

9 november 2017

Kenmerk:

Betreft: advies Begroting 2018 NPO

Geachte heer Slob,

Op verzoek van uw ministerie adviseert de Raad voor Cultuur over de Begroting 2018 van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO). Als kader van de advisering gebruikt de raad onder meer de conclusies en aanbevelingen van zijn advies over de vorige begroting van de NPO.¹

Die hadden betrekking op het open bestel, de uitgaven, het bereik, de toegevoegde waarde/ het onderscheidend vermogen.

De raad oordeelt in grote lijnen positief over de NPO-begroting voor 2018. Met name de voorgenomen beperking van de topsalarissen, het (verder) openstellen van het bestel voor externe producenten, het voornemen meer gebruik te maken van online platformen en sociale media, en het noemen van prestatieafspraken bij enkele ambities en acties in 2018 zien wij als goede stappen.

Onderstaand werken wij de beoordeling van de NPO-begroting 2018 verder uit.

Open bestel

Externe producenten kunnen per 1 september 2017 via een online module hun productievoorstellen rechtstreeks aanbieden bij de NPO. De openheid is wel beperkt, omdat de NPO altijd een omroepvereniging of taakorganisatie bereid moet vinden om een contract af te sluiten met de producent die rechtstreeks via de NPO een programma heeft aangeboden. De reden hiervan is dat de NPO zelf geen uitzendlicentie heeft.

¹ Advies van 1 november 2016, met kenmerk RVC-2016-1134.

De NPO schrijft dat met de komst van de nieuwe Mediawet het stelsel verder open is gegaan, maar in hoeverre dit daadwerkelijk leidt tot een betere toegankelijkheid voor externe producenten, zal moeten blijken uit de evaluatie die de NPO heeft aangekondigd. De raad kijkt uit naar de uitkomsten daarvan en wil daarover graag adviseren.

Wij maken één kanttekening. Uw voorganger, de heer Dekker, heeft de Tweede Kamer toegezegd dat de NPO genrecoördinatoren zou aanstellen. Deze zouden - naar de mening van de raad - in plaats komen van de netmanagers en onder andere de content van externe partijen coördineren en waarderen. Desondanks zijn deze genrecoördinatoren niet in de begroting terug te vinden. Wij adviseren u de NPO te vragen waarom hij afwijkt van de wens van de Tweede Kamer en de toezegging van de heer Dekker.

Financieel

De NPO heeft de komende periode te maken met enkele financiële uitdagingen. Zo zijn de door Boston Consulting Group geprognosticeerde reclameopbrengsten in 2016-2017 veel lager uitgevallen: geen 22, maar 12 miljoen euro.² De reclamebestedingen op televisie zijn kennelijk harder gedaald dan men dacht; de stijging van de online reclame-inkomsten bij de STER is niet voldoende om dit te compenseren. Zoals het ernaar uitziet, is de Algemene Mediareserve niet groot genoeg om het hierdoor ontstane tekort op de begroting van de NPO op te vangen.

De kritiek vanuit de samenleving en politiek op de topsalarissen die sommige presentatoren krijgen, heeft de NPO niet onberoerd gelaten. De NPO schrijft dat ‘onze beloningen’ omlaag gaan naar een niveau dat past bij de verwachtingen in de samenleving, en dat het salarisplafond voor presentatoren wordt verlaagd. Uit de cijfers blijkt dat de personele kosten in 2018 met 7 miljoen (ruim 6%) zullen teruglopen ten opzichte van 2017.³ De raad adviseert u de NPO te vragen in hoeverre dit verschil te danken is aan een beperking van de topsalarissen.

Uitgaven specificeren

Waar in de begroting van 2017 nog absolute aantallen voor de kostenverdeling over de verschillende domeinen werden genoemd, bevat de begroting van 2018 een vergelijkbaar overzicht in procenten. Dat vindt de raad te vaag. Net als in voorgaande jaren is nog altijd niet duidelijk wat de uitgaven aan fictie zijn; die vallen nu - samen met een aantal andere, diverse genres - onder ‘expressie’. Wij zouden in elk geval graag zien wat de uitgaven zijn voor documentaire en fictie (films en dramaseries) – twee categorieën die de toegevoegde waarde van de publieke omroep mede bepalen.

² Begroting 2018 NPO, blz. 9.

³ Begroting 2018 NPO, blz. 40.

Bereik en investeringen in online

De NPO heeft in de begroting de bereikdoelstellingen voor alle leeftijdscategorieën naar beneden bijgesteld. Terecht schrijft hij dat het lastiger dan ooit is om publiek te bereiken: er zijn tenslotte vele andere platformen en aanbieders die strijden om de aandacht van de burger. Waar het eerst alleen de jongeren waren, is nu ook bij de oudere doelgroepen de tijd gedaald die wordt besteed aan traditionele vormen van mediagebruik. Dit betekent vooral dat er minder lineair en meer uitgesteld wordt gekeken. Het valt de raad op dat de financiële ondersteuning voor online en on demand erg bescheiden is – zeker met de uitspraak van de voorzitter van de NPO in het achterhoofd, die bij de seizoenspresentatie in september 2017 vertelde in 2019 het budget voor online en on demand te verdrievoudigen, van 20 naar 60 miljoen euro.

Voor 2018 is het budget voor online, ten opzichte van een jaar eerder, echter slechts met 1,5 miljoen euro gestegen naar 28.685.000 euro. Hier zitten nog niet de budgetten voor on demand bij of de eigen bijdragen van de omroepen, dus het is voor de raad niet duidelijk wat de totale uitgaven hiervoor in 2018 zijn. Hij kan dan ook niet beoordelen of het bedrag aansluit bij het huidige mediagebruik. De raad is in elk geval van mening dat een stijging van 1,5 miljoen euro veel te weinig ambitieus is in de huidige tijd en met het oog op de ontwikkelingen die de NPO zelf ook constateert. Het gaat er niet om te concurreren met bedrijven als Facebook of Netflix – dat is onmogelijk gezien de grootte en budgetverschillen, vooral op het gebied van marketing met gebruikmaking van algoritmen. Maar het is wel van belang dat publieke content vooral ook online zichtbaar en toegankelijk is voor alle leeftijden. En dit belang wordt alleen maar groter.

NPO Start en toegankelijk aanbod

NPO Start is de opvolger van Uitzending Gemist. Binnen NPO Start, zo staat in de prestatieafspraken tussen u en de NPO, komt minimaal 90% van het oorspronkelijk Nederlandse tv-aanbod beschikbaar. De raad realiseert zich dat rechtenkwesies in de weg kunnen staan om 100% van het oorspronkelijk Nederlandse tv-aanbod via NPO Start beschikbaar te stellen. Niettemin is hij van mening dat al het oorspronkelijk Nederlandse tv-aanbod binnen de afgesproken termijn via NPO Start te zien zou moeten zijn. Hiervoor dient de NPO zich in te spannen.

Toegevoegde waarde en sportrechten

Het is niet per se het genreaanbod dat de toegevoegde waarde van de publieke omroep bepaalt, maar vooral ook de maatvoering en invulling ervan. Sportverslaggeving is een wettelijke taak van de publieke omroep,

maar de raad vraagt zich wel af of toegevoegde publieke waarde ervan in verhouding staat tot de kosten. Nu is dat voor televisie ongeveer een vijfde van de totale kosten, exclusief de extra uitgaven voor de Olympische Spelen⁴

De afgelopen jaren is er al het een en ander gebeurd wat sportuitzendingen betreft: er is niet meer meegeboden op dure voetbalcompetities en de zendtijd met 'kleinere' sporten is toegenomen. Live sportverslagen en andere tijdgebonden uitzendingen worden vrijwel alleen lineair bekeken. Dit soort uitzendingen is belangrijk voor het marktaandeel en de reclame-inkomsten van de publieke omroep. De raad is echter van mening dat dit niet de reden mag zijn om sportrechten te kopen – ook niet bij dalende advertentie-inkomsten. Zeker wanneer er bezuinigd moet worden en wanneer ook andere partijen dit soort programma's kunnen aanbieden, zou de publieke omroep zich nog meer op zijn onderscheidende karakter moeten richten.

Radio

De aanboddomeinen voor televisie (Nieuws en Opinie, Expressie, Sport, Samenleving, Kennis, Amusement) lijken niet te zijn doorgetrokken naar radio. De aandacht spitst zich vooral toe op populaire muziek (bij NPO Radio 2, NPO 3 FM, NPO FunX en NPO Radio 5). Op DAB+, op de digitale kabel en online komen daar nog eens bij: NPO 3FM Alternative, NPO 3FM KX Radio, NPO FunX Dance, NPO FunX Slow Jamz, NPO Soul & Jazz en NPO Sterren NL.

Klassieke muziek wordt verzorgd op NPO Radio 4, DAB+, de digitale kabel en online - versterkt met NPO Radio 4 Concerten. Er blijft in deze begroting veel aandacht voor eigen opnamen van NPO Radio 4 van in Nederland georganiseerde concerten, vooral van Nederlandse orkesten en ensembles. Dat is voor het Nederlandse concertleven een belangrijke ondersteuning van het genre.

Al met al dient de NPO ervoor te waken dat in het muziekaanbod het onderscheidende karakter van de publieke omroep niet verder onder druk komt te staan.

Ten slotte

De raad brengt binnenkort een advies uit over de gehele audiovisuele sector. In dat advies gaan wij uitgebreider in op de rol en taken van de NPO, te midden van de andere spelers in het (inter)nationale mediaveld.

⁴ Begroting 2018 NPO blz. 25.

Met vriendelijke groet,

Marijke van Hees
Voorzitter

Jeroen Bartelse
Directeur