in de week/avond.

Vernieuwing programmaformules.

- Nieuwe formule ochtendshow 'Giel' (VARA).
- Vernieuwd muziekformat 'Arbeidsvitaminen' (AVRO).
- Strakker format 'Claudia d'r op' (VARA).
- Nieuwe formule middagshow 'Wout' (BNN).
- Nieuw format 'Disco Classics Party Request' (TROS).

AANDEEL EN BEREIK

Verhoging luistertijdaandeel 10+ naar 6,5%.

- LTA 10+: 6,6%.

Verhoging luistertijdaandeel 15-34 naar 14,3%.

- LTA 15-34 : 12,4%.

RADIO 4

Het afgelopen jaar heeft op Radio 4 in het teken gestaan van de voorbereidingen op het nieuwe zendschema dat in september 2004 in werking is getreden. De voornaamste doelstelling is een verbetering van het luistertijdaandeel met tot 22.30 uur een horizontaal, klassiek muziekaanbod voor een breed luisterpubliek, met minder gesproken woord. Het aantal concerten of concert-registraties is van drie naar twee per dag teruggebracht en er worden geen specifieke doelgroepprogramma's meer uitgezonden. Vanaf 22.30 uur wordt nu een late-avondblok uitgezonden met wereldmuziek, cross-over en jazz. Ook het aantal presentatoren is verminderd. Presentatoren worden regelmatig beoordeeld, daarnaast is een opleidingstraject voor beginnende presentatoren gestart. Deze veranderingen werden ondersteund door een nieuw logo, een nieuwe huisstijl en een bescheiden promotie-campagne.

DOELSTELLINGEN

REALISATIE MEDIO 2005

PROGRAMMA-KWALITEIT

Nieuwe programma's:
Zomerdagconcept met aandacht voor bijzondere archiefopnames.

- Het zomerdagconcept wordt pas in 2006 gerealiseerd. Prioriteit ligt bij verbetering Radio 4-schema.
- Nieuwe concertserie 'De Vrijdag van Vredenburg', vanaf september 2005 rechtstreeks op elke vrijdagavond.

Verjonging in de (late) avond: toename bereik in leeftijdsgroep 35 – 50 jaar.

- Geen duidelijke toename zichtbaar.

Samenwerking op programmatisch gebied:
vorming muziek- en concertredactie
nieuwe zenderprojecten.

- Eén muziek- en concertredactie gevormd.
- Implementatie centralisering van de levende muziek (programmeurs en producers op één locatie bij de NPS), voorzien voor 2006; exacte modaliteiten nog onderwerp van gesprek.
- In 2005 nieuw gerealiseerd zenderproject: week jong talent.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Herkenbaarheid zender vergroten:
introduktie nieuw vormgevingspakket.

- Vanaf september 2004 nieuwe marketingcampagne: 'mijn moment, mijn muziek'. Muziekaanbod wordt afgestemd op activiteiten van luisteraars die in gelegenheid zijn tot luisteren.

Themaweken:
week Jong Nederlandse talent.

- Week van Jong Talent is goed ontvangen in de Nederlandse muziekwereld. Samenwerking met relevante partijen in het land (conservatoria, muziekscholen) heeft impuls gekregen. Geldt ook voor samenwerking op de zender zelf; KRO-initiatief uitgegroeid tot zenderbreed project.

Late-avondblok:
één gezamenlijke redactie.

- Late-avondblok wordt nu verzorgd door één redactie, onder verantwoordelijkheid van één eindredacteur.

Herkenbare, toegankelijke presentatie:
stijl en presentatie-handboek.
opleiden nieuwe presentatoren.
ontwikkelen onderzoeksmethodiek presentatie.

- Inmiddels is begonnen met het werven van nieuwe presentatoren ten behoeve van het opleidingsproject.
- Een tweede onderzoek naar de kwaliteit van presentatoren is in mei gehouden, de presentatie is verbeterd t.o.v. het jaar ervoor.

Verbetering service aan luisteraars:
Meer informatie op website.
Concertsite met ook zomeravondconcerten.

- Vertraging verdere ontwikkeling website Radio 4, door technische complicaties.
- Website met zomeravondconcerten geeft nu actuele en uitgebreide informatie.

TERUGBLIK

VERBETERING KOSTENEFFICIËNTIE

Kosten omlaag brengen:
Minder omroepen, meer samenwerking
bezuinigingen conform omroepbrede afspraken.

- In nieuwe uitzendschema per 1 september 2004 zijn NCRV en EO niet meer vertegenwoordigd.
- Taakstellende bezuinigingsdoelstelling (uit dec. 2003) nog niet geheel gerealiseerd; er is aankooplimiet ingesteld, die deels al effect heeft. Restant wordt in 2006 gerealiseerd.

AANDEEL EN BEREIK

Verhoging luistertijdaandeel naar 2,5% (met Concertzender)
Herprofilering schema met toename 35-50 jaar in late-avond-
blok.

- Eerste stijging t.o.v. zelfde periode 2004 in luistertijdaandeel is zichtbaar. Geldt vooral voor het tijdslot 14.00-18.00 uur; ochtend en tijdvak 12.00-13.00 uur blijven iets achter.
- In late avondprogramma geen duidelijke verbetering zichtbaar.

Uitbreiding bereik overdag:

- Luistertijdaandeel in de middag is gestegen van 1,4 naar 1,6%. Ook de avond (aandeel van 2,6 naar 3,4%) profiteert hiervan.

Brede groep:

- Beoogde doorbeluistering (langer blijven luisteren) vindt inderdaad plaats.

Doorbeluistering:

- Beluistering ochtenden (9.00-12.00 uur en 12.00-13.00 uur) blijft na hoopgevende start nieuwe programmering achter bij de verwachtingen.

747AM

De kostenvermindering bij radio is voor een belangrijk deel op 747AM gerealiseerd. De begroting van de zender is met 2,1 miljoen euro verminderd. Tegelijkertijd zijn de TROS en de VARA vanaf 2004 met hun programma's gestopt, wat een vermindering van het budget met ruim een miljoen euro met zich bracht.

In 2004 heeft de Publieke Omroep het particuliere initiatief Colorful Radio overgenomen als apart radioplatform voor tweede en derde generatie migranten. Met de overname van Colorful Radio wil de publieke omroep de minderhedenprogrammering moderniseren. Uit onderzoek is gebleken dat de programma's in de 'eigen taal' op 747AM slechts een gering bereik hebben en alleen geschikt zijn voor de eerste generatie migranten. De NPS is in 2004 op Colorful Radio met zogenoemde urbanprogrammering in de gelegenheid gesteld een belangrijke doelstelling van de omroep te realiseren. In het najaar van 2004 heeft de Raad van Bestuur gehoor gegeven aan het verzoek c.q. de noodzaak om de NPS in staat te stellen om zijn wettelijke taak in de sfeer van de minderhedenprogrammering toch op de hoofdzenders – in casu: 747AM – te blijven vervullen. Tussen 6.00 en 8.00 uur werd tijdelijk een

extra tijdslot bestemd voor programma's voor jonge migranten om in 2004 alsnog aan de wettelijke verplichting te kunnen voldoen. Met ingang van 1 januari 2005 heeft het tijdslot 17.00-19.00 uur de bestemming 'urban-programmering' gekregen. De programmering in de 'eigen taal' is omgevormd tot weekmagazines, die op zaterdag worden uitgezonden.

DOELSTELLINGEN

REALISATIE MEDIO 2005

PROGRAMMAKWALITEIT

Ochtendprogramma

(Dolce Vita, Plein Publiek, Dubbel O).

- Programma-evaluaties door werkgroepjes samengesteld uit leden van de zenderredactie met ondersteuning van KLO.
- Voor Dolce Vita, Plein Publiek en Desmet zijn kwalitatieve panelonderzoeken gehouden. Resultaten zijn met eindredacteuren besproken en worden gebruikt bij invulling van programmering en dienen als feedback voor presentatoren.
- Dubbel O stopt per september 2005.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Verminderen programma's in eigen taal.

Urbanprogrammering naar Colorful Radio.

Vernieuwing avondprogramma.

- Dagelijkse programma's in 'eigen taal' conform plan omgevormd tot weekmagazines.
- Programmering voor jongere migranten in stedelijke omgeving zal conform plan op een apart kanaal worden uitgezonden; NPS houdt mogelijkheid om zijn wettelijke taak in de sfeer van de minderprogrammering (tevens) op de hoofdzenders in te vullen.
- Eigen blok voor VPRO in avonduren conform plan gerealiseerd.
- Gezamenlijke thema-uitzendingen van Dolce Vita en Plein Publiek.

INTERACTIE EN INVLOED

Verbetering Desmet Live.

- Desmet Live is door een werkgroep binnen de zenderredactie geëvalueerd, de resultaten zijn met de eindredacteuren besproken. Voor de afleveringen van de Human (di en vrij) zijn panelonderzoeken gehouden.
- Teleac stopt met Desmet Live, IKON maakt minder afleveringen. Llink gaat vanaf september 2005 twee maal per week DL uitzenden vanuit Rotterdam met aansprekende presentatoren uit de theaterwereld. Llink ondersteunt het programma met een nieuwsbrief.

TERUGBLIK

AANDEEL EN BEREIK

LTA van 1,0% in 2005 naar 1,5% in 2007.

Verdubbeling beluistering ochtendprogramma op doordeweekse dagen.

- LTA gemiddeld over heel 2004: 0,9% .
Eerste vier maanden 2005: 0,9%.
- Bereik gemiddeld over heel 2004: 4,0%.
Eerste vier maanden 2005: 4,4%.
- Over het geheel zijn cijfers op hetzelfde niveau gebleven; bij sommige programma's (Desmet, vroege VPRO-avond) lijkt zich voorzichtige stijging af te tekenen. Hoewel enkele programma's in weekend lichte stijging laten zien, blijft het weekend als geheel nog achter bij de verwachtingen.

TELEVISIE

Het televisiejaar 2004 stond in het teken van de formulering van een nieuwe programmastrategie. Directe aanleiding was het Tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010 en parallel daaraan liep de aankondiging van een nieuwe commerciële zender en het dreigende verlies van de rechten op het Eredivisievoetbal. Mede hierdoor is een aantal van de in de vorige MJB aangekondigde acties in een ander daglicht komen te staan. Daar staat tegenover dat in 2004 enkele majeure stappen zijn gezet, zoals de ontwikkeling van een vernieuwd bestuurlijk en operationeel planningsproces waarmee grote financiële en bedrijfsmatige transparantie, een resultaatgerichte aanpak en afrekenbare prestatieafspraken kunnen worden bereikt. Belangrijk onderdeel hiervan is het werken met een netbegroting en het op basis van programmatische afspraken met omroepen toekennen van budgetten, beter bekend als "geld op het schema". Bij de totstandkoming van het schema 2005 is een aantal elementen uit de Nieuwe Werkwijze voor het eerst gehanteerd.

PROGRAMMAVERNIUWING

De Publieke Omroep wil aantoonbaar en herkenbaar bijdragen aan een vernieuwend en innovatief programma-aanbod. Daarvoor zijn de volgende acties ondernomen:

- Voortdurende aandacht in netredacties voor trends en vernieuwende concepten; reservering voor programmavernieuwing in het netbudget, scouting, vergroten van flexibiliteit in het schema, creëren van vaste slots voor experimenten.
- Verbetering formatscouting buitenland; in EBU-verband is inmiddels een werkgroep geformeerd, die zich bezig gaat houden met formatontwikkeling en informatie-uitwisseling.
- Concrete actieplannen op netniveau.

PROGRAMMAKwaliteit

Programmavoorschriften & ondertiteling

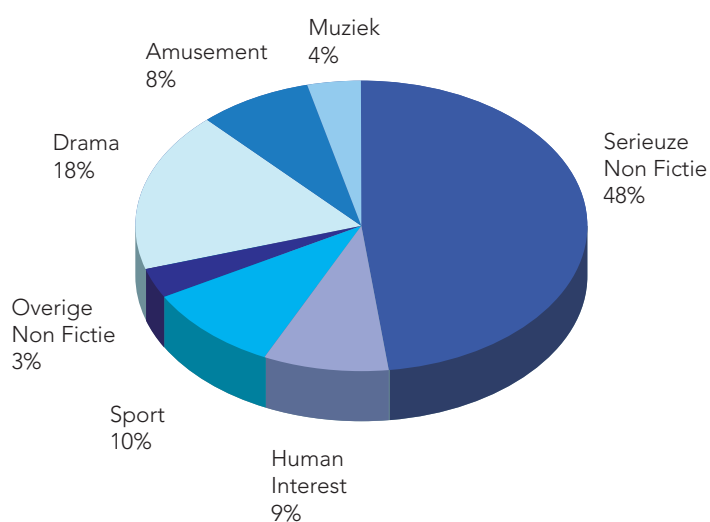
In 2004 is aan alle programmavoorschriften en aanvullende verplichtingen voldaan. Hierover is separaat aan het Commissariaat voor de Media gerapporteerd. In 2004 is in totaal 11.063 uur ondertiteld voor doven en slechthorenden, dat is 67,2% van het Nederlandstalige aanbod van de Publieke Omroep. In 2003 werd 7.819 uur ondertiteld (53,2%). Met het in 2004 gerealiseerde percentage zit de Publieke Omroep ruim boven de huidige doelstelling van 60% (in 2010 moet het percentage zijn opgelopen naar 100%).

Programmamix

De Publieke Omroep heeft in 2004 via Nederland 1, 2, 3 en Z@ppelin ruim 19.000 uur televisie aangeboden. Deze toename ten opzichte van 2003 (ruim 1.000 uur extra) werd veroorzaakt door de Olympische Spelen en het EK-voetbal, waarvan een belangrijk deel voor 16.00 uur werd uitgezonden. Het totale aandeel sport in de programmering bleef met 10 % binnen de grens die de Publieke Omroep zichzelf oplegt (in even jaren met grote sportevenementen maximaal 11% van de zendtijd, in oneven jaren maximaal 9%).

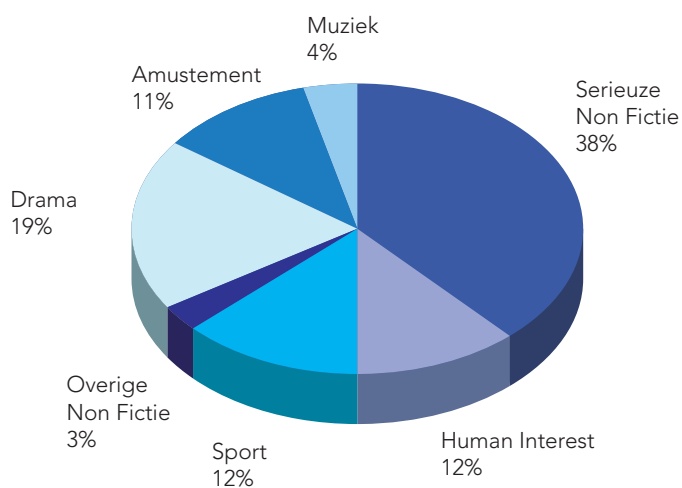
Aanbod Nederland 1, 2, 3 en Z@ppelin naar genre, tijdvak 00-24 uur

(totale zendtijd: 19.224 uur)



Aanbod Nederland 1, 2, 3 en Z@ppelin naar genre, tijdvak 16-24 uur

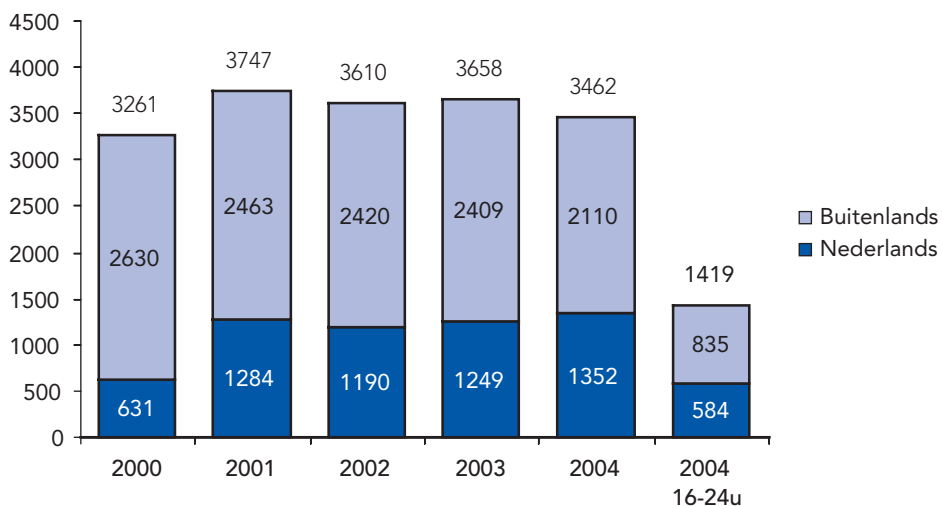
(totale zendtijd: 7.526 uur)



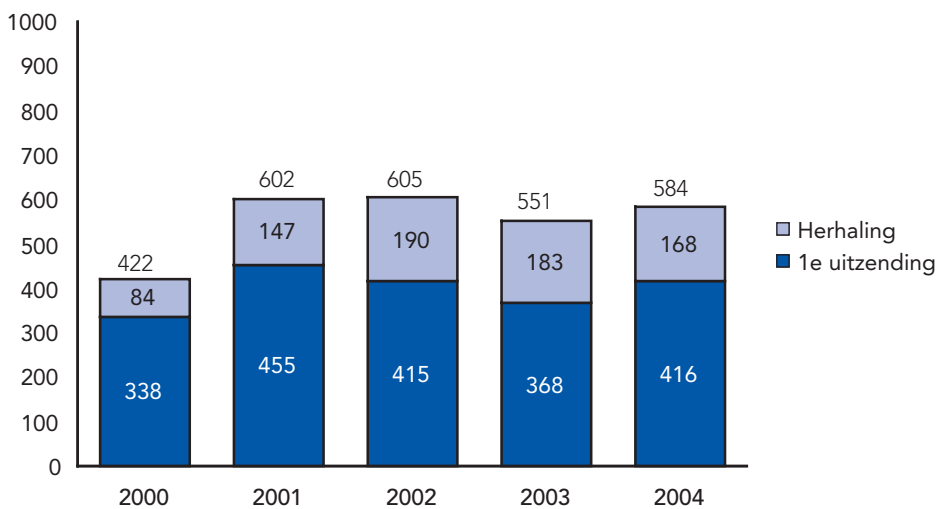
Drama

Na een lichte toename in 2003 is het totale aantal uren drama in ons aanbod in 2004 afgenomen. Onze doelstelling om in het tijdvak 16.00-24.00 uur in onze programmamix (exclusief reclame), 25% drama te bieden hebben wij niet gerealiseerd. Het aanbod Nederlands drama is ten opzichte van 2003 wel gestegen (48 uur meer nieuw Nederlands drama).

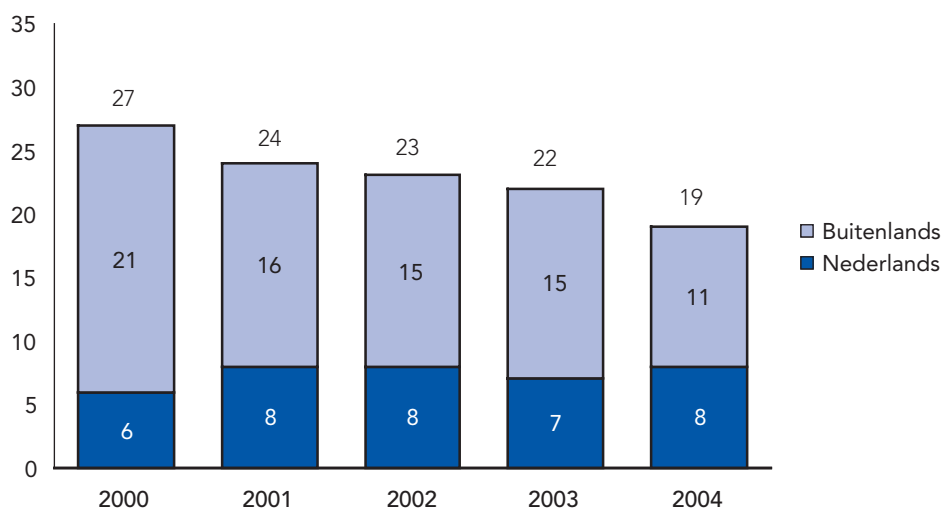
Uren drama, tijdvak 00-24 uur



Uren Nederlands drama, tijdvak 16-24 uur



Percentage drama, tijdvak 16-24 uur



Film

In 2004 is geparticipeerd in de financiering van 10 speelfilms (exclusief de zes Telefilms). Hiermee is een bedrag gemoeid van circa 6,8 mln, dat is opgebouwd uit bijdragen van de omroepen, het ministerie van OCW, CoBO en het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties.

De verlaging t.a.v. 2003 is het gevolg van het wegvallen van de CV-regeling. Zoals in de vorige MJB al werd aangekondigd, heeft de Publieke Omroep na overleg met het ministerie van OCW, de speelfilmsector, het CoBO- en het Stimuleringsfonds in 2005 een filmnotitie opgesteld, waarin meerjarig speelfilmbeleid is vastgelegd. Hiermee wordt continuïteit van beleid gegarandeerd, zowel in omvang als in middelen. Uiteraard is uitvoering afhankelijk van (kwaliteit van) productievolume, fiscale klimaat en subsidiestromen.

Documentaires

In de genreschema's van de publieke netten zijn vaste en herkenbare slots voor documentaires opgenomen. Ook in 2004 maakte het genre documentaire in al zijn variatie (maatschappelijke documentaire, kunstdocumentaires, human interest documentaires, etc.) een substantieel deel uit van het aanbod van de Publieke Omroep. Bij het ter perse gaan van deze MJB was de rapportage over het aantal uitgezonden documentaires in 2004 nog niet voltooid. Naar verwachting zal dit nagenoeg gelijk zijn aan 2003 (1.300).

Kunst en cultuur

In 2004 is door de omroepverenigingen 3.114 uur kunst- en cultuurprogrammering uitgezonden, waarvan 1.827 uur tussen 16.00-24.00 van maandag t/m zaterdag en zondag van 00.00-24.00 uur. De NPS zond 877 uur kunst/cultuurprogrammering uit, waarvan 543 uur tussen 16.00-24.00 van maandag t/m zaterdag en zondag van 00.00-24.00 uur.

Het overleg met het ministerie van OCW en het Commissariaat voor de Media over de wenselijkheid en consequenties van een herdefiniëring van de culturele programmavoorschriften en een smallere en eenduidiger invulling van het begrip kunst, is voorlopig stopgezet. Dit als gevolg van de presentatie van de lange-termijnvisie van het kabinet op de publieke omroep.

Multiculturele bestedingen

Het totaal van de gerapporteerde bestedingen van de Publieke Omroep aan multiculturele televisie-programmering in 2003 bedraagt ruim € 53 mln. Dat is € 6 mln meer dan het jaar daarvoor. In totaal is in 2003 2.098 uur multiculturele programmering verzorgd, een stijging ten opzichte van 2002 van 241 uur. In 2004 is besloten om vanaf 2005 te werken vanuit een meer inclusieve benadering van minderheden: minder programma's voor en over minderheden en meer programma's waarin etniciteit in allerlei programmacategorieën een integraal onderdeel van het programmaconcept uitmaakt. De keuze voor een inclusieve benadering maakt dat wij ons moeten bezinnen op een nieuwe wijze van rapporteren.

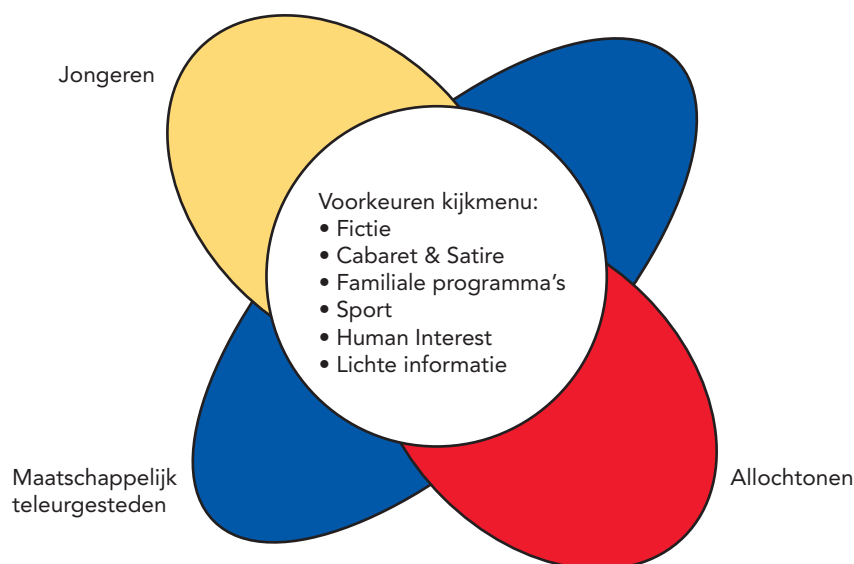
Jongeren en allochtonen

De werkgroep Programma-, Doelgroepen- en Genrebeleid (PDG) formuleerde in 2004 beleidskaders voor het verbeteren van het bereik onder jongeren en allochtonen. In de eindrapportage van de Werkgroep PDG zijn onder meer de volgende uitgangspunten geformuleerd:

- Het meekijken wordt bevorderd en gestimuleerd door middel van een substantieel aandeel familiale programmering.
- Specifieke jongerenprogramma's blijven deel uitmaken van het aanbod van de Publieke Omroep. Dit vraagt aandacht voor de ontwikkeling van nieuwe programma's en formats, dan wel het nieuw leven inblazen van gekende formats.
- Er worden op jongeren gerichte special events (crossmediaal, interactief) georganiseerd.
- Er zullen specifieke jongerenmerken worden gecreëerd, waarbij gebruik gemaakt dient te worden van de kracht van de bestaande merken (BNN, 3 voor 12, 3FM etc.). Daarbij zal gebruik worden gemaakt van distributievormen die aansluiten bij het mediagedrag en -gebruik van jongeren.
- In het programma-aanbod van de Publieke Omroep wordt op het scherm een representatief beeld getoond van de diversiteit en interculturaliteit van de Nederlandse samenleving (leeftijd, sekse en etniciteit).
- Het samenstellen van het programma-aanbod gebeurt op basis van inclusiviteit. Er worden geen specifieke doelgroepprogramma's (in de eigen taal) geproduceerd, in de programmamix en de programma's komt de interculturaliteit van de Nederlandse samenleving op evenwichtige wijze tot uitdrukking.
- In de informatieve programma's van de Publieke Omroep wordt op een evenwichtige wijze aandacht besteed aan en bericht over de interculturele samenleving. De Publieke Omroep levert hiermee, volgens zijn missie, een actieve bijdrage aan de cohesie in de samenleving.
- Het kijkmenu en de programmavoorken van jongeren, jong volwassenen, allochtonen en maatschappelijk teleurgestelden vertoont meer overeenkomsten dan verschillen. Door een verschuiving

in de programmamix, in de richting die we al enige jaren voorstaan, is het mogelijk beter aan te sluiten bij de wensen en behoeften van alle groepen. Om het bereik onder jongeren te handhaven, zijn daarnaast echter ook specifieke activiteiten noodzakelijk.

Deze uitgangspunten worden momenteel vertaald in concrete actieplannen per net. In het Tussentijds Concessiebeleidsplan zijn doelstellingen opgenomen ten aanzien van deze prioritaire doelgroepen.



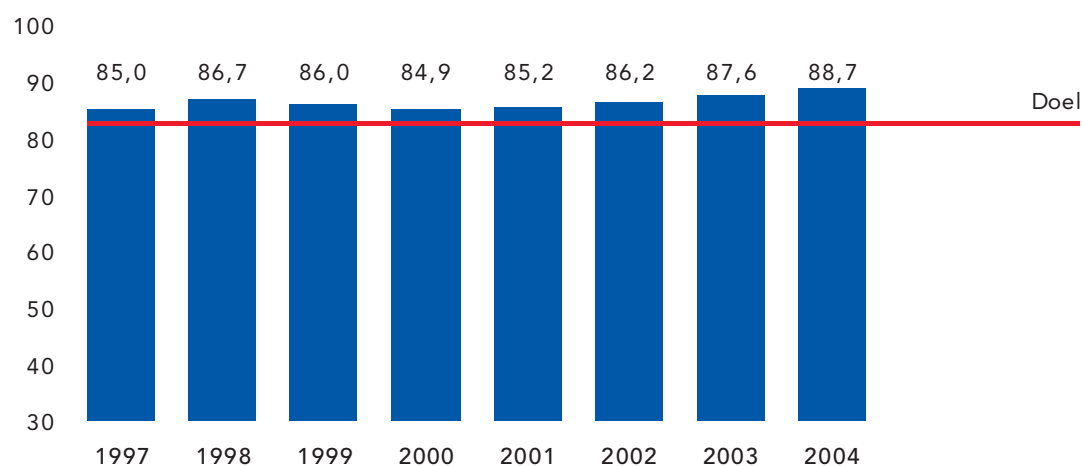
AANDEEL EN BEREIK

Totale bevolking

In 2004 was het weekbereik onder de Nederlandse bevolking gemiddeld 88,7%. Daarmee hebben wij onze doelstelling gerealiseerd en een hoger bereik gegenereerd dan in 2003 (+ 1,1%).

Weekbereik Publieke Omroep

Totale bevolking

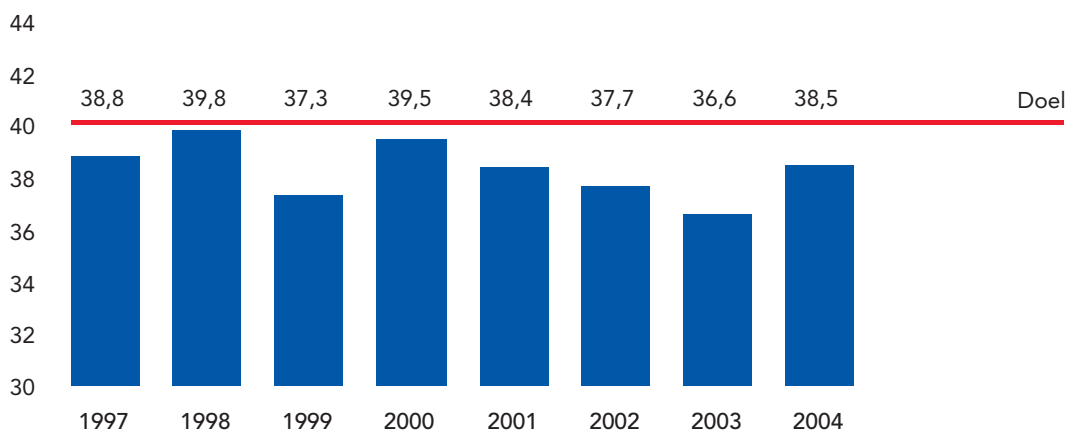


In 2004 is het kijktijdaandeel gestegen met 1,9%. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt doordat 2004 een evenementenjaar was (Olympische Spelen en EK Voetbal). Nederland 1 en Nederland 2 voldoen aan de doelstelling, Nederland 3 boekt verlies en Z@ppelin is, mede door de steeds sterker wordende positie van de commerciële kinderzenders, wederom met fikse terugval geconfronteerd.

Wat de positie van de publieke zenders in het totale Nederlandse zenderaanbod betreft is er de positieve constatering dat Nederland 2 in 2004 marktleider was en Nederland 1 een derde positie innam, na RTL4.

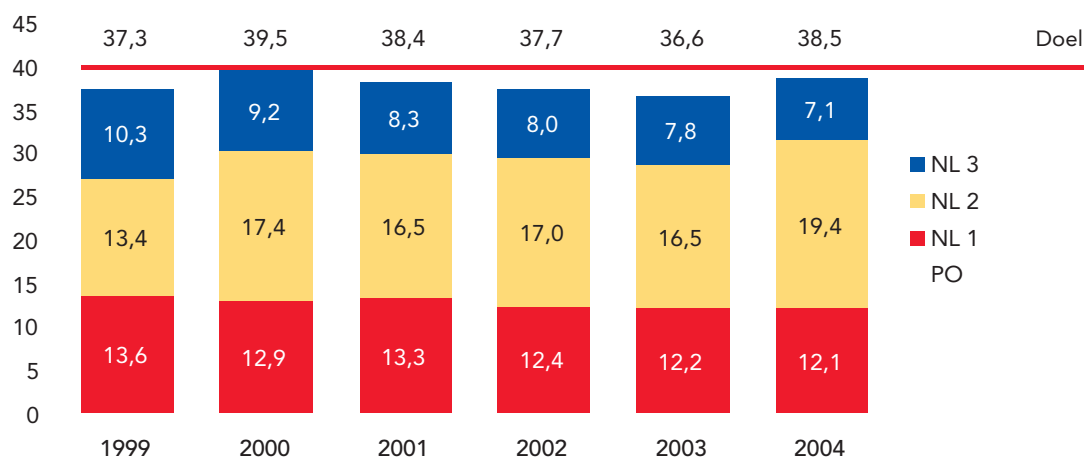
Kijktijdaandeel Publieke Omroep

Totale bevolking, tijdvak 18-24 uur



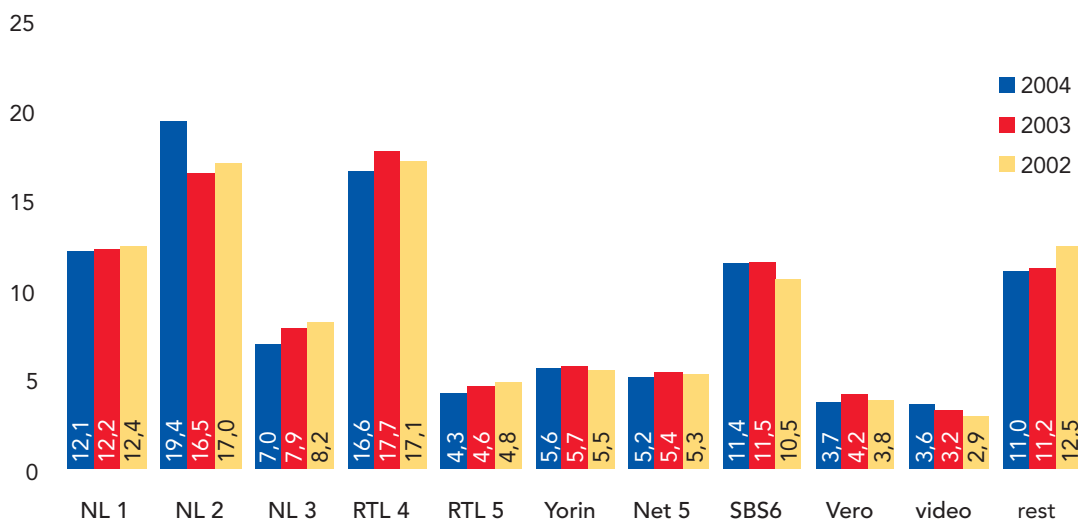
Kijktijdaandeel Publieke Omroep

Totale bevolking, tijdvak 18-24 uur



Positie televisie netten 2004

Totale bevolking, tijdvak 18-24 uur

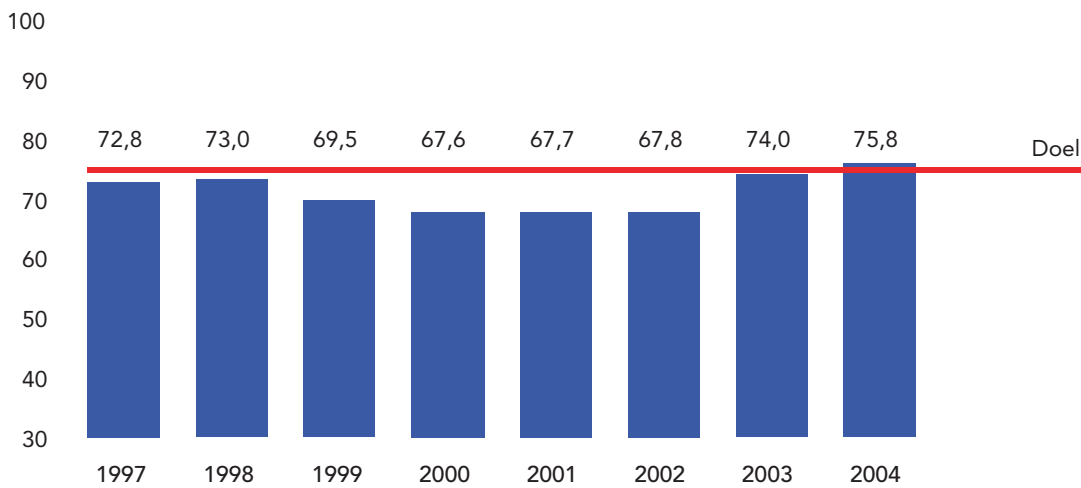


Jongeren en jong volwassenen

Het weekbereik onder jongeren is gestegen en ligt inmiddels een fractie boven onze doelstelling – mede omdat jongeren meer televisie zijn gaan kijken.

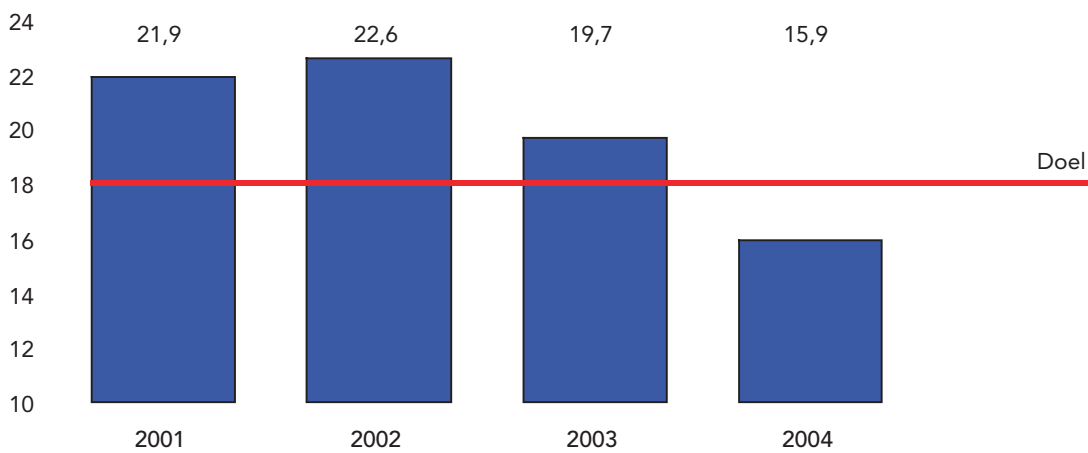
Weekbereik Publieke Omroep

13 t/m 24 jaar



Kijktijdaandeel Z@ppelin

3 t/m 12 jaar, tijdvak 07-19 uur



NETTEN**Doelstellingen en resultaten**

Nog niet alle doelstellingen en daarbij behorende acties zijn in 2004 gerealiseerd. Dit wordt onder meer veroorzaakt door het feit dat aan sommige doelstellingen in de afwegingen hogere prioriteit is gegeven. Ook vereisten sommige ad hoc problemen pragmatische oplossingen. En dan is er de weerbaarheid van het bestel, die soms maakt dat bepaalde doelstellingen in de praktijk meer tijd vragen (overeenstemming over keuzes en accenten, implementatieruimte in schema's, etc.)

NEDERLAND 1

DOELSTELLING	ACTIES 2004-2005	RESULTAAT
PROGRAMMAKWALITEIT		
Verbeteren imago.	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen nieuwe, brede programma's. • Ontwikkelen nieuwe formats binnen non-fictie. 	<ul style="list-style-type: none"> • In 2004-2005 introductie van o.a. televisie-toppers, Blauw bloed, Boer zoekt vrouw, Verre verwanten, Ik doe alles voor jou, Superlink, De reünie, Tegen de klok, Supersenioren. • In 2004-2005 introductie van Schatjes, Wie was ik, Vrouwengevangenis, Veertig, Hello goodbye, Geen weg terug, Grenzeloos verlangen.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING		
Ontwikkelen nieuwe toonaangevende programma's.	<ul style="list-style-type: none"> • Speciaal experimenteerslot zondagavond. • In de zomer op prime time nieuw amusement en infotainment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Speciaal experimenteerslot op zondagavond laat. • In de zomer op prime time ruimte voor nieuw amusement/ infotainment.
Binnen non-fictie minder gesproken woord en meer verbeeldingskracht.	<ul style="list-style-type: none"> • Meer human-interest-programma's in genreschema. 	<ul style="list-style-type: none"> • In schema 2005 minder ruimte voor serieuze non-fictie, meer voor human interest.
Meer programma's die aansluiten bij zorgzame opvoeders.	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw reality en consumentenprogramma. • Vrijdagavond bouwen met familiaal/relatieel infotainment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plek voor nieuwe reality en consumentenprogramma • Vrijdagavond met familiaal infotainment. Daarnaast specifieke titels als Schatjes en Nationale opvoedtest.
Nieuw Nederlands drama.	<ul style="list-style-type: none"> • Vast slot Nederlandse comedy. • Vast slot Nederlands drama (langlopende serie) op zondag. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voortzetting Toen was geluk, De afdeling en ontwikkeling nieuwe comedy o.b.v. One foot in the grave. • Najaar 2005 start Keyzer & De Boer.

MAATSCHAPPELIJKE INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende actualiteiten waarmee meer nieuws wordt gegenereerd.

- Actueel, opiniërend debat vanuit levensbeschouwelijk invalshoek op zaterdag.

- Start 'Debat op één' in 2005.

Levensbeschouwelijke programmering die mensen beweegt en in beweging zet.

- Nieuwe vormen en genres die passen in opbouw van de avond, geen levensbeschouwelijke balk meer.

- Nieuwe programma's over levensbeschouwing o.a. op maandag 22.30 uur, dinsdag 22.30 uur, vrijdag 22.30 uur, zaterdag 19.30 uur en zondag 19.30 uur.

Meer nieuws genereren. Actuelere uitstraling van de zender.

- Inbreken in reguliere schema als er een actuele aanleiding is.

- Schema onderbroken voor presentatie bijbelvertaling, 'Nationaal kabinet', Reporter over Hirsi Ali, Hoge bomen over Theo van Gogh, Felderhof ontmoet Hans Wiegel.

Creëren en organiseren van evenementen.

- In netbegroting budget van € 1.800.000 opgenomen voor evenementen.

- Evenementen 2004: Grootste Nederlander, Nationale Bijbeltest, Mooiste plek, Heldenverkiezing.
- 2005: Nationale Opvoedtest, Het Nederland gevoel, Lintjesregen, Week van de senioren, Verzoendag, Nationale Huwelijksavond, herdenking Srebrenica.

Nederland 1 heeft in 2004 fikse stappen gezet om de doelstellingen en de daarbij geformuleerde acties te realiseren. Er zijn veel nieuwe titels ontwikkeld die in ruime mate bijdragen aan de doelstelling om het net minder somber en zwaar te maken. Daarmee werd ook een ombuiging gerealiseerd van serieuze non-fictie naar meer human interest. Om aan de doelstelling van de PO voor meer Nederlandstalig fictie te beantwoorden is in 2004 een nieuwe comedyserie gerealiseerd en is een nieuwe langlopende dramaserie in ontwikkeling die voor het najaar van 2005 op de rol staat.

TERUGBLIK

AANDEEL (IN %)**KIJKTIJDAANDEEL 12% (18-24 UUR)**

	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	12	12,0	13,0

STIJGING AANDEEL PRIMAIRE DOELGROEPEN NAAR 25%

	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Standvastige gelovige	24	22,2	24,8
Participerende burger	24	22,2	21,8
Gemakzoekende burger	12	12,1	13,0

STIJGING AANDEEL ZORGZAME OPVOEDERS NAAR 11%

	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Zorgzame opvoeder	11	10,1	11,3
50+	18	17,1	18,9

De neergaande lijn in het kijktijdaandeel is gestopt. Nederland 1 behaalt in bovengenoemde periode een vol procent hoger dan vorig jaar en voldoet daarmee ruimschoots aan de doelstelling. Ook onder standvastige gelovigen, gemakzoekende burgers en zorgzame opvoeders wordt de meerjarige doelstelling in het lopende seizoen gerealiseerd. Het aandeel onder participerende burgers staat onder druk.

BEREIK (IN %)**GEMIDDELD WEEKBEREIK (MIN. 15 MINUTEN) 64%**

	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	64	69	70

De verwachting dat het weekbereik licht zou dalen als de zender met de komst van de EO homogener zou worden is niet uitgekomen. De doelstelling is ruim gehaald.

GENREMIX 16-24 UUR (IN %)		
	doel MJB 05-09	2004
Nieuws en actualiteiten	19	17
Non fictie – serieus	35	31
Non fictie – human interest	16	22
Fictie – Nederlands	2	3
Fictie – buitenlands	17	14
Amusement	10	11
Muziek	1	2

NEDERLAND 2

DOELSTELLING	ACTIES 2004-2005	RESULTAAT
PROGRAMMAKWALITEIT		
Verbeteren imago.	<ul style="list-style-type: none"> Aanpassen programmamix: minder non-fictie, sport, meer fictie en amusement. 	<ul style="list-style-type: none"> 'Minder sport' na de zomer van 2005; 'meer fictie' gerealiseerd met de Nederlandse dramaserie Het Glazen Huis; voortijdige stopzetting.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING		
Ontwikkelen nieuwe succesvolle programma's, programmatrends 'setten'.	<ul style="list-style-type: none"> Nieuw Nederlands drama (weekendserie, jongerendrama). 	<ul style="list-style-type: none"> Weekendserie (Glazen Huis) inmiddels voortijdig gestopt. Nieuwe reeks Costa! BNN en Ned. serie Bitches. Geheel nieuwe dramaserie op komst onder de titel Sprint.
	<ul style="list-style-type: none"> Nieuwe programma's in genre vrije tijd en service in genreschema's (reizen, wonen, theater). 	<ul style="list-style-type: none"> AVRO startte met: De Nieuwe Moszkowicz, Dossier Gesloten, Huisartsenpost, Ticket. BNN met: Mystery Party, Het Elftal, Couscous & Cola, Mirror Mission, Atletico Ananas en Katja tegen Bridget.
	<ul style="list-style-type: none"> Nieuw cabaret & satire. 	<ul style="list-style-type: none"> AVRO is gestart met Koefnoen en BNN met De Lama's; beide series zijn succesvol.

TERUGBLIK

Meer programma's die aansluiten bij jongere leeftijdsgroepen.

- Zie programmatische plannen hierboven.
- Vrijdag- en zaterdagavond gericht op family viewing.
- Meer amusement voor breed publiek.
- Weekendserie mislukt (TROS/AVRO/BNN), Sterrenjacht (AVRO) ook geen écht succes. Wie Is De Mol (AVRO) geslaagd. Bankgeheim (TROS) redelijk geslaagd. Real-life-serie Gewoon Jan Smit (TROS) begon met hoopgevende kijkcijfers.
- BNN revitaliseerde in de zomer van 2004 het oude succesnummer 'AVRO's Sterrenslag'.

Ontwikkelen nieuwe cross-media concepten.

- BNN United.
- Nieuwe projecten starten.
- BNN University gestart.
- Nieuw initiatief Coolcast.

Meer samenwerking met VRT op het gebied van Nederlandstalig drama.

- TROS spant zich in op dit terrein.
- Politieserie Witse loopt nu op Nederland 2.
- Andere serie (Flikken) doet het nog steeds goed.

MAATSCHAPPELIJKE INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende actualiteiten.

- Ontwikkeling Twee Vandaag in relatie tot netprofiel en interesses doelgroepen.
- Mede door de komst van de AVRO.

Meer betrokkenheid kijkers bij programma's.

- Crossmediale projecten.
- Consumentenrubriek Radar met kijkerspaneel via website. Verder o.m. BNN University (interactief datingonderdeel en gamesite) en De Nationale IQ Test.

Creëren en organiseren van evenementen.

- Extra geld en zendtijd hiervoor inzetten.
- Nieuw evenement in 2004: De Beste Stad van Nederland.
- 2005: NOS-RTV en BNN WK Voetbal voor spelers tot 20 jaar.

De ambitie van Nederland 2 om nadrukkelijk een rol te spelen in het leven van jongeren, wordt met BNN als vaste bespeler al voor een deel gerealiseerd. In 2005 neemt de zendtijd van BNN toe, waardoor deze omroep een extra stempel zal drukken op de programmering en het imago van het net. De doelstelling meer fictie te realiseren heeft in 2004 geresulteerd in de lancering van een weekendserie, die echter voortijdig is stopgezet wegens achterblijvend resultaat. In de zomer van 2005 heeft NOS-RTV samen met BNN het WK Voetbal voor spelers tot 20 jaar uitgezonden. De belangstelling voor dit evenement bleek ongekend groot.

AANDEEL (IN %)			
KIJKTIJDAANDEEL 18% (18-24 UUR)			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	17,5	17,2	16,9
STIJGING AANDEEL JONGERE LEEFSTIJLGROEPEN			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Gemakzoekende burger	21	20,4	20,1
Maatschappelijk teleurgestelde	19	19,0	18,1
Zorgzame opvoeder	17,5	16,2	16,5
Zorgeloze spanningzoeker	18	17,4	16,6
Ambitieuze pleziermaker	15	14,3	11,1

° De evenementenzomer van 2004 is t.b.v. de vergelijking buiten beschouwing gelaten (waardoor het kta in dit overzicht lager is dan de 19.4% in het gehele jaar 2004).

BEREIK (IN %)			
GEMIDDELD WEEKBEREIK (MIN. 15 MINUTEN) 64%			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	80	77	76

TERUGBLIK

GENREMIX 16-24 UUR (IN %)

	doel MJB 05-09	2004
Nieuws en actualiteiten	18	17
Non fictie – sport	24	33
Non fictie – overig	17	13
Fictie	21	12
Amusement	15	18
Muziek	5	7

* De berekening van de genremix 2004 is gecorrigeerd voor 'sport-superevenementen' (EK en OS). De cijfers laten duidelijk zien dat Nederland 2 nog altijd te weinig fictie uitzendt en te veel sport, amusement en muziek.

NEDERLAND 3

DOELSTELLING	ACTIES 2004-2005	RESULTAAT
PROGRAMMAKwaliteit		
Verbeteren imago.	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen nieuwe, brede programma's. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zie resultaten onder vernieuwing en ontwikkeling.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING		
Ontwikkelen nieuwe toonaangevende programma's.	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw amusement op vrijdag prime time. • Nieuwe amusementsbalk om 20.00 uur. • Verbetering kwaliteit late-night-programmering. • Nieuwe amusementsprogramma's ontwikkelen. • Nieuwe kennisquizen ontwikkelen. 	<ul style="list-style-type: none"> • PaPaul Live gestart in januari 2005. • Verplaatsing van VARA Live naar 20.00 uur; Popquiz op vrijdag; Ontwikkeling DeBattle op vrijdagavond. • Verplaatsing van PaPaul van de vooravond naar late-night. • Ontwikkeling Mike & Thomas Show. • Ontwikkeling van Zeg 'ns A, B of C, Popquiz a gogo en Twee voor twaalf junior.

	<ul style="list-style-type: none"> • Vergroten van de diversiteit van de zondagavond door investering in comedy en satire. 	<ul style="list-style-type: none"> • wekelijkse conferences De Vergrijzing van Freek de Jonge in najaar 2004.
	<ul style="list-style-type: none"> • Speciaal experimenteerslot zondagavond. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachtpodium.
	<ul style="list-style-type: none"> • Themagerichte aanpak, door o.m. 6 thema-avonden op zondag. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerealiseerd.
Meer programma's die aansluiten bij secundaire doelgroepen.	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw fictieslot aansluitend op Z@ppelin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerealiseerd (o.m. Kleine Pauze).
	<ul style="list-style-type: none"> • Vrijdagavond bouwen met amusement/fictie/informatie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerealiseerd.
Nieuw Nederlands drama.	<ul style="list-style-type: none"> • Vast slot Nederlands drama op zaterdag, inclusief Nederlandse speelfilm. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deels gerealiseerd (gecombineerd met aankoop fictie).
	<ul style="list-style-type: none"> • Vast slot voor single plays op woensdag. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deels gerealiseerd (gecombineerd met ander genre).
	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw fictieslot aansluitend aan Z@ppelin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerealiseerd (o.m. Kleine Pauze).
	<ul style="list-style-type: none"> • Jong talent (regisseurs, schrijvers, etc.) de kans geven een kwaliteitsserie te maken, dankzij samenwerkingsverband van NPS, VARA, VPRO met o.a. Stifo en CoBo fonds. 	<ul style="list-style-type: none"> • 'One night stand' najaar 2004 prime time uitgezonden.
	<ul style="list-style-type: none"> • Eens in de twee jaar een prestigieuze dramaserie realiseren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Serie Waltz voor 2006 in ontwikkeling (NPS, VARA, VPRO). Opvolger voor Ernstige Delicten in ontwikkeling. Medea van Theo van Gogh uitgezonden.
	<ul style="list-style-type: none"> • De bespelers van Nederland 3 blijven hun bijdrage leveren aan de realisatie van Telefilms. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alle nieuwe Telefilms vertoond in voorjaar 2005 en in zomermaanden herhaald.
	<ul style="list-style-type: none"> • Een belangrijke coproducent blijven in Nederlandse speelfilms. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diverse coproducties o.a. Zus & Zo, Shouf Shouf Habibi en Simon.
	<ul style="list-style-type: none"> • Het aanbod Nederlandstalige comedy behoudt een prominente plek. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kinderen geen bezwaar in najaar 2004 van start.

TERUGBLIK

	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwe comedies in ontwikkeling. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voortzetting De Band en 'spin off' van Shouf Shouf Habibi in ontwikkeling.
	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwe dagelijkse serie ontwikkelen gericht op jeugd en verzorgende ouders voor het tijdvak 19.00 uur. 	<ul style="list-style-type: none"> • De Kleine Pauze (makers van Loenatik) gestart in mei 2005.
Aanbod buitenlandse kwaliteitsdrama vergroten.	<ul style="list-style-type: none"> • Herkenbaar en consistent slot creëren voor hoogwaardig Amerikaans drama 	<ul style="list-style-type: none"> • Vanaf januari 2005 Six Feet Under, The Sopranos en de nieuwe serie Carnivale zondagavond
	<ul style="list-style-type: none"> • Versterking en vervroeging van het film- en dramaslot op zaterdagavond. Ontwikkeling tot een herkenbaar slot voor bredere speelfilms, aankoopseries en drama. 	<ul style="list-style-type: none"> • Filmslot per 1 januari 2005 vervroegd naar 22.35 uur. Aan de opbouw wordt gewerkt.
	<ul style="list-style-type: none"> • Verbreden van de vrijdagavond met nieuwe te ontwikkelen groot amusement en aankoop van breed buitenlands fictie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Januari 2005 start Papaul Live en in mei Maggie's New Life .
Platform voor nieuwe programma's/programma-concepten.	<ul style="list-style-type: none"> • Ruimte bieden voor het uitproberen van nieuwe ideeën. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mike & Thomas Show, DeBattle, Grazend Nederland, Holland Sport en De Club van 100.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ruimte bieden voor experimentele en eigenzinnige programma's. 	<ul style="list-style-type: none"> • Speciaal experimenteerslot zondagavond laat. In de zomer op prime time ruimte voor nieuw amusement/lichte non-fictie.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen van nieuwe programmavormen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Club van 100, Grootmeesters, Nieuwslicht, Geluk van Nederland, Avond van het boek, Premtime en DeBattle.
Toonaangevende positie in kunst & cultuur behouden/versterken.	<ul style="list-style-type: none"> • Duidelijke herkenbare slots voor kunst & cultuur reserveren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zondagmiddag: muziekregistraties, kunstdocumentaires en Wereldcinema. • Late avond: klassieke muziek en jazz. • Zondagavond: R.A.M. • Maandagavond: Uur van de Wolf. • 'Allemaal Theater', docureeks over theatergeschiedenis.
	<ul style="list-style-type: none"> • Nadrukkelijke aanwezig zijn bij allerlei nationale en internationale evenementen. 	<ul style="list-style-type: none"> • North Sea Jazz, Pinkpop, IDFA, Uitmarkt, Edison Klassiek, FF Utrecht, FF R'dam, Lowlands, etc.

- Dagelijks programma ontwikkelen om op een lichtere wijze aandacht te besteden aan cultuur, lifestyle, media en kunst.
- TV3 is in zomer 2004 niet aangeslagen. In de periode april t/m juni 2005 nieuwe opzet van start.

Informatieve, educatieve en minderhedenopdracht optimaal vervullen.

- Vaste plek thema werk en nieuwe thema participatie; kennisquizen; Nieuwslicht; jaarlijkse wetenschapsquiz. Ruimte voor bestaande consumentenprogramma's en ontwikkeling van nieuwe formats.
- Multiculturele balk met aandacht voor ontwikkeling van nieuw talent en nieuwe programma-vormen. Premtime verplaatst naar de avond; DeBattle.

MAATSCHAPPELIJKE INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende en toonaan-gevende actualiteiten

- Ontwikkeling sterk newshour door betere afstemming Journaal en Nova en Den Haag Vandaag.
- Eerste stappen naar integratie NOVA en Den Haag Vandaag.

Organisatie evenementen koppelen aan internetstrategie

- Thema/avonden op zondag.
- Themagerichte aanpak binnen programmering (bijvoorbeeld themaweken of /maanden over maatschappelijke onderwerpen)
- Gerealiseerd (o.m over onderwijs 'Voor de Klas', de zorg 'Aan het bed' en de beschaving)
- Gerealiseerd (o.m. Geheim Geweld)

Hart van publieke menings-vorming (agenda- en opinie-bepalend)

- Maatschappelijke interactie en invloed realiseren op de gekozen thema's via journalistieke aandacht binnen nieuws en actualiteitenrubrieken
- NOVA/DHV, Buitenhof, Zembla genereren met grote regelmaat nieuws.

- Nieuws & actualiteiten en achtergronden (in de vorm van documentaires, debat, gesprekken, interviews en actuele reportages) behouden hun prominente plaats in het schema.
- Herkenbare slots auteursdocumentaires met eigen signatuur (Dokwerk), actuele documentaire (Zembla en Tegenlicht), buitenlandse documentaire (VPRO's Import) en kunst documentaire (Uur van de Wolf).

- Zoeken naar onderlinge versterking en afstemming door samenwerking tussen partners op het net.
- Bestaande samenwerking in Buitenhof, NOVA, Andere Tijden, Zembla en nieuwe samenwerking op het gebied van drama

TERUGBLIK

Aanzetten tot meningsvorming door uitzending spraakmakende programma's. Meer nieuws genereren door actuele uitstraling, het organiseren van evenementen en een meer themagerichte aanpak.

- Regelmatig openbreken van de reguliere programmering voor thema-avonden en evenementen.
- Inbreken in reguliere programmering als er een actuele aanleiding is.

- Thema-avonden en evenementen.
- September Theater en Filmmaand met veel aandacht voor NL speelfilm; Amerika kiest met eigen NOVA New York, De Lobbyisten, Angels in America en thema-avond Amerika.
- ThemawEEK Geheim Geweld over kindermishandeling.
- Thema-avonden over de documentaire, het IFFR, het onderwijs, de beschaving, de zorg.
- Thema-avonden over schaatsnostalgie, poëzie, het boek, de jonge danser, de jaren vijftig, de jonge danser, de film.
- Groot dictee, wetenschapsquiz en de geschiedenisquiz. Europaquiz, registraties van culturele evenementen.

- De informatieve programma's zullen vaker trachten gezamenlijk in te spelen op relevante actuele gebeurtenissen door onderwerpen en thema's te agenderen.

- Registratie Uitmarkt, TV3, R.A.M. Filmjournaal, Amerika Kiest met NOVA New York, De Lobbyisten, Angels in America, documentaires en thema avond.
- ThemawEEK Geheim Geweld over kindermishandeling. Multimediale aanpak met radio, internet en publicaties en gezamenlijke promotie.
- Hoezo Jihad?, debatprogramma naar aanleiding van de moord op Theo van Gogh.
- Coproductie Allerzielen, initiatief van filmmakers op moord Theo van Gogh.
- Participatie in project 2600 gezichten, initiatief van documentairemakers n.a.v. uitzetting van asielzoekers.

Ontwikkelen van multimediale concepten met als doel het stimuleren van maatschappelijke interactie.

- Nieuwe multimediale concepten.

- Club van 100, Geheim Geweld, Top2000, Actie voor Darfur, NPS output, internet op basis van Nederland 3 content.

Nederland 3 heeft in 2004 de ambitie om meer kwalitatief, hoogstaand amusement te verzorgen op fikse schaal waargemaakt. Met herkenbare balken om 20.00 uur (VARA-Live), Latenight (Papaul), een nieuw amusementsprogramma van Paul de Leeuw op vrijdagavond en het ruime aanbod cabaret op zaterdagavond. Het kunst- en cultuuraanbod van Nederland 3 bleef ook in 2004 onverminderd groot. In de zomer van 2004 zag een nieuw dagelijks programma het licht met de ambitie op een lichtere wijze aandacht te besteden aan cultuur, lifestyle, media en kunst. Helaas sloeg dit programma minder aan dan gehoopt en voor 2005 is een nieuwe opzet van het programma ontwikkeld. Om de ambitie het aanbod Nederlands drama te vergroten waar te maken is aansluitend aan de kindzender Zappelin om 19.00 uur een dagelijkse balk met kort familiedrama geïntroduceerd, waar in een mix van nieuw en herhaling kinderen en meekijkende ouders werden bediend.

Nederland 3 wil het hart van de publieke meningsvorming zijn en aanzetten tot meningsvorming en daarvoor is in 2004 en 2005 met grote regelmaat de reguliere programmering opengeboken voor thema-avonden en evenementen.

AANDEEL (IN %)			
KIJKTIJDAANDEEL 10% (19-24 UUR)			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	8,5	7,5	7,5
STIJGING AANDEEL PRIMAIRE DOELGROEPEN NAAR 16%			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Tolerante wereldburger	16	14,8	14,5
Participerende burger	16	14,2	14,3
Zorgeloze spanningzoeker	10	6,9	7,0
Ambitieuze pleziermaker	6	4,5	4,7

BEREIK (IN %)			
GEMIDDELD WEEKBEREIK (MIN. 15 MINUTEN)			
	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
Totaal 6+	60	53	55

Het gemiddelde weekbereik laat een positieve ontwikkeling richting doelstelling zien.

TERUGBLIK

GENREMIX 19-24 UUR (IN %)		
	doel MJB 05-09	2004
Nieuws en actualiteiten	17	18
Non fictie	35	40
Fictie – Nederlands	9	8
Fictie – buitenlands	17	12
Amusement	21	20
Muziek	2	2

Z@PPELIN

DOELSTELLING	ACTIES 2004-2005	RESULTAAT
PROGRAMMAKWALITEIT		
Verbeteren imago	<ul style="list-style-type: none"> Aanpassingen in genremix: meer fictie, amusement, muziek en magazines, minder informatie/educatie. 	<ul style="list-style-type: none"> In najaar van 2004 aantal nieuwe programma's in schema opgenomen: Blinq, SmartkidZ en TopStars. Meer fictie door onderscheidende animatie.
	<ul style="list-style-type: none"> Verbeteren herkenbaarheid door minder verschillende titels in het schema. 	<ul style="list-style-type: none"> Clustering van kleine programma's gecombineerd met presentatie door Z@ppflat.
	<ul style="list-style-type: none"> Meer horizontale programmering. 	<ul style="list-style-type: none"> Invoering vanaf najaar 2004 aantal horizontale balken, bv. 15.45-17.15 uur met nieuwe producties en herhalingsbalk 11.45-13.00 uur.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Ontwikkelen nieuwe aansprekende programma's	<ul style="list-style-type: none"> Nieuw dagelijks middagmagazine. 	<ul style="list-style-type: none"> Blinq (EO), vanaf september 2004
	<ul style="list-style-type: none"> Nieuw dagelijks spelprogramma. 	<ul style="list-style-type: none"> SmartkidZ (AVRO), vanaf februari 2005
	<ul style="list-style-type: none"> Ontwikkelen dagelijkse dramaserie/soap. 	<ul style="list-style-type: none"> TopStars (TROS), vanaf oktober 2004

Meer programma's die aansluiten bij 6-12-jarigen

- Programmapakket aanpassen.

- Genoemde programma's zijn voor de doelgroep 6-12 jaar. In schema een duidelijke scheiding tussen 3-5 en 6-12 jaar. Villa Achterwerk richt zich in 2005 alleen nog op 6-12 jaar.

- Meer (onderscheidende) animatie in programmaschema.

- Horizontale animatiebalken op prominente plekken (schooldagen: 16.00 uur).

- Programmering tussen 16.00-17.30 uur geheel gericht op deze doelgroep.

- Sinds het najaar van 2004 tijdvak geheel gericht op de 6-12-jarigen.

- Meer interactiviteit in programma's.

- Zowel Blinq als SmartkidZ met tevens website. Z@ppflat-site voor 3-5-jarigen.

Nieuw Nederlands drama

- Ontwikkelen dagelijkse dramaserie/soap.

- TopStars en nieuwe afleveringen van EBU-drama.

Om het imago te verbeteren heeft Z@ppelin de genremix aangepast door meer fictie op te nemen in de vorm van onderscheidende animatie, een soap te introduceren, meer horizontale programmering te realiseren en minder verschillende titels in het schema op te nemen, door kleine programma's te clusteren. Ook heeft Z@ppelin meer programma's ontwikkeld die aansluiten bij 6-12-jarigen en is er in het schema een duidelijkere scheiding in de twee doelgroepen aangebracht: 3-5 en 6-12-jarigen.

AANDEEL (IN %)

KIJKTIJDAANDEEL 18% (07-19 UUR)

	doel MJB 05-09	september 03-maart 04	september 04-maart 05
3-12-jarigen	18	18,5	15,4
3-5-jarigen		26,1	20,8
6-12-jarigen		13,9	11,9

In de periode september 2004 tot en met maart 2005 zijn de aandelen van de verschillende doelgroepen bij Z@ppelin gedaald t.o.v. dezelfde periode vorig jaar. Z@ppelin heeft vooral 3-5-jarigen verloren en iets minder de 9-12-jarigen (ook procentueel). Om niet onder de doelstelling van 18% te komen, werden in de vorige MJB ingrepen in de programmering voorzien. Omdat de eerste resultaten daarvan pas halverwege 2005 zichtbaar zijn, is in 2005 een bandbreedte van 15-18% aangehouden. Bij alle doelgroepen is het kijktijdaandeel t.o.v. een jaar geleden gedaald.

TERUGBLIK

Ook in het weekbereik is een daling waar te nemen in alle doelgroepen:

GEMIDDELD WEEKBEREIK			
	doel MJB 05-09	september 03-mrt 04	sep 04-mrt 05
3-12-jarigen	65	75,4	70,2
3-5-jarigen		88,4	86,7
6-12-jarigen		69,1	62,9

GENREMIX 07-19 UUR (IN %)	
	SCHEMA 2005
Fictie	51
Informatie en educatie	28
Amusement	16
Muziek	5

Voor Z@ppelin zijn geen specifieke doelstellingen voor de genremix vastgesteld. Omdat de interessewereld van kinderen zich vooral richt op fictie, is voor de programmering van 2005 wel een genremix-doelstelling geformuleerd, waarbij ruim de helft van het programma-aanbod fictie is.

INTERNET

In onderstaand overzicht zijn de resultaten van de afgelopen periode opgenomen.

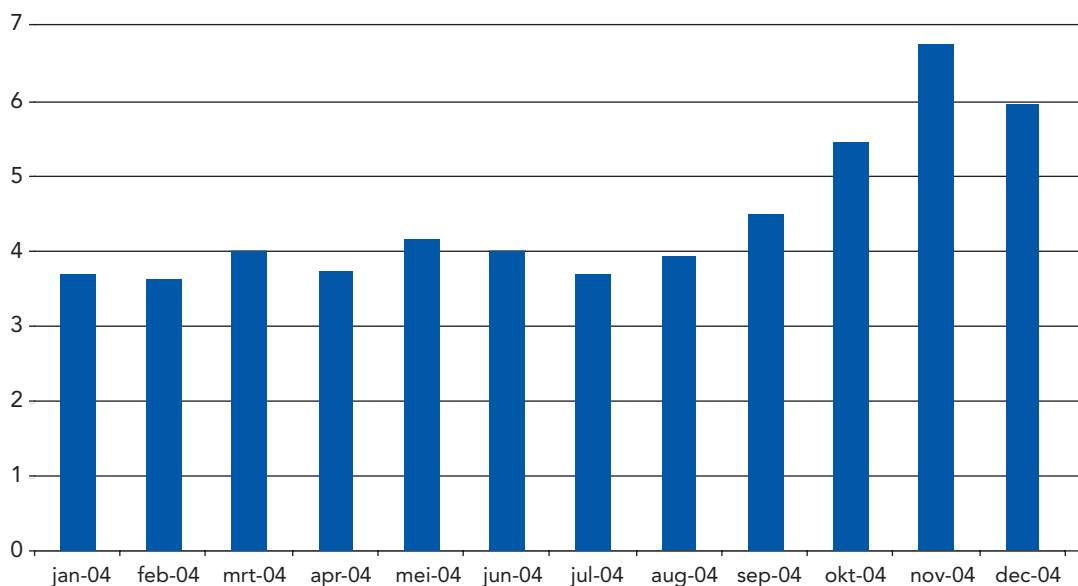
DOELSTELLINGEN	ACTIES 2004/2005	RESULTAAT
PROGRAMMAKwaliteit		
Hoge waardering totale domein expliciteren per titel.	<ul style="list-style-type: none">• Consolideren meetresultaten 2004 (enquête per site).	<ul style="list-style-type: none">• Nieuw meetinstrument voor waarderingscijfers per site.
Onderscheidendheid beter communiceren.	<ul style="list-style-type: none">• Marketing kernwaarden.	<ul style="list-style-type: none">• Presentatie Publieke Omroep 10 jaar online en portfolioboek Online 2005.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING		
Innovatief karakter Publieke Omroep internet door laten werken op totale PO-imago.	<ul style="list-style-type: none">• T.b.v. traditionele platforms meer innovatie aandragen vanuit nieuwe media.• Duidelijke ambities formuleren.	<ul style="list-style-type: none">• Realisatie van enkele crossmediale concepten (Top2000, Songfestival).• Uitbreiding van multimediaal en innovatief aanbod: Podcasting, uitbreiding online av-aanbod.• Verdere visieontwikkeling en ambities nieuwe media opgenomen in Tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010.
PLURIFORMITEIT		
Onderscheidendheid intern vergroten.	<ul style="list-style-type: none">• Specialisatie intern.	<ul style="list-style-type: none">• Meer gespecialiseerd omroepaanbod vanuit eigen keuze voor bepaalde aandachtsgebieden.
MAATSCHAPPELIJKE INTERACTIE EN INVLOED		
Sturen op verhogen maatschappelijke waarde.	<ul style="list-style-type: none">• Impact per site kwantificeren in portfolioboek: online 2005.	<ul style="list-style-type: none">• Maandelijks worden 530.000 abonnees bereikt met elektronische nieuwsbrieven.• Samenwerking met distributiepartijen t.b.v. Uitzendinggemist uitgebreid.
Expliciteren inbedding in samenleving plus vergroten daarvan.	<ul style="list-style-type: none">• Meetresultaten 2004 gebruiken ter verbetering van: aantal mediavermeldingen, aantal e-mailabonnees.• Samenwerking derde partijen uitbouwen.	<ul style="list-style-type: none">• Toename bereik door samenwerking middels externe content-syndicatie.

TERUGBLIK

De bezoekersaantallen van het domein www.omroep.nl van de Publieke Omroep zijn het afgelopen jaar wederom aanzienlijk gestegen, van 3.700.000 in januari 2004 tot 5.950.000 in december 2004. Door de ontwikkeling en inzet van steeds meer meetinstrumenten is een beter zicht ontstaan op de profielen van de bezoekers en de waardering van onze sites.

Bezoekers (uniek per maand) gehele omroepdomein

x miljoen

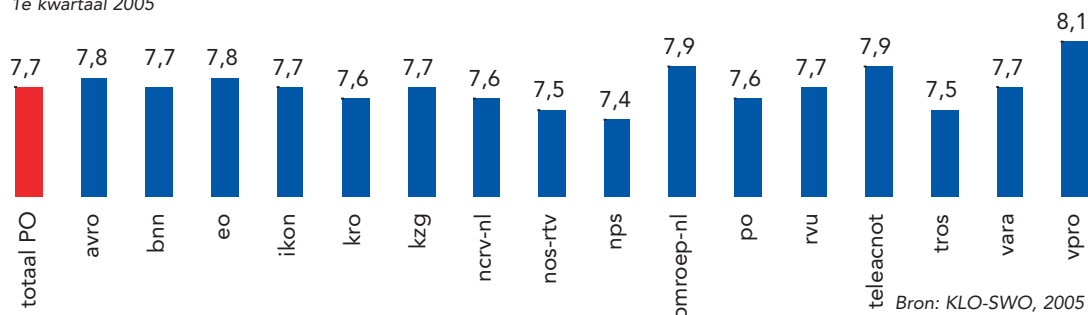


Bron: KLO, 2005

In 2005 heeft een verdere ontwikkeling plaatsgevonden van het meetinstrumentarium. Zo is er een waarderingmeting gerealiseerd op al onze sites. Naast de waarderingmeting kunnen omroepen eigen enquêtes laten meelopen om in direct contact te treden met alle sitebezoekers.

Gemiddeld rapportcijfer per domein

1e kwartaal 2005



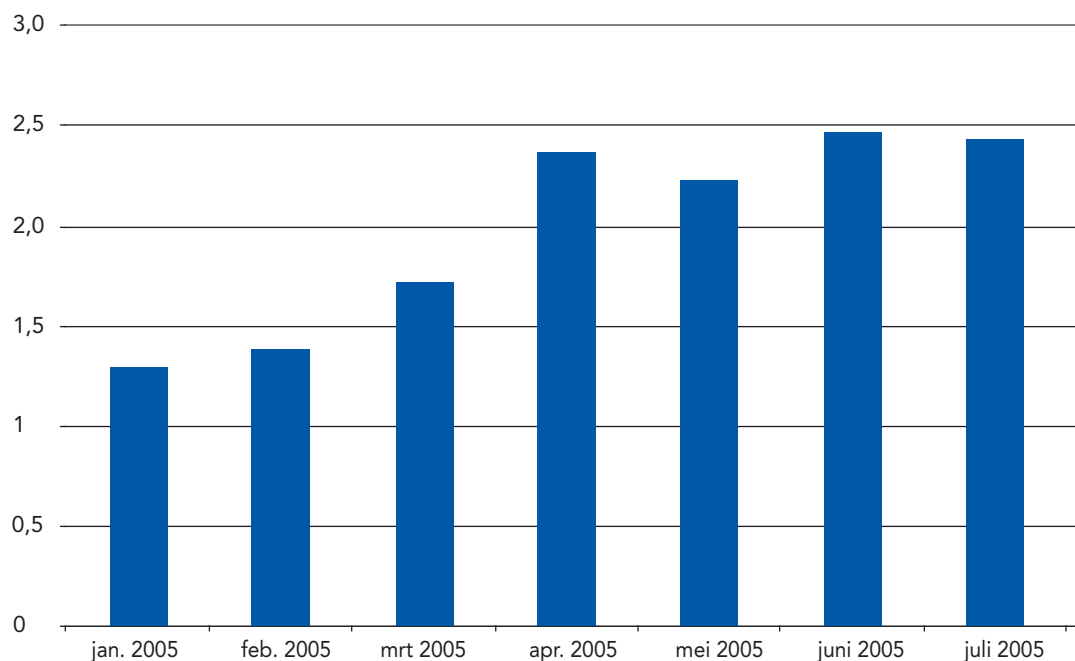
Bron: KLO-SWO, 2005

In het portfolioboek Online 2005, dat ter gelegenheid van '10 jaar publieke omroep online' is uitgegeven, is de onderscheidendheid van de Publieke Omroep op het internetdomein geëxpliciteerd met een totaaloverzicht van de internetactiviteiten, dat een grote diversiteit aan projecten en inhoud laat zien. Het ontbreken van winstdoelstellingen onderstreept dat de samenleving in ons aanbod centraal wordt gesteld.

Om het innovatieve karakter van de Publieke Omroep op internet ook meer te betrekken in de traditionele platforms is een aantal crossmediale initiatieven gerealiseerd zoals de 'Top 2000' en het Nationale Songfestival. Het aantal crossmediale concepten was in 2005 echter nog beperkt. Het multimediaal en innovatief aanbod op internet is in 2004 en 2005 verder uitgebreid. Een aantal omroepen is gestart met het aanbieden van 'podcasting' en het online av-aanbod op internet is verder uitgebreid: Telefilms zijn online gebracht evenals een bijzondere collectie van 100 korte films. Inmiddels zijn ruim 15.000 programma's online opvraagbaar en het aantal via internet opgevraagde televisie-uitzendingen via Uitzendinggemist.nl zal in 2005 de 25 mln overschrijden.

Aantal opgevraagde uitzendingen via www.uitzendinggemist.nl

x miljoen



Bron: KLO, 2005

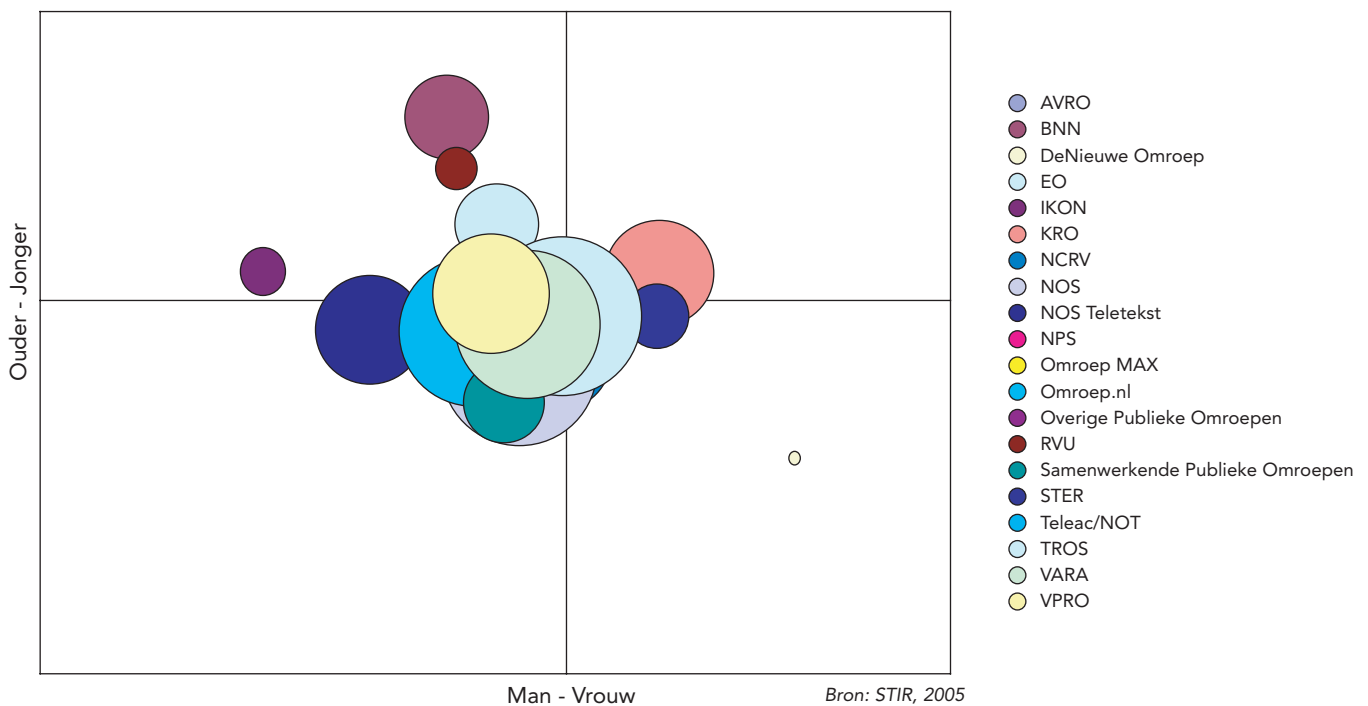
TERUGBLIK

Op het internetdomein is ook meer interne specialisatie zichtbaar geworden. Door een duidelijkere focus op één of meer thema's wordt er meer continuïteit geboden binnen thema's en wordt een duurzame relatie opgebouwd met specifieke doelgroepen en verwante organisaties.

In het voorjaar van 2005 is de publieke omroep toegetreden tot het nationale branchebrede bereiksonderzoek van de STIR, waaruit inmiddels de eerste resultaten beschikbaar zijn. In onderstaande grafiek is het bereik van de diverse omroepsites weergegeven: de positie van de bellen geeft relatief de aard van het bereik weer (meer mannen dan wel meer vrouwen, jonger dan wel ouder), de grootte van de bellen staat voor de omvang van het bereik.

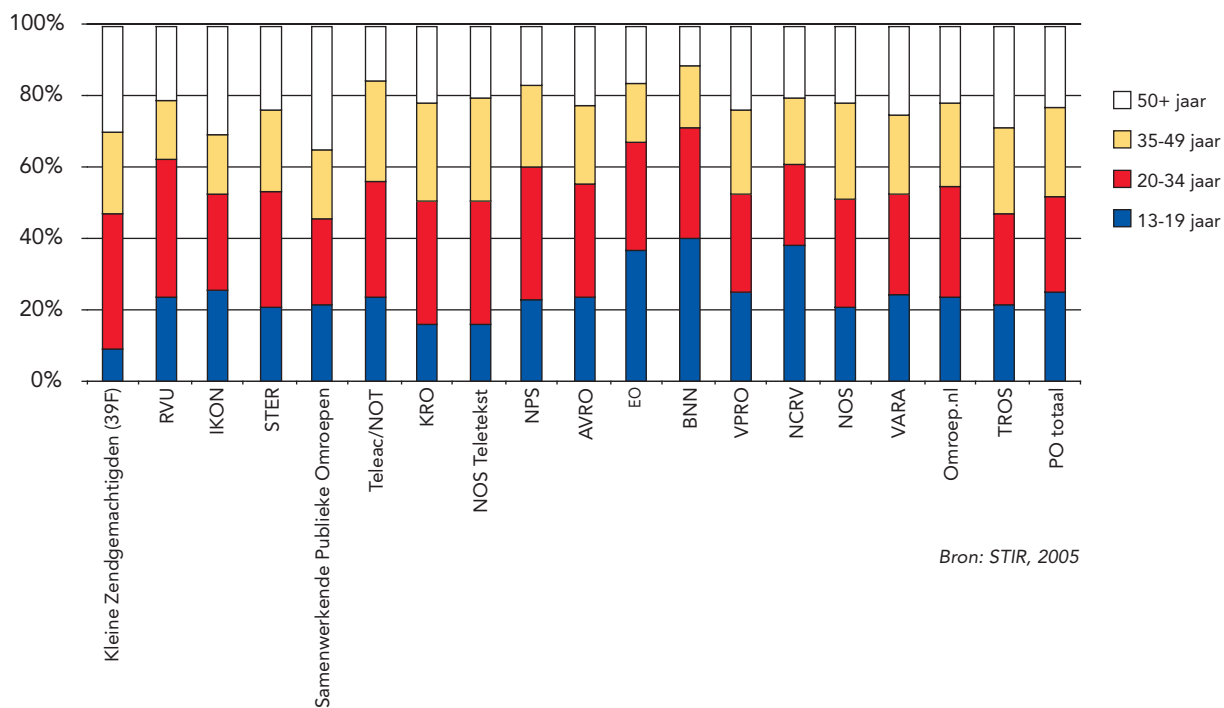
Bereikprofielen publieke omroepsites naar geslacht en leeftijd

tweede kwartaal 2005



Leeftijdsprofielen publieke omroepen

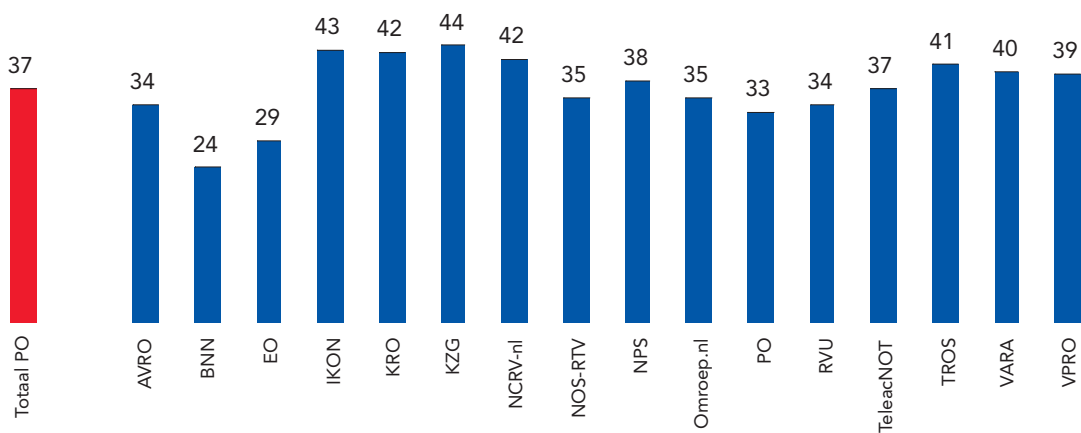
tweede kwartaal 2005



Bron: STIR, 2005

Profiel per domein: gemiddelde leeftijd

eerste kwartaal 2005



Bron: KLO-SWO, 2005

TERUGBLIK

De doelstellingen ten aanzien van de marketing- en communicatieactiviteiten zijn in 2005 onvoldoende gerealiseerd. Ondanks publicatie van het portfolioboek Online 2005 en de feestelijke bijeenkomst rond 'publieke omroep 10 jaar online', blijven de mediameldingen rondom de diverse innovatieve- en internetactiviteiten van de Publieke Omroep nog beperkt.

Het belang van samenwerkingsverbanden met derde partijen nam in 2005 toe door onder andere de verdere groei van het aantal aanbieders en distributeurs. Met name ten aanzien van content distributie en content-syndicatie zijn al enkele belangrijke samenwerkingsverbanden gerealiseerd .

TECHNOLOGIE EN DISTRIBUTIE

In het afgelopen jaar zijn de verspreidingsmogelijkheden van de programma's van de Publieke Omroep verder uitgebreid. Ook is in 2005 gestart met het aanbieden van een aantal nieuwe radio- en televisie-themakanalen. De belangstelling daarvoor van de zijde van de programmadistributeurs is groot. Daarbij valt op dat er zich veel nieuwe distributeurs melden die de programma's van de publieke omroep via breedbandige netwerken op basis van het internet protocol willen verspreiden. Bij de verspreiding van de programma's speelt de gebruikte distributieweg steeds meer een ondergeschikte rol: dezelfde content kan het publiek via een steeds groter aantal transportwegen bereiken.

In onderstaand overzicht is de realisatie van de doelstellingen en acties van het afgelopen jaar opgenomen.

DOELSTELLINGEN BELEID	ACTIES	REALISATIE
1. Televisie-netten digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DVB-T).	<ul style="list-style-type: none">• Televisie-netten digitaal beschikbaar via de ether in gehele Randstad (~50% v.d. huishoudens).	Vanaf april 2003 worden netten en zenders als onderdeel van het programmapakket van Digitenne, digitaal uitgezonden via de ether. In 2005 zijn fase 1 en 2 van de invoering van digitale ethertelevisie voltooid. Daarmee zijn de televisie-uitzendingen van de Publieke Omroep in de hele randstad via digitale ether te ontvangen.
2. Beëindigen van alle analoge Televisie-uitzendingen via de ether.	<ul style="list-style-type: none">• Analoge Televisie-zenders Goes en Wieringermeer uitschakelen.	De 'Task Force Switch-Off' heeft in 2005 de problematiek en mogelijke scenario's van afschakeling van de analoge etherzenders geïnventariseerd. Voorgesteld is om de afschakeling in 2006 versneld tot stand te brengen. Door de complexiteit van de materie is de voorgenomen start in 2005 van afschakelen etherzenders niet gelukt.
3. Invoeren van digitale voorzieningen binnen de publieke omroep ('Digitaal Platform').	<ol style="list-style-type: none">1. Realiseren van 'De Digitale Voorziening' (DDV) en 'Powerstation'.2. Tien omroepen aansluiten op DDV.	Ten behoeve van meer efficiency in schakels van het omroepproductieproces is in 2002 door het samenwerkingsverband 'Digitaal Platform' besloten tot gefaseerde invoering van digitale voorzieningen. Het project 'De Digitale Voorziening' (DDV) voorziet o.a. in digitale opslag, aanlevering, play out en archivering van uitgezonden en uitgezonden televisieprogramma's. De centrale voorziening van DDV zal eind 2005 worden opgeleverd en na een proefperiode vanaf medio 2006 operationeel zijn. Dan zullen acht omroepen aangesloten zijn op DDV. Deze omroepen hebben in 2005 hun interne digitalisering-projecten afgerond.

TERUGBLIK

Het project Powerstation richt zich op het verbeteren van geautomatiseerde ondersteuning van het uitzendproces televisie. Is volgens planning medio 2005 voltooid en in gebruik genomen. De aansluiting op DDV wordt in 2006 gerealiseerd (gelijktijdig met het operationeel worden van de centrale voorziening van DDV). Voor de komende drie jaar is geld gereserveerd voor eventuele aanpassingen aan het systeem.

4. Digitale distributie van de Televisie-netten en themakanalen via de kabelnetten.

- Centraal multiplexsysteem realiseren.
- Uitbreiding met meer multiplexen.

Systeem noodzakelijk om televisie- en radioprogramma's in DVD/CD-kwaliteit via distributeurs aan consumenten aan te bieden. Is in 2005 gerealiseerd.

5. Radiostations digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DAB).

- Verbeteren van de verzorging van digitale radio-ontvangst in 70% van Nederland (grote Randstad, Gelderland, Noord-Brabant).

In 2005 wordt ongeveer 70% van Nederlandse bevolking met behulp van DAB bereikt (grote Randstad, Gelderland, Noord-Brabant). Geschiktmaking bestaande DAB-net voor portable en personal radio's (d.m.v. verdichting), waarvoor meer zenders nodig zijn, is op papier gereed; daadwerkelijke implementatie uitgesteld tot 2006. Verdichting DAB-net wordt afhankelijk gesteld van start DAB-uitzendingen door commerciële radiostations.

Door inspanningen Publieke Omroep in 2005 meer aandacht voor het onderwerp DAB.

6. Onderzoek naar de mogelijkheden van breedbanddistributie van de radio- en televisieprogramma's via internet.

- Digitale RTV-uitzendingen m.b.v. IP.
- Cross marketing formats.
- Hybride systemen (DVB-H).
- Videogames- en entertainment-formats.

In 2005 is systeem ingericht waarmee televisieprogramma's ook op basis van internet protocol (IP) met hoge kwaliteit aan de consument kunnen worden aangeboden. Een aantal serviceproviders geeft de programma's van de PO inmiddels door op basis van IPTV.

Eind 2005 is de pilot afgerond met DVB-H (handheld) en UMTS. In samenwerking met Digitenne en KPN is televisieontvangst door een mobiele telefoon met DVB-H ontvanger getest. Interactie kwam tot stand via GPRS-kanaal.

Het voornemen om mogelijkheden voor publieke taak van (on-line) videogames- en entertainmentformats te onderzoeken is voorlopig verlaten. De ontwikkeling van games wordt inhoudelijk vormgegeven vanuit het internetdomein van Publieke Omroep.

7. Onderzoek overige digitale projecten	<ul style="list-style-type: none"> • Decentrale documentatiesystemen bij de omroepen vervangen door één systeem 	Met oog op efficiencyverhoging zijn decentrale documentatiesystemen in 2005 vervangen door één centraal systeem. Uit opgestelde businesscase bleek dat beoogde besparingen ruimschoots opwogen tegen uitvoeringskosten.
---	--	---

OVERIGE GEREALISEERDE PROJECTEN

Radio 4

In 2005 is het geautomatiseerd samenstellen van de programma's van Radio 4 gerealiseerd. Doelstelling van dit project was het verbeteren van de efficiency binnen het radioproductieproces.

Themazenders via DAB

In 2005 werd de nieuwszender 24Nieuws via DAB gerealiseerd. Dit station biedt telkens het laatste nieuwsbulletin van Radio 1 in een carouseluitzending. Het voornemen van Publieke Omroep om te starten met een Top 2000-zender werd in 2005 gerealiseerd. Via dit themakanaal wordt de laatste Top 2000 in een carousel herhaald. In de zomer van 2005 werd toestemming verkregen van het Commissariaat voor de Media en in het najaar kon de Top-2000 zender van start gaan via internet en DAB. Sinds het najaar van 2005 wordt, in het kader van een samenwerkingsverband tussen Publieke Omroep en het radiostation FunX een nieuwe editie van FunX doorgegeven via DAB.

Surround sound radio

In het najaar van 2005 startte De Concertzender, als eerste radio-station in Nederland, met uitzendingen met meerkanaals geluid. De uitzendingen zijn te beluisteren via breedband internet.

FM-ontvangstkwaliteit

In 2003 werd de FM-band opnieuw ingedeeld om meer ruimte te bieden aan commerciële radio (zgn. zero base operatie). Als gevolg daarvan liep de ontvangstkwaliteit van Radio 1, 2, 3FM en Radio 4, met name in de grote steden, aanzienlijk terug. In 2005 kon door het bijplaatsen van 28 steunzenders de kwaliteit weer grotendeels op het oude peil teruggebracht worden. De overheid neemt de kosten van deze reparatieslag voor haar rekening.

FINANCIËEL VERSLAG 2004

De baten en lasten uit de jaarverslagen van de publieke omroepen worden samengevoegd in één financieel jaarverslag van de Publieke Omroep (zie bijlagen). Dit financieel jaarverslag biedt inzicht in de bestedingen van de Publieke Omroep als geheel. De externe accountant heeft het financieel jaarverslag 2004 gecontroleerd en een accountantsverklaring afgegeven.

Hieronder is een samenvatting van de baten en lasten van de Publieke Omroep opgenomen.

Exploitatieoverzicht Publieke Omroep totaal

x miljoen

	Begroting 2004	2004	2003	
Omroepmiddelen	698	717	720	
Eigen inkomsten	51	86	78	
Totale baten		749	803	798
Directe kosten	681	712	658	
Indirecte kosten	82	80	95	
Totale kosten		763	792	753
Resultaat uit bedrijfsvoering		-14	11	45
Saldo buitengewone baten en lasten		0	0	0
Exploitatieresultaat		-14	11	45

RESULTAAT

De totale Publieke Omroep heeft in 2004 een positief resultaat behaald van € 11 mln. Dit resultaat is opgebouwd uit een negatief resultaat van de omroepverenigingen ad € 3 mln en een positief resultaat van Publieke Omroep ad € 14 mln. Het resultaat van Publieke Omroep is hoofdzakelijk ontstaan door een incidentele dividenduitkering ad € 9 mln uit haar deelneming Nozema en door onderbesteding van het budget als gevolg van vertraging in de uitvoering van het Digitale Platform (€ 3 mln).

Ten opzichte van de begroting is het resultaat € 25 mln hoger. Naast bovenstaande oorzaken zijn bovendien de eigen inkomsten aanzienlijk hoger uitgekomen dan begroot omdat de eigen inkomsten aan de voorzichtige kant begroot blijken te zijn geweest.

BATEN

De omroepmiddelen, die de overheid aan de Publieke Omroep verstrekt, worden gefinancierd uit de Sterinkomsten en uit belastingmiddelen. De eigen inkomsten van de omroepen bestaan met name uit de (netto) opbrengsten uit de verkoop van programmabladen, opbrengsten uit de vereniging, opbrengsten uit vermogen en bijdragen uit fondsen zoals Stifo en CoBO.

De omroepmiddelen waren in 2004 slechts € 3 mln lager dan in 2003 ondanks de bezuiniging van € 39 mln op het budget. Dit komt onder andere doordat in 2004 de Europese kampioenschappen voetbal en de Olympische zomerspelen hebben plaatsgevonden waarvoor extra omroepmiddelen beschikbaar zijn gesteld uit FOR.

Ten opzichte van de begroting zijn de werkelijk ontvangen omroepmiddelen € 19 mln hoger. In de begroting worden voor wat betreft de extra middelen uit FOR altijd de voorlopig toegekende middelen opgenomen. Hetgeen op het tijdstip van het maken van de begroting nog niet aan een omroep is toegekend, wordt dus niet opgenomen in de begroting.

De eigen inkomsten zijn ten opzichte van 2003 gestegen met € 8 mln en ten opzichte van de begroting met € 35 mln. De stijging ten opzichte van 2003 wordt voornamelijk verklaard door de dividenduitkering van Nozema. De eigen inkomsten worden in de regel aan de voorzichtige kant begroot omdat deze afhankelijk zijn van toekenningen van andere organisaties zoals het CoBO-fonds en het Stimuleringsfonds. Daarnaast leidt de onzekerheid over de renteontwikkeling en de opbrengst van de programmabladen tot een voorzichtige raming.

Voor een programmatische verantwoording van de besteding van de omroepmiddelen en eigen inkomsten wordt verwezen naar het programmatisch jaarverslag.

LASTEN

Onder de directe kosten vallen de kosten die rechtstreeks betrekking hebben op de programma's. De indirecte kosten betreffen kosten van ondersteunende afdelingen (zoals juridische zaken, personeelszaken, etc).

De directe kosten zijn ten opzichte van 2003 € 49 mln hoger. De reden van deze hogere kosten is driedelig. Ten eerste zijn er in 2004 superevenementen (EK-voetbal en Olympische Spelen) uitgezonden. Ten tweede hebben de omroepen in 2004 extra programmatische inspanningen verricht waardoor de kosten hoger zijn dan in 2003. Zo heeft een verschuiving plaatsgevonden binnen het aantal uitgezonden uren drama: in 2004 is circa 750 uur meer Nederlands drama uitgezonden terwijl deze uren in 2003 nog ingevuld werden met relatief goedkoop buitenlands drama. Tot slot was in 2003 een incidenteel positief resultaat ad circa € 15 mln uit contractonderhandelingen met Nozema (distributie) en SENA (rechten) in de kosten van Publieke Omroep verantwoord.

Ten opzichte van de begroting zijn de directe kosten € 31 mln hoger. De oorzaak van het verschil tussen de werkelijk gerealiseerde cijfers 2004 en begroting 2004 is dezelfde als hierboven omschreven (met uitzondering van de superevenementen) bij de vergelijking tussen de werkelijk gerealiseerde cijfers 2003 en 2004.

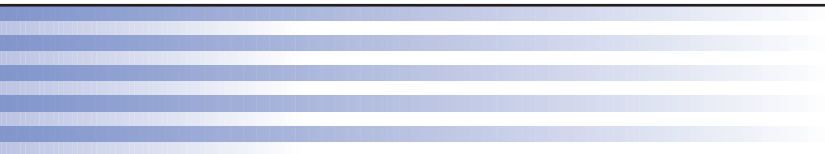
De hoogte van de indirecte kosten is van groot belang in het kader van de bezuinigingstaakstelling. Dit zijn immers kosten die niet rechtstreeks betrekking hebben op programma's en dus in principe worden gemaakt door ondersteunende afdelingen. Zoals uit de tabel op de vorige pagina blijkt zijn de indirecte kosten ten opzichte van 2003 met € 15 mln gedaald. Deze daling kan echter niet één op één worden vertaald in een structurele besparing omdat vooral bij Publieke Omroep de indirecte kosten worden beïnvloed door incidentele activiteiten zoals communicatie over wijziging etherfrequentie, ontwikkeling nieuwe netstyling Nederland 1, 2 en 3, en projecten voor Z@ppelin. Ondanks deze incidentele posten is de besparing echter aanzienlijk en wel € 2,2 mln meer dan de voor 2004 afgesproken € 7,8 mln.

PERSONEEL

Bij de Publieke Omroep waren eind 2004 in totaal 3.516 fte (voltijd medewerkers) in dienst. Ten opzichte van 2003 (3.674) is het aantal fte met circa 4,3% gedaald (158 fte). Dit is onder andere het gevolg van de bezuinigingen die de omroepen reeds in 2003 zijn gestart en in 2004 hebben doorgezet.

BELONING DIRECTIE EN BESTUUR

Alle omroepen hebben als zelfstandige organisatie een eigen directie en bestuur. De Publieke Omroep vindt dat het inkomen van directie- en bestuursleden als geheel openbaar moet zijn. In de jaarverslagen van de omroepen wordt de beloning van directie en bestuur opgenomen. In 2004 bedroeg de opgegeven beloning van directie en bestuur van de Publieke Omroep € 5,4 mln (2003: € 5,4 mln). Dit bedrag had betrekking op 22 directieleden (dagelijks bestuur) en 88 bestuursleden (toezicht). In 2003 waren dit er respectievelijk 21 en 85. Een deel van de beloning wordt overigens niet uit omroepmiddelen betaald maar uit de inkomsten van de vereniging.



RADIO

De Publieke Omroep beschouwt radio als een belangrijk medium met toekomstwaarde. Mede als gevolg van de zero base-operatie is de strijd om de aandacht van de Nederlandse radioluisteraar fors toegenomen. Een heldere profilering van radiozenders is daarmee nog belangrijker dan ooit tevoren. Uitgangspunten voor ons beleid zijn:

- Aanscherping van de zenderprofielen.
- Beperking van het aantal 'witte plekken' in het luisterpubliek, ook door het introduceren van nieuwe zenders.
- Verhoging van het bereik onder tieners en allochtonen, met name via een nieuw kabelstation;
- Kostenvermindering met behoud van doelstellingen (kwaliteit en bereik).
- Inpassen van twee nieuwe omroeporganisaties: Max en LLink.
- Hervreiding (door het Commissariaat voor de Media) van de zendtijd van de 39f-omroepen.
- Introductie van een Nieuwe Werkwijze Radio, die rekening houdt met de specifieke eisen en karakteristieken van dit medium; Net als bij televisie is 'geld-op-schema' een kenmerkend onderdeel van de voor radio ontwikkelde nieuwe werkwijze, bedoeld om op de realisatie van doelstellingen te focussen.
- Keuze voor één uitzendlocatie per zender.

Voor wat betreft het luistertijdaandeel gelden de volgende doelstellingen:

DOELSTELLING (IN %)	2006	2007
Radio 1:	9	9
Radio 2:	11,5	12,0
3FM:	7,0	7,5
Radio 4 (+ Concertzender)	2,5	2,5
747AM	1,0	1,5
Totaal publieke zenders	31,0	32,5

De doelstellingen zijn zeer ambitieus, gelet op het enorme aantal radiostations dat op de Nederlandse radiomarkt actief is. In het verlengde van het luistertijdaandeel is als doelstelling voor het weekbereik een toename geformuleerd van 50% in 2003 naar 52% in 2005 en naar 55% in 2007. Dit najaar zal nog nader worden geanalyseerd hoe de zenders er in het licht van deze doelstellingen precies voorstaan en welke consequenties daaraan verbonden moeten worden.

RADIO 1

Radio 1 is de journalistieke 'actuele' zender van de publieke omroep met nieuws, sport en de daarbij horende achtergronden. De zender is ook een graadmeter voor het maatschappelijke debat en een verkenner van nieuwe maatschappelijke trends.

Richtinggevend voor het Radio 1-beleid zijn de volgende uitgangspunten:

- Radio 1 wil zijn positie als 'de eerste en de beste' versterken.
- Op Radio 1 moet elk programma op elk moment van de dag onderbroken kunnen worden voor het laatste nieuws. Van breaking news naar streaming news. Presentatie 7 x 24 live. De zender ademt nieuws.
- In journalistiek opzicht moet Radio 1 initiërend zijn en niet volgend.
- Alle onderwerpen moeten zo snel mogelijk een journalistieke follow up krijgen.
- Radio 1 moet een pluriforme nieuwsbrenger zijn.
- Het 'verjongen' van de zender is een blijvend punt van aandacht. Specifieke programma's voor 10-19 en 20-34 moeten nieuwe generaties kennis laten maken met radio als nieuws- en achtergrondmedium. Daarbij moet ook aandacht besteed worden aan vormgeving en presentatie.
- De zender moet openstaan voor de buitenwereld. Kernbegrippen zijn: betrokken, vraaggericht en service.
- Radio 1 is in alle opzichten een journalistieke 'actuele' zender, met als eerste prioriteit nieuws, sport en de daarbij horende achtergronden.
- Voor de achtergronduren worden specialismen ontwikkeld (research, buitenland en economie). Belangrijke journalistieke genres worden versterkt door synergie.
- Crossmediale programmaconcepten zijn nodig om in de toekomst positie te houden als nieuws- en achtergrondmedium.
- Goede marketingcommunicatie is onontbeerlijk om Radio 1 als merk te positioneren.
- Ook onder veranderende omstandigheden moet Radio 1 de komende jaren een marktaandeel van 9% halen en een bereik van 22%.

Samenvattende ambitie: Radio 1 is maatschappelijk betrokken en wil door samenwerking een hoge journalistieke kwaliteit bieden die goed aansluit bij de informatiebehoefte van de luisteraar.

DOELSTELLINGEN

ACTIES 2006

PROGRAMMAKwaliteit

Huidige muziekformat wordt verder ontwikkeld.

- Uitgangspunt is dat muziek op nieuws- en sportzender een belangrijke rol speelt, maar muziek moet wel ondersteunend zijn aan journalistieke taak. Wordt binnen zenderredactie verder uitgewerkt.

Stimuleren programmakwaliteit.

- Oktober 2005 wordt Wereld Audio Festival (WAF) gehouden. Radio 1 zal zich afficheren als de initiatiefnemer van festival, dat naast een conferentie over radio ook een competitie organiseert voor beste nieuwsreportages in diverse categorieën. WAF is bedoeld als jaarlijks terugkerend evenement. Apart stichtingsbestuur zal partners voor samenwerking gaan zoeken.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Verbetering presentatie.

- N.a.v. een studiedag over kwaliteit van presentatie op Radio 1 zullen verdere initiatieven ontwikkeld worden.

VERBETERING KOSTENEFFICIËNTIE

Lagere kosten zonder aantasting doelstellingen.

- Voor financiering van radio is een Nieuwe Werkwijze geïntroduceerd. Voor 2007 zal financiële analyse gemaakt worden om uiteindelijk met 'geld op schema' te kunnen begroten.
- Op 1 oktober 2005 volgt verhuizing naar definitieve uitzendlocatie van Radio 1 in Videocentrum. Samenwerking op uitzendlocatie wordt najaar 2005 geëvalueerd.

AANDEEL EN BEREIK

- Radio 1 heeft komende jaren doelstelling van 9% luistertijdaandeel.
- Verjonging vooral overdag in iets jongere leeftijdsgroepen.

- September 2005 krijgt LLink zendtijd op Radio 1. LLink wil onder meer met nieuw jongerenprogramma bijdrage leveren aan verjonging Radio 1.
- Om bereik onder 'Tolerante Wereldburgers' (25 t/m 49 jaar, hoog-opgeleid) te verhogen is gedetailleerde analyse nodig. Met zenderredactie wordt besproken hoe deze uit te voeren en hoe vervolgens verbeteringen gerealiseerd kunnen worden.

RADIO 2

Radio 2 is de publieke zender die zich met een mix van muziek en informatie primair richt op de leeftijdsgroep 35-55 jaar. Uitgangspunten en doelen voor de komende jaren:

- Behoud en verdere uitbouw van de bindende functie van Radio 2 in de samenleving;
- 'Vertaling' nieuws naar een directe relevantie voor de luisteraars. Luisteraars worden op de daarvoor meest geëigende tijdstippen gedurende de dag bijgepraat over de belangrijkste en meest opvallende nieuwsfeiten.
- Intensieve aandacht voor muziekcultuur, met in het weekend veel aandacht voor cabaret, kleinkunst en luisterlied.
- Interactiviteit en een crossmediale aanpak als pijlers onder het programmabeleid.
- Realisatie groei luistertijdaandeel door wijziging opzet van minder goed beluisterde programma's.
- Onderzoek haalbaarheid lichte muziekzender, in verband met de noodzaak heldere zenderprofielen (met name Radio 2).

Samenvattende ambitie: nieuwe programma-initiatieven die leiden tot hogere waarderingscijfers en die nummer 1 zijn in de doelgroep 35-55 jaar.

DOELSTELLINGEN

ACTIES

PROGRAMMAKWALITEIT

Uitbouw profiel van volwassen popzender met informatieve functie voor doelgroep 35-55 jaar.

- Monitoring en opfrissing van programmaonderdelen (nieuwe programma's en vernieuwde formats – o.a. een Nederlandstalig muziekprogramma en een easy listening programma – en vervanging presentatoren).
- Continuering en ontwikkeling themaweken.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Nog eenduidiger zenderprofiel.
Ontwikkeling crossmediale initiatieven.
Nieuwe programma-initiatieven.

- Onderzoek mogelijkheden lichte muziekzender en evt. overheveling van weekendprogramma's.
- Meer sturing aan samenwerking radio/televisie/internet.
- Revitalisering bestaande themaweken en introductie nieuwe themaweek (Top 2000 Aftrapweek).

INTERACTIE EN INVLOED

Versterking band met luisteraar.

- Invoeren van meer interactieve elementen in (gezamenlijke en reguliere) programmering.

AANDEEL EN BEREIK

Luistertijdaandeel: 11,5% (2006).

Nummer 1 in doelgroep 35-55 jaar

Hogere waarderingscijfers.

- Zie boven bij programmakwaliteit en vernieuwing en ontwikkeling.
- Intensievere marketing en promotie.
- Meer crossmediale samenwerking.

3FM

3FM is de publieke muziekzender voor jongeren en jong volwassenen in de leeftijd van 15 tot 34 jaar, met een onderscheidend aanbod van popmuziek, nieuws en informatie. Op muzikaal gebied biedt 3FM een podium voor nieuwe artiesten en hun muziek en krijgt nieuw Nederlands product bijzondere aandacht. De zender besteedt daarbij aandacht aan de meest relevante actuele muziekstromingen met ruimte voor de allernieuwste ontwikkelingen én de daaruit voortgekomen cross-overs. Deze nieuwe muziek wordt in het historische perspectief van de recente popgeschiedenis geplaatst. Daarnaast informeert 3FM op geheel eigen wijze haar luisteraars door middel van het 3FM nieuws. De eigen nieuwsredactie selecteert, rangschikt en produceert het voor de doelgroep relevante (wereld) nieuws. De maatschappelijke relevantie van 3FM komt, naast het muziekprofiel en de eigen nieuwsvoorziening, tot uiting in de mate waarin en de wijze waarop de alledaagse actualiteit een plek krijgt in de diverse programma's. 3FM is prikkelend en opiniërend, en laat daarbij de luisteraar volop aan het woord.

Uitgangspunten voor de komende jaren:

- Uitbouw van maatschappelijke relevantie
- Versterking positionering als trendsettende muziekzender voor 15-34-jarigen:
groei LTA naar 14,4% (+ 2,0%)
- Groei van het 10+ luistertijdaandeel naar 7,5% (+1,0%)

Het aandeel gesproken woord zal worden teruggebracht. Onderzoek heeft uitgewezen dat de huidige hoeveelheid presentatie op de zender de belangrijkste 'tune-out factor' is voor de 3FM-luisteraar. Door maximale percentages gesproken woord per tijdvak af te spreken, zal er meer muziek te horen zijn. De verwachting is dat dit zal leiden tot een langere gemiddelde luistertijd en dus een stijging van het luistertijdaandeel. Belangrijke wijzigingen in de programmering zijn de invoering van horizontale dagprogrammering in het weekend en de inpassing van een nieuw programma van LLink. De in 2005 geïntroduceerde 3FM-campagne 'Real Music, Real People' wordt in 2006 voortgezet. Met deze campagne wordt de positionering van 3FM Serious Radio onderstreept.

Samenvattende ambitie: 3FM wil een authentieke, trendzettende en maatschappelijk betrokken muziekzender voor jongeren zijn.

DOELSTELLINGEN	ACTIES
PROGRAMMAKWALITEIT	
Uitbouw positionering van trendsettende muziekzender voor jongeren.	<ul style="list-style-type: none"> • Consequent muziekbeleid. • Verdere ontwikkeling interactiviteit.
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING	
Handhaven actieve beleving van popmuziek.	<ul style="list-style-type: none"> • Uitzenden van toonaangevende popfestivals (onder veel meer Lowlands, Rock Werchter en Extrema Outdoor) en live-concerten. • Request themaweken.
Vernieuwing presentatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Opleiding nieuwe DJ's. • Continu monitoren ontwikkelingen jongerencultuur, o.a. in de vorm van periodiek onderzoek, specifiek gericht op de doelgroep.
Uitbouwen positionering 3FM als trendsettende muziekzender voor jongeren.	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen crossmediale concepten, zoals Serious Request en de 3FM Awards. • Ontwikkelen digitale kanalen onder de vlag van 3FM Serious Radio: Rock, Live, Hits, Classics en Alternative.
INTERACTIE EN INVLOED	
Meer maatschappelijke relevantie.	<ul style="list-style-type: none"> • Aandacht voor maatschappelijke ontwikkelingen in programma's, nadrukkelijk als opdracht in aantal timeslots meegegeven. • Verdere ontwikkeling 3FM nieuws, uitbreiding naar het weekend. • Verdere ontwikkeling format Serious Request met als doel het realiseren van meer impact (vooraf meer aandacht genereren voor doel van de actie). • 3FM Awards: kleinschalige pilot uitbouwen tot event met meer status en persaandacht . • Meer aandacht voor Nederlands product, in regulier muziekbeleid, maar ook via 3FM Awards (dat zich richt op Nederlandse popacts).
AANDEEL EN BEREIK	
Luistertijdaandeel 10+: 7,5%. Luistertijdaandeel 15-34: 14,6%.	<ul style="list-style-type: none"> • Zie boven.

RADIO 4

Radio 4 is de klassieke muziekzender van de Publieke Omroep en beoogt een actuele muziekzender te zijn met een onderscheidend aanbod aan (levende) muziek, muziekactualiteiten en achtergrondinformatie. De programmering is in enkele grote blokken opgedeeld; overdag wordt er een breed aanbod aan klassieke muziek uitgezonden en de late avonden zijn gereserveerd voor jazz, wereldmuziek, cross-over en improvisatie.

Uitgangspunten zijn:

- Radio 4 bestrijkt de hele breedte van het klassieke repertoire in de vorm van samengestelde muziekprogramma's, concertregistraties en documentaires
- Radio 4 heeft naast verslaglegging een belangrijke initiërende functie ten behoeve van Nederlandse composities/repertoire, muziekontwikkelingen en cultuuroverdracht van bekend en onbekend repertoire. De meeste van deze concerten komen tot stand in samenwerking met het Muziekcentrum voor de Omroep

Als gevolg van de capaciteitsvermindering van het MCO is het klassieke concertaanbod geherdefinieerd, passend binnen het vigerende muziekbeleid van Radio 4. Radio 4 wil zijn luisteraars langer vasthouden; het uitzendschema is op deze gedachte geënt.

Samenvattende ambitie: consistent en toegankelijk, groter publiek en lagere kosten.

DOELSTELLINGEN**ACTIES****PROGRAMMAKwaliteit**

Verscherping profilering 100% klassieke muziekzender

- Versterken horizontale presentatie
- Versterken muziekbeleid

- Nieuw format voor tijdvak 12.00–13.00 uur.
- Handhaven zomeravondconcerten
- Samenwerking met het Gergiev-festival.
- Week van het Jonge Talent (plus Radio 4-Prijs)
- Radio 4-daagse (jaarafsluiting verzoekplaten van luisteraars)
- Amsterdam City of Music (rechtstreeks gevarieerd concertaanbod)
- Onderzoek naar mogelijkheden aanscherping zenderprofiel i.s.m. afstemming met de Concertzender.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Vergroting toegankelijkheid.

Herkenbare en toegankelijke presentatie.

Ontwikkeling crossmediale concepten.

- Nieuwe activiteiten/innovatie 2006.
- Opzetten digitale muziekdatabase.
- Opleidingsplan nachtpresentatoren.
- Radio4 prijs (Jong Talent) en talent scouting.
- Dirigentenklas (voorbereiding voor seizoen 2007-08 of 2008-09).
- Uitbreiding programma's via Uitzendinggemist.nl.
- Amsterdam City of Music.

Versterking marketing- en communicatieactiviteiten.

- Inzet marketing en communicatie voor programmaoverstijgende zaken, zoals imago, herkenbaarheid, maar ook live concertseries, concertregistraties, thema's en actuele gebeurtenissen muziekleven.

INTERACTIE EN INVLOED

Initiërende rol in muziekleven.

- Terugbrengen aantal concerten in seizoen 2005-2006 naar 120, naast eigen producties MCO/eigen series, KCO, Meesterpianisten, festivalconcerten en DNO, onder handhaving initiërende rol Radio 4.
- Verder uitbouwen samenwerking met MCO en duidelijke plaats in het zendschema geven (alle actuele concerten van MCO-orkesten hebben vaste plek in het uitzendschema gekregen).

Verbeteren service aan luisteraars

Toename gebruik van internet.

- Playlists op omroepsites. Op Radio 4-site alle informatie over grote projecten. Op homepage vermelding relevante actualiteiten. Continuering site voor jong talent.

AANDEEL EN BEREIK

Luistertijdaandeel 2,0 %.

- Zie boven onder programmakwaliteit en vernieuwing en ontwikkeling.

747AM

747AM is een actuele zender, maar beschouwend van aard en afstand nemend van de waan van de dag. 747AM wil op een eigen manier voeling houden met de maatschappij en is in zijn thematiek van deze tijd. Levensbeschouwing is een belangrijk thema op 747AM (in het programmaschema ligt daarop in het weekend het accent). Daarnaast wordt veel aandacht besteed aan kunst, cultuur en lifestyle.

Uitgangspunten en doelen zijn:

- Reflectie maatschappelijke verscheidenheid van de Nederlandse samenleving. De heterogeniteit van de bespelers is zeer groot. Om de luisteraar toch een overzichtelijk geheel te bieden is de zendtijd opgedeeld in enkele grotere programmablokken.
- Uitzending van NPS-programmering die zich primair richt op allochtone jongeren eerstkomende periode nog via 747AM, in afwachting van o.a. een verduidelijking van het wettelijke neventaakregime.

Samenvattende ambitie: vergroten bereik door verhogen inhoudelijke ambities en aanpassen format aan hedendaags radiogebruik.

DOELSTELLINGEN	ACTIES
PROGRAMMAKwaliteit	
Uitbouw positionering als zender voor levensbeschouwing en religie	<ul style="list-style-type: none"> • In weekend accent op levensbeschouwelijke programma's • Actualiteitenprogramma (EO.nl) en interviewprogramma EO.
Vernieuwing programmapakket	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijkse programma's in 'eigen taal' omgevormd tot weekmagazines. Jonge 'nieuwe Nederlanders' aangetrokken voor ontwikkeling format afgestemd op urban-cultuur. Dagelijks 17.00-19.00 uur (NPS). • Ochtendprogramma rondom thema's werk en leren (Educom).
Vergroten naamsbekendheid	<ul style="list-style-type: none"> • In augustus 2005 10.00-12.00 uur thema-uitzending over radio. Afhankelijk van resultaat nieuwe thema-uitzendingen in 2006 • 747AM wordt Radio 747 omdat de zender ook via DAB wordt gedistribueerd.
Verbeteren imago	<ul style="list-style-type: none"> • Externe advisering marketingstrategie • Marketingaccent verschoven van zender naar onderdelen van zender
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING	
Crossmediale benadering doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerkt wordt aan verbetering van videoregistratie via internet van Desmet Live; onderzoek mogelijkheden themakanaal
KOSTENEFFICIËNTIE	
Beperking distributiekosten	<ul style="list-style-type: none"> • Nog geen acties voorzien ivm ontbreken goed alternatief.
Onderzoek naar programmaonderdelen die kunnen vervallen	<ul style="list-style-type: none"> • Najaar 2006 strategisch beraad met omroepdirecties over prioriteiten bij radio.

AANDEEL EN BEREIK

Luistertijdaandeel: 1,5%

- Continueren actiemaand in augustus ('De beste radio van Nederland')
- Vernieuwing ochtendprogrammering, inclusief inpassen nieuwe omroep (MAX)
- Campagne/publieksactie, ondersteund met televisiespotjes

COLORFUL RADIO

Al jaren zoekt de landelijke publieke omroep naar wegen om jonge allochtonen te bereiken.

De programmering voor deze doelgroep is niet of nauwelijks inpasbaar op onze bestaande zenders.

De omvang van de beoogde doelgroep rechtvaardigt evenwel een eigen voorziening.

Colorful Radio is het vehikel om bovengeschetste doelstelling te kunnen realiseren. Het station is een neventaak van Publieke Omroep en richt zich met name op allochtonen van de tweede en derde generatie. Bedoeling is steeds geweest om Colorful Radio ook een informatieve functie te geven, zeker waar het gaat om de specifieke thematiek die onder allochtone jongeren leeft. Doelstelling was verder om het gros van de makers uit de doelgroep zelf te rekruteren. Ook samenwerking met FunX gold van meet af aan als één van onze prioriteiten in deze sfeer.

Een uitspraak van het Hof in Amsterdam waarin een beslissing van een lagere rechter werd vernietigd, heeft ons in staat gesteld de uitzendingen van Colorful Radio te hervatten.

Sinds 1 september jl. wordt de programmering van Colorful Radio in opdracht van BNN door FunX geproduceerd. De zender gaat thans onder de naam FunXL door het leven. Het betreft hier een pragmatische oplossing voor de korte termijn.

Voor de iets langere termijn geldt onverkort de lijn, zoals neergelegd in het Concessiebeleidsplan.

Dat wil zeggen dat nader zal worden besloten over de precieze afbakening van de doelgroep en de wijze van distribueren van de zender in het licht van:

- Uitkomst van de discussie over het mogelijk beëindigen van de verspreiding van het Radio 4-programma via de FM-band.
- Aard en karakter van het te verduidelijken neventaakregime.
- Uitkomst van de gesprekken met FunX over (structurele) samenwerking.

CONCERTZENDER

De Concertzender staat al sinds zijn oprichting garant voor een opmerkelijke en eigenwijze programmering. Muziekstukken worden in hun geheel uitgezonden. Alle programma's – ook 's nachts – worden gepresenteerd en niet door het journaal onderbroken.

De Concertzender is een zender voor liefhebbers/connaisseurs. De zender heeft een progressief gezicht en besteedt vooral aandacht aan muziek die niet of nauwelijks aan bod komt op andere zenders. O.a. wereldmuziek, jazz, crossovers en nieuwe muziek, maar ook historische opnamen.

De Concertzender is in juridische zin een neventaakstation van Publieke Omroep.

Om de afstemming op de andere zenders, in het bijzonder Radio 4, zowel inhoudelijk als qua doelgroep te optimaliseren, is in 2005 een eerste stap gezet in het aanscherpen van het zenderprofiel.

Met name in de ochtenduitzendingen van 08.00-12.00 uur overlapt de programmering met het aanbod van Radio 4: klassiek.

De eerste fase van bedoelde stapsgewijze aanscherping van profiel en format is in juni jl. voltooid. Het accent in de ochtendprogrammering ligt sinds die tijd op de andere – niet-klassieke – muziekstijlen en genres die de Concertzender uitzendt: van chanson en volksmuziek tot wereldmuziek en hedendaags. Ook komen crossovers langs en ontmoetingen met klassieke popmuziek.

Een ochtendprogrammering die op doordeweekse dagen in blokken van vier uur wordt aangeboden. Een afwisselend geheel, waarbij de luisteraar makkelijk kan instappen.

Klassiek maakt nog steeds expliciet deel uit van het totale aanbod van de Concertzender, maar het aandeel is fors afgenomen.

Het beeld voor de luisteraar is hierdoor duidelijker geworden.

In het najaar van 2005 wordt gekeken op welke momenten de avond- en weekendprogrammering eventueel nog moet worden aangescherpt als gevolg van deze aanpassing van het zenderprofiel.

TELEVISIE

2006 wordt een cruciaal jaar voor de Publieke Omroep. Het kabinetsbeleid voor de periode na 2008 zal zeker al van invloed zijn op de programmering van en samenwerking op de televisienetten. Ook zal de in 2005 gestarte nieuwe zender Talpa naar verwachting in 2006 op krachten komen en dat zal gevolgen hebben voor de positie van alle Nederlandse zenders, dus ook die van de Publieke Omroep.

PROFIEL EN UITGANGSPUNTEN

Onze netten worden strakker geprofileerd op basis van kijkmotivaties. De kernwaarden per net geven richting aan de programmaontwikkeling en zijn een toetssteen voor het aanbod. De profielen van de drie generieke televisienetten zijn complementair en representeren de gezamenlijke missie en die van de individuele omroepen.

	NEDERLAND 1	NEDERLAND 2	NEDERLAND 3	Z@PPELIN
	<ul style="list-style-type: none"> • Zingevend 	<ul style="list-style-type: none"> • Familiaal 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultureel progressief 	
Profiel	<ul style="list-style-type: none"> • Verdiepend, mensgericht en vertrouwd 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindend, onafhankelijk en jong 	<ul style="list-style-type: none"> • Grensverkennend, maatschappijgericht en vernieuwend 	
Kernwaarden	<ul style="list-style-type: none"> • Hartelijk • Respectvol • Participerend • Sociaal • Betrokken • Zingevend 	<ul style="list-style-type: none"> • Toegankelijk • Verbindend • Enthousiast • Verfrissend • Dynamisch 	<ul style="list-style-type: none"> • Stimuleert • Verrast • Kritisch en alert • Eigenzinnig • Maatschappelijk betrokken • Humor 	<ul style="list-style-type: none"> • Fantasierijk • Enthousiast • Lef • Erbij willen horen • Ontdekken • Stoer • Echt
Primaire doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> • Standvastige gelovigen • Participerende burgers 	<ul style="list-style-type: none"> • Gemakzoekende burgers • Maatschappelijk teleurgestelden • Zorgzame opvoeders • Zorgeloze spanningzoekers 	<ul style="list-style-type: none"> • Tolerante wereld-burgers • Participerende burgers 	<ul style="list-style-type: none"> • 6-12 jaar • 3-5 jaar

Secundair	<ul style="list-style-type: none"> • Zorgzame opvoeders 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambitieuze pleziermakers 	<ul style="list-style-type: none"> • Zorgeloze spanningzoekers • Ambitieuze pleziermakers 	<ul style="list-style-type: none"> • 3-5 jaar (als 6-12 primair is)
Prioriteiten dimensies Kwaliteitskaart	<ul style="list-style-type: none"> • Vernieuwing en ontwikkeling • Maatschappelijke interactie en invloed • Aandeel en bereik 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmakwaliteit • Maatschappelijke interactie en invloed • Aandeel en bereik • Vernieuwing en ontwikkeling 	<ul style="list-style-type: none"> • Vernieuwing en ontwikkeling • Maatschappelijke interactie en invloed • Aandeel en bereik 	<ul style="list-style-type: none"> • Bereik onder 9-12-jarigen • Imago bij 9-12-jarigen • Versterken samenhang

WIJZINGEN BESPELERS

Vanaf het najaar van 2005 wordt de verhoudingen binnen het bestel ook gewijzigd vanwege de komst van twee nieuwe omroepen, Max en LliNK, en de uitbreiding van BNN. Max wordt vaste bespeler op Nederland 1, LliNK op Nederland 3 en BNN blijft vaste bespeler op Nederland 2. Overigens zal ook de HUMAN van thuisnet veranderen. Deze verruimt Nederland 1, voor Nederland 3, al zal een klein deel van de programmering, met name documentaires, op Nederland 1 geprogrammeerd blijven.

DE NIEUWE WERKWIJZE

Zoals in de terugblik al werd gememoreerd, is in 2004 een Nieuwe Werkwijze Televisie ontwikkeld. Bij de totstandkoming van het schema 2005 is al een aantal elementen uit de Nieuwe Werkwijze gehanteerd. De programmering van 2006 is geheel conform de Nieuwe Werkwijze tot stand gekomen. Kenmerkend voor de Nieuwe Werkwijze is dat de Raad van Bestuur aan het begin van het operationele proces met een kaderbrief de netbudgetten vaststelt, waarna de netten op basis van het toegekende budget een jaarplan samenstellen, dat bestaat uit een netbegroting en een schema waarin het budget per slot wordt belegd. Ook is er binnen de Nieuwe Werkwijze een nadrukkelijker rol weggelegd voor de evaluatie van de programmering, waarin minimaal 3x per jaar de programmering wordt geanalyseerd en geëvalueerd op het behalen van de afgesproken doelstellingen (kijktijd-aandeel, genremix, bereik doelgroepen, dimensies kwaliteitskaart, etc.)

Behalve de Nieuwe Werkwijze heeft in 2004 een omroepbrede werkgroep Programma-, Doelgroepen en Genrebeleid Televisie voor een achttal 'speerpunten' van de Publieke Omroep (fictie, programma-vernieuwing, jongeren, allochtonen, maatschappelijk teleurgestelden, sport, nieuws en actualiteiten en kunst & cultuur) netoverstijgende beleidskaders geformuleerd. Deze aandachtsgebieden zijn voor een belangrijk deel ook meegenomen in het Tussentijdse Concessiebeleidsplan en worden op netniveau nader ingevuld en geconcretiseerd.

PROGRAMMAVERNIEUWING

De Publieke Omroep moet investeren in nieuw talent, nieuwe programmaconcepten en nieuwe mediatechnologie. Omdat hij werkt met publieke middelen en er geen noodzaak bestaat om snel financieel rendement op investeringen in innovatie te realiseren, kan hij zich – meer nog dan zijn commerciële tegenhangers – richten op innovatie die maatschappelijk en cultureel rendeert. Wij zijn ons bewust van deze voortrekkersrol en van de verantwoordelijkheid en verplichtingen die deze met zich meebrengt. Risico's durven nemen, de grenzen durven opzoeken en er soms overheen te stappen. Goed te luisteren, te kijken, te signaleren en te analyseren. Voor de troepen uit blijven lopen en keuzes te durven maken. Ook voor dit aandachtsgebied heeft de Werkgroep PDG vorig jaar beleidskaders ontwikkeld (zie terugblik), die ook in het Tussentijdse Concessiebeleidsplan zijn vastgelegd, zoals: het structureel in de netbegroting reserveren van minimaal 1% van het netbudget voor formatrechten, pilots, pretests, etc., vaste slots creëren voor nieuwe programma's, internationale samenwerking (EBU) voor formatontwikkeling, scouting, uitwisseling, rechtenverwerving, ruimte voor experiment en het actief opleiden van nieuw, jong televisietalent.

PROGRAMMAKWALITEIT

Drama (Nederlands en buitenlands)

De ambitie op het gebied van Nederlands drama dateert al van enige jaren geleden. Omdat het ontwikkelen van drama een lange productieperiode vergt, zijn de resultaten van de verhoogde inspanning pas in de programmering van 2006 daadwerkelijk zichtbaar. Nederland 1 start met een 22-delige advocatenserie en heeft een nieuwe comedy in ontwikkeling. Op Nederland 2 is er de krimi Spoorloos Verdwenen en de dagelijkse soap Onderweg naar morgen en op Nederland 3 wordt een 12-delige psychologische thriller gelanceerd, is er een nieuwe prestigieuze dramaserie van de drie bespelers van Nederland 3 gezamenlijk en is een nieuwe comedyserie in de maak, op basis van de succesvolle bioscoopfilm Shouf Shouf Habibi. Veel nieuwe buitenlandse series zullen te zien zijn naast de continuering van gekende successen.

Film

Film en omroep zijn traditiegetrouw sterk met elkaar verbonden. Nauwe samenwerking met de sector is door de jaren heen beleid geweest en zal dat in de toekomst ook blijven. Een bloeiend Nederlands speelfilmaanbod is een gezamenlijk belang van de Publieke Omroep en de speelfilmsector. Na overleg met het ministerie van OCW, de speelfilmsector, het CoBO- en het Stimuleringsfonds heeft de publieke omroep in 2005 een filmnotitie opgesteld, waarin meerjarig speelfilmbeleid is vastgelegd. Hiermee wordt continuïteit van beleid gegarandeerd, zowel in omvang als in middelen. Uitkomst hiervan is een participatie in 12 brede publieksfilms en 4 kleinere artistieke films, mits de kwaliteit van het aanbod dit toestaat. Ook blijven jaarlijks 6 Telefilms deel uitmaken van het filmaanbod van de Publieke Omroep.

Ondertiteling

In het Tussentijdse Concessiebeleidsplan is opgenomen dat minimaal 60% van de uitgezonden uren (exclusief aankoop) voor doven en slechthorenden wordt ondertiteld, oplopend naar 100% in 2010. Zoals al in de terugblik is vermeld is in 2004 met het percentage van 67,2% al ruim boven de doelstelling gerealiseerd.

Jongeren, jong volwassenen en allochtonen

Deze drie publieksgroepen zijn aangemerkt als prioritaire groepen. De beleidskaders van de Werkgroep Programma-, doelgroepen en genrebeleid voor verbetering van het bereik (zie terugblik) worden door de netten in hun respectievelijke programmabeleid geconcretiseerd.

Nederland 1

Nederland 1 maakt conform het netprofiel en de doelstellingen veel programma's die naar aard en onderwerp vooral mensen van 50 jaar en ouder aanspreken. Dit heeft als consequentie dat andere groepen zoals jongeren door Nederland 1 in mindere mate kunnen worden bereikt. Omdat de zender echter beschikt over een spectrum aan breed bekeken programma's zal de 'bijvangst' onder jongeren substantieel zijn, waarmee de zender wel degelijk een bijdrage levert aan het bereiken van jongeren. Ten aanzien van allochtonen geldt min of meer hetzelfde. Ouderen in deze groep kijken vooral naar programma's in de eigen taal via zenders als TRT. De jongeren van allochtone afkomst voelen zich minder aangesproken door het oudere profiel van Nederland 1 en zouden zich vooral thuis moeten voelen op Nederland 2 en 3. Nederland 1 streeft er wel naar om allochtonen te bereiken op basis van inclusiviteit, vooral waar het gaat om de vertaling van het levensbeschouwelijke element in het netprofiel.

Nederland 2

Nederland 2 wil nadrukkelijk een rol spelen in het leven van jongeren. Met BNN is die ambitie al ten dele gerealiseerd. Ook de andere bespelers hebben nu echter te kennen gegeven programma's voor een jongere doelgroep te willen maken. Dit zal leiden tot een zender die meer dan nu het geval is aansluiting zoekt bij wat jongere kijkers bezig houdt en moet in de leeftijdsopbouw een 'verbreding naar de onderkant' zichtbaar maken. Indien Nederland 2 er in slaagt jongere kijkers te bereiken zullen ook jongere allochtone kijkers worden bereikt. Daarnaast zullen toegankelijk gemaakte familiale programma's een breed algemeen publiek trekken waar ook kijkers van allochtone afkomst zich bij thuis zullen voelen. Dit is het uitgangspunt van inclusiviteit.

Nederland 3

Het profiel van Nederland 3 is aangescherpt richting jong volwassenen en nieuwe Nederlanders. Naast de vaste kijkers moeten zij Nederland 3 binnen drie jaar in grotere getale kunnen vinden. Dat betekent dat er meer spraakmakende programma's moeten komen, meer ingehaakt moet worden op wat er nu leeft in de samenleving, maar ook meer eigenzinnige formules, ook op prime time. Nederland 3 wil de multiculturele samenleving door onderwerpskeuze en thematiek, door presenta-

toren en acteurs, door deskundigen en woordvoerders zichtbaar laten zijn in de programmering. Dat betekent dat ook bestaande programma's tegen de multiculturele meetlat worden gehouden. De netbespelers geven prioriteit aan het ontwikkelen van allochtoon presentatietalent. Op de zondagmiddag is een speciale plek gecreëerd voor nieuwe programmaformules. Dat moet binnen drie jaar zichtbare resultaten opleveren.

Nederland 3 zal een extra inspanning doen om programma's te ontwikkelen waar nieuwe Nederlanders zich in herkennen en zich door aangesproken voelen. Het ontwikkelen van multiculturele dramaserieën die nauw aansluiten bij de actualiteit en bij wat onder de (stads)jeugd leeft heeft een plek binnen totale het drama-aanbod. De netpartners willen inspelen op actuele problematiek van de multiculturele samenleving. Belangrijk daarbij is dat leden van minderheidsgroeperingen zelf daarin een stem krijgen. Er kunnen evenementen en thema-avonden gemaakt worden bij grote en ingrijpende gebeurtenissen.

Aandeel en bereik

Aandeel

Onze strategie is erop gericht om ons kijktijdaandeel, ondanks het verlies aan programmarechten en de komst van een nieuw televisienet, op een zo hoog mogelijk peil te houden.

In het Tussentijds Concessiebeleidsplan is een kijktijdaandeelstelling opgenomen van 33% (exclusief Champions League). Nu de Publieke Omroep verzekerd blijft van de rechten van de Champions League is de doelstelling op 34% gezet (6+). Voor het aandeel onder 13-24-jarigen wordt een doelstelling van 20% aangehouden en voor 25-49-jarigen 26%.

Voorkeurset

Uit oogpunt van maatschappelijke interactie en invloed wordt tevens als doelstelling aangehouden dat minimaal één net moet behoren tot de drie best bekeken netten en dat alle drie de netten moeten behoren tot de top zeven in de voorkeurset. Bovendien is de ambitie dat bij elke leefstijlgroep één net in de set van de drie meest bekeken netten voorkomt, bij de leeftijdsgroepen 20-34 jaar, 35-49 jaar en 50+ minimaal één net in de set van drie meest bekeken netten staat en dat Z@ppelin behoort tot een van de twee door kinderen meest bekeken zenders (3-12 jaar).

Bereik

Voor het weekbereik wordt een percentage van 84% aangehouden (definitie: 15 minuten aaneengesloten gekeken).

NEDERLAND 1

De bespelers van Nederland 1 maken voor het overgrote deel programma's vanuit een levensbeschouwelijke achtergrond. Vanuit die achtergrond delen de bespelers een sterke betrokkenheid op de samenleving. Omroepen zoeken open en kritisch naar verdieping, zingeving en duiding en hebben aandacht voor wat mensen traditioneel verbindt, opnieuw kan verbinden en gemeenschap bevordert.

Alle bespelers onderhouden intensieve en wederkerige relaties met leden, kijkers, luisteraars, maatschappelijke organisaties en bezoekers en zijn geworteld en verankerd in de samenleving. Het fundament onder de zender is de participatie met die samenleving in al haar geledingen. Nederland 1 heeft tegenover de verscherpte concurrentie het kijktaandeel op peil weten te houden. Na de veranderingen op het net van de afgelopen jaren staat voor de komende jaren nog een aantal grote veranderingen op stapel. De AVRO zal zich concentreren op zijn thuisnet Nederland 2, waardoor Nederland 1 een aantal waardevolle programma's verliest. Daartegenover staat de komst van MAX per 1 september 2005. Voor deze omroep die zich op ouderen richt, zal een natuurlijke plek op Nederland 1 worden gevonden.

Ondanks de komst van een nieuwe grote commerciële speler, het verlies van voetbalrechten en allerlei politieke ontwikkelingen, streeft Nederland 1 naar bestendiging van de verworven positie en vergroting van de maatschappelijke betekenis.

AANDEEL EN BEREIK

Het kijktaandeel van Nederland 1 ontwikkelt zich in 2004-2005 tot dusverre positief en ligt met 13% ongeveer een procent boven de doelstelling. Vanwege de grote veranderingen in de televisiemarkt is als prestatieafspraken voor Nederland 1 in het Tussentijds Concessiebeleidsplan een kijktaandeel van 11,5% opgenomen. De programmatische inspanningen zijn er evenwel op gericht om ook in de nieuwe situatie een aandeel van 12% te realiseren.

DOELSTELLING

ACTIES 2006 EN VERDER

PROGRAMMAKWALITEIT

Verbetering imago.

- Aanpassen programmamix: minder serieuze non-fictie, meer fictie en amusement.
- Servicegericht magazine voor ouder publiek.
- Aansprekende presentatoren non-fictie werven en opleiden.
- Educatieve taak t.a.v. integratie uitwerken.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Ontwikkelen nieuwe succesvolle programma's.

- Nieuw Nederlands drama (2 dramaserieën en 1 comedy).
- Latenight ruimte voor experiment.
- Toetsen van succes van ontwikkeling nieuwe programma's aan aantal formats waarvan na evaluatie een tweede reeks wordt geproduceerd.

Binnen non-fictie minder gesproken woord en meer beeldingskracht.

- Meer human interest in genreschema.
- Maximaal 51% non-fictie exclusief nieuws en actualiteiten.
- Minder praatprogramma's, meer 'meekijk-tv'.

Meer programma's die aansluiten bij zorgzame opvoeders.

- Meer opvoeding, adoptie, emigratie en relaties; minder gezondheid en zorg.
- Nieuw reality en consumenten programma.
- Vrijdagavond familiaal/relatieel infotainment.

Nieuw Nederlands drama.

- Verdubbeling van het % Nederlandse fictie (van 2% naar 4%).
- Nieuwe langlopende serie.
- Nieuwe langlopende serie i.s.m. VTM.
- Nieuwe comedyserie.
- Nieuw historisch drama.
- Ontwikkeling 6 Telefilms voor uitzending in 2007 .
- Beleid: 2 langlopende Nederlandstalige dramaserie, 3 Nederlandse comedyseries en 1 historische dramaserie.

Lichter accent van de zender.

- Minder zwaar accent op emotionele, problematiserende onderwerpen.
- Vrolijker, minder zwaarmoedig karakter.
- Minder gesproken woord en meer verbeeldingskracht binnen non-fictie.
- Programmering avonden in andere sfeer en clustering nieuwe programma's.
- Benutting promotionele inspanningen.
- Meer aandacht voor service en lifestyle.
- Ruimte voor vernieuwing en experimenten in programmaschema.

INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende actualiteiten waarmee meer nieuws wordt gegenereerd.

- Versterken journalistieke aandacht binnen nieuws en actualiteitenrubrieken.

Levensbeschouwelijk programmering die mensen beweegt en in beweging zet.

- Dagelijks tussen 17.00-18.00 uur levensbeschouwelijke balk met programmering van EO, KRO, NCRV en 39F.
- Op zondag in de vooravond een vast slot voor een levensbeschouwelijk programma.
- EO, KRO, NCRV ontwikkelen nieuwe levensbeschouwelijke formats die waar mogelijk uitgaan van kijkerparticipatie.
- Ontwikkeling levensbeschouwelijke programma's die aansluiten bij wat mensen ten diepste beweegt en in beweging zet.

NEDERLAND 2

De bespelers van Nederland 2 maken voor het merendeel programma's 'van iedereen, voor iedereen'. Vanuit die achtergrond delen de bespelers een sterke behoefte aan laagdrempeligheid. Daarbij legt BNN meer dan de andere bespelers het accent op het bevredigen van de kijkbehoeften van het jongere publiekssegment.

Nederland 2 heeft zich de laatste jaren weten te handhaven als één van de twee meest bekeken televisie-zenders in ons land. In jaren met zogenaamde 'supersportevenementen' (EK/WK Voetbal en Olympische Spelen) is Nederland 2 marktleider qua kijktijdaandeel. In andere jaren neemt Nederland 2 direct na RTL 4 een tweede plaats in op de lijst van meest bekeken zenders.

Voor de komende jaren staat een aantal grote veranderingen op stapel. Een deel van de voetbaluitzendrechten gaat van de NOS naar de nieuwe zender Talpa w.o. het nationale eredivisievoetbal.

De NOS beschikt tot en met medio 2009 wel over de uitzendrechten van de Champions League.

Door het wegvallen van het nationale voetbal ontwikkelt de NOS een nieuw sportbeleid. Op termijn moet dit kunnen concurreren met het huidige sportaanbod. Verder krijgt Nederland 2 in het najaar van 2005 te maken met de zendtijduitbreiding van BNN.

Voor Nederland 2 ligt de taak om het kijktijdaandeel op een zo hoog mogelijk peil te houden.

Ontstane gaten in de programmering worden als gevolg van het verlies aan sportuitzendrechten gevuld met programma's voor een breed publiek. Ook zal Nederland 2 zich meer dan tot nu toe gaan richten op de 'jongere kijker' (20-49 jaar).

DOELSTELLING**ACTIES 2006 EN VERDER****PROGRAMMAKwaliteit**

Verbeteren imago.

- Eenduidiger inkleuring avonden.
- Vast Sportjournaal in vooravond en late avond.
- Brede sportuitzendingen op zaterdag laat en zondag prime time.
- Zender in zomer grotendeels vrij maken voor Olympische Spelen en WK voetbal.

Versterken programmakwaliteit.

- Verhoging ambachtelijke kwaliteit in termen van vorm, inhoud en stijl.
- Versterken profilering op basis van kijkmotivaties van de doelgroepen.
- Evenwichtige realisatie verschillende dimensies kwaliteitskaart.
- Stabiele en solide programmaschema's.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Ontwikkelen nieuwe succesvolle programma's, programmatrends 'setten'.

- Uitbreiding Nederlands drama.
- Wekelijks vast slot op zaterdag voor satire.
- Ontwikkeling van programmatische trends en vernieuwende (crossmediale) formats.
- Reservering in netbegroting van 1% van budget voor formatrechten, pilots, pretests.

Meer programma's die aansluiten bij jongere leefstijlgroepen.

- Dagelijkse Nederlandstalige jongerensoap.
- Versterken van de 'jonge maandag' en een tweede avond voor een jonger publiek stimuleren (20-49 jaar).

Ontwikkelen nieuwe cross-media concepten.

- BNN Coolcast (in relatie met themakanaal).

INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende actualiteiten.

- Verjongingsslag Twee Vandaag t.b.v aansluiting specifieke doelgroepen Nederland 2.
- Introductie van 'flash'-niewsbulletins.

Vergroting invloed en interactie.

- Versterken nieuws-, sport- en actualiteiten.
- Bijdrage aan opinievorming in Nederland.
- Deelname aan maatschappelijk debat.
- Focus op hoor- en wederhoor in informatieve sector.
- Betrekken van groot publiek bij interactieve concepten en evenementen.
- Bijdrage aan verbinding tussen bevolkingsgroepen.
- Ontwikkeling Twee Vandaag naar 'brede' actualiteitenrubriek.

AANDEEL EN BEREIK

Kijktijdaandeel 14%.

- Brede familiale programmering, vooral op zaterdag.
- Verbeteren opbouw programmaschema op alle avonden (meer eenduidige inkleuring).

Stijging aandeel jongere leefstijlgroepen.

- Verjongingsslag Twee Vandaag.
- Versterken 'jonge maandag'.
- Extra aandacht voor de jongere doelgroep (20-49 jaar).
- Dagelijkse soap.

NEDERLAND 3

Nederland 3 is een net met een grote variatie aan programma's waarbij het de intentie is een breed geïnteresseerd publiek te bereiken. Ook wordt waar mogelijk op zoek gegaan naar nieuwe kijkgroepen. Een belangrijke doelgroep is en blijft de kijker met grote maatschappelijke, politieke en culturele interesse. Het net heeft de ambitie om het hart van de publieke meningsvorming te zijn en wil dan ook agenda- en opiniebepalend zijn. Nederland 3 zit dicht op de actualiteit en duidt trends en ontwikkelingen op sociaal en cultureel terrein. Daarbij kiezen de bespelers een eigen cultureel progressieve invalshoek bij onderwerpen en gebeurtenissen die mensen raken.

In september 2005 maakt Nederland 3 een nieuwe start met de bespelers LliNK en Human. Met een aangescherpt profiel heeft Nederland 3 de opdracht om naast de vaste kijkers ook jong volwassenen aan te spreken (19-30-jarigen). Naast investeringen in de succesvolle bestaande programmering wil het net dit vooral bereiken door een flink aantal nieuwe programma's. Nederland 3 wil een optimale mix vinden tussen de ambities van het net en de afzonderlijke bespelers. Dat gebeurt in de wetenschap dat er een zware opdracht ligt om inhoudelijke en programmatische wensen te koppelen aan de doelstellingen op het gebied van kijktijdaandeel en doelgroepbereik. Dit alles in het licht van de toename van het aantal zenders en de druk op de budgetten van de Publieke Omroep.

DOELSTELLING**ACTIES 2006 EN VERDER****PROGRAMMAKWALITEIT**

Verbeteren imago.

- Nieuw dagelijks amusementsprogramma in vooravond met jong profiel.
- Verdere verjongingsslag met o.m. de introductie van een 'jongere' avond met o.a. nieuwe Nederlandse dramaseries en cabaret
- Meer coherentie filmaanbod.
- Uitbouw vooravond tot ankerpunt (naast 'Newshour' als tweede ankerpunt).
- Behoud van kwetsbare programmacategorie opera & balletregistraties: in 2006 t.g.v. het Mozartjaar drie Da Ponte-opera's live vanuit het Muziektheater en minimaal 1 nader te bepalen balletvoorstelling.
- Voortgang overleg met betrokken partijen over garanties continuïteit opera- en balletregistraties.

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Ontwikkelen nieuwe toonaangevende programma's.

- Ontwikkeling formats (o.m. wetenschapsquiz, boekenprogramma).
- Nieuw Nederlands auteursdrama evenals series voor een jong publiek.
- Investeren in nieuw (breed) amusement.
- Aanzetten tot meningsvorming door spraakmakende programma's.
- Een platform voor nieuwe programma's / programmaconcepten.

Meer programma's die aansluiten bij secundaire doelgroepen.

- Meer aanbod met een jonger profiel (o.m. fictie en vooravondprogramma).

Nieuw Nederlands drama.

- Vast slot Nederlands drama op zaterdag, inclusief Nederlandse speelfilm.
- Nieuwe Ned. comedyserie voor een breed publiek.
- Drie nieuwe series licht drama/alternatieve comedy (jong).
- Nieuwe dramaserie (breed).
- Nieuwe 7-delige reeks auteursdrama.
- Politieke of maatschappelijke miniserie.

INTERACTIE EN INVLOED

Onderscheidende en toonaangevende actualiteiten.

- Nieuw interviewprogramma.
- Goede afstemming NOS Journaal en NOVA en integratie Den Haag Vandaag tot sterk newshour.
- Agenderen van onderwerpen in nieuws en actualiteitenrubrieken.

Organiseren evenementen gekoppeld aan internetstrategie.

- Regelmatig openbreken reguliere programmering voor thema-avonden en evenementen.
- Ruimte creëren voor themagerichte programmering.
- Inbreken in reguliere programmering bij actuele aanleidingen.
- Nieuwe multimediale concepten.

Benutting crossmedialiteit van formats.

- Ontwikkeling multimediale concepten. (stimuleren van maatschappelijke interactie).
- Ontwikkeling educatieve programma's en concepten (bevorderen participatie).

AANDEEL EN BEREIK

Kijktijdaandeel 8,5%.

- Meer brede, succesvolle en spraakmakende programma's, ook in informatieve sfeer en op dramagebied.

Weekbereik (15 min.) 60%.

- Naast de zaterdag een andere middenbrede avond creëren (in 2006 de maandag met amusement en fictie).
- Horizontale programmering in de vooravond.
- Avonden beter opbouwen op basis van audience flow.
- Investeren in vernieuwing bestaande programma's.
- Versterking van smalle programmering ten aanzien van doelstellingen.

Stijging aandeel primaire doelgroepen.

- Beter doorkijkeffect realiseren door opbouwen van avonden voor doelgroepen.

Stijging aandeel secundaire groepen.

- Stijging aandeel door ontwikkeling van nieuwe programma's voor jonge volwassenen en groepering op avond.
- Aankoop van breder fictie- en filmslot op zaterdag.
- Invloed van nieuwe bespeler LLiNK.
- Door verjonging kijkersprofiel profiteren van meekijkende Ambitieuze Pleziermakers.
- Aandeel nieuwe Nederlanders verbeteren door ontwikkeling van nieuwe programma's voor jong volwassenen en groepering op avond (Ned. comedy, cabaret, popquiz, etc.).
- Nieuwe opzet multiculturele programmering zondagmiddag, met aandacht voor ontwikkeling van nieuw talent en nieuwe programmavormen.
- Wekelijkse Turkse soap.

Z@PPELIN

Z@ppelin biedt onderscheidende programmering in een crossmediale context. Naast ontspanning en amusement wil Z@ppelin inspireren, verleiden en verrassen, (de creativiteit) prikkelen, kritisch maken, informeren, leren, grensverleggend zijn, kortom een belangrijke rol spelen in de ontwikkeling van kinderen. Eigentijds en authentiek. Z@ppelin heeft de ambitie dat er programma's zijn voor elke leeftijdsfase. Z@ppelin wil zijn positie als toonaangevend kindernet hervinden met programma's die impact hebben en veel mogelijkheden bieden voor interactiviteit. De geformuleerde kernwaarden zullen in de aanpak herkenbaar moeten zijn in de diverse genres.

Z@ppelin brengt in de periode 2006-2010 binnen de bestaande leeftijdenmix een verdere verscherping aan van de leeftijdsdoelgroepen. Bestaande titels zullen worden geëvalueerd en waar nodig aangepast. De vernieuwing van de programmering van Z@ppelin, die vanaf 2005 is ingezet, is vooral gericht op het verbeteren van de aantrekkingskracht onder kinderen van 6 tot en met 12 jaar, zonder de 3-5-jarigen uit het oog te verliezen. Door programmatische vernieuwing (meer titels voor 9-12-jarigen), herkenbaarder programmering (horizontale leeftijdsbalken) en aantrekkelijke netstyling, internet en actieve promotie, dient het aandeel onder de groep 6 tot en met 12 jaar te groeien. Vanaf september wordt voor deze groep de nieuwe zendernaam Z@pp geïntroduceerd. Een eigentijdse nieuwe look en feel moet ervoor zorgen dat de zender als geheel en de specifieke programma's voor 6-12-jarigen aantrekkelijker en herkenbaarder worden. De programma's voor de 3-5-jarigen houden de huidige netstyling en naam van Z@ppelin.

Z@ppelin/Z@pp heeft de volgende drie speerpunten:

- Verbeteren imago en positionering doelgroep 6-12 jaar
- Implementatie van de kernwaarden
- Vergroten aandeel en bereik onder doelgroepen

DOELSTELLING

ACTIES 2006 EN VERDER

PROGRAMMAKWALITEIT

Verbeteren imago

- Introductie Z@pp voor 6-12-jarigen
- Z@ppelin (3-5-jarigen) en Z@pp (6-12-jarigen) via gerichte marketing ondersteunen en uitbouwen
- Extra zendtijd zondagmiddag tussen 17.00-18.00 uur tbv horizontale programmering 3-5-jarigen
- In opbouw van schema rekening houden met dagritme kinderen en gemiddelde gezin
- Meer animatie zowel op Z@pp als Z@ppelin
- Imago verbeteren van leuk en leerzaam naar spannend en stoer

VERNIEUWING EN ONTWIKKELING

Ontwikkelen nieuwe aansprekende programma's

- Themamiddagen op woensdag
- Dagelijks opening van Z@pp met Jeugdjournaalfits, met verwijziging naar Jeugdjournaal
- Sterkere koppeling van televisie met online activiteiten
- Actuele thema's die vallen binnen de belangstellings sfeer van kinderen: Sinterklaas, Kinderboekenweek, Cinekid, Z@pp Zomerspelen, Kids Adventure, Nationaal Kinderdictee, Wetenweek en Speelfilmmaand
- Dagelijks spel/quiz voor 6-12-jarigen
- Meer interactiviteit in programma's
- Multimedialiteit ontwikkelen

Meer programma's die aansluiten bij 6-12-jarigen

- Introductie eigen merknaam Z@pp
- Programmapakket aanpassen (zie hierboven)
- Meer (onderscheidende) animatie
- Programmering tussen 18.00-19.00 uur geheel gericht op deze doelgroep
- Meer interactiviteit in programma's

Nieuw Nederlands drama.

- Dagelijkse dramaserie/soap.
- Auteursdrama in Het Klokhuis, Villa Achterwerk en Jeugdfamiliedrama De Rode Draad.

AANDEEL EN BEREIK

Kijktijdaandeel 18%.

- Aanpassingen in genremix.
 - Meer programma's voor 6-12-jarigen (zie hierboven).
 - Verbeteren opbouw programmaschema op alle dagen.
-

INTERNET

Wij nemen al jaren een koppositie in binnen het Nederlandse mediadomein van internet. Dit blijkt niet alleen uit de bezoekersaantallen op onze sites, maar ook uit de hoge waardering van zowel ons aanbod als ons niveau van innovatie. Belangrijke doelstellingen voor de komende jaren zijn het behoud van deze toonaangevende positie en continuering van de hoge waardering.

In 2005 is gebruik gemaakt van een nieuw instrument voor waarderingsmeting per titel. Het komende jaar zal dit instrument worden ingezet om de sturing op een hoge waardering van het internetaanbod te vergroten. Verder is het van belang dat ons bereik meegroeit met de vraag. Hiervoor zijn in ieder geval verdere investeringen in de technische infrastructuur van het internetplatform noodzakelijk. Daarnaast zijn externe samenwerkingsverbanden met distributiepartijen een belangrijke voorwaarde voor behoud en groei van onze kwaliteit, bereik en toegankelijkheid.

Internet lijkt inmiddels het ontwikkelingsstadium voorbij. In 2006 wordt dan ook onderzocht op welke wijze er met dit medium invulling kan worden gegeven aan een samenhangende programmering. De in 2005 in gang gezette specialisatie wordt, waar mogelijk en effectief, voortgezet. Om de diversiteit in het doelgroepenbereik te waarborgen wordt in 2006 gestart met een uitgebreide analyse van het doelgroepenbereik, die moet leiden tot een inventarisatie van mogelijke "witte vlekken" en vervolgens sturing op bereik. Het komende jaar wordt al specifiek aandacht gegeven aan het jongerenbereik door op een aantal sites de content meer toe te spitsen op deze doelgroep (b.v. nieuws voor jongeren en MSN-associatie).

Om onze onderscheidenheid op internet duidelijker te tonen zullen wij in onze marketing- en communicatieactiviteiten de kernwaarden van de Publieke Omroep in combinatie met onze internetactiviteiten expliciet benadrukken en intensiveren.

Multimediaal aanbod op internet wordt de komende jaren een belangrijk speerpunt. Dit komt tot uiting door een uitbreiding van de interactiemogelijkheden, applicaties en het audiovisueel aanbod op internet. Dit laatste wordt ook gerealiseerd door audiovisueel materiaal langer op internet online aan te bieden en het materiaal uit onze archieven op internet te gaan ontsluiten.

Wij zien voor internet een belangrijke rol weggelegd voor format- en talentontwikkeling. Door de sterke groei van de game-cultuur zullen wij ook activiteiten ontplooiën voor de ontwikkeling van games op internet.

In 2006 vormt het vergroten van de participatie van burgers een belangrijke doelstelling. Het vergroten van de internetsamenwerking rondom het thema debat en het realiseren van een podiumfunctie voor *user generated content* kunnen hieraan een belangrijke bijdrage leveren.

DOELSTELLINGEN	REALISATIE	ACTIES 2006	ACTIES 2007 EN VERDER
PROGRAMMAKwaliteit			
Continuëren maatschappelijke waarde.	2006-2010	<ul style="list-style-type: none"> • Sturen op hoge waardering door inzet waarderingscijfers als prestatie-indicator. 	
Onderscheidendheid expliciteren.		<ul style="list-style-type: none"> • Marketing en communicatie van kernwaarden in combinatie met internetactiviteiten. 	
Verbeteren toegankelijkheid.		<ul style="list-style-type: none"> • Gezamenlijke afspraken en eisen ter verbetering van de toegankelijkheid van sites en inzet van specifieke tools. 	
VERNIEUWING EN ONTWIKKELING			
Toegankelijkheid av-aanbod vergroten.	2006-2008	<ul style="list-style-type: none"> • Externe samenwerking t.b.v. distributie en content syndicatie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Externe samenwerking t.b.v. distributie en content syndicatie.
Multimediale internetcontent verhogen.		<ul style="list-style-type: none"> • AV-aanbod, interactie en applicaties op internet vergroten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Archiefontsluiting av-aanbod op internet.
Vorm experimenten.		<ul style="list-style-type: none"> • Games-, talent- en formatontwikkeling. 	
PLURIFORMITEIT			
Onderscheidendheid binnen het totale aanbod vergroten.	2006-2010	<ul style="list-style-type: none"> • Specialisatie. • Verminderen fragmentatie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Specialisatie.
Verbreding van diversiteit in doelgroepenbereik.		<ul style="list-style-type: none"> • Analyse van doelgroepenbereik ('witte vlekken'). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sturen op invulling 'witte vlekken' in doelgroepbereik.
Jongerenbereik vergroten.		<ul style="list-style-type: none"> • Contentelementen meer toespitsen op jongeren. 	

MAATSCHAPPELIJKE INTERACTIE EN INVLOED

Vergroten maatschappelijke verankering.

2006-2010

Vergroten participatie burgers.

- Meer inhoudelijke externe samenwerking.
- Interne samenwerking op debat vergroten.
- Podiumfunctie realiseren t.b.v. user generated content.
- Verhogen van loyaliteit.
- Meer inhoudelijke externe samenwerking.
- Verhogen van loyaliteit.

AANDEEL EN BEREIK

Behoud marktaandeel.

2006-2010

Bereik moet meegroeien met de vraag.

- Marktleiderspositie realiseren op nieuws, actualiteiten en sport.
- Vergroten van toegankelijkheid en beschikbaarheid door externe samenwerking.
- Uitbreiden technische infrastructuur.
- Vergroten van toegankelijkheid en beschikbaarheid door externe samenwerking.

NIEUWE MEDIA

Wij willen ook in het digitale tijdperk een factor van betekenis zijn in de Nederlandse samenleving. Daarvoor moeten wij ons erop voorbereiden om op alle platforms aanwezig te zijn waar ons publiek is of te verwachten zal zijn. Tegelijkertijd moeten we voortdurend inspelen op veranderend gedrag van (delen van) ons publiek. Aanwezigheid op platforms is dus niet voldoende; wij zullen de komende jaren zowel formats moeten ontwikkelen voor deze nieuwe platforms als voor nieuwe vormen van mediagebruik. Gelet op de dynamiek van de markt waarin wij opereren en de zich voortdurend wijzigende richting van veranderingen is het weinig opportuun om in dit kader een lineaire strategie te volgen met een vastomlijnd einddoel. Ons beleid is erop gericht om steeds op kleinschalige basis in te springen op nieuwe ontwikkelingen en op basis van voortdurende monitoring onze activiteiten geleidelijk uit te breiden danwel te verleggen. Concreet betekent dit dat wij ons het komende jaar onder andere richten op de ontwikkelingen van het on-demand audiovisueel aanbod, het belang van crossmediale concepten en themakanalen. Daarnaast zullen we de vindbaarheid van de PO in het digitale domein moeten zekerstellen en onderzoek doen naar en experimenteren met nieuwe platforms en nieuwe contentontwikkeling, -productie en -ontsluiting.

Dit alles veronderstelt uiteraard dat wij kunnen beschikken over basisfaciliteiten in de vorm van geld, technologie en distributie, die het ons mogelijk maken deze flexibele beleidskoers te volgen.

DOELSTELLINGEN	REALISATIE	ACTIES 2006	ACTIES 2007 EN VERDER
Internet als experimenteel platform Inzet internet als platform voor ontwikkeling en experiment.	2006-2008	<ul style="list-style-type: none"> Nieuwe mediaconcepten en -applicaties ontwikkelen vanaf internetplatform. Internetplatform technisch uitbreiden t.b.v. nieuwe mediaconcepten en applicaties. 	<ul style="list-style-type: none"> Nieuwe mediaconcepten en -applicaties ontwikkelen vanaf internetplatform.
On-demand content op televisie brengen Audiovisueel on-demand aanbod uitbreiden naar radio- en televisieplatforms.	2006-2010	<ul style="list-style-type: none"> Ontwikkeling en verspreiding EPG via televisieplatform. Meer hergebruik archiefmateriaal. Het 'clearen' van rechten. Technisch on-demand platform realiseren. Uitzendinggemist.nl op internet uitbreiden naar RTV-platforms. Samenwerkingsverbanden met distributiepartijen. 	<ul style="list-style-type: none"> Ontwikkeling en verspreiding EPG via televisieplatform. Meer hergebruik archiefmateriaal.

Crossmediale concepten Ontwikkeling en exploratie crossmediale concepten.	2006-2009	<ul style="list-style-type: none"> • Stimuleren van initiatieven door radio, televisie en internetafdelingen. • Kennisuitwisseling bestaande crossmediale concepten. • Werkwijze ontwikkelen en budgetallocatie realiseren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Stimuleren van initiatieven door radio, televisie en internetafdelingen • Realiseren van minimaal 15 crossmediale concepten
Digitalisering productieproces Technische voorwaarden realiseren voor productie van multimediale concepten.	2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> • Verdere digitalisering van het productieproces vanuit onder andere projecten Digitaal Platform. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realiseren van nieuwe uitzendfaciliteiten voor bestaande en nieuwe media.
Organisatieontwikkeling Organisatie van de Publieke Omroep voorbereiden op multimediale en crossmediale conceptontwikkeling, productie en uitzending.	2006-2009	<ul style="list-style-type: none"> • Onderzoek naar mogelijkheden van 'kantelen' van organisatie. • Nieuwe media verantwoordelijkheden beleggen in organisaties. • Ontwikkelen van meer thema/doelgroepgerichte werkwijze i.p.v. platformgerichte werkwijze. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experimenteren met thema/doelgroep gerichte organisatie en werkwijze. • 'Kantelen' van organisatie.
Content naar nieuwe platforms Contentontwikkeling, productie en uitzending voor nieuwe platforms.	2006-2010	<ul style="list-style-type: none"> • Ontsluiting van beperkt av-aanbod op mobiele platforms (o.a. UMTS en DVB-H platforms). • Ontwikkeling en productie van specifieke (nieuwe) concepten t.b.v. mobiele platforms. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verdere ontsluiting av-aanbod op mobiele platforms. • Onderzoek en experimenten voor conceptontwikkeling t.b.v. interactieve televisieplatforms.
EPG en teletekst ontwikkeling Zeker stellen van vindbaarheid Publieke Omroep binnen EPG's.	2006-2008	<ul style="list-style-type: none"> • Levering programma's in combinatie met programmegegevens. • Ontwikkeling portfolio van 'superieure' publicaties op alle relevante nieuwe media. • Ontwikkeling portfolio van half-fabrikaten voor publicaties van derden. • Samenvoeging portfolio onder één merk. • Samenwerking derden t.b.v. EPG. 	<ul style="list-style-type: none"> • Levering programma's in combinatie met programmegegevens. • Ontwikkeling portfolio van 'superieure' publicaties op alle relevante nieuwe media.

Themakanalen radio en televisie 2006-2008

Ontwikkeling en implementatie van boeket aan themakanalen.

- Verdere ontwikkeling toetsingskader.
- Conceptontwikkeling.
- Nieuwe content realiseren.
- Uitspeelplatform t.b.v. themakanalen realiseren.
- Koppelen aan crossmediale concepten.
- Het clearen van rechten.
- Conceptontwikkeling.
- Koppelen aan crossmediale concepten.
- Afstemming boeket themakanalen op RTV-aanbod.
- Verdere ontwikkeling themakanalen op basis van principes 'kwaliteitskaart' en thema/-doelgroep-analyse.

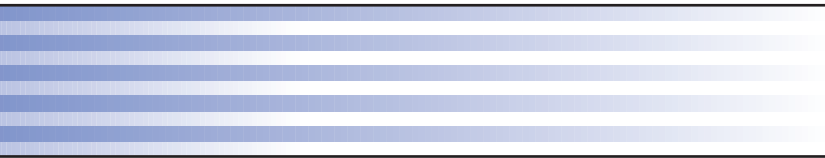

De ontwikkeling van crossmediale concepten is de komende jaren een belangrijk speerpunt. Onder andere door kennisuitwisseling kan hiermee ervaring worden opgedaan, zodat een breed gedragen werkwijze van crossmediaal programmeren, produceren en ontsluiten ontstaat. Voorwaarde hiervoor is de reservering van een separaat budget voor dit doel.

De organisatie moet zich gaan ontwikkelen van een platformgerichte naar een meer thema- en doelgroepgerichte organisatie. In 2006 wordt hiertoe gestart met een verkennend onderzoek.

Het gebruik van ons on demand audiovisueel aanbod neemt de laatste jaren aanzienlijk toe. Om hierop goed in te blijven spelen wordt dit aanbod de komende jaren ook ontsloten via het televisiescherm. Het realiseren van een goed technisch platform en samenwerkingsverbanden met distributiepartijen zijn hiervoor belangrijke actiepunten.

In het Concessiebeleidsplan is het realiseren van een boeket aan themakanalen reeds benoemd als een belangrijk speerpunt. Een gezamenlijke ontwikkeling van themakanalen is noodzakelijk op grond van de publieke omroepfunctie, de inhoudelijke kwaliteit en de schaarste aan middelen. Thans wordt samen met de omroepen gewerkt aan een beleidskader, waarbinnen deze themakanalen een plaats dienen te krijgen. Nu al is duidelijk dat met de introductie van themakanalen substantiële bedragen gemoeid zijn. Gelet op het door ons daaraan gehechte belang zijn wij voornemens z.s.m. te starten met 5 themakanalen (gedacht wordt aan: nieuws/sport, cultuur, parlementair, educatief en jongeren), mits ons daarvoor additionele middelen ter beschikking worden gesteld. De kosten per themakanaal lopen zeer uiteen. Dit valt te verklaren door het verschillend kostenniveau van de benodigde rechten en de aard van de productie. In 2006 zal hiervoor in totaal ongeveer € 4 mln benodigd zijn, oplopend tot ongeveer € 6 mln in 2008. Daar moet aan worden toegevoegd dat elke kwaliteitsimpuls zich onmiddellijk financieel vertaald. Verder wordt verwezen naar bijlage.

In 2006 krijgt de vindbaarheid van het aanbod van de Publieke Omroep in EPG's een hoge prioriteit. Het gebruik ervan neemt naar verwachting toe en een goede positie van de Publieke Omroep is dan van groot belang. De ontwikkeling van een goede portfolio van gegevens en publicaties en de samenwerking met derden zijn hierbij belangrijke actiepunten.



Al deze ambities hebben grote financiële consequenties. Een deel van de hier geschetste doelstellingen kan gerealiseerd worden vanuit het gereserveerde budget. Om alle doelstellingen en acties voor 2006 volledig te realiseren is een additioneel budget benodigd van € 15 mln. Hiervoor moeten andere middelen worden gevonden of moeten er gaandeweg het jaar prioriteiten worden gesteld (vgl. bijlage).

TECHNOLOGIE EN DISTRIBUTIE

In het Tussentijds Concessiebeleidsplan is gekozen voor een strategie van geleidelijke verandering gericht op een sterke positionering in het digitale domein en behoud van een invloedrijke positie als aanbieder op radio, televisie en internet. Het komende jaar spelen wij daarop in door de uitzendinfrastructuur verder aan te passen zodat de radio- en televisie-programma's op verschillende manieren en in allerlei technische formaten aan distributeurs en daarmee aan het publiek kunnen worden aangeboden. Dit geldt voor de hoofdkanalen maar ook voor de bestaande en nieuwe themakanalen en voor de on-demand content die de Publieke Omroep via internet aanbiedt. Daarnaast zullen de radio- en televisie-programma's die digitaal via de ether worden uitgezonden in 2006 in heel Nederland te beluisteren en te bekijken zijn. Verder wordt aandacht besteed aan verhoging van de (technische) kwaliteit van de radio- en televisie-programma's door programma's met meerkanaals geluid te brengen, aandacht te besteden aan HDTV en de digitale content via de kabel met hoge kwaliteit aan te bieden.

DOELSTELLINGEN BELEID	REALISATIE	ACTIES
1. Televisienetten digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DVB-T).	2006	<ul style="list-style-type: none"> • Televisienetten digitaal beschikbaar via dakantenne of kamerantenne in heel Nederland.
2. Beëindigen van alle analoge televisie-uitzendingen via de ether.	2006	<ul style="list-style-type: none"> • Alle analoge landelijke televisienetten uitschakelen in 2006.
3. Invoeren van digitale voorzieningen binnen de publieke omroep ('Digitaal Platform').	2006-2008	<ul style="list-style-type: none"> • Operationeel maken van De Digitale Voorziening inclusief aansluiting van 8 omroepen. Aansluiting 3 omroepen op centrale voorziening DDV, waarna alle A-omroepen zijn aangesloten. Aan DDV zal nieuwe functionaliteit worden toegevoegd nadat het systeem volledig operationeel is.
4. Pilot: distributie HDTV-programma's.	2006	<ul style="list-style-type: none"> • Sportprogramma's en andere content aanbieden aan kabel en IP-serviceproviders.
5. Radiostations digitaal uitzenden via de ether in heel Nederland (DAB) voor zowel mobiele als portable ontvangers.	2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> • DAB-ontvangst op autoradio realiseren in heel Nederland.
6. Overige DAB-radioprojecten.	2006	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale (DAB-)radio op kabel. • 10e DAB-radiokanaal realiseren. • In samenwerkingsverband met overheid. TPEG-verkeersinformatie via DAB gaan uitzenden.

7. Meerkanaalsgeluid bij digitale radio- en televisie-uitzendingen	2006-2009	<ul style="list-style-type: none"> • Naast De Concertzender, meerdere radiostations van Publieke Omroep in surround sound laten uitzenden. • Deze stations ook in surround sound via digitale kabel beschikbaar maken • Meerkanaals geluid bij televisie-uitzendingen via kabel en ether
8. CURSOR fase 2	2006	<ul style="list-style-type: none"> • CURSOR geschikt maken voor archivering
9. Voorzieningen om radiozenders digitaal aan te kunnen bieden	2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> • Generiek radio encoding platform • Platform voor digitale radiokanalen
10. Distributievoorzieningen om de drie televisienetten, televisiemakkanalen en on-demand content van de publieke omroep op diverse platforms aan te kunnen bieden in de meest gangbare formaten	2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> • Koppeling DDV en internetproces • Onderzoek alternatieve distributie • Onderzoek encoding formaten • Platform televisie themakanalen • Ontsluiting Uitzendinggemist.nl en Nederland 4 op televisie • Pilot digitale teletekst op themakanalen

1. TV-NETTEN DIGITAAL VIA DE ETHER IN HEEL NEDERLAND

Naar verwachting worden in 2006 onze televisienetten en radiozenders, als onderdeel van het programmapakket van Digitenne, digitaal uitgezonden via de ether. De uitzendingen zijn dan in het hele land te ontvangen, aanvankelijk alleen met een dakantenne, maar later in het jaar in een groot deel van het land ook met een binnenantenne.

2. BEËINDIGEN VAN ANALOGIE TELEVISIEUITZENDINGEN VIA DE ETHER

Begin 2006 worden de analoge landelijke televisiezenders in het gehele land uitgeschakeld. Een en ander als gevolg van het korten van het omroepbudget met € 11 mln per 1-1-2006. Om geen 'radio-stilte' te veroorzaken dienen op hetzelfde moment de etheruitzendingen digitaal voortgezet te worden. Aan deze overgang gaat een uitgebreide voorlichtingscampagne naar het publiek vooraf, zodat iedereen tijdig kan overschakelen naar digitale ontvangst. Op het moment van schrijven van deze begroting was het overheidsbeleid ter zake nog niet bekend.

3. DIGITAAL PLATFORM

Het project 'De Digitale Voorziening' (DDV) is in 2003 gestart en wordt in 2006 voltooid. In 2006 worden naast de acht omroepen die technisch in staat zijn om aan te sluiten op DDV nog tenminste drie omroepen op DDV aangesloten, waardoor in 2006 alle A-omroepen een aansluiting hebben op de centrale voorzieningen van DDV. Verbeteringen en uitbreidingen van de functionaliteit binnen DDV zullen worden gerealiseerd nadat het systeem operationeel is.

4. DISTRIBUTIE HDTV-PROGRAMMA'S

In 2006 worden (delen van) een aantal internationale sportevenementen in HDTV opgenomen en aan omroepen aangeboden (onder andere het WK Voetbal). Deze programma's willen wij in HDTV in digitale vorm aanbieden aan de kabel- en IP-serviceproviders. Financiering hiervoor zal in overleg met de afnemers gevonden moeten worden.

5. DIGITALE RADIO-UITZENDINGEN VIA DE ETHER (DAB)

In februari 2004 is gestart met reguliere etherverspreiding van onze radiozenders via Digital Audio Broadcasting (DAB). In december 2004 is de eerste fase van de bouw van het zendernet afgerond. Daarmee is DAB-ontvangst mogelijk in de grote Randstad, Noord-Brabant en Gelderland en kan in potentie 70% van de Nederlandse bevolking worden bereikt. Goede DAB-ontvangst in de auto is in vrijwel dit gehele gebied mogelijk. Op basis van de zendvergunning dient uiteindelijk in potentie 100% van de Nederlandse bevolking bereikt te worden. Daartoe wordt, afhankelijk van de komst van commerciële radiostations in DAB, in de loop van 2006 het verzorgingsgebied verder uitgebreid. Ontvangst met de autoradio wordt dan ook mogelijk in Noord-Holland, Friesland, Groningen en Drente, waarvoor vijf extra zendstations nodig zijn. Vanaf 2007 vindt verdere uitbreiding plaats tot 100% mobiele ontvangst. Voor binnenuitontvangst met een portable of personal radio (walkman) zijn veel sterkere zendsignalen nodig dan Publieke Omroep nu biedt. In de loop van 2006 zal verdichting van het DAB-zendernetwerk ten behoeve van portable en personal ontvangst nodig worden in de grote Randstad. De relatief dure uitbreiding tot portable ontvangst in geheel Nederland wordt afhankelijk gesteld van succes van DAB in de consumentenmarkt.

6. OVERIGE DAB-PROJECTEN

Digitale radio op de kabel

Een aantal kabelbedrijven heeft de strategische keuze gemaakt DAB als de gewenste opvolger voor FM-radio in de kabel te introduceren. Omdat vrijwel alle soorten DAB-radio's ook op de kabel kunnen worden aangesloten, en kabelradio al jarenlang populair is, vindt ook Publieke Omroep digitale kabelradio van strategisch belang. Om het aanbieden van de radiostations in een voor de kabel geschikt formaat mogelijk te maken, is een investering in een DAB-multiplexer nodig. Deze biedt ruimte aan zo'n 12 radiostations. Daarnaast worden ook de radiostations van Publieke Omroep die al via de DAB-ether worden uitgezonden, aan kabelbedrijven aangeboden.

Tiende radiostation in DAB

Publieke Omroep zendt al enkele jaren digitale fileberichten uit via RDS-TMC in het FM-kanaal van Radio 1. De berichten worden ontvangen door verkeersnavigatiesystemen en zijn populair. Publieke Omroep wil deze berichten via een gesynthetiseerde, menselijke stem laten voorlezen in een DAB-carrousselkanaal. Omdat het station slechts gesproken woord uitzendt, net zoals het reeds bestaande 24Nieuws, vraagt het om weinig capaciteit van de DAB-etherruimte. Hierdoor kunnen meer radiostations in DAB gehuisvest worden.

7. MEERKANAALS GELUID BIJ RADIO- EN TV-UITZENDINGEN

Het aantal home cinema sets en av-receivers in de Nederlandse huiskamers bedraagt inmiddels ongeveer 300.000. Hoewel de DVD de drijvende kracht is achter de stijgende populariteit, worden ook steeds meer van dergelijke sets aangesloten op de kabel set-topbox om ook televisie en radio in surround sound te kunnen beluisteren. Bovendien zijn 1,5 mln multimedia-PC's in staat om surround sound weer te geven. Dat maakt het voor televisie en radio aantrekkelijk om ook meerkanaals geluid te gaan bieden. Na de start in 2005 van surround-sound-webcasting van De Concertzender, komen nu ook delen van de programmering van de andere radio-stations van de Publieke Omroep, zoals Radio 4, in aanmerking voor verrijking met meerkanaals geluid. In 2006 zal doorgifte van deze stations en Nederland 1, 2 en 3 in surround-sound plaatsvinden via internet en de kabel.

8. CURSOR GESCHIKT MAKEN VOOR ARCHIVERING

Medio 2004 werd het CURSOR-project Fase 1 van Publieke Omroep opgeleverd. In 2006 zal Fase 2 onder verantwoordelijkheid van Beeld & Geluid worden gerealiseerd. Hiermee wordt het mogelijk dat in Cursor opgeslagen audiomateriaal, inclusief bijbehorende metadata, door Beeld en Geluid worden gearchiveerd. Bovendien zal het genereren van BUMA-rapporten door Cursor worden geautomatiseerd. Ten slotte zullen aanpassingen plaatsvinden om nieuwe omroepen te kunnen aansluiten.

9. VOORZIENINGEN OM RADIOZENDERS DIGITAAL AAN TE KUNNEN BIEDEN

Generiek radio encoding platform

Er wordt een generiek radio encoding platform gerealiseerd, waarmee alle radio-uitzendingen op de publieke zenders in hoge kwaliteit worden geëncodeerd. Ster en nieuwsprogramma's worden daarbij verwijderd. Deze geëncodeerde programma's vormen het basismateriaal voor archivering door NIBG, streamingtoepassingen voor radiozenders, Podcasting en Encodering voor omroepen.

Platform voor digitale radiokanalen

Er wordt een basisvoorziening gecreëerd voor in eerste instantie 20 digitale radiokanalen (vergelijkbaar met de infrastructuur voor televisiethemakanalen). Hiermee kunnen op een efficiënte manier enkele tientallen radiokanalen worden gerealiseerd die tegelijkertijd centraal kunnen worden gedistribueerd.

10. DISTRIBUTIEVOORZIENINGEN OM TV-CONTENT OP VERSCHILLENDE MANIEREN TE KUNNEN AANBIEDEN

Koppeling DDV en internetproces

Tussen DDV en de infrastructuur voor internetstreaming van av-content wordt een koppeling gemaakt. Nadat uitzendingen die gestreamd mogen worden via Uitzendinggemist.nl zijn geëncodeerd, zullen deze worden verplaatst naar de internetinfrastructuur. De streams met bijbehorende metadata zijn vervolgens beschikbaar in de relevante websites.

Onderzoek en pilots naar andere vormen van distributie van on demand content

Door de toenemende populariteit van Uitzendinggemist.nl en de verwachting dat distributiepartijen in hoge kwaliteit content van de Publieke Omroep willen aanbieden, zal een centraal model van distributie via streaming niet meer werken. In het onderzoek worden alternatieven naast elkaar gezet en worden eventueel proeven naar de haalbaarheid verricht.

Onderzoek naar encodingformaten

Omdat er diverse nieuwe verspreidingsvormen ontstaan voor content van Publieke Omroep met elk eigen standaarden, is het zinvol om een onderzoek te doen naar belangrijke verspreidingsformaten. Het streven daarbij is om het aantal verschillende sets zo klein mogelijk te houden.

Platform televisithemakanalen

Door de verwachte groei in het aantal televisithemakanalen in 2006, moet de infrastructuur hiervoor worden uitgebreid tot circa 10 kanalen (afhankelijk van het aanbod). Aandachtspunten voor ontwikkeling zijn: koppeling met de DDV, ontwikkeling van een TV-portal en koppeling met de EPG. Naarmate er meer kanalen komen, stijgt de behoefte aan een TV-portal met al het aanbod van Publieke Omroep.

Ontsluiting Uitzending Gemist en Nederland 4 op televisie

Via de PC zijn Uitzendinggemist.nl en Nederland 4.nl goed ontsloten. Aangezien nu ook steeds vaker televisietoestellen worden aangesloten op internet, moeten voor die toepassing andere interfaces worden ontwikkeld. Met o.a. Microsoft (Mediacenter) en Philips (Streamium) wordt samengewerkt om dit te realiseren.

Pilot digitale teletekst op themakanalen

Door de themakanalen ontstaat de mogelijkheid om digitale teletekst aan te bieden. In 2006 wordt hiertoe een pilot gestart.

SAMENWERKING

INTERNATIONAAL

In een tijd van mondialisering en mediaconcentraties is internationale samenwerking tussen publieke omroepen meer dan ooit geboden. Evenals in de afgelopen decennia blijft de EBU het voornaamste internationale samenwerkingskader voor Publieke Omroep.

De EBU-samenwerking concentreert zich op programmatisch gebied, met als hoofdaccenten de televisie-nieuwsuitwisseling, de uitwisseling van radioconcerten (klassiek én populair) en de gezamenlijke verwerving van sportrechten. Daarnaast wordt in EBU-verband op vele andere terreinen samengewerkt zoals in coproducties, formatontwikkeling (waaraan PO recentelijk een impuls heeft gegeven) en in de ontwikkeling en invoering van nieuwe omroeptechnologieën. Verder is een actieve opstelling ten opzichte van de Europese instellingen van toenemend belang. Verschillende klachten van commerciële omroepen tegen (de financiering van) EBU-leden (waaronder PO) en het systeem van sportrechtenverwerving door de EBU, maar ook veel vormen van Europese regelgeving vragen steeds meer aandacht.

Publieke Omroep participeert actief in de beleidsontwikkeling van de EBU. Zo is PO sinds 2005 vertegenwoordigd in alle vier EBU-commissies, in drie gevallen zelfs als vice-voorzitter.

Bij onze inbreng zal de komende jaren de nadruk liggen op:

- De verdediging van de gezamenlijke belangen van de publieke omroep, met name tegenover Europese instellingen.
- Het handhaven en waar mogelijk versterken van de positie van de EBU en haar leden op belangrijke programmatische en technische terreinen.
- Het zo doelmatig en financieel transparant mogelijk laten functioneren van de EBU.

Met verschillende buitenlandse omroepen bestaan bilaterale betrekkingen. De relatie met de VRT, de Nederlandstalige publieke omroep in België, blijft daarbij een bijzondere plaats innemen. Een aantal jaar geleden is besloten om het accent meer te leggen op programmatische en strategische informatie-uitwisseling op directieniveau. Gestreefd wordt dit in de komende jaren uit te breiden met concrete samenwerkingsvormen op het terrein van programmaproductie en themakanalen. Bij de gezamenlijke activiteiten behoort ook al meer dan zeven jaar de satellietzender BVN-TV.

DOELSTELLING

ACTIES 2006

Samenwerking VRT bij programmaproductie en themakanalen.

WERELDOMROEP

In het tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010 is een pragmatische aanpak van de relatie met RNW vastgelegd: samenwerken op basis van gelijkwaardigheid en erkenning van ieders rol in het gehele publieke bestel en waar mogelijk integratie van organisatieonderdelen.

DOELSTELLING	ACTIES 2006-2008	ACTIES 2006
Intensivering samenwerking RNW.	<ul style="list-style-type: none"> • Realiseren van doelmatige en doeltreffende samenwerking op radio en internet voor Nederlandstaligen. • Integratie nieuws- en actualiteitenredacties radio. • Integratie correspondentennetwerk. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aangaan en uitwerking samenwerkingsovereenkomst.

In de Nederlandstalige radiouitzendingen van RNW vindt al jaren op meerdere programmaterreinen samenwerking plaats, respectievelijk worden programma's van de landelijke omroep overgenomen. Te denken is daarbij aan documentaires, hoorspelen (in 2005 bv. dagelijks 'Het Bureau' van de NPS), sportieve evenementen (zoals Radio Tour de France van de NOS) en lichte muziekprogramma's (m.n. van Radio 2), maar ook aan het samen met de VPRO gemaakte 'Wereldnet'.

Met name de samenwerking met de NOS wordt in de komende tijd versterkt. In 2006 wordt naar verwachting een strategieovereenkomst gesloten die voorziet in de uitwisseling van programma's, het inkopen van nieuwsbulletins voor RNW bij de NOS, samenwerking tussen buitenlandse correspondenten en de beide Haagse redacties en het gezamenlijk afsluiten van contracten met nieuwsleveranciers. Vooruitlopend hierop wordt met ingang van de zomer van 2005 de zondagse aflevering van het NOS sportprogramma 'Langs de Lijn' weer doorgegeven door RNW. Op het gebied van actualiteiten wordt verder de samenwerking gecontinueerd in de Radio Nieuws Centrale (RNC), die de uitwisseling stimuleert en faciliteert van nieuws tussen NOS, RNW en de dertien regionale omroepen. Het is de bedoeling dat vanaf het seizoen 2005-2006 de RNC wordt gehuisvest op de nieuwsvloer van de NOS. Daarnaast wordt op het radioterrein de uitwisseling voortgezet van (vooral klassieke) muziek in het kader van de EBU. Dit samen aanbieden, vermenigvuldigen en verspreiden van programmamateriaal geschiedt onder meer op basis van gezamenlijke opnamen van RNW en landelijke omroeporganisaties. Op het gebied van internet wordt op hardwaregebied gebruik gemaakt van dezelfde technische diensten, wordt het gebruik van software en content management systemen van beide organisaties gecoördineerd, verzekert de Publieke Omroep de internetbandbreedte voor de verbinding tussen Europa en de USA voor RNW, wordt gebruik gemaakt van elkaars programmamateriaal en worden er incidenteel gezamenlijke websites geproduceerd.

Sinds 1998 is de gezamenlijke satellietzender BVN het belangrijkste samenwerkingsverband wat betreft televisie. BVN is wereldwijd te ontvangen met een in carousel uitgezonden programmablock van acht uur, dat vrijwel geheel bestaat uit programma's van Nederland 1, 2 en 3 en de VRT-netten één en Ketnet/Canvas. Ook in productionele en programmatische zin wordt aan een zo groot mogelijk-

ke synergie met de Publieke Omroep gewerkt, met name op het terrein van de eindregie.

Voor zowel de Publieke Omroep als RNW is vanaf 2004 de jaarlijkse bijdrage aan het project meer dan gehalveerd. In het tussentijds Concessiebeleidsplan 2006-2010 is de beleids optie vastgelegd, dat in de planperiode zal worden onderzocht in hoeverre de bijdrage van de Publieke Omroep aan BVN kan worden gecontinueerd.

Op televisiegebied bestaan ook andere vormen van samenwerking, zoals als de gezamenlijke productie van documentaires door landelijke publieke omroeporganisaties en RNW en het gezamenlijke gebruik van stands voor de sales activiteiten in het buitenland (MIP, etc.).

REGIONALE OMROEP

DOELSTELLING	ACTIES 2006-2008	ACTIES 2006
Initiëren van wederzijds besparende en versterkende initiatieven	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling publieke omroepdienst, inclusief regionaal correspondentennetwerk, extranet en persalarm • Overeenkomst voor facilitaire samenwerking en uitwisseling beeld-, geluid- en internetmateriaal • Bevordering van een strategisch samenwerkingsverband tussen Ster en ORN waardoor belangen worden gesynchroniseerd • Bevordering van de ontwikkeling van een HR-beleid (talentscouting, scholing, in- en doorstroom) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aangaan en uitwerking samenwerkingsovereenkomst. • Tussen ROOS en de afdeling Personeel Organisatie en Arbeidsvoorwaarden van Publieke Omroep wordt overleg gevoerd over de mogelijkheid van het registreren van talenten als onderdeel van hun ontwikkeling en doorstroming tussen de publieke omroep en de regionale omroepen.
Implementatie wederzijds verrijkend programma-aanbod	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling gezamenlijk regionieuwsprogramma 	
Verbeteren bereik doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> • Samenwerking realiseren gericht op bereik jongeren in Randstad (FunX) 	Zie acties Radio

In 2004 zijn op initiatief van de NOS gesprekken begonnen met als doel een gezamenlijke strategie-overeenkomst te sluiten voor samenwerking en uitwisseling tussen nationale en regionale publieke omroepen. Naar verwachting wordt deze overeenkomst in het seizoen 2005-2006 gesloten. Vanaf dat seizoen is de RNC, de marktplaats voor beeld en geluid van de regionale omroepen en de NOS, gehuisvest op de nieuwsvloer van de NOS.

NICAM

De publieke en commerciële omroepen passen sinds januari 2002 Kijkwijzer toe, in nauwe samenwerking met de film- en videosector. Daarmee is een, ook in internationaal opzicht, unieke vorm van samenwerking in de audiovisuele branche tot stand gekomen. De pictogrammen van Kijkwijzer zijn inmiddels bekend, geaccepteerd en gewaardeerd. Voor de meeste ouders blijken de pictogrammen een handig en nuttig hulpmiddel, waarmee het maken van programmeuze voor hun kinderen vergemakkelijkt wordt. Nederland voldoet met behulp van het NICAM en Kijkwijzer aan de richtlijn Televisie Zonder Grenzen van de Europese Commissie op het gebied van 'protection of minors'. De EC beveelt het model aan als voorbeeld voor andere landen. Soortgelijke initiatieven zijn gestart in Polen en Turkije en ook Groot-Brittannië overweegt de introductie van een 'single uniform classification system'. Interessant is de recente aansluiting van de mobiele (telefoon) operators bij het NICAM en de eerste toepassing van Kijkwijzer op mobiel audiovisueel aanbod.

Nu duidelijk is dat het NICAM en Kijkwijzer gecontinueerd worden, rest de vraag hoe het stelsel op termijn gefinancierd wordt. De in het NICAM samenwerkende partijen hebben de overheid inmiddels voorgesteld betrokken te blijven bij de bewaking van het stelsel en structureel de helft van de kosten van het NICAM instituut te blijven dragen.

FINANCIËN

BESPARINGEN 2004-2007

De besparingsacties, die het gevolg zijn van de eerder door de overheid opgelegde bezuiniging tot en met 2007 (€ 64 mln), zijn in volle gang. Afgesproken is in dat verband om de programmering zoveel mogelijk buiten schot te houden. De nadruk van de besparingsplannen ligt op efficiencyverbeteringen in de indirecte taken in het productieproces en op samenwerking rondom de programma's. In de vorige Meerjarenbegroting (2005-2009) zijn de concrete besparingsplannen toegelicht. De besparingen worden financieel en organisatorisch gemonitord. Over de realisatie van de besparingen wordt frequent gerapporteerd aan het Commissariaat voor de Media.

BUDGETAANVRAAG 2006

In de bijlage is de budgetaanvraag voor 2006 opgenomen. Hierbij is uitgegaan van de verwachte extra korting door tegenvallers bij de Ster.

Indexering rijksbijdrage media

De financiële ruimte voor de publieke omroep wordt voor circa driekwart bepaald door de rijksbijdrage media. De wijze van indexering van deze rijksbijdrage is door de overheid per 1 januari 2005 gewijzigd. Het negatieve effect hiervan op de hoogte van de rijksbijdrage bedraagt € 6,1 mln voor 2005 en € 5,2 mln voor 2006.

Indexering budget publieke omroep

In deze Meerjarenbegroting is het budget van de Publieke Omroep voor 2006 en 2007 geïndexeerd voor inflatie met 1,33% conform de raming van OCW in de budgetbrief voor 2005.

Begrotingscijfers

Vanwege de (onzekere) kabinetsplannen voor de periode vanaf september 2008 zal de Meerjarenbegroting niet verder gaan dan het jaar 2008. De financiële bijlagen bevatten daarom alleen de begrotingsjaren 2006 t/m 2008. Overigens is hierbij gemakshalve uitgegaan van een status quo van de huidige inrichting van het bestel voor het gehele jaar 2008.

Herschikking budgetten 39f-omroepen

Op 30 maart 2004 heeft het Commissariaat voor de Media de "beleidslijn zendtijdaanvragen van kerkgemeenschappen en gemeenschappen op geestelijke grondslag" vastgesteld. Deze beleidslijn gaat ervan uit dat iedere zogenaamde 39f-omroep een zogenaamde vaste voet toegewezen krijgt van 25%, overeenkomend met 13 uur televisie en 38 uur radio per jaar. De overige 75% wordt toebedeeld op basis van de grootte van de desbetreffende hoofdstroming in Nederland die een omroep vertegenwoordigt. De zendtijdhervdeling gaat per 1 september 2005 gedeeltelijk in. Er wordt een overgangperiode van twee jaar in acht genomen. Met andere woorden: per 1 september 2007 moet de nieuwe zendtijdverdeling in zijn geheel zijn ingevoerd. IKON, HUMAN en OHM hebben in de over-

gangsperiode nog een aantal compensatie-uren toegewezen gekregen. Voor deze compensatie-uren is geen additioneel budget beschikbaar gesteld. De financiële gevolgen voor de 39f-omroepen zijn in deze Meerjarenbegroting meegenomen.

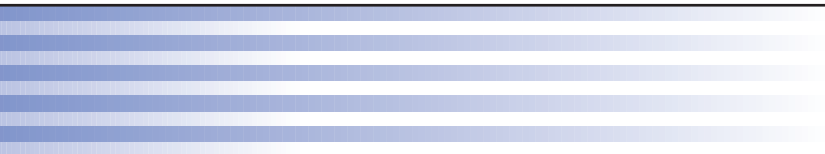
Op dit moment loopt nog een aantal bezwaarprocedures tegen de zendtijdherverdeling.

Toetreding MAX en LLiNK/DNO en zendtijduitbreiding BNN

MAX en LLiNK/DNO zijn met ingang van 1 september 2005 toegetreden tot het publieke bestel. Tevens is de zendtijd van BNN per 1 september 2005 op basis van het ledental uitgebreid van 40% naar 50% van een A-zendgemachtigde. OCW heeft noch voor de toetreders MAX en LLiNK/DNO noch voor de zendtijduitbreiding van BNN additioneel budget toegewezen. Als gevolg hiervan zijn de budgetten van de overige omroepverenigingen verlaagd.

Beschikbare middelen en besteding

Als gevolg van de nieuwe werkwijze ('geld op schema') is de begroting op net-, zender- en internet-niveau opgesteld. Per genreslot zijn de kosten begroot; de kosten worden niet alleen gefinancierd door OCW-budget maar ook door eigen bijdragen van omroepen zoals netto-inkomsten uit programmabladen en de vereniging. In de bijlagen treft u deze begrotingscijfers aan.



RICHTLIJNEN GOED BESTUUR

Na een uitgebreide interne consultatieronde is de formulering van onze 'good governance' in een aantal richtlijnen en regelingen afgerond. Er is gekozen voor één richtlijn per thema.

1. Richtlijn ter bevordering goed bestuur en toezicht
2. Richtlijn ter bevordering van integriteit
3. Richtlijn verslaglegging
4. Richtlijn ideële sponsoring
5. Richtlijn interactieve telefoondiensten, SMS, 0900-lijnen en mobiel internet
6. Richtlijn e-mailmarketing

De richtlijnen 2 tot en met 6 zijn zogenoemde minimumregelingen zijn. Dat wil zeggen, een minimum-harmonisatie voor de gehele publieke omroep. Richtlijn 1 bevat aanbevelingen, omdat deze richtlijn onderwerpen betreft die diep ingrijpen in de verenigings- en stichtingsstructuur van de omroepinstellingen en zich uiteindelijk uitkristalliseren in het verkeer met de achterban. Voor de richtlijnen 2 t/m 6 geldt, gelijk voor de Code Tabaksblat, de 'pas toe of leg uit-regel.' Daarnaast is een klokken-luiderregeling opgesteld.

Het is de bedoeling dat in het najaar de regelingen en richtlijnen worden omgezet in een voor omroepinstellingen bindende regeling (behoudens Richtlijn 1, die de status van aanbevelingen heeft). Tevens wordt een onafhankelijke Commissie benoemd die toeziet op de naleving van de richtlijnen. Naast de gevraagde individuele verantwoording over de naleving van de richtlijnen voor iedere omroepinstelling afzonderlijk, wordt vanaf volgend jaar in de Meerjarenbegroting op hoofdlijnen verslag gedaan van de naleving in totaliteit, mede gebaseerd op de bevindingen van de commissie die met toezicht en handhaving wordt belast. Daarnaast rapporteert de Commissie tweejaarlijks over de implementatie en naleving van de richtlijnen en regelingen.

BIJLAGEN

Bijlage 1	Missies omroepen	108
Bijlage 2	Verdeling budget	113
Bijlage 3	Aanvraag budget	114
Bijlage 4	Begroting Nieuwe Media	115
Bijlage 5	Exploitatie-overzichten	
Bijlage 5-1	Exploitatie-overzicht Totaal	117
Bijlage 5-2	Exploitatie-overzicht Televisie	118
Bijlage 5-3	Exploitatie-overzicht Nederland 1	119
Bijlage 5-4	Exploitatie-overzicht Nederland 2	120
Bijlage 5-5	Exploitatie-overzicht Nederland 3	121
Bijlage 5-6	Exploitatie-overzicht Z@ppelin	122
Bijlage 5-7	Exploitatie-overzicht Radio	123
Bijlage 5-8	Exploitatie-overzicht Radio 1	124
Bijlage 5-9	Exploitatie-overzicht Radio 2	125
Bijlage 5-10	Exploitatie-overzicht 3FM	126
Bijlage 5-11	Exploitatie-overzicht Radio 4	127
Bijlage 5-12	Exploitatie-overzicht 747AM	128
Bijlage 5-13	Exploitatie-overzicht Urban	129
Bijlage 5-14	Exploitatie-overzicht Internet	130
Bijlage 5-15	Exploitatie-overzicht Nieuwe Media	131
Bijlage 6	Financieel jaarverslag 2004	132

MISSIES OMROEPEN

Onderstaande missies van omroepverenigingen, organisaties op religieuze en geestelijke grondslag vormen even zovele kleuren in het totale palet van de Publieke Omroep.

AVRO

De onafhankelijke AVRO wil de vrijheid in onze samenleving stimuleren door televisie- en radio-programma's aan te bieden vanuit een ruimdenkende levenshouding.

BNN

- BNN is opgericht vanuit de overtuiging dat er binnen de Publieke Omroep duurzaam plaats en aandacht moet zijn voor jongeren (13-19 jaar) en jong-volwassenen (20-34 jaar).
- Op radio, televisie, internet en evenementen biedt BNN kleur en duiding aan (maatschappelijke) ontwikkelingen, trends en voor jonge mensen belangrijke aspecten van het leven. Dit doet BNN op een wijze die bijdraagt aan de brugfunctie die zij wil vervullen tussen de verschillende generaties.
- BNN houdt in haar beleid nadrukkelijk ruimte om jonge mensen via alle vormen van distributie te bereiken die zich de komende jaren zullen aandienen.
- In al haar uitingen wordt rekening gehouden met de waarden eigenzinnig, humoristisch, brutaal, fris en een 'lust-for-life', aangevuld met de wil en drijfveer om in de basis een groot onderscheidend vermogen na te streven, zowel ten aanzien van het aanbod binnen als buiten de Publieke Omroep.
- BNN probeert in de programmering nadrukkelijk rekening te houden met de veranderende samenstelling van de Nederlandse samenleving.
- BNN wil zich op een toegankelijke en spraakmakende wijze profileren. De vormkeuze dient hierbij op een voor jongeren geloofwaardige wijze plaats te vinden en zich binnen een omgeving af te spelen waartoe jongeren zich aangesproken voelen.

BOS

De Boeddhistische Omroep Stichting heeft ten doel:

1. Het aanbieden van het boeddhistische gedachtegoed aan de Nederlandse samenleving door middel van televisie-, radio- en internetprogramma's.
2. Het uitoefenen van een brugfunctie zowel binnen het boeddhisme, als tussen het boeddhisme en niet-boeddhisten en hun organisaties.

EDUCOM

De educatieve omroepinstelling Educom biedt een breed en samenhangend educatief programma-aanbod van hoge kwaliteit via de publieke zenders en andere media, op een zodanige wijze dat bij de gebruikers een proces van zelfstandig denken, handelen en reflecteren tot stand komt. Met zijn programma-aanbod speelt hij in op de educatieve behoeften en interesses van de bevolking in al haar schakeringen, en draagt hij bij aan het maatschappelijk functioneren van individuen en groepen. Het programma van Educom, bepaald door de programmaraad, wordt verzorgd door de beide in Educom samenwerkende organisaties Teleac/NOT en RVU.

EO

De EO is een omroepvereniging binnen het publieke bestel die mensen wil bereiken met het Evangelie van Jezus Christus en daarin dicht bij God en dicht bij mensen wil zijn. Zij gebruikt daarvoor televisie, radio, nieuwe media, bladen, activiteiten en andere passende middelen. Zij is een beweging van christenen die over kerkmuren heen hun eenheid vinden in Jezus Christus en elkaar toerusten voor hun werk in de wereld.

HUMAN

In onze radio- en televisie-uitzendingen beogen wij zoveel mogelijk mensen behulpzaam te zijn bij hun oriëntatie op de samenleving. Wij doen dat door – vanuit een humanistische inspiratie – aandacht te schenken aan belangrijke vraagstukken in politiek, samenleving en cultuur. De ontwikkelingen van het humanistisch gedachtegoed en van de meest relevante humanistische activiteiten volgen wij op de voet; kritisch, geïnteresseerd en alert.

IKON

De IKON is een Publieke Omroep die namens negen participerende kerkgenootschappen midden in de samenleving staat. De IKON produceert vanuit oecumenisch perspectief blikverruimende programma's op radio, televisie en via internet met als doel mensen te inspireren. Kernachtig luidt de slogan 'IKON: scherp en zinnig'.

KRO

De KRO is een maatschappelijke mediaonderneming, geïnspireerd door de katholieke traditie en verbonden met de katholieke gemeenschap. Zijn missie draagt hij uit via radio, televisie, internet, print en evenementen, bij voorkeur crossmediaal. Om zijn missie en ambitie beter te richten heeft de KRO drie thema's benoemd die in interactie met de vereniging en de burger worden vormgegeven: spiritualiteit, zorg(zame samenleving) en educatie.

LLiNK

LLiNK DeNieuwe Omroep maakt programma's over mondiale verhoudingen, mensen- en dierenrechten, natuur en milieu. Met haar interactieve programma's wil LLiNK kijkers en luisteraars inspireren een bijdrage te leveren aan een vrije, eerlijke en duurzame wereld. Met een frisse blik en oplossingsgericht. LLiNK DeNieuwe Omroep vormt een netwerk van mensen die zich betrokken voelen bij medemensen en hun leefomgeving. Mensen die op hun eigen manier een bijdrage leveren of willen leveren aan een betere wereld. Tot dit netwerk behoren groeiende maatschappelijke groeperingen als praktisch idealisten, nieuw geëngageerden en betrokken wereldburgers.

MAX

Het geïntegreerd houden van ouderen als volwaardig en actief mens in de Nederlandse samenleving. Dit uitgangspunt werkt naar twee kanten: enerzijds als signaal naar de samenleving dat moderne vijftigplussers normaal in alles blijven meedoen, anderzijds als actieve oproep naar vijftigplussers zelf om

MISSIES OMROEPEN

hun plaats en positie in de samenleving als actief mens en burger ook inderdaad in te nemen en te behouden.

NCRV

Het NCRV-omroepbedrijf is een ideële, protestants-christelijk geïnspireerde, multimediale onderneming die haar media wil gebruiken om een wezenlijke bijdrage te leveren aan de kwaliteit van de samenleving en daarbij een onmisbare schakel wil zijn in een sterke Nederlandse Publieke Omroep.

NIK MEDIA

Omdat de joodse cultuur zoveel meer omvat dan de 'gekende' joodse thema's zoals het Palestijns-Israëliësch conflict of de Holocaust, zoekt NIK Media naar een andere invulling. De programma's van NIK Media (zowel radio als televisie brengen voornamelijk documentaires) bestrijken het brede scala van muziek, kunst, human interest, religie, historie.

NIO

De Nederlandse Islamitische Omroep maakt programma's op religieuze grondslag en wil, met tolerantie voor andersdenkenden, informeren over het streven naar emancipatie en participatie van de moslimgemeenschap in Nederland, met eerbiediging van de democratische rechtsorde en de beginselen waarop deze berust, te weten: de scheiding van Kerk en Staat en de rechten van de mens, vrijheid, democratie en tolerantie.

NMO

De Nederlandse Moslim Omroep brengt voor de ca. 800.000 in Nederland levende moslims programma's met een islamitische invalshoek. De NMO zorgt in zijn uitzendingen voor een programma-aanbod waarin rekening wordt gehouden met het uitgangspunt van ruimte voor eigenheid en de ontmoeting tussen culturen. In de programmering accentueert de NMO de pedagogische, sociale, educatieve, culturele, religieuze en emancipatorische aspecten van de islam.

NOS

De NOS stelt zich ten doel om voor alle beschikbare platforms toonaangevende, journalistieke en breed toegankelijke programma's te maken op het gebied van nieuws, sport en (inter)nationale evenementen.

NPS

De taken zijn vertaald in de volgende missies van de NPS:

- De NPS is als erfopvolger van de NOS op de terreinen cultuur, informatie, jeugd en minderheden de hoeder van vertrouwde kwaliteit in de Publieke Omroep.
- De NPS maakt hoogwaardige programma's voor kinderen en jeugdigen, waarbij creativiteit en kwaliteit voorop staan en de jeugdige kijker en luisteraar serieus genomen worden.
- De NPS wil met haar programma's nadrukkelijk bijdragen aan de verbetering van de verhoudingen

tussen minder- en meerderheden en aan de integratie van de migranten in onze maatschappij.

- De NPS wil herkend worden als onafhankelijk, creatief, speels, gedegen en betrouwbaar, als een omroep met kwaliteit en lef. Het spanningsveld tussen die begrippen werkt stimulerend.
- De NPS is een Publieke Omroep en werkt daarom voor de hele samenleving. De NPS besteedt daarnaast veel aandacht aan specifieke publieksgroepen uit het grote publiek.
- De NPS besteedt veel aandacht aan nieuw talent, heeft oog voor nieuwe ontwikkelingen, initieert en maakt daarvoor tijdig plaats in de programmering en in de organisatie.
- De NPS is een open organisatie, altijd bereid om rekenschap af te leggen van haar beleid.

OHM

Organisatie Hindoe Media maakt op hindoeïstische grondslag radio- en televisieprogramma's en een site op internet. Met nieuwe, eigentijdse programmavormen wil OHM de toegankelijkheid voor autochtone en jonge Hindoe-kijkers en -luisteraars vergroten, tot de voor hen vaak nieuwe filosofische inzichten op het gebied van o.a. yoga, meditatie en de Hindoe-religie, -cultuur en -filosofie. Het decor van dit alles moet zoveel mogelijk onze multiculturele samenleving zijn.

RKK

RKK is de zendtijd van het Rooms-Katholiek Kerkgenootschap in Nederland. De communicatiemogelijkheden op radio, televisie en internet worden gebruikt voor actuele informatie vanuit katholiek perspectief, liturgische vieringen, godsdienstige educatie, spiritualiteit, cultuur en service. Het samenhangend gebruik van de diverse media wordt verder uitgebouwd. Het aanbod is gericht op de grote, pluriforme groep katholieken en op andere christenen en het staat open voor anderen. Het moet een vernieuwende en verdiepende bijdrage leveren aan de eigen gemeenschap en aan de samenleving als geheel. Voor de verzorging van de zendtijd wordt gebruik gemaakt van de diensten van de KRO.

TROS

TROS profileert zich als een Nederlandse omroep die in zijn programma's op eigentijdse en spraakmakende wijze duidelijk wil maken dat zij staat voor de elementaire waarden en vrijheden van de individuele burger. Het gaat daarbij om: burgerlijk fatsoen, familiaal, nationaal gevoel, gezelligheid, betrouwbaarheid, constructief in houding en meningsvorming. TROS heeft de ambitie om in elke programmacategorie een groot publiek te bereiken en houdt rekening met grote verschillen in leeftijd en opleidingsniveau van kijkers en luisteraars: toegankelijkheid staat voorop. TROS is bovendien de omroep van de populaire cultuur.

VARA

De VARA wil vanuit haar onafhankelijke progressieve identiteit:

- een zo groot mogelijk publiek informeren over wat er in Nederland en in de wereld gaande is. Zij doet dat op journalistieke, maar wel maatschappelijk betrokken wijze.
- een zo groot mogelijk publiek laten kennismaken van en informeren over zaken op het terrein van kunst en cultuur. Omwille van optimaal publieksbereik krijgen culturele onderwerpen zo mogelijk

MISSIES OMROEPEN

aandacht binnen 'bredere' programmaformules.

- verstrooiing bieden aan grote groepen kijkers, met onderscheidende amusementsprogramma's die niet uitsluitend ontspannend zijn, maar tevens (impliciet) tot reflectie aanzetten of in aanpak en/of vormgeving grensverleggend zijn.

VPRO

De VPRO wil een toekomstgerichte, verkennende omroep zijn die:

- Ondogmatisch en onbevangen zoekt naar de diepere achtergrond van maatschappelijke ontwikkelingen.
- Kijkers en luisteraars, jong en oud, benadert als mondige burgers die in staat zijn tot zelfstandige oordeelsvorming.
- Bijzondere aandacht schenkt aan situaties waarin mensen belemmerd worden in hun mogelijkheden en hun mondigheid.
- Bij voorrang aandacht schenkt aan vernieuwing op cultureel, sociaal, politiek en levensbeschouwelijk terrein.
- En vanuit deze uitgangspunten een bijdrage levert aan de taakopdracht aan het totaal van de Publieke Omroep om een pluriform en volledig programma-aanbod te verzorgen dat voldoet aan de eisen die de wet daaraan stelt.

ZENDTIJD VOOR KERKEN

Zendtijd voor Kerken wil voor wat betreft radio en televisie:

- In het 'kerkelijke' uur op zondag ('s ochtends op Nederland 1 en 's middags op 747AM) kerkdiensten uitzenden en zo een sterke bijdrage leveren aan het pluriforme karakter van de Publieke Omroep.
- Investeren in een zo eigentijds mogelijke en bij het medium passende sfeer en vormgeving van kerkdiensten.
- Nadrukkelijk proberen met de uitzendingen mensen te bereiken voor wie kerk en geloof niet meer vanzelfsprekend zijn, ook in de leeftijd van 35-49 jaar.

Via internet wil ZvK op de eigen site attenderen op komende RTV-uitzendingen, een makkelijk te raadplegen archief opbouwen van reeds uitgezonden materiaal en bezoekers van de site gelegenheid geven tot discussie en reactie. ZvK levert een bijdrage aan de gezamenlijke 'vertical' levensbeschouwing.nl.

VERDELING BUDGET

Verdeling budget televisie 2006 naar genre

Budget omroepverenigingen en NPS

NEDERLAND 1 (IN %)	
GENRE	% BUDGET
Nieuws en actualiteiten	13
Non-fictie serieus	21
Non-fictie human interest	36
Sport	0
Fictie Nederlandstalig	13
Fictie buitenlands	6
Amusement/verstrooiing	9
Muziek en dans	2
TOTAAL	100

NEDERLAND 2 (IN %)	
GENRE	% BUDGET
Nieuws en actualiteiten	16
Non-fictie serieus	16
Non-fictie human interest	17
Sport	0
Fictie Nederlandstalig	21
Fictie buitenlands	5
Amusement/verstrooiing	18
Muziek en dans	6
TOTAAL	100

NEDERLAND 3 (IN %)	
GENRE	% BUDGET
Nieuws en actualiteiten	13
Non-fictie thema	31
Sport	2
Fictie Nederlandstalig	16
Fictie buitenlands	4
Amusement/verstrooiing	28
Muziek en dans	5
TOTAAL	100

Z@PPELIN (IN %)	
GENRE	% BUDGET
Nieuws en actualiteiten/magazines	73
Non-fictie serieus	0
Non-fictie human interest	4
Sport	3
Fictie Nederlandstalig	5
Fictie buitenlands	3
Amusement/verstrooiing	12
Muziek en dans	0
TOTAAL	100

AANVRAAG BUDGET

Budget aanvraag 2006

x 1.000,-

RADIO

ARTIKEL MEDIAWET

101, lid 1, a	NPS, A-zendgemachtigden en BNN	42.742
101, lid 1, b	NOS	15.086
101, lid 1, c	Educom	2.193
101, lid 1, d	Kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag	4.424
101, lid 1, e	Overige zendgemachtigden	216

TOTAAL RADIO

64.661

TELEVISIE

ARTIKEL MEDIAWET

101, lid 1, a	NPS, A-zendgemachtigden en BNN	224.670
101, lid 1, b	NOS	85.730
101, lid 1, c	Educom	17.510
101, lid 1, d	Kerkgenootschappen en genootschappen op geestelijke grondslag	15.577
101, lid 1, e	Overige zendgemachtigden	913

TOTAAL TELEVISIE

344.400

101, lid 1, f	PUBLIEKE OMROEP	61.688
---------------	-----------------	--------

101, lid 1, h	PROGRAMMAVERSTERKING (25%)	135.977
---------------	----------------------------	---------

	ONTWIKKELING DIENSTEN NIEUWE MEDIA	24.729
--	------------------------------------	--------

	TOTAAL	631.455
--	--------	---------

	AANVRAAG ADDITIONEEL BUDGET NIEUWE MEDIA	11.000
--	--	--------

TOTAAL AANVRAAG BUDGET 2006

642.455

BEGROTING NIEUWE MEDIA

Begroting Nieuwe Media

x 1.000,-

	2006	2007	2008
INTERNET ALS EXPERIMENT PLATFORM			
Structureel budget voor experiment en R&D	2.000	2.000	2.000
ON-DEMAND CONTENT OP TELEVISIE BRENGEN			
Content itemizing en voorzien metadata	500	500	500
Rechten clearing regelen	1.500	1.500	1.500
Digital Rights Management	400	400	400
Streaming platform	500	500	500
Ontwikkeling en onderhouden televisie portal	300	300	300
CONTENT NAAR NIEUWE PLATFORMS			
Ontsluiting en encoding t.b.v. mobiele platforms	350	350	350
Produktietools, stimuleringsbudget en ontsluiting interactieve televisie		1.000	2.000
CROSSMEDIALE CONCEPTEN			
Ontwikkeling crossmediale concepten	1.000	2.000	2.000
DIGITALISERING PRODUCTIEPROCES			
Voorzien in budget beheertaken en/of budget T&D			
ORGANISATIE-ONTWIKKELING			
Geen additioneel budget benodigd			
EPG EN TELETEKST ONTWIKKELING			
Promo's en trailers in EPG en koppeling VOD	200	200	200
Procesverbetering invoer metadata bij omroepen	200	200	200
Correcte actuele data 24/7	200	200	200
Teletekst geschikt maken voor digitale televisie en hergebruik web-content	300	300	300

BEGROTING NIEUWE MEDIA

THEMAKANALEN RADIO EN TELEVISIE			
Playout platform 50 radio kanalen	140	140	140
Radio on demand platform / MyRadio	170	170	170
Nieuwe content ontwikkeling radio	400	600	1.000
5-10 televisie kanalen platform incl. technische realisatie	900	900	900
5-10 televisie kanalen distributie	300	300	300
Encoding / ingest	250	250	250
Koppeling DDV	150	150	150
Koppeling EPG en UZG incl. player	110	110	110
Rechten clearing (bestaande content)	1.000	1.000	2.000
Ontwikkeling nieuwe content televisiekanalen	4.000	5.000	6.000
TOTAAL BEGROTING NIEUWE MEDIA	14.870	18.070	21.470

Omproeveringen en NPS Totaal

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	388.513	369.608	354.216	345.936
Fonds Ompreepreserve	5.368	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	5.444	3.691	3.691	3.691
Netto resultaat nevenactiviteiten	15.307	14.433	14.433	14.433
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	981	1.104	1.104	1.104
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	415.612	388.836	373.444	365.164
Lasten				
Totaal directe kosten	415.619	407.341	408.341	409.341
Totaal indirecte kosten	29.013	27.364	27.364	27.364
TOTALE LASTEN	444.633	434.705	435.705	436.705
EXPLOITATIERESULTAAT	-29.020	-45.870	-62.261	-71.541

39f-zendgemachtigden Totaal

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	28.375	27.144	26.772	26.147
Fonds Ompreepreserve	185	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	3.139	2.308	2.111	2.111
Netto resultaat nevenactiviteiten	62	43	29	29
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	2	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	31.763	29.495	28.912	28.287
Lasten				
Totaal directe kosten	30.979	27.364	26.797	26.169
Totaal indirecte kosten	2.577	2.131	2.115	2.118
TOTALE LASTEN	33.556	29.496	28.911	28.286
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.793	-0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Bestuur

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	79.322	68.983	67.465	65.888
Fonds Ompreepreserve	2.851	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	10.037	7.169	7.291	7.417
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	92.210	76.152	74.756	73.305
Lasten				
Totaal directe kosten	48.294	38.836	39.421	39.905
Totaal indirecte kosten	42.851	41.781	42.459	43.153
TOTALE LASTEN	91.145	80.617	81.880	83.058
EXPLOITATIERESULTAAT	1.065	-4.465	-7.124	-9.753

PUBLIEKE OMROEP Totaal

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD en PO Bestuur)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	588.900	561.474	540.750	528.113
Fonds Ompreepreserve	8.835	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	11.897	7.964	6.070	7.767
Netto resultaat nevenactiviteiten	19.990	18.618	17.828	18.634
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	1.140	1.104	1.104	1.104
Overheveling televisie/radio	1	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	630.763	598.468	565.752	555.618
Lasten				
Totaal directe kosten	617.597	629.723	610.042	635.990
Totaal indirecte kosten	42.658	39.983	40.173	39.864
TOTALE LASTEN	660.256	669.706	650.215	675.854
EXPLOITATIERESULTAAT	-29.493	-71.238	-84.463	-120.236

Educom Totaal

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	28.472	26.944	25.875	25.272
Fonds Ompreepreserve	317	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	2.429	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	-55	-57	-57	-27
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	157	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	31.320	26.887	25.818	25.245
Lasten				
Totaal directe kosten	28.200	24.068	23.105	22.532
Totaal indirecte kosten	3.115	2.819	2.713	2.713
TOTALE LASTEN	31.315	26.887	25.818	25.245
EXPLOITATIERESULTAAT	5	0	0	0

NOS RTV Totaal

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	143.540	137.778	133.887	130.758
Fonds Ompreepreserve	2.795	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	885	1.965	268	1.965
Netto resultaat nevenactiviteiten	4.676	4.199	3.423	4.199
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	151.896	153.250	137.578	136.922
Lasten				
Totaal directe kosten	142.799	153.949	133.799	155.948
Totaal indirecte kosten	7.953	7.669	7.981	7.669
TOTALE LASTEN	150.752	163.618	141.780	163.617
EXPLOITATIERESULTAAT	1.144	-10.368	-4.202	-26.695

Omroepverenigingen en NPS Televisie

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	323.335	300.100	287.434	280.715
Fonds Omroepreserve	4.913	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	4.328	2.046	2.046	2.046
Netto resultaat nevenactiviteiten	11.039	14.162	14.162	14.162
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	400	296	296	296
Overheveling televisie/radio	-5.051	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-3.143	0	0	0
TOTAAL BATEN	335.820	316.604	303.938	297.219
Lasten				
Totaal directe kosten	338.485	327.431	327.431	327.431
Totaal indirecte kosten	20.991	19.631	19.631	19.631
TOTAAL LASTEN	359.477	347.062	347.062	347.062
EXPLOITATIERESULTAAT	-23.656	-30.459	-43.125	-49.844

39f-zendgemachtigden Televisie

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	21.633	20.740	20.312	19.838
Fonds Omroepreserve	150	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	2.954	2.258	2.061	2.061
Netto resultaat nevenactiviteiten	53	38	24	24
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-5	-5	-5	-5
TOTAAL BATEN	24.785	23.031	22.392	21.918
Lasten				
Totaal directe kosten	24.401	21.485	20.876	20.399
Totaal indirecte kosten	1.926	1.546	1.516	1.519
TOTAAL LASTEN	26.327	23.031	22.391	21.917
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.542	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Televisie

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	488.638	457.344	440.349	430.037
Fonds Omroepreserve	7.441	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	10.254	6.269	4.375	6.072
Netto resultaat nevenactiviteiten	14.674	17.418	16.822	17.404
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	580	355	367	367
Overheveling televisie/radio	-5.619	-593	-232	-593
Overheveling naar neventaken	-5.181	-1.738	-1.687	-1.738
TOTAAL BATEN	510.786	488.343	459.993	451.548
Lasten				
Totaal directe kosten	503.780	500.318	477.153	497.813
Totaal indirecte kosten	30.989	28.872	28.997	28.769
TOTAAL LASTEN	534.768	529.189	506.150	526.582
EXPLOITATIERESULTAAT	-23.982	-40.846	-46.156	-75.033

Educom Televisie

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	24.671	23.404	22.401	21.878
Fonds Omroepreserve	248	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	2.087	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	-18	-19	-19	-19
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	180	59	71	71
Overheveling televisie/radio	-130	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-1.274	-988	-968	-968
TOTAAL BATEN	25.764	22.456	21.485	20.962
Lasten				
Totaal directe kosten	23.345	20.268	19.373	18.850
Totaal indirecte kosten	2.347	2.188	2.112	2.112
TOTAAL LASTEN	25.692	22.456	21.485	20.962
EXPLOITATIERESULTAAT	72	0	0	0

NOS RTV Televisie

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	118.999	113.100	110.202	107.606
Fonds Omroepreserve	2.130	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	885	1.965	268	1.965
Netto resultaat nevenactiviteiten	3.600	3.237	2.655	3.237
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-438	-593	-232	-593
Overheveling naar neventaken	-759	-765	-714	-765
TOTAAL BATEN	124.417	126.252	112.179	111.450
Lasten				
Totaal directe kosten	117.548	131.133	109.473	131.133
Totaal indirecte kosten	5.725	5.707	5.738	5.507
TOTAAL LASTEN	123.273	136.640	115.211	136.640
EXPLOITATIERESULTAAT	1.144	-10.388	-3.032	-25.190

Ompreverenigen en NPS Nederland 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	116.945	109.300	104.687	102.240
Fonds Omroepreserve	1.381	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	1.386	560	560	560
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.881	5.651	5.651	5.651
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	1.500	1.896	1.896	1.896
Overheveling televisie/radio	-1.417	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-936	0	0	0
TOTALE BATEN	120.740	117.407	112.794	110.347
Lasten				
Totaal directe kosten	118.871	119.641	119.641	119.641
Totaal indirecte kosten	7.677	7.150	7.150	7.150
TOTALE LASTEN	126.548	126.791	126.791	126.791
EXPLOITATIERESULTAAT	-5.808	-9.384	-13.997	-16.444

39f-zendgemachtigden Nederland 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	21.065	20.435	20.061	19.622
Fonds Omroepreserve	80	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	2.954	2.258	2.061	2.061
Netto resultaat nevenactiviteiten	53	38	24	24
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-5	-5	-5	-5
TOTALE BATEN	24.147	22.726	22.141	21.702
Lasten				
Totaal directe kosten	23.526	21.210	20.655	20.213
Totaal indirecte kosten	1.896	1.516	1.486	1.489
TOTALE LASTEN	25.422	22.726	22.141	21.701
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.275	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Nederland 1

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	157.447	153.277	148.381	145.361
Fonds Omroepreserve	1.461	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	5.608	2.818	2.621	2.621
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.949	5.690	5.690	5.690
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	1.247	1.810	1.866	1.866
Overheveling televisie/radio	-1.458	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-1.253	-357	-345	-345
TOTALE BATEN	165.001	163.252	158.213	155.192
Lasten				
Totaal directe kosten	160.784	162.136	161.687	161.152
Totaal indirecte kosten	11.287	10.500	10.522	10.484
TOTALE LASTEN	172.071	172.636	172.209	171.636
EXPLOITATIERESULTAAT	-7.070	-9.383	-13.997	-16.444

Educom Nederland 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	6.236	9.791	9.748	9.748
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	1.268	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	15	15	15	15
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-253	-86	-30	-30
Overheveling televisie/radio	-41	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-312	-352	-340	-340
TOTALE BATEN	6.913	9.368	9.393	9.393
Lasten				
Totaal directe kosten	6.168	8.486	8.500	8.500
Totaal indirecte kosten	732	882	893	893
TOTALE LASTEN	6.900	9.368	9.393	9.393
EXPLOITATIERESULTAAT	13	0	0	0

NOS RTV Nederland 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	13.201	13.751	13.885	13.751
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	13.201	13.751	13.885	13.751
Lasten				
Totaal directe kosten	12.219	12.799	12.892	12.799
Totaal indirecte kosten	982	952	993	952
TOTALE LASTEN	13.201	13.751	13.885	13.751
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS Nederland 2

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	82.078	75.300	72.122	70.436
Fonds Omroepreserve	1.332	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	2.230	1.330	1.330	1.330
Netto resultaat nevenactiviteiten	4.975	3.975	3.975	3.975
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-1.100	-1.600	-1.600	-1.600
Overheveling televisie/radio	403	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-758	0	0	0
TOTAAL BATEN	89.160	79.005	75.827	74.141
Lasten				
Totaal directe kosten	90.056	85.404	85.404	85.404
Totaal indirecte kosten	6.340	5.676	5.676	5.676
TOTAAL LASTEN	96.396	91.080	91.080	91.080
EXPLOITATIERESULTAAT	-7.237	-12.075	-15.253	-16.939

39f-zendgemachtigden Nederland 2

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	193	0	0	0
Fonds Omroepreserve	46	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTAAL BATEN	239	0	0	0
Lasten				
Totaal directe kosten	239	0	0	0
Totaal indirecte kosten	0	0	0	0
TOTAAL LASTEN	239	0	0	0
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Nederland 2

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	183.732	169.404	163.201	159.046
Fonds Omroepreserve	3.508	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	3.115	3.295	1.598	3.295
Netto resultaat nevenactiviteiten	8.575	7.212	6.630	7.212
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-788	-1.600	-1.600	-1.600
Overheveling televisie/radio	-52	-593	-232	-593
Overheveling naar neventaken	-1.647	-765	-714	-765
TOTAAL BATEN	196.443	186.261	168.883	166.595
Lasten				
Totaal directe kosten	191.779	198.852	177.120	198.852
Totaal indirecte kosten	10.750	9.872	10.048	9.872
TOTAAL LASTEN	202.529	208.724	187.168	208.724
EXPLOITATIERESULTAAT	-6.087	-22.463	-18.285	-42.129

Educom Nederland 2

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	2.607	0	0	0
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	312	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-17	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-130	0	0	0
TOTAAL BATEN	2.772	0	0	0
Lasten				
Totaal directe kosten	2.579	0	0	0
Totaal indirecte kosten	187	0	0	0
TOTAAL LASTEN	2.766	0	0	0
EXPLOITATIERESULTAAT	6	0	0	0

NOS RTV Nederland 2

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	98.854	94.104	91.079	88.610
Fonds Omroepreserve	2.130	9.308	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	885	1.965	268	1.965
Netto resultaat nevenactiviteiten	3,600	3,237	2,655	3,237
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-438	-593	-232	-593
Overheveling naar neventaken	-759	-765	-714	-765
TOTAAL BATEN	104.272	107.256	93.056	92.454
Lasten				
Totaal directe kosten	98.905	113,448	91,716	113,448
Totaal indirecte kosten	4,223	4,196	4,372	4,196
TOTAAL LASTEN	103,128	117,644	96,088	117,644
EXPLOITATIERESULTAAT	1,144	-10,388	-3,032	-25,190

Ompreverenigen en NPS Nederland 3

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	102.649	94.000	90.033	87.928
Fonds Omroepreserve	732	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	306	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	4.183	4.000	4.000	4.000
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-4.037	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-1.449	0	0	0
TOTALE BATEN	102.384	98.000	94.033	91.928
Lasten				
Totaal directe kosten	103.781	98.195	98.195	98.195
Totaal indirecte kosten	6.974	6.805	6.805	6.805
TOTAAL LASTEN	110.754	105.000	105.000	105.000
EXPLOITATIERESULTAAT	-8.371	-7.000	-10.967	-13.072

39f-zendgemachtigden Nederland 3

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	375	305	251	216
Fonds Omroepreserve	24	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	399	305	251	216
Lasten				
Totaal directe kosten	636	275	221	186
Totaal indirecte kosten	30	30	30	30
TOTAAL LASTEN	666	305	251	216
EXPLOITATIERESULTAAT	-267	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Nederland 3

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	113.789	101.262	96.331	93.662
Fonds Omroepreserve	756	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	419	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	4.135	3.951	3.951	3.951
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-57	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-4.044	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-1.502	0	0	0
TOTALE BATEN	113.496	105.213	100.282	97.613
Lasten				
Totaal directe kosten	114.430	104.876	103.903	103.348
Totaal indirecte kosten	7.674	7.337	7.346	7.337
TOTAAL LASTEN	122.103	112.213	111.249	110.685
EXPLOITATIERESULTAAT	-8.608	-7.000	-10.967	-13.072

Educom Nederland 3

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	5.920	3.821	2.906	2.382
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	113	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	-48	-49	-49	-49
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-57	0	0	0
Overheveling televisie/radio	-7	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-53	0	0	0
TOTALE BATEN	5.868	3.772	2.857	2.333
Lasten				
Totaal directe kosten	5.552	3.504	2.589	2.065
Totaal indirecte kosten	286	268	268	268
TOTAAL LASTEN	5.838	3.772	2.857	2.333
EXPLOITATIERESULTAAT	30	0	0	0

NOS RTV Nederland 3

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	4.845	3.136	3.141	3.136
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	4.845	3.136	3.141	3.136
Lasten				
Totaal directe kosten	4.461	2.902	2.898	2.902
Totaal indirecte kosten	384	234	243	234
TOTAAL LASTEN	4.845	3.136	3.141	3.136
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS Z@ppelin

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	21.663	21.500	20.593	20.111
Fonds Omroepreserve	1.468	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	406	156	156	156
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	536	536	536
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	23.537	22.192	21.284	20.803
Lasten				
Totaal directe kosten	25.778	24.192	24.192	24.192
Totaal indirecte kosten	0	0	0	0
TOTAAL LASTEN	25.778	24.192	24.192	24.192
EXPLOITATIERESULTAAT	-2.241	-2.000	-2.907	-3.389

NOS RTV Z@ppelin

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	2.099	2.109	2.097	2.109
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	2.099	2.109	2.097	2.109
Lasten				
Totaal directe kosten	1.963	1.984	1.967	1.984
Totaal indirecte kosten	136	125	130	125
TOTAAL LASTEN	2.099	2.109	2.097	2.109
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Z@ppelin

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	33.670	33.401	32.437	31.968
Fonds Omroepreserve	1.716	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	1.112	156	156	156
Netto resultaat nevenactiviteiten	15	551	551	551
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	178	145	101	101
Overheveling televisie/radio	-65	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-779	-636	-628	-628
TOTALE BATEN	35.847	33.617	32.616	32.148
Lasten				
Totaal directe kosten	36.787	34.454	34.443	34.461
Totaal indirecte kosten	1.278	1.163	1.081	1.076
TOTAAL LASTEN	38.065	35.617	35.524	35.537
EXPLOITATIERESULTAAT	-2.218	-2.000	-2.907	-3.389

Educom Z@ppelin

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	9.908	9.792	9.747	9.748
Fonds Omroepreserve	248	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	706	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	15	15	15	15
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	178	145	101	101
Overheveling televisie/radio	-65	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-779	-636	-628	-628
TOTALE BATEN	10.211	9.316	9.235	9.236
Lasten				
Totaal directe kosten	9.046	8.278	8.284	8.285
Totaal indirecte kosten	1.142	1.038	951	951
TOTAAL LASTEN	10.188	9.316	9.235	9.236
EXPLOITATIERESULTAAT	23	0	0	0

Ompreverenigen en NPS Radio

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	55.581	57.100	54.683	53.404
Fonds Omroepreserve	455	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	1.116	1.615	1.615	1.615
Netto resultaat nevenactiviteiten	2.189	171	171	171
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	422	65	65	65
Overheveling televisie/radio	5.051	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-51	0	0	0
TOTALE BATEN	64.763	58.951	56.534	55.255
Lasten				
Totaal directe kosten	62.150	63.926	63.926	63.926
Totaal indirecte kosten	6.626	6.432	6.432	6.432
TOTAAL LASTEN	68.776	70.358	70.358	70.358
EXPLOITATIERESULTAAT	-4.013	-11.407	-13.824	-15.103

39f-zendgemachtigden Radio

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	6.034	5.708	5.769	5.634
Fonds Omroepreserve	35	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	185	50	50	50
Netto resultaat nevenactiviteiten	7	3	3	3
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	2	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	6.263	5.761	5.822	5.687
Lasten				
Totaal directe kosten	5.563	5.251	5.302	5.167
Totaal indirecte kosten	570	510	520	520
TOTAAL LASTEN	6.133	5.761	5.822	5.687
EXPLOITATIERESULTAAT	131	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Radio

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	85.646	86.831	83.486	81.554
Fonds Omroepreserve	1.394	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	1.361	1.665	1.665	1.665
Netto resultaat nevenactiviteiten	3.222	1.087	897	1.117
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	401	6	-6	-6
Overheveling televisie/radio	5.620	593	232	593
Overheveling naar neventaken	-76	-25	-25	-25
TOTALE BATEN	97.568	90.157	86.249	84.898
Lasten				
Totaal directe kosten	91.512	92.136	91.647	91.979
Totaal indirecte kosten	9.777	9.428	9.493	9.415
TOTAAL LASTEN	101.289	101.564	101.140	101.394
EXPLOITATIERESULTAAT	-3.720	-11.407	-14.891	-16.496

Educom Radio

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	3.090	2.854	2.806	2.741
Fonds Omroepreserve	69	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	60	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	-37	-38	-38	-8
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-23	-59	-71	-71
Overheveling televisie/radio	130	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-25	-25	-25	-25
TOTALE BATEN	3.264	2.732	2.672	2.637
Lasten				
Totaal directe kosten	2.797	2.284	2.247	2.212
Totaal indirecte kosten	476	448	425	425
TOTAAL LASTEN	3.273	2.732	2.672	2.637
EXPLOITATIERESULTAAT	-9	0	0	0

NOS RTV Radio

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	20.941	21.169	20.228	19.775
Fonds Omroepreserve	665	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.063	951	761	951
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	438	593	232	593
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	23.107	22.713	21.221	21.319
Lasten				
Totaal directe kosten	21.002	20.675	20.172	20.674
Totaal indirecte kosten	2.105	2.038	2.116	2.038
TOTAAL LASTEN	23.107	22.713	22.288	22.712
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	-1.067	-1.393

Omroepverenigingen en NPS Radio 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	16.415	15.970	15.294	14.936
Fonds Omroepreserve	69	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	58	133	133	133
Netto resultaat nevenactiviteiten	327	65	65	65
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	196	181	181	181
Overheveling televisie/radio	1.313	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-20	0	0	0
TOTAAL BATEN	18.358	16.349	15.673	15.315
Lasten				
Totaal directe kosten	17.252	17.695	17.695	17.695
Totaal indirecte kosten	2.061	1.814	1.814	1.814
TOTAAL LASTEN	19.313	19.509	19.509	19.509
EXPLOITATIERESULTAAT	-955	-3.160	-3.836	-4.194

39f-zendgemachtigden Radio 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	409	411	435	439
Fonds Omroepreserve	35	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	120	50	50	50
Netto resultaat nevenactiviteiten	2	2	2	2
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTAAL BATEN	567	463	487	491
Lasten				
Totaal directe kosten	549	447	472	476
Totaal indirecte kosten	15	16	15	15
TOTAAL LASTEN	564	463	487	491
EXPLOITATIERESULTAAT	3	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Radio 1

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	35.268	34.661	33.048	32.261
Fonds Omroepreserve	451	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	178	183	183	183
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.392	1.018	828	1.018
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	196	181	181	181
Overheveling televisie/radio	1.751	593	232	593
Overheveling naar neventaken	-20	0	0	0
TOTAAL BATEN	39.217	36.636	34.472	34.236
Lasten				
Totaal directe kosten	36.486	36.439	35.961	36.467
Totaal indirecte kosten	3.683	3.357	3.414	3.356
TOTAAL LASTEN	40.169	39.796	39.375	39.823
EXPLOITATIERESULTAAT	-952	3.160	-4.903	-5.587

Educom Radio 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	152	152	152	152
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTAAL BATEN	152	152	152	152
Lasten				
Totaal directe kosten	141	141	141	141
Totaal indirecte kosten	11	11	11	11
TOTAAL LASTEN	152	152	152	152
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

NOS RTV Radio 1

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	18.292	18.128	17.167	16.734
Fonds Omroepreserve	347	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.063	951	761	951
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	438	593	232	593
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTAAL BATEN	20.140	19.672	18.160	18.278
Lasten				
Totaal directe kosten	18.544	18.156	17.653	18.155
Totaal indirecte kosten	1.596	1.516	1.574	1.516
TOTAAL LASTEN	20.140	19.672	19.227	19.671
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	-1.067	-1.393

Omroepverenigingen en NPS Radio 2

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	10.779	10.763	10.307	10.067
Fonds Omroepreserve	155	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	19	231	231	231
Netto resultaat nevenactiviteiten	358	56	56	56
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-82	-115	-115	-115
Overheveling televisie/radio	474	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-7	0	0	0
TOTALE BATEN	11.696	10.935	10.479	10.239
Lasten				
Totaal directe kosten	11.621	11.784	11.784	11.784
Totaal indirecte kosten	1.133	1.208	1.208	1.208
TOTALE LASTEN	12.754	12.992	12.992	12.992
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.058	-2.057	-2.513	-2.753

PUBLIEKE OMROEP Radio 2

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	11.562	11.513	11.063	10.817
Fonds Omroepreserve	155	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	19	231	231	231
Netto resultaat nevenactiviteiten	358	56	56	56
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-82	-115	-115	-115
Overheveling televisie/radio	474	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-7	0	0	0
TOTALE BATEN	12.479	11.685	11.235	10.989
Lasten				
Totaal directe kosten	12.254	12.388	12.388	12.388
Totaal indirecte kosten	1.283	1.354	1.360	1.354
TOTALE LASTEN	13.537	13.742	13.748	13.742
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.058	-2.057	-2.513	-2.753

NOS RTV Radio 2

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	783	750	756	750
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	783	750	756	750
Lasten				
Totaal directe kosten	633	604	604	604
Totaal indirecte kosten	150	146	152	146
TOTALE LASTEN	783	750	756	750
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS 3FM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	7.172	8.152	7.807	7.624
Fonds Omroepreserve	68	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	5	22	22	22
Netto resultaat nevenactiviteiten	75	10	10	10
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	41	21	21	21
Overheveling televisie/radio	416	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-24	0	0	0
TOTALE BATEN	7.753	8.205	7.860	7.677
Lasten				
Totaal directe kosten	8.351	8.880	8.880	8.880
Totaal indirecte kosten	833	911	911	911
TOTALE LASTEN	9.184	9.791	9.791	9.791
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.431	-1.586	-1.931	-2.114

PUBLIEKE OMROEP 3FM

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	8.143	9.369	9.030	8.841
Fonds Omroepreserve	386	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	5	22	22	22
Netto resultaat nevenactiviteiten	75	10	10	10
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	41	21	21	21
Overheveling televisie/radio	416	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-24	0	0	0
TOTALE BATEN	9.042	9.422	9.083	8.894
Lasten				
Totaal directe kosten	9.450	9.930	9.930	9.930
Totaal indirecte kosten	1.023	1.078	1.084	1.078
TOTALE LASTEN	10.473	11.008	11.014	11.008
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.431	-1.586	-1.931	-2.114

NOS RTV 3FM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	971	1.217	1.223	1.217
Fonds Omroepreserve	318	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	1.289	1.217	1.223	1.217
Lasten				
Totaal directe kosten	1.099	1.050	1.050	1.050
Totaal indirecte kosten	190	167	173	167
TOTALE LASTEN	1.289	1.217	1.223	1.217
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS Radio 4

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	12.387	12.001	11.493	11.224
Fonds Omroepreserve	103	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	834	1.125	1.125	1.125
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.282	24	24	24
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	248	98	98	98
Overheveling televisie/radio	1.518	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	16.372	13.248	12.740	12.471
Lasten				
Totaal directe kosten	14.387	13.151	13.151	13.151
Totaal indirecte kosten	1.421	1.349	1.349	1.349
TOTALE LASTEN	15.808	14.500	14.500	14.500
EXPLOITATIERESULTAAT	564	-1.252	-1.760	-2.029

PUBLIEKE OMROEP Radio 4

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	12.647	12.342	11.836	11.565
Fonds Omroepreserve	103	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	834	1.125	1.125	1.125
Netto resultaat nevenactiviteiten	1.282	24	24	24
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	248	98	98	98
Overheveling televisie/radio	1.518	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	16.632	13.589	13.083	12.812
Lasten				
Totaal directe kosten	14.598	13.426	13.425	13.426
Totaal indirecte kosten	1.470	1.415	1.418	1.415
TOTALE LASTEN	16.068	14.841	14.843	14.841
EXPLOITATIERESULTAAT	564	-1.252	-1.760	-2.029

NOS RTV Radio 4

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	260	341	343	341
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	260	341	343	341
Lasten				
Totaal directe kosten	211	275	274	275
Totaal indirecte kosten	49	66	69	66
TOTALE LASTEN	260	341	343	341
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS 747AM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	8.395	9.014	8.633	8.431
Fonds Omroepreserve	60	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	200	104	104	104
Netto resultaat nevenactiviteiten	147	16	16	16
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	19	-120	-120	-120
Overheveling televisie/radio	1.212	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	10.033	9.014	8.633	8.431
Lasten				
Totaal directe kosten	9.188	11.216	11.216	11.216
Totaal indirecte kosten	1.178	1.150	1.150	1.150
TOTALE LASTEN	10.366	12.366	12.366	12.366
EXPLOITATIERESULTAAT	-333	-3.352	-3.733	-3.935

39f-zendgemachtigden 747AM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	5.625	5.297	5.334	5.195
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	65	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	5	1	1	1
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	2	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	5.697	5.298	5.335	5.196
Lasten				
Totaal directe kosten	5.014	4.804	4.830	4.691
Totaal indirecte kosten	555	494	505	505
TOTALE LASTEN	5.569	5.298	5.335	5.196
EXPLOITATIERESULTAAT	128	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP 747AM

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	17.593	17.746	17.360	16.948
Fonds Omroepreserve	129	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	325	104	104	104
Netto resultaat nevenactiviteiten	115	-21	-21	9
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-2	-179	-191	-191
Overheveling televisie/radio	1.342	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-25	-25	-25	-25
TOTALE BATEN	19.477	17.625	17.227	16.845
Lasten				
Totaal directe kosten	17.373	18.753	18.743	18.568
Totaal indirecte kosten	2.318	2.224	2.217	2.212
TOTALE LASTEN	19.691	20.977	20.960	20.780
EXPLOITATIERESULTAAT	-214	-3.352	-3.733	-3.935

Educom 747AM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	2.938	2.702	2.654	2.589
Fonds Omroepreserve	69	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	60	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	-37	-38	-38	-8
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-23	-59	-71	-71
Overheveling televisie/radio	130	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-25	-25	-25	-25
TOTALE BATEN	3.112	2.580	2.520	2.485
Lasten				
Totaal directe kosten	2.656	2.143	2.106	2.071
Totaal indirecte kosten	465	437	414	414
TOTALE LASTEN	3.121	2.580	2.520	2.485
EXPLOITATIERESULTAAT	-9	0	0	0

NOS RTV 747AM

Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	635	733	739	733
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	635	733	739	733
Lasten				
Totaal directe kosten	515	590	591	590
Totaal indirecte kosten	120	143	148	143
TOTALE LASTEN	635	733	739	733
EXPLOITATIERESULTAAT	0	0	0	0

Omroepverenigingen en NPS Urban
Functionele indeling x 1.000,-

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	433	1.200	1.149	1.122
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	119	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	552	1.200	1.149	1.122
Lasten				
Totaal directe kosten	1.351	1.200	1.200	1.200
Totaal indirecte kosten	0	0	0	0
TOTALE LASTEN	1.351	1.200	1.200	1.200
EXPLOITATIERESULTAAT	-799	0	-51	-78

PUBLIEKE OMROEP Urban
Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	433	1.200	1.149	1.122
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	119	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	552	1.200	1.149	1.122
Lasten				
Totaal directe kosten	1.351	1.200	1.200	1.200
Totaal indirecte kosten	0	0	0	0
TOTALE LASTEN	1.351	1.200	1.200	1.200
EXPLOITATIERESULTAAT	-799	0	-51	-78

Omoepverenigingen en NPS Internet

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	9.597	12.408	12.099	11.817
Fonds Omoepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	30	30	30
Netto resultaat nevenactiviteiten	2.079	100	100	100
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	159	743	743	743
Overheveling televisie/radio	3.194	0	0	0
Overheveling naar neventaken	3.194	0	0	0
TOTAAL BATEN	15.029	13.281	12.972	12.690
Lasten				
Totaal directe kosten	14.984	15.984	16.984	17.984
Totaal indirecte kosten	1.396	1.301	1.301	1.301
TOTAAL LASTEN	16.380	17.285	18.285	19.285
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.351	-4.004	-5.313	-6.595

39f-zendgemachtigden Internet

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	708	696	691	675
Fonds Omoepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	2	2	2	2
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	5	5	5	5
TOTAAL BATEN	715	703	698	682
Lasten				
Totaal directe kosten	1.015	628	619	603
Totaal indirecte kosten	82	76	79	79
TOTAAL LASTEN	1.096	703	698	682
EXPLOITATIERESULTAAT	-381	0	0	0

PUBLIEKE OMROEP Internet

Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD en PO Bestuur)

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	14.616	17.299	16.915	16.522
Fonds Omoepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	282	30	30	30
Netto resultaat nevenactiviteiten	2.094	113	109	113
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	159	743	743	743
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	5.257	1.783	1.712	1.763
TOTAAL BATEN	22.408	19.968	19.509	19.171
Lasten				
Totaal directe kosten	22.306	22.269	23.242	24.198
Totaal indirecte kosten	1.893	1.684	1.683	1.680
TOTAAL LASTEN	24.198	23.952	24.925	25.878
EXPLOITATIERESULTAAT	-1.790	-3.984	-5.416	-6.707

Educom Internet

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	711	686	668	653
Fonds Omoepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	282	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	1.299	1.013	993	993
TOTAAL BATEN	2.292	1.699	1.661	1.646
Lasten				
Totaal directe kosten	2.058	1.516	1.485	1.470
Totaal indirecte kosten	292	183	176	176
TOTAAL LASTEN	2.350	1.699	1.661	1.646
EXPLOITATIERESULTAAT	-58	0	0	0

NOS RTV Internet

Functionele indeling x 1.000,-

Baten	2005	2006	2007	2008
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	3.600	3.509	3.457	3.377
Fonds Omoepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	13	11	7	11
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	759	765	714	765
TOTAAL BATEN	4.372	4.285	4.178	4.153
Lasten				
Totaal directe kosten	4.249	4.141	4.154	4.141
Totaal indirecte kosten	123	124	127	124
TOTAAL LASTEN	4.372	4.265	4.281	4.265
EXPLOITATIERESULTAAT	0	20	-103	-112

PUBLIEKE OMROEP Nieuwe Media
Functionele indeling x 1.000,- (Exclusief RVD)

	2005	2006	2007	2008
Baten				
Bijdragen ex art.101 Mw e.v.	0	0	0	0
Fonds Omroepreserve	0	0	0	0
Bijdrage Raad van Bestuur PO	0	0	0	0
Programmagebonden eigen bijdragen	0	0	0	0
Netto resultaat nevenactiviteiten	0	0	0	0
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	0	0	0	0
Overheveling televisie/radio	0	0	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0	0	0
TOTALE BATEN	0	0	0	0
Lasten				
Totaal directe kosten	0	15.000	18.000	22.000
Totaal indirecte kosten	0	0	0	0
TOTALE LASTEN	0	15.000	18.000	22.000
EXPLOITATIERESULTAAT	0	-15.000	-18.000	-22.000

FINANCIEEL JAARVERSLAG 2004

Onder verantwoordelijkheid van Publieke Omroep wordt ieder jaar het Financieel Jaarverslag Landelijke Publieke Omroep samengesteld. Dit jaarverslag ontstaat door het samenvoegen van de (financiële) jaarverslagen van alle individuele publieke omroepen. De omroepen waarvan de financiële gegevens worden samengevoegd zijn: NOS RTV, AVRO, KRO, NCRV, TROS, EO, BNN, VARA, VPRO, NPS, RVU, TELEAC/NOT, IKON-ZVK, RKK, Humanistische Omroep, Nederlandse Moslim Omroep, Omroep Hindoe Media, Boeddhistische Omroep Stichting, NIKMedia en Publieke Omroep (NOS Raad van Bestuur).

Het Financieel Jaarverslag wordt opgesteld om meer inzicht te geven in de bestedingen van de Publieke Omroep als geheel. Waar het inzicht of het Handboek Financiële Verantwoording dit vereist, heeft Publieke Omroep (Bestuur) een paar correcties aangebracht. Het betreft hier dermate kleine correcties dat deze niet nader worden toegelicht. Daar waar een herzien verantwoordingsbeleid is toegepast, zijn voor vergelijkingsdoeleinden de vergelijkende cijfers 2003 aangepast. Deze aanpassingen worden in het vervolg van dit verslag bij de desbetreffende posten toegelicht.

In dit Financieel Jaarverslag is het exploitatie-overzicht volgens de functionele indeling opgenomen. Deze overzichten geven met name inzicht in baten en lasten verband houdende met radio, televisie en neventaken en de netto opbrengsten verband houdende met neven- en verenigingsactiviteiten.

Zoals uit het exploitatie-overzicht op de volgende pagina blijkt bedraagt het exploitatieresultaat 2004 van de totale landelijke Publieke Omroep ruim € 11,1 mln. Dit resultaat wordt met name veroorzaakt door een positief resultaat bij Publieke Omroep ad € 14,0 mln. Dit resultaat is in hoofdzaak ontstaan door een dividenduitkering ad € 9,2 mln uit haar deelneming Nozema en door onderbesteding van het budget als gevolg van vertraging in de uitvoering van het Digitale Platform. Het resultaat van de omroepen is € 2,9 mln negatief.

GRONDSLAGEN EXPLOITATIE-OVERZICHTEN

Als basis voor de exploitatie-overzichten hebben de volgende gegevens van de omroepen gediend:

- De jaarverslagen 2004.
- De additionele informatie ten behoeve van het Commissariaat voor de Media.
- Aanvullende informatie.

De gegevens in de jaarverslagen van de omroepen alsmede de samengevoegde exploitatie-overzichten dienen onder andere te voldoen aan de algemeen aanvaarde grondslagen voor financiële verslaggeving en tevens aan de eisen zoals gesteld in het Handboek Financiële Verantwoording Media. Hierbij dient te worden opgemerkt dat in het gespecificeerde exploitatie-overzicht volgens de functionele indeling de exploitatie van Publieke Omroep afzonderlijk is weergegeven.

De baten en lasten worden verantwoord in het jaar waarop zij betrekking hebben. Concreet betekent dit dat baten en lasten van programma's worden verantwoord in het jaar van uitzending.

Exploitatie-overzicht Totaal

x € 1.000,-

	2004	2003
Baten		
Vergoeding door RvB NOS		
Bijdragen ex art.101 Mw e.v., excl. versterking progr.	606.684	635.149
Versterking van de programmering	37.718	39.346
Bijdragen uit Fonds Omroepreserve	33.185	20.365
Bijdrage nieuwe media	22.054	24.684
Overige (wettelijke) bijdragen	17.179	227
Totaal vergoeding	716.820	719.772
Eigen bijdragen programma's		
Programmagebonden		
Bijdragen CoBO-fonds	1.889	2.015
Sponsorbijdragen	1.768	1.469
Overige bijdragen	14.957	15.433
Niet-programmagebonden		
Nevenactiviteiten		
Netto opbrengst nevenactiviteiten	3.742	3.567
Netto opbrengst uit vermogen	16.394	11.703
Netto opbrengst programmabladen	16.394	16.200
Overige netto-opbrengsten	17.995	16.834
Verenigingsactiviteiten		
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-332	876
Totaal eigen bijdragen	72.807	68.098
Overige baten programma's (Stifo/Filmfonds CoBO)	13.139	10.339
Overheveling radio/televisie	0	0
Overheveling naar neventaken	0	0
TOTALE BATEN	802.766	798.209
Lasten		
Directe kosten die aan individuele programma's kunnen worden toegerekend		
Personele kosten:		
- eigen medewerkers	140.102	144.775
- overige medewerkers	55.443	53.588
Facilitaire kosten	122.241	115.048
Overige programmakosten	262.491	222.172
Totaal	580.277	535.582
Directe kosten die niet aan individuele programma's kunnen worden toegerekend		
Personele kosten:		
- eigen medewerkers	36.763	37.881
- overige medewerkers	2.046	2.688
Facilitaire kosten	5.563	6.388
Overige programmakosten	87.116	75.443
Totaal	131.488	122.400
Totaal directe kosten	711.765	657.981
BRUTO RESULTAAT	91.001	140.227
Algemene beheerkosten (indirecte kosten)		
Personele kosten:		
- eigen medewerkers	43.858	42.691
- overige medewerkers	3.353	3.786
Overige algemene kosten	32.687	48.498
Totaal indirecte kosten	79.898	94.975
TOTALE LASTEN	791.663	752.956
NETTO RESULTAAT UIT GEWONE BEDRIJFSVOERING	11.103	45.253
Buitengewone baten	0	0
Buitengewone lasten	0	0
EXPLOITATIERESULTAAT	11.103	45.253
Anwezige bezetting in fte ultimo boekjaar	3.516	3.674
* exclusief RVD		

FINANCIËEL JAARVERSLAG

Specificatie Exploitatie-overzicht Totaal

x € 1.000,-

	2004				
Baten	Radio	Televisie	Internet	PO Bestuur	Totaal
Vergoeding door RvB NOS					
Bijdr. ex art.101 Mw e.v., excl. versterk. progr.	79.591	456.625	0	70.468	606.684
Versterking van de programmering	5.442	32.276	0	0	37.718
Bijdragen uit Fonds Omroepreserve	992	26.585	0	5.608	33.185
Bijdrage nieuwe media	0	0	14.570	7.484	22.054
Overige (wettelijke) bijdragen	0	17.044	0	135	17.179
Totaal vergoeding	86.025	532.530	14.570	83.695	716.820
Eigen bijdragen programma's					
Programmagebonden					
Bijdragen CoBO-fonds	0	1.889	0	0	1.889
Sponsorbijdragen	0	1.768	0	0	1.768
Overige bijdragen	1.651	13.365	116	-175	14.957
Niet-programmagebonden					
Nevenactiviteiten					
Netto opbrengst nevenactiviteiten	478	3.234	30	0	3.742
Netto opbrengst uit vermogen	967	3.563	766	11.098	16.394
Netto opbrengst programmabladen	3.876	11.586	932	0	16.394
Overige netto-opbrengsten	1.042	5.694	18	11.241	17.995
Verenigingsactiviteiten					
Netto resultaat verenigingsactiviteiten	-1.117	937	-152	0	-332
Totaal eigen bijdragen	6.897	42.036	1.710	22.164	72.807
Overige baten programma's	1.408	11.731	0	0	13.139
Overheveling radio/televisie	6.365	-6.365	0	0	0
Overheveling naar neventaken	-52	-4.348	4.400	0	0
TOTALE BATEN	100.643	575.584	20.680	105.859	802.766
Lasten					
Directe kosten die aan individuele programma's kunnen worden toegerekend					
Personele kosten:					
- eigen medewerkers	39.155	90.888	10.059	0	140.102
- overige medewerkers	12.550	42.171	722	0	55.443
Facilitaire kosten	8.962	111.634	1.645	0	122.241
Overige programmakosten	12.293	246.027	4.171	0	262.491
Totaal	72.960	490.720	16.597	0	580.277
Directe kosten die niet aan individuele programma's kunnen worden toegerekend					
Personele kosten:					
- eigen medewerkers	7.381	26.438	2.944	0	36.763
- overige medewerkers	415	1.156	475	0	2.046
Facilitaire kosten	1.023	4.046	494	0	5.563
Overige programmakosten	9.145	24.431	2.136	51.404	87.116
Totaal	17.964	56.071	6.049	51.404	131.488
Totaal directe kosten	90.924	546.791	22.646	51.404	711.765
BRUTO RESULTAAT	9.719	28.793	-1.966	54.455	91.001
Algemene beheerkosten (indirecte kosten)					
Personele kosten:					
- eigen medewerkers	4.850	18.470	951	19.587	43.858
- overige medewerkers	381	1.766	129	1.077	3.353
Overige algemene kosten	3.579	8.517	778	19.813	32.687
Totaal indirecte kosten	8.810	28.753	1.858	40.477	79.898
TOTALE LASTEN	99.734	575.544	24.504	91.881	791.663
NETTO RESULTAAT UIT GEWONE BEDRIJFSVOERING					
Buitengewone baten	0	0	0	0	0
Buitengewone lasten	0	0	0	0	0
EXPLOITATIERESULTAAT	909	40	-3.824	13.978	11.103
Aanw. bezetting in fte ult. boekjr direct	789	1.836	243	0	2.868
Aanw. bezetting in fte ult. boekjr indirect	78	242	19	309	648
Uitzenduren (werkelijk) 00-24 uur	39.652	16.077	0	0	55.729

2003				
Radio	Televisie	Internet	PO Bestuur	Totaal
82.700	475.190	0	77.259	635.149
5.784	33.563	0	0	39.346
1.620	11.773	0	6.972	20.365
0	0	16.570	8.114	24.684
0	227	0	0	227
90.104	520.753	16.570	92.345	719.772
-113	2.128	0	0	2.015
0	1.469	0	0	1.469
1.652	12.168	1.402	211	15.433
394	2.711	462	0	3.567
2.475	5.924	973	2.332	11.704
5.323	9.941	936	0	16.200
981	5.036	20	10.797	16.834
-246	938	184	0	876
10.466	40.315	3.977	13.340	68.098
1.057	9.134	148	0	10.339
6.735	-6.735	0	0	0
-44	-3.898	3.942	0	0
108.318	559.569	24.637	105.685	798.209
40.808	93.329	10.638	0	144.775
13.016	39.590	982	0	53.588
10.297	103.550	1.201	0	115.048
14.297	202.712	5.163	0	222.172
78.418	439.180	17.984	0	535.582
8.133	25.748	4.000	0	37.881
692	1.645	351	0	2.688
1.236	4.523	629	0	6.388
8.527	21.673	2.647	42.596	75.443
18.588	53.589	7.627	42.596	122.400
97.006	492.768	25.611	42.596	657.981
11.312	66.801	-974	63.089	140.227
4.644	17.650	1.028	19.369	42.691
551	1.726	58	1.451	3.786
5.374	14.397	989	27.738	48.498
10.569	33.773	2.075	48.558	94.975
107.575	526.541	27.686	91.154	752.956
743	33.028	-3.049	14.531	45.253
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
743	33.028	-3.049	14.531	45.253
910	2.162	270	0	3.342
0	0	0	332	332
38.663	18.587	0	0	57.250

TOELICHTING OP HET EXPLOITATIE-OVERZICHT VOLGENS DE FUNCTIONELE INDELING

BATEN

De baten voor de Publieke Omroep bestaan uit ontvangen omroepmiddelen (inclusief de bijdrage nieuwe media), eigen bijdragen en overige baten van de omroepen.

Ontvangen omroepmiddelen (vergoedingen door RvB NOS)

Voor 2004 is door het Ministerie van OCW een budget ad € 672,2 mln beschikbaar gesteld ten behoeve van de Landelijke Publieke Omroep. Als gevolg van onderstaande mutaties bedraagt het reguliere budget 2004 voor de Publieke Omroep (exclusief de Rijksvoorlichtingsdienst) uiteindelijk € 671,2 mln.

Bedragen x € 1.000,-

Budget OCenW	672.177
Bij: correctie programmaversterking 2003	173
Af: budget Rijksvoorlichtingsdienst	-1.159
Regulier budget 2004 publieke omroep	671.191

Het regulier budget 2004 voor de Publieke Omroep ad € 671,2 mln is als volgt onderverdeeld:

Bedragen x € 1.000,-

Basisbudget (bijdrage ex art. 101 Mw e.v.)	606.684
Versterking van de programmering *	42.453
Bijdrage nieuwe media	22.054
Regulier budget 2004 publieke omroep	671.191

* Inclusief € 4.733 programmaversterking benoemd als Karel V (verantwoord onder overige wettelijke bijdragen)

Aan het *Fonds Omroepreserve* (FOR) is in 2004 € 45,5 mln onttrokken. Dit bedrag is beschikbaar naast het reguliere budget en is onder andere ingezet ter versterking van de programmering op televisie en radio. Hierna is een specificatie opgenomen van de onttrekkingen uit het FOR in 2004. Een uitgebreide rapportage over de FOR-onttrekkingen wordt jaarlijks separaat aan OCW beschikbaar gesteld.

Bedragen x € miljoen

Onttrekkingen:	
- Programmabudget TV (incl. netstyling & sport)	26,7
- Programmabudget Radio	1,1
- Film	0,9
- Verantwoordingsbeleid	0,2
- Promotie (netprofielen) TV	0,3
- Radiopromotie	1,4
- Satelliet r/tv	2,6
Subtotaal	33,2
- Karel V*	12,3
Totaal	45,5

* Karel V verantwoord onder overige (wettelijke) bijdragen

Onder de overige (wettelijke) bijdragen zijn verantwoord de bijdragen uit de programmaversterking en FOR betiteld als Karel V.

Eigen bijdragen programma's

De eigen bijdragen programma's ad € 72,8 mln zijn onder te verdelen in:

- *Programmagebonden bijdragen* zoals bijdragen uit het CoBo-fonds en van sponsors.
Programmagebonden bijdragen kunnen jaarlijks fluctueren. De sponsorbijdragen in 2004 zijn geheel gegenereerd door NOS RTV.
De overige bijdragen betreffen onder andere opbrengsten uit kaartverkoop en overige programma-opbrengsten (waaronder bijdragen van ideële organisaties).
- *Niet-programmagebonden bijdragen* zoals netto opbrengst uit programmabladen, netto opbrengst uit vermogen en netto resultaat uit verenigingsactiviteiten.
De netto opbrengst uit vermogen is voornamelijk gestegen als gevolg van de door Publieke Omroep ontvangen dividenduitkering ad € 9,2 mln van de deelneming Nozema. De opbrengst uit verenigingsactiviteiten is gedaald als gevolg van minder ontvangen giften en legaten, een daling van het aantal leden en een dotatie aan de voorziening dubieuze debiteuren.

In de vergelijkende cijfers heeft een aanpassing plaatsgevonden. Er is een bedrag ad € 0,5 mln verschoven van de nevenactiviteiten naar de overige programmagebonden bijdragen. Het betreft hier de opbrengst uit de verkoop van recettes en kaartverkoop van de Matinee.

Overige baten programma's

De overige baten zijn gestegen van € 10,3 mln in 2003 naar € 13,1 mln in 2004 (gelijk aan het niveau 2002) en betreffen met name bijdragen uit het Stimuleringsfonds voor culturele omroepproducties (Stifo).

FINANCIËEL JAARVERSLAG

Overheveling radio/televisie/neventaken

Publieke omroepen mogen jaarlijks - na goedkeuring door de Raad van Bestuur van Publieke Omroep - maximaal 10% van hun reguliere budget voor televisie respectievelijk radio overhevelen naar radio respectievelijk televisie. In 2004 is een bedrag ad € 6,4 mln (zijnde circa 1,1% van het reguliere budget televisie) overgeheveld van televisie naar radio.

Internetactiviteiten en themakanalen worden op basis van de Mediawet beschouwd als een neventaak van een omroep. Het is omroepen toegestaan een deel van het budget van radio en/of televisie over te hevelen naar de neventaken. In 2004 is een bedrag ad € 4,4 mln overgeheveld van radio en televisie naar internet.

LASTEN**Directe kosten**

In 2004 is van de totale directe kosten ad € 711,8 mln een bedrag ad € 660,4 mln besteed aan de programmering op radio en televisie alsmede aan neventaken. De onderverdeling van deze besteding is als volgt:

Bedragen x € 1.000,-

Radio	90.924
Televisie	546.792
Internet	22.646
Totaal	660.362

Het restant (€ 51,4 mln) van de directe kosten betreft de directe kosten bij Publieke Omroep. Deze directe kosten hebben met name betrekking op de kosten van de rechten en distributie.

De totale directe kosten zijn onderverdeeld in:

- kosten die direct zijn toe te rekenen aan individuele programma's. In 2004 bedroegen deze kosten circa 81,5% van de totale directe kosten.
- kosten die wel direct met programma's te maken hebben, maar die niet aan een individueel programma zijn toe te rekenen. In 2004 bedroegen deze kosten circa 18,5% van de totale directe kosten.

De stijging van de directe kosten bij televisie in 2004 komt met name doordat in 2004 twee super-evenementen - EK-voetbal en de Olympische zomerspelen - zijn uitgezonden door de Publieke Omroep. Daarnaast hangen de kosten van televisie nauw samen met de programmamix waardoor de kosten fluctueren. Bovendien hebben de omroepen in 2004 extra programmatische inspanningen verricht waardoor de kosten hoger zijn dan in 2003. Zo heeft een verschuiving plaatsgevonden binnen het aantal uitgezonden uren drama. Zo is in 2004 circa 750 uur meer Nederlands drama uitgezonden terwijl deze uren in 2003 nog ingevuld werden met relatief goedkoop buitenlands drama.

De directe kosten bij radio zijn als gevolg van de bezuinigingen op dit platform aanzienlijk gedaald van € 97,0 mln in 2003 naar € 90,9 mln in 2004. Een groot deel van deze kostendaling wordt veroorzaakt doordat een omroep is gestopt met uitzending op 747 AM. De programma's die deze omroep voorheen uitzond zijn vervangen door goedkopere programma's van andere omroepen.

De directe kosten bij internet zijn met € 3,0 mln gedaald naar € 22,6 mln in 2004. Dit is een direct gevolg van de bezuinigingen omdat het beschikbare budget voor de omroepen met € 2,0 mln is verlaagd. Bovendien zijn er aanzienlijk minder eigen bijdragen ingezet op het platform internet.

De ten opzichte van 2003 hogere directe kosten bij Publieke Omroep zijn te verklaren doordat in de cijfers 2003 incidentele positieve resultaten (totaal circa € 15 mln) uit contractonderhandelingen (distributie via Nozema en rechten via SENA) met de kosten zijn gesaldeerd waardoor deze incidenteel lager waren.

De vergelijkende cijfers 2003 zijn aangepast omdat NOS RTV een stelselwijziging heeft toegepast. Vooruitlopend op de aanpassingen in het Handboek Financiële Verantwoording is de voorziening Superevenementen die NOS RTV had opgebouwd gewijzigd in een bestemmingsreserve. De in 2003 verantwoorde dotatie aan deze voorziening ad € 5,3 mln is ten gunste van het exploitatieresultaat 2003 gecorrigeerd.

Indirecte kosten

De totale indirecte kosten zijn ten opzichte van 2003 aanzienlijk gedaald als gevolg van de bezuinigingen die de omroepen en Publieke Omroep hebben doorgevoerd. Exclusief Publieke Omroep zijn de indirecte kosten gedaald van € 46,4 mln in 2003 naar € 39,4 mln in 2004. Dit is een daling van 18%.

Ook de indirecte kosten bij Publieke Omroep zijn ten opzichte van 2003 lager als gevolg van de uitgevoerde bezuinigingsmaatregelen. De indirecte kosten zijn bij Publieke Omroep € 8,1 mln lager en bedroegen in 2004 € 40,5 mln. Een vermindering van 17%. Naast een daadwerkelijke besparing wordt een deel van de lagere kosten verklaard door het feit dat er in 2003 een bedrag was gereserveerd voor decentrale projecten van de omroepen voor het digitale platform. In 2004 is voor dit project van deze methodiek afgeweken en is bovendien de reservering 2003 vrijgevallen.

In verhouding tot de totale kosten bedragen de indirecte kosten 10,1% (2003 12,6%). Exclusief Publieke Omroep bedraagt dit percentage circa 5,6% (2003 7,0%). Dit verschil wordt veroorzaakt doordat Publieke Omroep ondersteunende diensten verleent waardoor alle personele lasten indirect worden verantwoord.

Personele kosten eigen medewerkers

De personele kosten eigen medewerkers zijn eveneens als gevolg van de bezuinigingen gedaald ten opzichte van 2003 en wel met € 4,6 mln naar € 220,7 mln in 2004. Het aantal fte in dienst ultimo 2004 bedraagt 3.516 (2003: 3.674).

FINANCIËEL JAARVERSLAG

EXPLOITATIERESULTAAT

Exploitatieoverschotten c.q. exploitatieverliezen van de omroepen worden in principe toegevoegd c.q. onttrokken aan de reserve voor programmadoeleinden. De reserve voor programmadoeleinden dient voor het opvangen van jaarlijkse schommelingen in de inkomsten en uitgaven van de omroepen. Indien een exploitatieverlies omvangrijker is dan de omvang van de reserve voor programmadoeleinden dient het resterende negatieve exploitatieresultaat te worden afgeboekt van het eigen vermogen van de omroepen.

Het exploitatieresultaat van de totale Publieke Omroep bedraagt in 2004 positief € 11,1 mln ten opzichte van € 45,3 mln in 2003. Exclusief Publieke Omroep bedraagt het resultaat € 2,9 mln negatief ten opzichte van € 30,7 mln positief in 2003. De omroepen hadden in 2003 extra gespaard voor de budgetkortingen die in 2004 zijn ingevoerd. Het positieve resultaat van Publieke Omroep wordt voornamelijk veroorzaakt door een forse dividenduitkering uit een deelneming van Publieke Omroep en een onderbesteding als gevolg van vertraging in de uitvoering van het Digitaal Platform.

VERGOEDING BESTUURDERS EN DIRECTIELEDEN

De omroepverenigingen, NPS en Publieke Omroep nemen het totaal van de vergoedingen van de bestuurders en directieleden op in hun jaarrekening.

Onder de totale vergoeding wordt verstaan: salaris, pensioenlasten, vaste kostenvergoedingen, vacatiegelden en die vergoedingen die worden ontvangen uit nevenfuncties die de personen qualitate qua vervullen.

In 2004 bedraagt de totale vergoeding van de bestuurders en directieleden van de omroepverenigingen (exclusief BNN want te herleiden tot één persoon), NPS en Publieke Omroep circa € 5,4 mln (2003: € 5,4 mln). Het betreft hier totaal 22 directieleden (dagelijks bestuur) en 88 bestuursleden (toezicht). Voornoemde bedragen en aantallen zijn exclusief Educom en 39f-omroepen (2003: respectievelijk 21 en 85).

ACCOUNTANTSVERKLARING

OPDRACHT

Wij hebben het in deze meerjarenbegroting onder bijlage 6 opgenomen financieel jaarverslag 2004 Publieke Omroep, gecontroleerd. Het financieel jaarverslag Publieke Omroep is opgesteld onder verantwoordelijkheid van de Raad van Bestuur van de Nederlandse Omroep Stichting. Het is onze verantwoordelijkheid een accountantsverklaring inzake het financieel jaarverslag Publieke Omroep te verstrekken.

WERKZAAMHEDEN

Onze controle is verricht overeenkomstig in Nederland algemeen aanvaarde richtlijnen met betrekking tot controleopdrachten. Volgens deze richtlijnen dient onze controle zodanig te worden gepland en uitgevoerd, dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat het financieel jaarverslag Publieke Omroep geen onjuistheden van materieel belang bevat. Een controle omvat onder meer een onderzoek door middel van deelwaarnemingen van informatie ter onderbouwing van de bedragen en de toelichtingen in het financieel jaarverslag Publieke Omroep. Tevens omvat een controle een beoordeling van de grondslagen voor financiële verslaggeving die bij het opmaken van het financieel jaarverslag Publieke Omroep zijn toegepast en van belangrijke schattingen die de Raad van Bestuur van de Nederlandse Omroep Stichting daarbij heeft gemaakt, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van het financieel jaarverslag Publieke Omroep. Wij zijn van mening dat onze controle een deugdelijke grondslag vormt voor ons oordeel.

ORDEEL

Wij zijn van oordeel dat het financieel jaarverslag Publieke Omroep voldoet aan de voor het doel eraan te stellen eisen.

Amersfoort, 23 september 2005

Ernst & Young Accountants