



Terugblik 2024



Leeswijzer

De Terugblik is de jaarlijkse rapportage van de publieke omroep over de ambities uit het Concessiebeleidsplan (CBP) 2022-2026, de doelstellingen uit de Begroting en de afspraken in de Prestatieovereenkomst 2022-2026. Hiermee laten we zien hoe we onze publieke media-opdracht in het afgelopen jaar hebben uitgevoerd en welke resultaten dat heeft opgeleverd. Het voorliggende document heeft betrekking op het derde jaar van de concessieperiode: 2024. In hoofdstuk 1 lichten we enkele thema's uit de rapportage uit, hier komen we ook terug op de acties uit de Begroting 2024. De verdieping in hoofdstuk 2 volgt de lijnen van het CBP, waarbij de vier hoofdambitie's de leidraad zijn.

Definities

NPO

De Stichting NPO; het bestuursorgaan van de Nederlandse Publieke Omroep.

Publieke omroep

Het geheel van bestuur en omroepen van de landelijke publieke omroep; omroepverenigingen, taakomroepen en de Stichting NPO.

Omroepen

Alle landelijke publieke omroepen; taakomroepen en omroepverenigingen. Worden er respectievelijk lokale, regionale of commerciële omroepen bedoeld dan wordt dat expliciet vermeld.

Inhoud

De plek van ons allemaal	2
Verdieping Terugblik 2024	13
Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek	14
Inzicht in bereik en kijktijdaandelen	40
Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag	41
Sterker verbonden met publiek en maatschappij	48
Goed vindbaar en toegankelijk	50
Bijlagen	51
Bijlage 1: Publieke Waardetoets	52
Bijlage 2: Kwaliteitstoets	55
Bijlage 3: Aanvullende informatie doelmatigheid	57
Bijlage 4: Amusementstoets	61
Bijlage 5: Rapportage diversiteit omroepen en de NPO	64
Bijlage 6: Rapportage omroepen interactie/participatie	78
Bijlage 7: Rapportage naleving prestatieovereenkomst	88
Bijlage 8: Overzicht tv-programma's per genre	103



De plek van ons allemaal

De Nederlandse publieke omroep is de plek van ons allemaal en iedere dag van waarde voor alle Nederlanders. Maatschappelijke relevantie en betekenisvolle impact zijn onze drijfveren. De NPO en alle omroepen – ieder met hun eigen perspectief – werken nauw samen om dat in een aantrekkelijk en pluriform media-aanbod vorm te geven. Daarbij zoeken we voortdurend de verbinding met ons publiek.

Of we daarin slagen, en hoe, laten we zien in de Terugblik. Waar mogelijk onderbouwen we dat met concrete data uit ons uitgebreide publieksonderzoek. Voor de uitvoering van onze publieke taak zijn de behoeften en het mediagedrag van ons publiek leidend. Om daar goed bij aan te sluiten, versnellen wij onze digitale transitie. Die ontwikkeling kreeg in 2024 verder vorm met de positionering van NPO Start en NPO Luister als de centrale bestemmingen voor al onze content. Voor NPO Luister is de volgende stap dat alle audio-apps in het platform zullen opgaan.

We zijn trots op de gezamenlijke stappen die we als omroepen en NPO hebben gezet, om ook voor toekomstige generaties relevant en vindbaar te blijven. In het licht van alle geopolitieke spanningen voelen we dat belang des te meer. De publieke omroep blijft het vertrouwde baken waar miljoenen Nederlanders dagelijks op varen voor onafhankelijke en betrouwbare informatie. Een plek waar we elkaar ontmoeten en de ruimte geven, ongeacht achtergrond, woonplaats of overtuiging. De plek van ons allemaal.

Iedere dag van waarde

Onze cijfers over 2024

8,²

Publieke waarde
tv-programma's gemiddeld

8,⁶

Waardering kwaliteit

75%

van de kijkers vindt dat de NPO
impact heeft

81%

Totaal weekbereik 13+

439^x

Aantal Kamervragen naar
aanleiding van journalistiek
onderzoek

256^x

Iedere werkdag een
regiojournaal op NPO 2

99,³%

Percentage Nederlandse
programma's met ondertiteling
op NPO 1-2-3

104

Titels met audiodescriptie

44

Programmatitels specifiek gericht
op talentontwikkeling



Pijler van onze democratie

Een vrije en onafhankelijke pers die de macht controleert is essentieel voor een gezonde democratie. De publieke omroep speelt daarin een wezenlijke rol.

Recent onderzoek van de European Broadcasting Union (EBU) toont dat andermaal aan. "Hoe meer burgers de publieke omroep vertrouwen, hoe tevredener ze zijn over de werking van de democratie", aldus het onderzoek (EBU, september 2024). Dit waardevolle goed moeten we blijven koesteren en beschermen.

Agendasettend

Onze journalistieke content stelt belangwekkende onderwerpen aan de orde en is vaak agendasettend in het maatschappelijke en politieke debat. Binnen het pluriforme bestel geven we ruimte aan alle perspectieven. Op die manier dragen we bij aan waardevolle inzichten en meningsvorming bij ons publiek.

"Betrouwbare informatievoorziening, kwalitatief hoogwaardige journalistieke programma's en een veelzijdig aanbod zijn van wezenlijk belang."

Coalitieakkoord kabinet Schoof, juli 2024

439^x

Kamervragen naar aanleiding van journalistiek onderzoek

Het gaat hierbij specifiek om Kamervragen over maatschappelijke kwesties naar aanleiding van onderzoeksjournalistiek van redacties of makers van de publieke omroep.

Betekenisvol voor consumenten

Radar AVROTROS

Jarenlang volgde consumentenprogramma Radar (AVROTROS) de misstanden bij de Hollandse Energiemaatschappij (HEM) op de voet. Het programma ontving honderden klachten over agressieve verkooptelefoontjes, plotselinge tariefsverhogingen en torenhoge opzegboetes. In maart 2024 stelde de rechter het programma in het gelijk in een door HEM aangespannen bodemprocedure. De uitspraak was helder: Radar mocht termen als 'energie-cowboys' en 'wurgcontracten' blijven gebruiken, omdat duidelijk sprake was van misleiding en oneerlijke praktijken. De aanhoudende aandacht van het programma leidde uiteindelijk tot een uitzonderlijk besluit: toezichthouder ACM trok de vergunning van HEM in. De zaak laat zien wat onderzoeksjournalistiek kan betekenen voor consumenten en voor de strijd tegen machtsmisbruik.



Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

Toegankelijk en herkenbaar voor iedereen

De publieke omroep is er voor iedereen. Alle Nederlanders moeten zich thuis kunnen voelen bij de publieke omroep, ongeacht culturele achtergrond, gender, geaardheid of beperking. Deze boodschap hebben we in 2024 vertaald naar de publiekscampagne ‘de plek van ons allemaal’.

Inclusief en divers

Om voor iedereen herkenbaar te zijn, zullen we in onze programma’s én op de werkvloer de diverse samenleving moeten weerspiegelen. We hebben hiervoor concrete doelen gesteld. Die doelen staan, inclusief streefcijfers, beschreven in het gezamenlijke Actieplan Diversiteit & Inclusie van de NPO en de omroepen. We monitoren de resultaten van onze inspanningen en stellen het actieplan jaarlijks waar nodig bij.

Toename/afname representatie in de programmering in 2024 ten opzichte van 2023

	Video			Audio	
	Nieuws Journalistiek	Opinie Journalistiek	Service Kennis & Educatie	Human Interest	NPO Radio 1
Culturele diversiteit	-0,2%	-2,4%	+0,2%	-0,9%	-0,1%
Gender (% vrouw)	+0,9%	-1,2%	-1,1%	-1,6%	+0,1%
Beperking	+0,4%	+0,1%	+1,5%	+3,4%	n.v.t.

In het hoofdstuk Toegankelijkheid gaan we verder in op dit onderwerp

Toegankelijk

We willen dat onze content letterlijk voor iedereen toegankelijk is, ook als je een gehoor- of visuele beperking hebt. Wij maken dat met verschillende diensten mogelijk, zoals ondertiteling, tolken gebarentaal en in toenemende mate - mede dankzij extra financiële steun van het kabinet - audiodescriptie voor blinden en slechtzienden.



Het belang van jezelf kunnen zijn

God, ik ben gay KRO-NCRV

Naar aanleiding van de documentaire God, ik ben gay slaan KRO-NCRV en het COC de handen ineen voor de campagne ‘Laat zien dat je er bent’. Doel van de campagne is het bieden van handvatten voor het creëren van een veilige omgeving voor de lhbt+-gemeenschap. Iedereen kan daarin als bondgenoot een rol spelen. De documentaire God, ik ben gay over presentator, acteur en YouTuber Robbert Rodenburg maakt duidelijk hoe belangrijk het is om op te groeien in een omgeving waarin je jezelf kunt zijn, of je nu gelovig bent of niet. Een lesbrief bij de documentaire is onderdeel van COC’s Paarse Vrijdag-pakket voor middelbare scholen. Zo bereikt de documentaire jongeren op meer dan duizend scholen in Nederland.

104

Titels met audiodescriptie

Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

Alle stromingen en windstreken

Heel Nederland is ons werkveld. We letten er in onze programma's op ook aandacht te hebben voor de regio en niet te eenzijdig op de Randstad gericht te zijn. Hoewel we daarin nog stappen te zetten hebben, lukt ons dat steeds beter. Een goed voorbeeld van een programma waarin bewoners uit de regio een stem krijgen, is de wekelijkse talkshow *Carrie op Vrijdag* (MAX/NPO 1). En op NPO 2 is elke werkdag een vast regioblok te zien, inclusief een regiojournaal en bijdragen van de regionale omroepen.

Zingeving en levensbeschouwing

Ook via zingeving en levensbeschouwing brengen we mensen samen, zowel in de programma's als tijdens evenementen daar omheen. Door borging van een geoormerkt budget bieden we een pluriform aanbod binnen alle grote stromingen die ons land rijk is.

Bruggen slaan binnen en tussen culturen

O.a. *Suhoor Stories* en *Ramadan Bites* NTR

NTR-programma's als *Suhoor Stories*, *Ramadan Bites*, *Villa Ramandan* en *Bekeerd!* belichten de diversiteit binnen de islam en slaan een brug tussen moslims en niet-moslims. Het humoristische *Ramadan Bites* geeft op een frisse en toegankelijke manier inzicht in culturele tradities. *Suhoor Stories*, uitgezonden op NPO Radio 1, biedt een uniek en intiem podium tijdens de vroege uurtjes van de ramadan. Dit volledig door vrouwen gepresenteerde programma trok in 2024 veel nationale en internationale aandacht. Zo kregen de makers bezoek van journalisten van *The Guardian*, *BBC*, *NPO Radio 2* en *RTL Nieuws*.



Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

256

Werkdagen een regiojournaal op NPO 2

In de tijdlijn van jongeren

Jongeren zijn een speerpunt in onze contentstrategie. Hun mediagedrag is een sterke aanjager van de digitale transitie die wij momenteel doormaken. In die transitie verleggen we de focus van lineair naar online en on demand media-aanbod. Behalve in vorm en inhoud willen we ook met onze verspreiding beter aansluiten bij de behoeften van jongeren.

Media Talks en jongerenraad

Om die behoeften goed te kennen, zijn we in 2024 gestart met zogenoemde Media Talks op scholen in heel Nederland (van middelbaar tot wetenschappelijk onderwijs). Tijdens deze talks gaan we met jongeren in gesprek over hun mediagedrag en vragen we hun feedback op de content die wij voor hen maken. Daarbij nodigen we hen ook uit om lid te worden van de NPO Jongerenraad, een nieuw klankbord waarmee we jongeren in de toekomst willen blijven betrekken bij onze keuzes en uitdagingen. Hiermee geven we ook invulling aan ons strategische speerpunt, om als publieke omroep beter aan te sluiten bij de samenleving.

66%

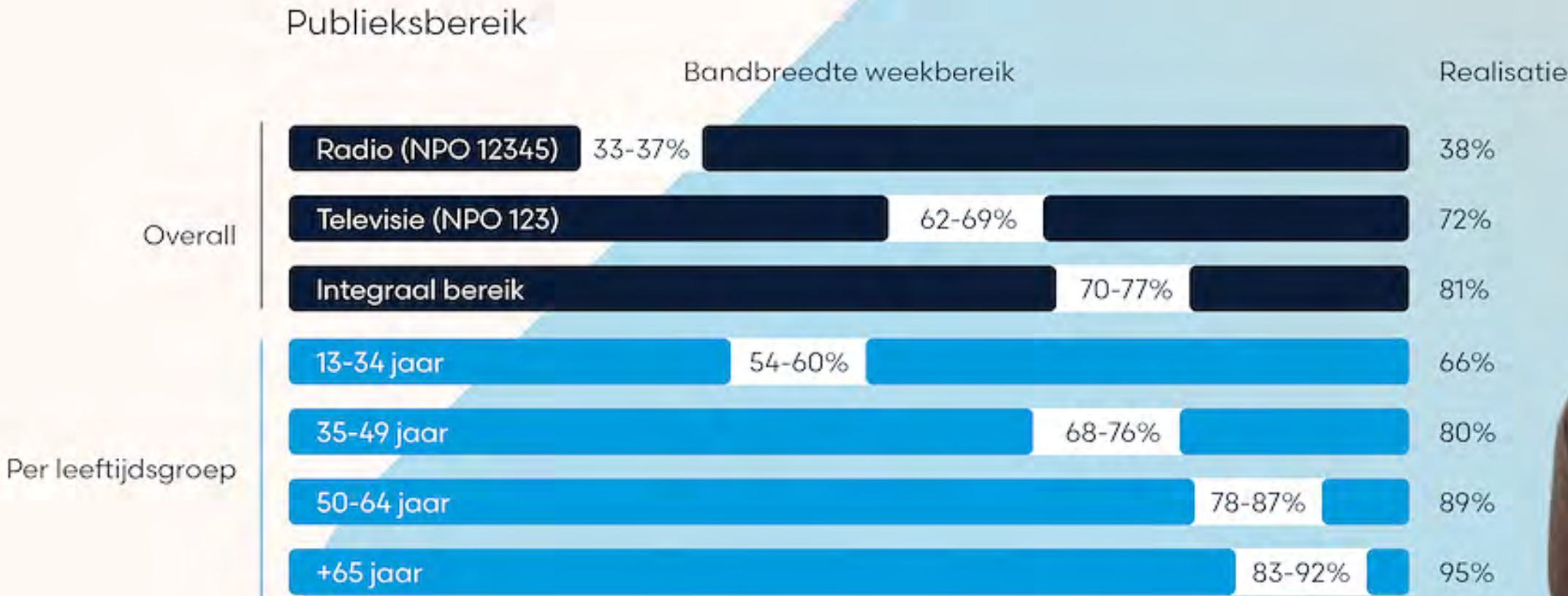
Weekbereik onder jongeren (13-34 jaar)

Jongeren ontdekken online leesclub

Club Lees VPRO

Club Lees (VPRO) is een online leesclub voor een jong lezerspubliek. Het draait in Club Lees om goede verhalen, liefde voor lezen en wat er in de marges van een boek gebeurt. Via een app krijgen lezers elke maand gratis een nieuw boek, verrijkt met content van de clubleden. Ook kunnen lezers hun eigen notities maken en tijdens een online meet-up in gesprek gaan met elkaar. Club Lees groeide in 2024 van 10 duizend naar 22 duizend downloads en kreeg er een nieuwe feature bij: Maak je eigen leesclub aan. Een schot in de roos. Voor elk van de negen boeken die werden besproken, werden zo'n veertig nieuwe leesclubs gestart. Zo stimuleert Club Lees op een nieuwe manier het lezen van boeken bij een jonge generatie, die het over het algemeen lastig vindt om leesplezier te ervaren.

Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact



Altijd vindbaar en dichtbij

Een herkenbare en vindbare publieke omroep vormt de basis van onze overkoepelende strategie 'Voortdurend in Verbinding'. NPO Start en NPO Luister spelen daarin een centrale rol. Het zijn de vindplaatsen van al onze content, waar omroepen volop de ruimte krijgen om bij hun titels verdieping te bieden. Om elke kijker en luisteraar zo persoonlijk mogelijk te bedienen en te verrassen, besteden we veel aandacht aan de ontwikkeling van een uniek algoritme, dat kijkers en luisteraars titels aanbeveelt met een hoge publieke waarde.

Social media

Social media-platformen zijn voor veel mensen een belangrijke bron van informatie en ontspanning. Daarom zijn we ook op die platformen aanwezig met gerichte, speciaal voor social media gemaakte content. We benutten hiermee de extra mogelijkheden om rechtstreeks in contact met het publiek te komen, zodat we nog meer persoonlijke impact kunnen maken.

"Gestolen Gezicht is niet alleen een interessante speurtocht, maar ook een geslaagde speedcursus digitale veiligheid."

Consumentenbond

Podcast vergroot digitaal bewustzijn

Gestolen Gezicht MAX

Online oplichting is aan de orde van de dag. Vooral ouderen zijn een kwetsbare doelgroep. Hoe licht je hen voor over het belang van internetveiligheid? Omroep MAX vond het antwoord met een spannende *whodunnit*, gemaakt met een bekende ervaringsdeskundige: Janny van der Heijden. In de podcast Gestolen Gezicht gaat Janny op zoek naar de internetcriminelen die haar identiteit hebben aangenomen om mensen op te lichten via sociale media. Onderweg komt ze van alles te weten over de kansen en gevaren van AI, de rol van big tech en social media en de gebrekkige regelgeving in de Europese Unie. De serie ontving lovende reacties en recensies. Zo tipte de Consumentenbond de serie aan haar leden, om hun digitaal bewustzijn te vergroten.



Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

Verantwoord ondernemen

Een groenere wereld

Als publieke mediaorganisatie vinden we het belangrijk bij te dragen aan meer klimaatbewustzijn en een groenere wereld. In 2024 zetten we een belangrijke stap met de uitvoering van een omroepbrede CO2-voetafdrukberekening. Die vormt de basis voor onze gezamenlijke duurzaamheidsstrategie met meetbare doelen om onze ecologische voetafdruk te verminderen. Ook maakten we in 2024 afspraken met de Vereniging Nederlandse Content Producenten (NCP) en de Nederlandse Audiovisuele Producenten Alliantie (NAPA), om onze programma's steeds duurzamer te produceren. In 2030 willen we van alle programma's de CO2-impact in kaart hebben.

ALBERT

Een belangrijk hulpmiddel hierbij is de speciale CO2-calculator van het internationale duurzaamheidsplatform ALBERT, waar wij als publieke omroep bij zijn aangesloten. In 2024 maakten 106 publieke omroepprogramma's de CO2-berekening van ALBERT. Ook verzorgt het platform trainingen voor makers en reikt het certificaten uit als een programma klimaatbewust tot stand is gekomen. In 2024 kwam het aantal publieke omroepprogramma's met een ALBERT-certificaat op 47.

47

Aantal publieke
omroepprogramma's met een
ALBERT-certificaat

Aanjager van klimaatdialoog

Wat houdt ons tegen? HUMAN

Schrijver en journalist Jeroen Smit dook in *Wat houdt ons tegen? (HUMAN)* met twee jonge onderzoeksjournalisten in de wereld van de grote klimaatvervuilers. Want onze wereld warmt in een schrikbarend hoog tempo op en als we dat tijt willen keren is een ingrijpende transitie van onze economie nodig. En dat kan, want een beter milieu begint niet alleen bij jezelf. Welke bedrijven nemen het voortouw? Wie of wat staat juist op de rem? Wat houdt hen tegen om voorop te lopen? Het ministerie van Buitenlandse Zaken vroeg de aflevering over duurzame energie op bij Beeld & Geluid om deze viermaal te tonen tijdens de Nationale Klimaatweek (11 t/m 17 november) en daarmee de dialoog te stimuleren.



Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

Foto: @Speakers Academy/Walter Kallenbach

Een veilige plek voor iedereen

Sociaal veilig

Iedereen die bij of voor de publieke omroep werkt, moet zich veilig, gezien en gewaardeerd voelen. Dit vormde in 2024 het vertrekpunt van een overkoepelend, omroepbreed plan van aanpak sociale veiligheid en individuele plannen van de werkgevers (omroepen en NPO). In de plannen zijn de aanbevelingen uit het rapport van de Commissie Van Rijn verwerkt. De implementatie van de acties ligt op schema. Daartoe behoren onder andere de instelling van een onafhankelijke klachtencommissie en de benoeming van externe, overkoepelende vertrouwenspersonen. Daarnaast blijft de NPO, samen met andere mediapartijen, partner in het Mediapact Respectvol Samenwerken voor de hele audiovisuele sector.

Meer zekerheid

In het kader van de omroep-cao is in 2024 de afspraak gemaakt, dat er maximaal drie contracten voor bepaalde tijd binnen een periode van 24 maanden gesloten mogen worden. Het streven is om voor het einde van de huidige concessieperiode in 2027 een verhouding te realiseren van 80% contracten voor onbepaalde tijd tegen 20% contracten voor bepaalde tijd. Op 31 december 2024 bedroeg deze verhouding over het geheel van de landelijke publieke omroep al 78-22%. Het beoogde resultaat van deze afspraak komt dus veel sneller in zicht dan verwacht.

Verantwoord besturen

Integriteit en transparantie staan aan de basis van ons handelen. Om te zorgen dat we op alle plekken en niveaus *compliant* zijn, stelde de NPO begin 2024 voor haar organisatie het Compliance Charter vast. Dit in aanvulling op de centrale Gedragscode Integriteit Publieke Omroep. Het Charter is ook met de omroepen gedeeld ter versterking van hun eigen integriteitsbeleid.



Iedere euro doelmatig besteed

De NPO en de omroepen spannen zich in om iedere euro doelmatig te besteden. We hebben hier met de minister van OCW en het Commissariaat voor de Media afspraken over gemaakt. Aanbevelingen van de Algemene Rekenkamer hebben geleid tot stappen in de ontwikkeling van onze doelmatigheidstaak.

Onafhankelijke producties

Samenwerking met de creatieve sector stimuleert niet alleen de economie, maar komt ook de pluriformiteit en kwaliteit van onze programmering ten goede. We borgen dit belang door een minimumpercentage van ons programmabudget uit te besteden bij onafhankelijke producenten. Deze drempel ligt op 25%. In 2024 bedroeg dit percentage 36,7%.

Kosten per huishouden

De totale rijksbijdrage aan de publieke omroep bedraagt 869 miljoen euro per jaar. Dit komt neer op een maandelijkse bijdrage van € 8,33 per huishouden. Van het totale budget bestaat 23,2% uit andere inkomsten dan de Rijksbijdrage, zoals Ster-inkomsten en eigen bijdragen van de omroepen.

- Rijksbijdrage
- Ster-inkomsten
- Kabelinkomsten e.d.
- Eigen bijdrage omroepen



Budget landelijke publieke omroep in % van BBP



€8,33

Rijksbijdrage per huishouden per maand

36,7%

Besteed aan onafhankelijke producties

Springplank voor talent

Nieuw talent is van vitaal belang voor de publieke omroep. Talenten brengen een frisse kijk, een nieuw geluid en extra vaardigheden mee die aansluiten bij onze digitale ambities. Zo houden we als publieke omroep beter aansluiting bij ons publiek en de samenleving. We investeren daarom volop in talentontwikkeling en geven talenten graag een podium in onze programma's.

Talentportal

Om talenten beter en sneller wegwijs te maken binnen de publieke omroep zijn we in 2024 het digitale platform NPO Talent gestart. Hierop zijn alle mogelijkheden voor nieuwe makers die een carrière binnen de publieke omroep ambiëren, samengebracht. NPO en omroepen hebben deze stap vanuit een gezamenlijke visie gezet, om het belang dat zij hechten aan talentontwikkeling te onderstrepen.

€6,1^{mln}

Uitgegeven specifiek aan talentontwikkelingsprojecten

44

Programmatitels specifiek gericht op talentontwikkeling

Blij met showcase voor festivals

Op de planken NTR

In de serie **Op de planken** presenteert de NTR interessante namen en gezelschappen uit de podiumkunsten (theater, dans, muziek, spoken word). Het gaat om losse items van 8 à 15 minuten, waarin veelal jonge of beginnende theatermakers vertellen over hun nieuwste productie en waarin ze ook een speelsceñe of fragment uit de voorstelling laten zien. Niet zelden fungeert **Op de planken** als showcase voor de festivals die later in het jaar plaatsvinden. De betrokken artiesten zijn erg blij met het geboden podium. Ze delen hun optreden met de eigen achterban, terwijl de geïnteresseerde theaterbezoeker en festivalganger op een toegankelijke manier wordt geïnformeerd over nieuwe namen en acts.



Kijk voor meer impactvolle cases van onze maatschappelijke waarde op npo.nl/impact

Verdieping Terugblik 2024

De Terugblik 2024 volgt qua structuur de ambities uit het Concessiebeleidsplan (CBP) 2022-2026. Per hoofdambitie hebben we ijkpunten geformuleerd als meetbare indicatoren voor de uitvoering van onze publieke taak. Deze ijkpunten zijn geformuleerd op basis van het CBP, de afspraken in de Prestatieovereenkomst 2022-2026 en overige verantwoordingsvereisten. Waar relevant wordt bij een aantal ijkpunten aangegeven welke ambitie uit het CBP van toepassing is. De ijkpunten houden we zoveel mogelijk gelijk gedurende de concessieperiode zodat we op een eenduidige manier verantwoorden.

N.B: Vanwege afrondingsverschillen telt een aantal grafieken in deze nodere verdieping niet altijd precies tot 100%.



Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek

Genrebeleid & veelkleurige aanbodmix

- We ontwikkelen voor alle genres beleid met visie, ambities, criteria en kaders op het gebied van o.a. kwaliteit, diversiteit, variatie en pluriformiteit.
- We willen met een gevarieerde, veelkleurige aanbodmix, met verschillende genres en subgenres, voorzien in de behoeften van het publiek.



IJkpunten

De NPO realiseert voor televisie minimaal het procentuele budget zoals opgenomen in de Begroting (2024: 50%) voor de geprioriteerde genres Journalistiek, Cultuur, Kennis & Educatie en Human Interest.

De lineaire zendtijd op televisie voor deze genres bedraagt minimaal 50%.

De NPO realiseert voor radio minimaal het procentuele budget zoals opgenomen in de Begroting (2024: 75%) voor de geprioriteerde genres Journalistiek, Cultuur, Kennis & Educatie en Human Interest.

De lineaire zendtijd op radio voor deze genres in 2024 bedraagt minimaal 75%.

Alle genres hebben op basis van het uitgezonden aanbod in ruime mate publieke waarde⁵ (norm 7,0), kwaliteit⁶ (norm 8,0) en impact (norm 6,0) en worden gewaardeerd (norm 7,0) door het publiek.

1. Zie figuur 4
2. Zie figuur 2
3. Zie figuur 7
4. Zie figuur 5
5. Zie bijlage 1 voor de resultaten van de publieke waarde toets
6. Zie bijlage 2 voor de resultaten van de kwaliteitstoets

Resultaten

✓ **53%**¹
2023: 57%

✓ **78%**²
2023: **69%**

✓ **93%**³
2023: **93%**

✓ **97%**⁴
2023: **96%**

✓ zie **tabel 1**

Video

Genreverdeling Televisie

In tabel 1 zien we hoe de genres scoren op publieke waarde, impactbeleving, kwaliteit en waardering. Hoe de genres zijn verdeeld over de zendtijd lineaire televisie wordt zichtbaar in de figuur 2.

1. Publieke waarde-score, impactbelevingsscore, kwaliteitsscore - per genre (Video)

Genre ⁷	Publieke waarde score	Impactbelevingsscore	Kwaliteitsscore	Waarderingsscore
Levensbeschouwing	8,1	77	8,5	8,0
Documentaire	8,3	80	8,7	8,1
Kennis & Educatie	8,3	78	8,8	8,1
Human Interest	8,1	72	8,6	8,0
Cultuur	7,8	72	8,5	8,0
Journalistiek	8,0	77	8,5	7,9
Fictie	7,8	68	8,8	8,1
Amusement	7,8	66	8,5	7,9
Gemiddeld	8,0	74	8,6	8,0

⁷ Voor het genre Sport is het niet goed mogelijk naar de publieksperceptie van kwaliteit, impact en waardering te vragen omdat mensen veelal de inhoud van de sporten/wedstrijden beoordelen en niet zozeer het programma als zodanig.

78%

Zendtijd voor
geprioriteerde genres
Minimaal 50%



- Journalistiek*
- Sport
- Cultuur*
- Amusement
- Kennis & Educatie*
- Levensbeschouwing
- Documentaire
- Human Interest*
- Fictie

*Geprioriteerde genres

2. Genreverdeling zendtijd televisie lineair in 2024 excl. kinderprogrammering – hele dag en 16:00-24:00 (in percentages)



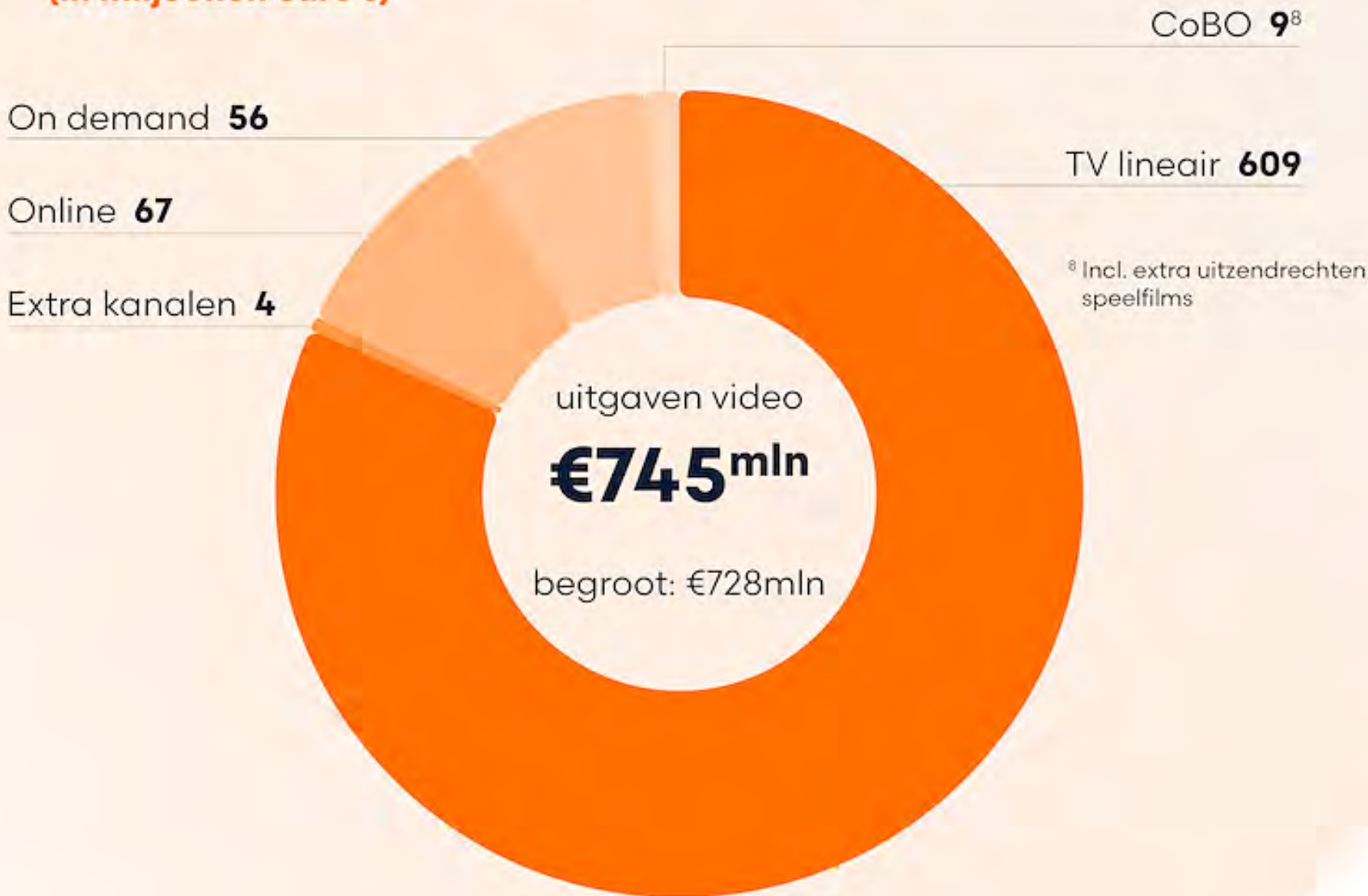
Budgetverdeling video

Het beschikbare budget video was in 2024 €745 miljoen. In 2023 was dit €681 miljoen. Dit verschil heeft onder andere te maken met de twee grote sportevenementen die in 2024 plaatsgevonden hebben, namelijk de Olympische Zomerspelen en het EK voetbal voor mannen. Hierdoor is het budget ten opzichte van 2023 hoger. Van het beschikbare budget is 53% uitgegeven aan de geprioriteerde genres Journalistiek, Cultuur, Kennis & Educatie en Human Interest, en de zendtijd bedroeg 78%. In 2023 ging 57% van het budget naar deze genres en 69% van de zendtijd. De onderverdeling van het lineaire budget naar genres wordt weergegeven in figuur 4 in de kolom hiernaast. De verdeling van de budgetten naar aanbodkanalen is te zien in bijlage 3.

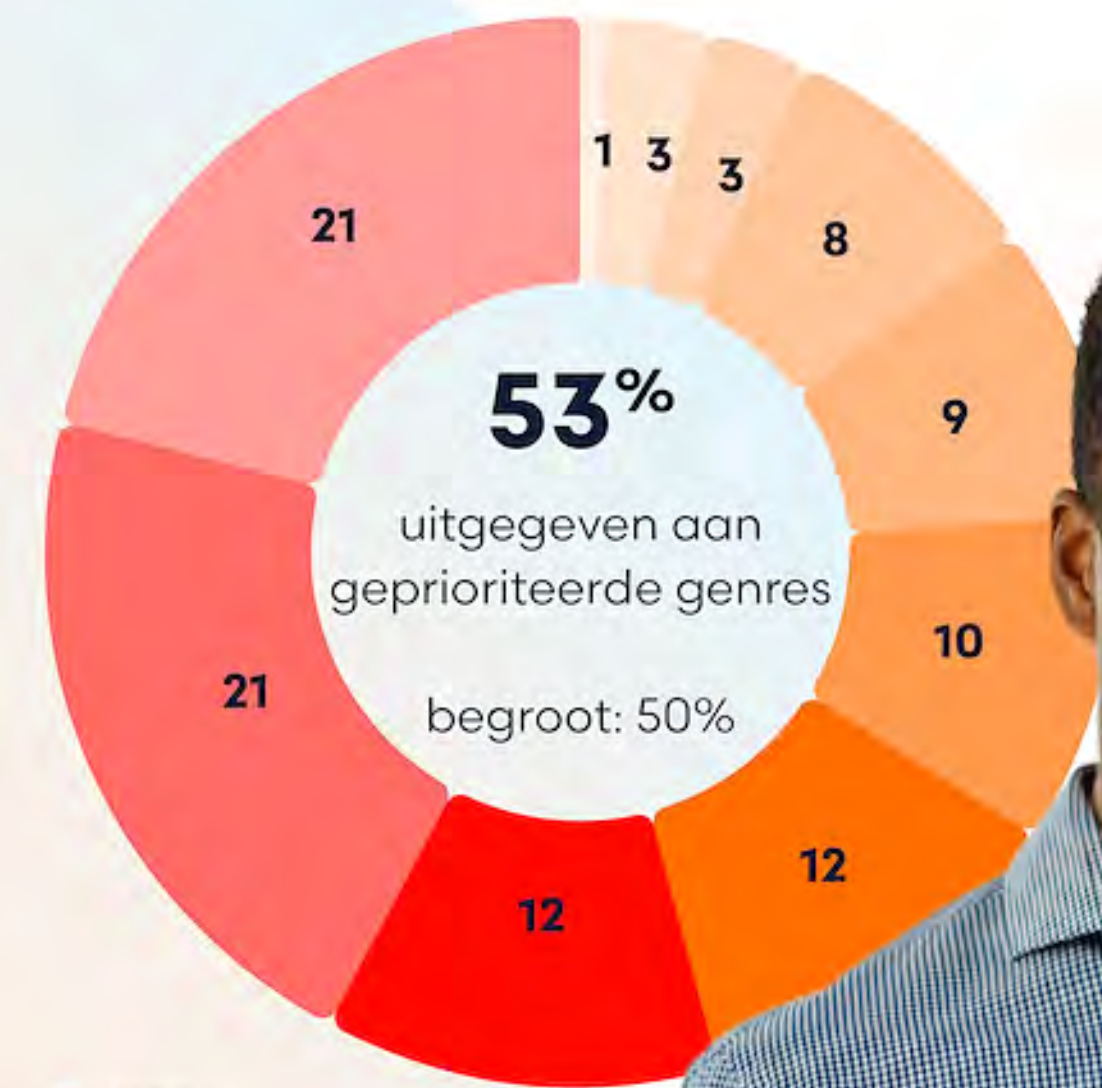
⁸Incl. extra uitzendrechten speelfilms

*Geprioriteerde genres

**3. Verdeling uitgaven Video naar platformen in 2024
(in miljoenen euro's)**



**4. Verdeling uitgaven Televisie lineair naar genres in 2024
(in percentages)**



- Sport
- Journalistiek*
- Kennis & Educatie*
- Cultuur*
- Kinderen
- Fictie
- Human Interest*
- Documentaire
- Levensbeschouwing
- Amusement
- *Geprioriteerde genres





Top 25 programma's 2024

Publieke waarde

Titel	Net	Omroep	Publieke waarde
Tieners tegen Kwalen	NPO 1	MAX	8,9
Dwars door de Lage Landen	NPO 2	VPRO	8,8
Out of office	NPO 1	KRO-NCRV	8,8
Over mijn lijk	NPO 1	BNNVARA	8,7
Nederland zingt	NPO 2	EO	8,7
Paramaribo pepers	NPO 2	VPRO	8,7
Vroege vogels	NPO 2	BNNVARA	8,7
Handen aan de couveuse	NPO 1	EO	8,7
Toeslagenaffaire	NPO 1	BNNVARA	8,7
Wereld van de Chinezen	NPO 2	VPRO	8,7
Planet Earth 3	NPO 1	EO	8,7
Het Nieuwe Land	NPO 2	MAX	8,7
Nederland op Film	NPO 2	MAX	8,7
Voor wie steek jij een kaarsje op	NPO 2	KRO-NCRV	8,6
Op de spoed	NPO 1	EO	8,6
Aarde beeft	NPO 2	NTR	8,6
Roosen en Borst	NPO 2	HUMAN	8,6
Ik mis je	NPO 2	EO	8,6
Opsporing verzocht	NPO 2	AVROTROS	8,6
Oogappels	NPO 1	BNNVARA	8,6
Down the road	NPO 3	BNNVARA	8,6
Joodse Raad	NPO 1	EO	8,6
Leven naast de dood	NPO 1	BNNVARA	8,6
Metropolis	NPO 2	HUMAN	8,6
Goede dood	NPO 2	BNNVARA	8,6

Impactbeleving

Titels 2024	Zender	Omroep	Impactbelevings-score
Mr Bates vs the post office	NPO 2	BNNVARA	88
Food for thought	NPO 2	VPRO	88
Geef om je hersenen	NPO 1	MAX	88
Planet Earth 3	NPO 1	EO	87
Vroege vogels	NPO 2	BNNVARA	86
Aarde beeft	NPO 2	NTR	86
Joodse Raad	NPO 1	EO	86
Nationale herdenking 2024	NPO 1	NOS	86
Grutto	NPO 1	BNNVARA	86
Nederland zingt	NPO 2	EO	86
Het Nieuwe Land	NPO 2	MAX	86
Wereld in Ter Apel	NPO 2	BNNVARA	85
Goede dood	NPO 2	BNNVARA	85
Tieners tegen Kwalen	NPO 1	MAX	85
Over mijn lijk	NPO 1	BNNVARA	85
Roosen en Borst	NPO 2	HUMAN	85
Wat houdt ons tegen	NPO 2	HUMAN	85
Handen aan de couveuse	NPO 1	EO	85
Opsporing verzocht	NPO 2	AVROTROS	84
Frozen planet	NPO 2	EO	84
Wereld van de Chinezen	NPO 2	VPRO	84
Toeslagenaffaire	NPO 1	BNNVARA	84
Het vuur van de Friezen	NPO 2	MAX	84
Dwars door de Lage Landen	NPO 2	VPRO	84
Nieuwe ijzeren gordijn	NPO 2	VPRO	84

Audio

Genre- en budgetverdeling audio

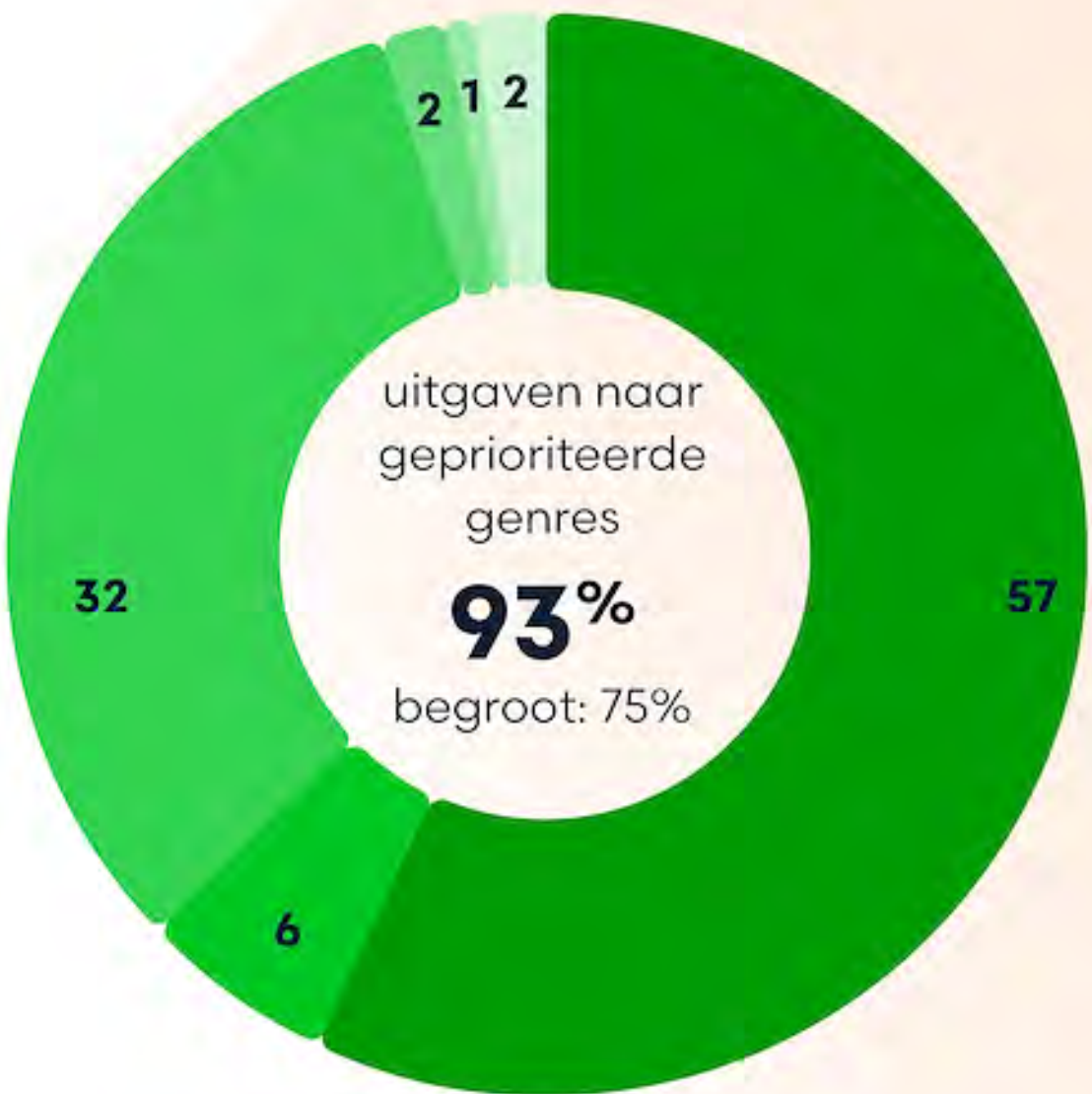
De uitgaven audio waren in 2024 €99 miljoen, in 2023 was dit €93 miljoen. Deze toename in budget is onder andere te verklaren doordat in 2024 niet besteed budget uit 2023 is ingezet. Dit maakte het mogelijk om prijsstijgingen op te vangen en voor het in 2024 uit te voeren experiment met een nieuwe radiozender om de publieksgroep 35 tot 54-jarigen met een bi-culturele achtergrond beter te bereiken. Voor onze lineaire radiozenders geldt dat het aanbod hoofdzakelijk uit de genres Journalistiek, Cultuur, Kennis & Educatie en Human Interest bestaat. In 2024 is 93% van de uitgaven naar de geprioriteerde genres gegaan, de zendtijd bedroeg 97%. In 2023 was dit respectievelijk 93% en 96%.

*Geprioriteerde genres

6. Verdeling uitgaven Audio lineair en online in 2024 (in miljoenen euro's)



7. Verdeling uitgaven Radio lineair naar genres in 2024 (in percentages)



97%
Zendtijd voor
geprioriteerde genres
Minimaal 75%



5. Genreverdeling Radio lineair in 2024, alle zenders - hele dag en 06:00 en 19:00 (in percentages)



- Journalistiek*
 - Sport
 - Cultuur*
 - Kennis & Educatie*
 - Levensbeschouwing
 - Human Interest*
- *Geprioriteerde genres

Onze genres

Voor alle genres is in 2022 genrebeleid ontwikkeld en vastgesteld, in nauwe samenspraak tussen de NPO en de omroepen.

Voor de genres Journalistiek, Fictie en Documentaires zijn genreteams geformeerd. Het genreteam Journalistiek is met ingang van 2025 voor audio en video samen. Daarnaast hebben we contentteams die zich richten op de platformen. Deze combinatie van genre- en contentteams levert de meest slagvaardige werkwijze en beste samenwerking met omroepen en producenten op. Uit de evaluatie met de omroepen (najaar 2024) blijkt deze werkwijze succesvol te zijn. Verder hebben we in 2024 een vernieuwing ingezet die met ingang van 2025 is gerealiseerd: een team Online & Social Hub. Hierin hebben de teams van NPO Start social, NPO 3 online en NPO.nl hun krachten gebundeld om nóg beter een jong publiek te bereiken.



8. Overzicht ontwikkeling genrebeleid⁹

Genre	Wanneer vastgesteld / gewijzigd	Van kracht vanaf
 Journalistiek	Juni 2022	Programmeerjaar 2023
Sport	Oktober 2022	
 Cultuur		
 Amusement		
Kennis & Educatie	Maart 2022	
 Levensbeschouwing		
Documentaire		
Human interest		
 Fictie	Februari 2020 (toen nog dramabeleid)	Programmeerjaar 2021
Kinderen	November 2022	Programmeerjaar 2023

9. Enkel genres waaraan specifieke ijkpunten op basis van prestatieafspraken of mediawettelijke eisen (m.b.t. amusement) gekoppeld zijn, worden in deze Terugblik apart uitgelicht.



Natasja Gibbs
De Nieuws BV (BNNVARA/NPO Radio 1)

Journalistiek

We willen dat ons publiek op de hoogte is en blijft van ontwikkelingen en gebeurtenissen, feiten en meningen in Nederland en in de rest van de wereld en willen het debat hierover stimuleren.

IJkpunten	Resultaten
De NPO draagt aantoonbaar bij aan aanbod onderzoeksjournalistiek.	
Het journalistieke aanbod van de publieke omroep draagt bij aan het zetten van de agenda voor het debat in andere media en de politiek. ¹⁰	

¹⁰ Zie ook de online rapportage maatschappelijke waarde die de omroepen en de NPO jaarlijks publiceren met tal van voorbeelden van de wijze waarop programmering van de publieke omroep het debat over maatschappelijke vraagstukken aanwakkert: npo.nl/impact

9. Agenderende werking journalistiek aanbod in andere media en de politiek¹¹

4.043^x

Gaf onze onderzoeksjournalistiek
aanleiding tot krantenartikelen

Video **3.084^x**

Audio **959^x**

439^x

Gaf onze onderzoeksjournalistiek
aanleiding tot Kamervragen

Video **383^x**

Audio **56^x**

^{11.} Het gaat hierbij specifiek om Kamervragen over maatschappelijke kwesties naar aanleiding van onderzoeksjournalistiek van redacties of makers van de publieke omroep.

Selectie voorbeelden onderzoeksjournalistiek 2024



Argos (HUMAN/VPRO)

Dolle Mina's van de dood

De podcastserie Dolle Mina's van de dood van Argos legt de handelswijze bloot van de Coöperatie Laatste Wil (CLW) omtrent de verspreiding van het zelfdodingspoeder Middel x. De CLW, een organisatie die strijdt voor het recht op een zelfgekozen dood, beweerde dat dit middel voor een humane dood zou zorgen. De mogelijk ernstige bijwerkingen, zoals epileptische aanvallen, hartritme stoornissen en longoedeem, werden verzwegen. Een document met deze informatie werd twee jaar lang achtergehouden. Met de podcast dwong Argos de CLW haar standpunt te herzien en de tekst op de website aan te passen.



De Wapenroute (BNNVARA)

De schimmige wereld van de internationale wapenhandel

Journalisten Danielle van Lieshout en Sinan Can traden in de complexe en schimmige wereld van de internationale wapenhandel. Hun documentaireserie baarde veel opzien in binnen- en buitenland. Het nieuws dat zij brachten over de diefstal van een groot aantal aan Kiev geleverde NAVO-wapens, die vervolgens in het criminele circuit belandden, leidde tot Kamervragen van JA21. En hun onderzoek naar de routes van de moordwapens waarmee Theo van Gogh en Pim Fortuyn waren vermoord, kreeg veel aandacht in de Spaanse pers.



EenVandaag (AVROTROS)

Vuurwerkopslag in woonwijken

EenVandaag bracht in maart 2024 een schokkende realiteit aan het licht: in meer dan 400 woonwijken in Nederland ligt tot wel 10.000 kilo vuurwerk opgeslagen, soms pal onder appartementen of naast scholen. De onthulling maakte veel los. Er volgden Kamervragen, een motie en oproepen van onder andere de brandweer en de veiligheidsregio's tot strengere wetgeving. Verantwoordelijk staatssecretaris Vivianne Heijnen toonde begrip en kondigde aan voor de zomer met een reactie te komen.



Nieuwsuur (NOS/NTR)

Praktijk van de onderwijsinspectie botst met politieke beloftes

De leerprestaties van Nederlandse scholieren verslechteren in hoog tempo. Nederland bungelt onderaan de internationale ranglijsten. Daarom dook Nieuwsuur in het Nederlandse onderwijssysteem. Uit dit onderzoek bleek veel mis te zijn met de bezoeken van de Onderwijsinspectie aan scholen. Een derde van de basisscholen was jarenlang niet meer bezocht. Het ministerie van Onderwijs stelde een onderzoek in en de Tweede Kamer riep de inspecteur-generaal ter verantwoording.



Hans Haffmans
Podium en NTR Zaterdagmatinee (NTR/NPO Klassiek)

Cultuur

We zijn een belangrijk podium voor kunst- en cultuuruitingen in al hun vormen.

IJkpunten	Resultaten	
De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 videoregistraties van podiumkunsten.	 46	videoregistraties podiumkunsten 2023: 39
De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekanalen gemiddeld minimaal 10 liveoptredens en minimaal 4 concerten of festivals	 13,6	gemiddeld aantal liveoptredens per week 2023: 15,5
	 6,9	gemiddeld aantal concerten/festivals per week 2023: 7,7

706
Live-optredens op de radio in 2024



Oogappels
(BNNVARA/NPO 1)

Fictie

IJkpunten

De NPO programmeert jaarlijks onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen de NPO en de koepel Nederlandse filmproducenten 18 Nederlandse filmproducties.

De NPO reserveert jaarlijks €3,5 mln voor Nederlandse speelfilms, incl Telefilms en filmlab

De NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.

Resultaten

 **161**

geprogrammeerde NL films

2023: **222**

 **€3,5^{mln}**

geborgd budget

€3,5^{mln}

gerealiseerd budget
2023: **€2,01mln**
gerealiseerd

 **38**

nieuwe fictieseizoenen of -titels
2023: **18**



Tijs van den Brink
Adieu God? (EO/NPO 2)

Levensbeschouwing

IJkpunten

De NPO borgt jaarlijks een budget van €12,5 miljoen voor levensbeschouwelijk aanbod naar rato van de omvang van de stromingen die voorheen werden gerepresenteerd door de zogenoemde 2.42-omroepen

Resultaten



€13,1^{mln}

geborgd budget

€13,5^{mln}

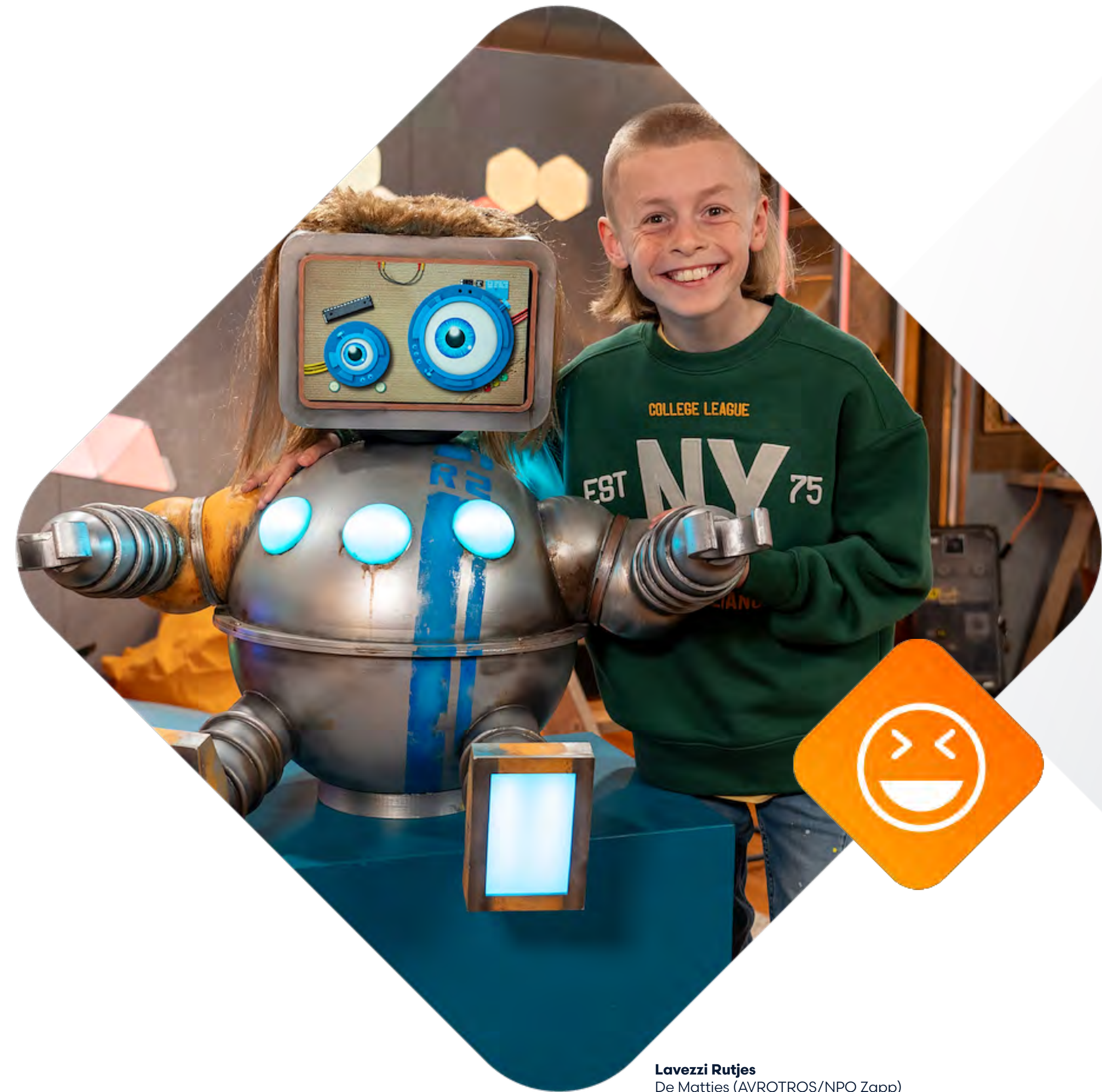
gerealiseerd budget

2023: €13,6^{mln}
gerealiseerd

10. Borging levensbeschouwelijk aanbod 2024, verdeeld over de verschillende contingenten

Stroming	Host	Contingent
Katholicisme	KRO-NCRV	€ 3.087.857
Protestantisme	EO	€ 3.087.857
Humanisme	HUMAN	€ 2.170.857
Islam	NTR	€ 2.170.857
Boeddhisme	KRO-NCRV	€ 860.857
Hindoeïsme	NTR	€ 860.857
Jodendom	EO	€ 860.857
Totaal		€ 13.100.000

In 2024 heeft de NPO € 13,1 miljoen begroot voor de contingenten. In de realisatie is € 13,5 miljoen toegekend. Het media-aanbod binnen het genre levensbeschouwing is meer dan voorgenoemde contingenten. Levensbeschouwing is media-aanbod dat wordt gemaakt vanuit een bepaalde levensvisie met religieuze, seculiere en/of spirituele uitingsvormen, waarbij het gedachtengoed van deze levensvisie centraal staat. De totale toekenning voor Levensbeschouwing in 2024 bedroeg € 26,1 miljoen (Video en Audio).



Lavezzi Rutjes
De Matties (AVROTROS/NPO Zapp)

Amusement

IJkpunten

Het amusementsaanbod van de NPO zorgt aantoonbaar voor een doorkijkkeffect naar andersoortig aanbod.¹²

Resultaten



98%

van de kijkers keek naast amusement in één week ook naar minstens één ander genre

2023: **98,1%**

¹² Zie bijlage 4 voor de Amusementstoets

98%

Van ons publiek keek naast amusement ook naar een ander genre

Regio

We willen inwoners van Nederland samenbrengen en dragen door het delen van ervaringen bij aan een levendige cultuur

IJkpunten

Op werkdagen is dagelijks een regiojournaal te zien op een televisiekanaal van de NPO

Resultaten



256

regiojournaals in 256 werkdagen

2023: **253** van 253

Op werkdagen wordt in een Regioblok van 2 uur ca. 50 minuten gevuld met bijdragen van regionale omroepen.



Iedere werkdag is er op NPO 2 een regioblok, met ten minste twee uur media-aanbod uit de regio. Samen met de regionale omroepen vullen we dit tijdsblok met programma’s als Noord-Zuid-Oost-West, onder de vlag van Omroep MAX, en BinnensteBuiten (KRO-NCRV). Ook het NOS Journaal Regio is daar iedere werkdag te zien, een intensieve samenwerking tussen de NOS en de regionale omroepen waarmee we de journalistiek in de regio versterken.

Naast dit vaste dagelijkse tijdblok hebben we ook in 2024 weer een variatie aan regionaal georiënteerde programma’s uitgezonden, zoals Pointer Pop ups (KRO-NCRV) en de dagelijkse soap Woeste Grond (AVROTROS). Ook komt de regio in tal van andere programma’s ook veelvuldig aan bod, waaronder in onze actualiteitenprogramma’s. De talkshow Carrie op Vrijdag (MAX) wordt bijvoorbeeld uitgezonden vanuit een voetbalkantine buiten de Randstad, met veel aandacht voor onderwerpen uit het hele land.



Toegankelijkheid

We bieden ons aanbod gebruiksvriendelijk aan

IJkpunten	Resultaten
De NPO biedt het NOS Journaal, het NOS Jeugdjournaal en het wekelijkse Gesprek met de minister-president aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.	
De NPO voorziet jaarlijks ten minste 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels en 8 evenementen van audiodescriptie.	 104 2023: 81
Het percentage ondertiteld tv-aanbod op onze hoofdkanalen bedraagt minimaal 95%.	 99,3% (NPO 1, 2, 3) 2023: 99,2%

Dagelijks spant de publieke omroep zich in om de programmering toegankelijk te maken voor mensen met een auditieve of visuele beperking. Dat doen we onder andere met ondertiteling en gebarentaal voor doven en slechthorenden, gesproken ondertiteling en in toenemende mate met audiodescriptie voor blinden en slechtzienden.

Dankzij een meerjarige nieuwe budgetimpuls van het Ministerie van OCW hebben we ook in 2024 weer een groot aantal titels kunnen voorzien van audiodescriptie, waarbij een stem tussen de dialogen door beschrijft wat er in beeld te zien is. In 2024 zijn we uitgekomen op 104 nieuwe titels of seizoenen van series, waarbij we ook live de wedstrijden van het Nederlands en Belgische elftal op het EK voetbal hebben voorzien van audiodescriptie in samenwerking met de VRT.

104

Nieuwe titels/seizoenen voorzien van audiodescriptie

Diversiteit en Inclusie

We willen de achtergronden van de verschillende groepen in de Nederlandse samenleving representeren

IJkpunten	Resultaten
De NPO realiseert de aanboddoelstellingen op het gebied van diversiteit voor de geprioriteerde genres Journalistiek, Cultuur, Human Interest en Service binnen het beschikbare budget van deze genres.	Zie tabel 11
De omroepen en de NPO hebben aantoonbaar acties ondernomen om de diversiteit in hun personeelsbestand te verbeteren.	Zie bijlage 5
Omroepen en NPO zorgen er voor dat het eigen personeelsbestand een afspiegeling is van de diversiteit en veelkleurigheid van de samenleving.	Zie bijlage 5

De publieke omroep wil zowel voor als achter de schermen een weerspiegeling zijn van de Nederlandse bevolking, in gender, leeftijd, opleiding, beperking, geografische spreiding en culturele achtergrond. Om hierin de noodzakelijke extra stappen te zetten, hebben NPO en omroepen een gezamenlijk Actieplan Diversiteit opgesteld. Hierin staan concrete doelstellingen en streefcijfers, gericht op de structurele verbetering van diversiteit in onze programmering en organisaties. Zo hebben we voor onze personeelssamenstelling de ambitie om op alle niveaus een afspiegeling van de Nederlandse samenleving te zijn. Een gelijke verdeling van mannen en vrouwen in managementfuncties hoort daar vanzelfsprekend bij.

Met de Media Managers, HR managers en D&I experts van de omroepen heeft de NPO in 2024 twee keer een strategiesessie georganiseerd om de voortgang op D&I te bespreken en D&I in de programmering en in de organisaties te bevorderen.

In tabel 11 zijn de streefcijfers voor 2024 opgenomen.

De halfjaarlijkse monitor van de universiteiten van Amsterdam en Antwerpen liet een stagnatie van de resultaten van biculture en genderdiversiteit zien. Alleen het percentage van mensen met een beperking in de programmering is gestegen. In bijlage 5 gaan we hier verder op in.



11. Resultaten diversiteitsmonitor Universiteit van Antwerpen en Universiteit van Amsterdam

	VIDEO																AUDIO			
	Nieuws & Actualiteiten				Opinie				Service				Human Interest				NPO Radio 1			
	(Journalistiek)				(Journalistiek)				(Kennis & Educatie)											
	Meting 2023	Doel 2024	Meting 2024	Doel 2026	Meting 2023	Doel 2024	Meting 2024	Doel 2026	Meting 2023	Doel 2024	Meting 2024	Doel 2026	Meting 2023	Doel 2024	Meting 2024	Doel 2026	Meting 2023	Doel 2024	Meting 2024	Doel 2026
Culturele diversiteit	12,7%	13,5%	12,5%	15,0%	11,9%	14,5%	9,5%	15,0%	11,3%	13,0%	11,5%	15,0%	17,9%	15,0%	17,0%	15,0%	3,7%	9,0%	3,6%	15,0%
Gender (% vrouw)	38,4%	46,0%	39,3%	50,0%	39,8%	45,0%	38,6%	50,0%	45,3%	50,0%	44,2%	50,0%	49,6%	49,0%	48,0%	50,0%	32,5%	42,0%	32,6%	50,0%
Beperking	0,4%	0,6%	0,8%	1,4%	0,9%	1,3%	1,0%	1,6%	0,9%	1,8%	2,4%	2,0%	1,5%	2,6%	4,9%	3,4%	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.

Talentontwikkeling en programmavernieuwing

We willen dat ons aanbod voldoet aan een hoge kwaliteitsstandaard; met een balans tussen vertrouwde en verrassende programma's en ruimte voor gevestigd en aanstormend talent

IJkpunten	Resultaten	
De NPO investeert jaarlijks in minimaal 25 nieuwe videopilots en in 30 nieuwe video- en podcasttitels en stelt hiervoor budget beschikbaar.	✓ 29 ✓ 187 ✓ 55	videopilots 2023: 33 nieuwe videotitels 2023: 107 nieuwe podcasttitels 2023: 72
De NPO biedt ruimte in zijn aanbod voor projecten specifiek gericht op talentontwikkeling en borgt jaarlijks budget hiervoor.	✓ 44 ✓ €6,1^{mln}	titels 2023: 61 gerealiseerd budget¹³ 2023: €7mln
De NPO borgt in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama en documentaires.	✓ €20^{mln}	geborgd budget 2023: €19,5mln

¹³ OCW-budget, excl. NPO-fondsbudget

Talentontwikkeling

Talentontwikkeling is een belangrijke gezamenlijke verantwoordelijkheid van NPO en omroepen, nieuwe makers zijn het fundament van kwalitatief, veelkleurig en waardevol aanbod. Ze zorgen voor vernieuwing en verjonging en zijn essentieel voor een relevante en toekomstbestendige publieke omroep.

Omroepen en makers zijn steeds beter op de hoogte van de beschikbare talentontwikkelingstrajecten binnen de publieke omroep. Ten eerste omdat het aanbod op het gebied van talentontwikkeling stabiel is geworden, met trajecten zoals VPRO Dorst, 3Lab en trajecten bij het NPO-fonds. Daarnaast wordt het aanbod inzichtelijk gemaakt via npo.nl/talent, waar iedereen makkelijk naar kan verwijzen en is er een intensievere samenwerking tussen de talentcoördinatoren bij de publieke omroep in een gezamenlijke werkgroep.

Doelmatigheid & Transparantie

Integraal onderdeel van het creatieve proces

IJkpunten	Resultaten
De NPO benchmarkt voor Televisie de programmakosten per titel op budgetbandbreedte. Minimaal 90% van de titels zit onder de maximale budgetbandbreedte	 95,1% binnen de budgetbandbreedte 2023: 96%
De NPO toetst jaarlijks bij hoeveel titels de werkelijke kosten afwijken met de programmabegrotingen.	 7,2% van alle titels heeft een kostenafwijking >5% 2023: 7,8%

De NPO en de omroepen hebben doelmatigheid als volgt gedefinieerd: “Het inzetten van de middelen met het oogmerk dat de (programmatische) doelen worden gerealiseerd en de afspraken over prestaties zo maximaal als mogelijk worden behaald.” De sturing op doelmatigheid door de NPO omvat dus een combinatie van zowel kostenbewustzijn als sturing op inhoudelijke doelen en prestaties.

In 2023 heeft het Commissariaat voor de Media (CvdM) onderzoek uitgevoerd naar de sturing op doelmatigheid door de NPO. Een van de aanbevelingen van het CvdM is het zorgen voor een consistent en transparant programmeerproces, onder meer door het vastleggen van kaders waarin de wijze waarop er binnen de publieke omroep in samenhang op de verschillende dimensies wordt gestuurd, wordt verduidelijkt. De NPO heeft naar aanleiding van deze aanbeveling een procesbeschrijving opgesteld, waarin duidelijk wordt gemaakt wat het beoordelingskader is voor een systematische en professionele beoordeling van programmavoorstellen en de daarbij te maken doelmatigheidsafwegingen. Daarbij is als extra actiepunt opgenomen dat de NPO minimaal twee maal per jaar de programmering na uitzending evalueert.

Doelmatigheid in het operationele proces

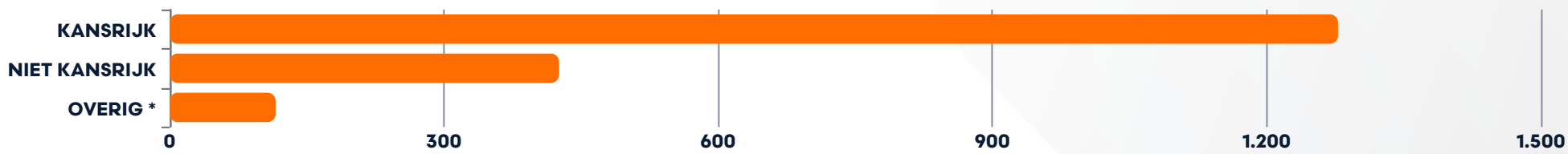
De publieke omroep toetst alle programmavoorstellen langs drie dimensies van doelmatigheid: Programmatische Doelen, Middelen en Publieke Waarde. Hiervoor heeft de NPO samen met de omroepen een set van criteria ontwikkeld. Deze is opgenomen in de zogeheten NPO MediaModule en het Coördinatiereglement Aanbodkanalen NPO. Over 2024 zijn alle programmavoorstellen (Video, Online en Audio) van alle omroepen volledig in de NPO MediaModule vastgelegd. Hierbij is elk programmavoorstel niet alleen voorzien van de nodige doelmatigheidsinformatie (zoals programmatische doelen, uitgebreide begroting en budgetbandbreedte informatie), ook is van elk programmavoorstel een volledige (transparante) audit trail opgenomen gedurende het hele operationele proces. Bij het besluit wel of niet over te gaan tot toekenning en plaatsing van een programma, vindt toetsing plaats aan de hand van de hiervoor genoemde criteria.

Per 1 maart 2024 heeft de directie Video verdere verbeteringen doorgevoerd naar aanleiding van de evaluatie van de ingevoerde nieuwe manier van integraal programmeren. Het doel hiervan is genrebeleid en programmering voor zowel lineair, online en on demand beter op elkaar te laten aansluiten.

Pitchen

Omroepen (en producenten) kunnen bij de NPO een voorstel voor nieuw te ontwikkelen media-aanbod aanbieden. Hiervoor gebruiken zij de NPO MediaModule. Omroepen dienen in deze fase onder andere aan te geven aan welk(e) programmatische doel(en) het programma bijdraagt en welke doelgroep het programma beoogt te bereiken. De NPO beoordeelt voorstellen integraal (lineaire en/of online en/of on demand). De zendermanager (Audio) of genre-/contentmanager (Video) bespreekt het voorstel met de betrokken omroep of producent en beoordeelt of het voorstel kan passen in de Programmeerstrategie van het betreffende genre c.q. mediaomgeving. Onderstaand overzicht maakt duidelijk hoeveel programmavoorstellen er in 2024 passen binnen de Programmeerstrategie. Die voorstellen zijn doorgeleid naar de volgende fase van het programmeerproces, te weten de intekening.

12. Het aantal in behandeling genomen programmavoorstellen in 2024 en het aantal voorstellen dat in de pitchfase is afgewezen na beoordeling op geschiktheid binnen de programmeerstrategie aan de hand van inhoudelijke doelen



**Overig, waaronder teruggetrokken door de omroep, on-hold etc.*

Van de 1.820 ingediende programmavoorstellen zijn er 1.278 in behandeling genomen en doorgezet naar het intekenproces. In totaal is bij 542 nieuwe voorstellen aangegeven dat deze niet kansrijk worden bevonden, of andere redenen waarom deze voorstellen niet in behandeling worden genomen.

Intekenen

In deze fase verzoekt de NPO de betreffende omroep de intekening aan te vullen met onder andere een uitgebreide uniforme programmabegroting. Dit maakt een goede beoordeling van de begroting mogelijk, onder meer doordat de opbouw van de kosten van vergelijkbare programma's vergeleken kunnen worden.

Om een programmabegroting goed te kunnen beoordelen, maakt de NPO onder andere gebruik van de bandbreedte van de kosten per aflevering van programma's met een vergelijkbare productiewijze. Deze 'vergelijkingsmaatstaf' wordt jaarlijks herijkt aan de hand van onder andere een inflatiecorrectie. In 2024 heeft een uitgebreide analyse plaatsgevonden en zijn de budgetbandbreedtes herijkt.

Bij de intekeningen waarbij het budget boven de maximale budgetbandbreedte is, wordt bij de omroep een detailbegroting opgevraagd en een nadere onderbouwing ten behoeve van het plaatsingsbesluit. Dit laatste is ook het geval als de begroting wel binnen budgetbandbreedte is, maar de NPO daar aanleiding toe ziet, zoals bij grote producties, en indien er sprake is van een bijdrage uit het NPO-fonds. In dat geval is er altijd een aanvullende onderbouwing nodig voordat de NPO tot plaatsing besluit. In deze fase is er intensieve uitwisseling van vragen en gegevens tussen genre-/contentmanager en omroep. Op basis van de toetsing van de programmabegroting kan de NPO de omroep verzoeken de programmabegroting aan te passen.

Besluitvorming

In de besluitvormingsfase voorziet de NPO het desbetreffende programmavoorstel van een gewenst uitzendjaar, passend tijdslot en aanbodkanaal.

Over alle programmavoorstellen voor het lopende uitzendjaar besluit de raad van bestuur (RvB) van de NPO vervolgens formeel de programma's te plaatsen. Ter voorbereiding op dit besluit verifieert de NPO nog een keer of alle programmavoorstellen getoetst zijn op doelmatigheid. Programma-voorstellen met een begroting buiten de bandbreedte – in 2024 waren dit er 59 – zijn daarbij van een nadere onderbouwing voorzien.

Na uitzending

De NPO evalueert (doorlopende) programmatitels na afloop op onder meer (programmatische) doelen, inzet van middelen, prestaties (bereikcijfers) en publieke waarde.

Na afloop van het boekjaar vraagt de NPO de werkelijk gerealiseerde kosten op over al het media-aanbod. Daarbij geldt de indeling in kostencategorieën die de omroep bij intekening heeft gehanteerd. Wijken de gerealiseerde kosten van een vaste titel meer dan 5% én meer dan 50.000 euro af, dan benadert de NPO de omroep voor een uitleg. Het percentage titels met een budgetafwijking van meer dan 5% was in 2024 slechts 7,2%.

Monitoring van doelmatigheid langs drie dimensies

Middelen

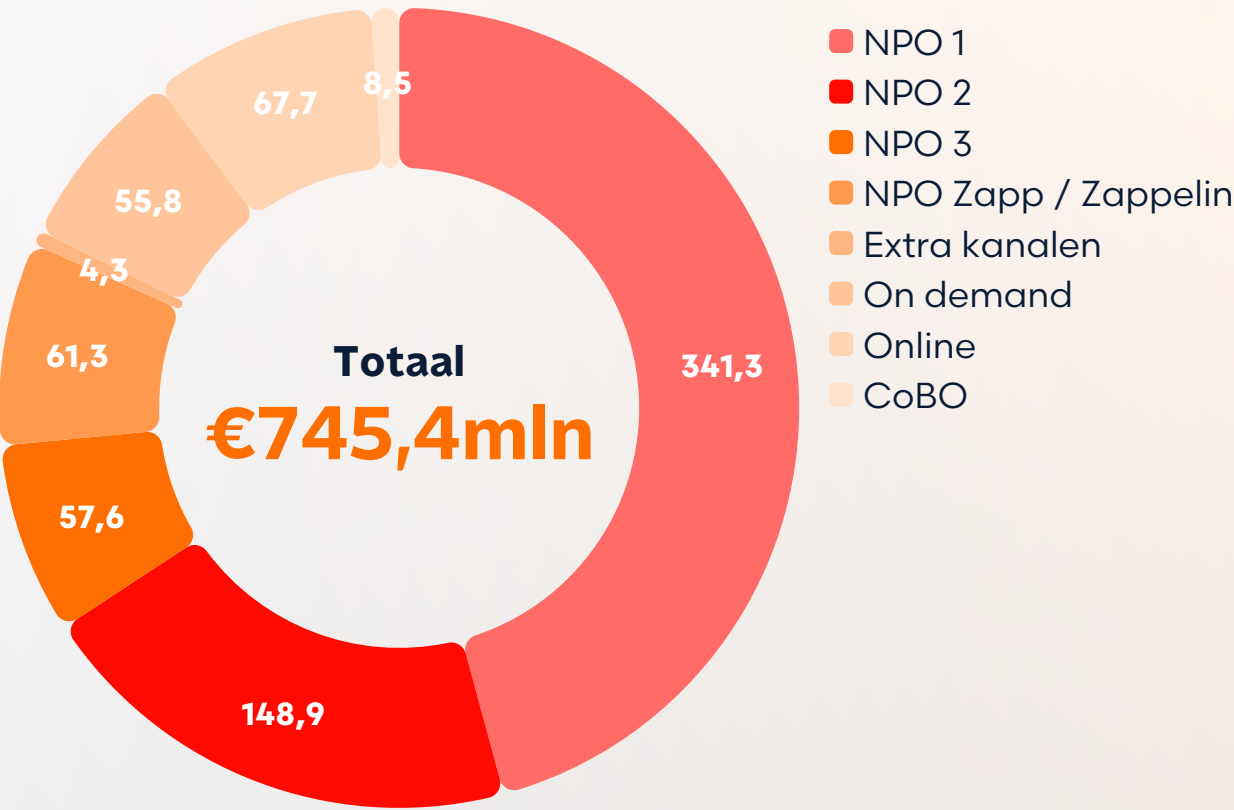
De NPO bewaakt gedurende het hele jaar het beschikbare budget voor Video (naar genre) en Audio (naar zender) en gaat na of de toewijzing in de pas loopt met de vooraf begrote bedragen per genre (Video) of aanbodkanaal (Audio).

13. Uitgaven Video naar genre in 2024 (absoluut x €mln, relatief en vooraf begroot)

Genre	Uitgaven (x €1 mln)	Uitgaven %	Begroting 2024 uitgaven
Journalistiek	150	20%	23%-26%
Sport	135	18%	20%-23%
Kennis & Educatie	88	12%	11%-14%
Cultuur	82	11%	9%-12%
Kinderen	72	10%	8%-11%
Fictie	71	10%	11%-14%
Human Interest	70	9%	9%-12%
Documentaire	25	3%	4%-7%
Levensbeschouwing	24	3%	3%-6%
Amusement	12	2%	1%-4%
Overige Media-aanbod	7	1%	0%-3%
CoBO	9	1%	nvt
Totaal	745	100%	100%

Uit tabel 13 valt op te maken dat de genres Kennis & Educatie, Cultuur, Kinderen en Amusement binnen de begrote uitgaven vallen. De genres Journalistiek, Sport en Documentaire blijven daarentegen onder de vooraf begrote uitgaven.

14. Uitgaven Video naar aanbodkanaal in 2024 (x €mln)



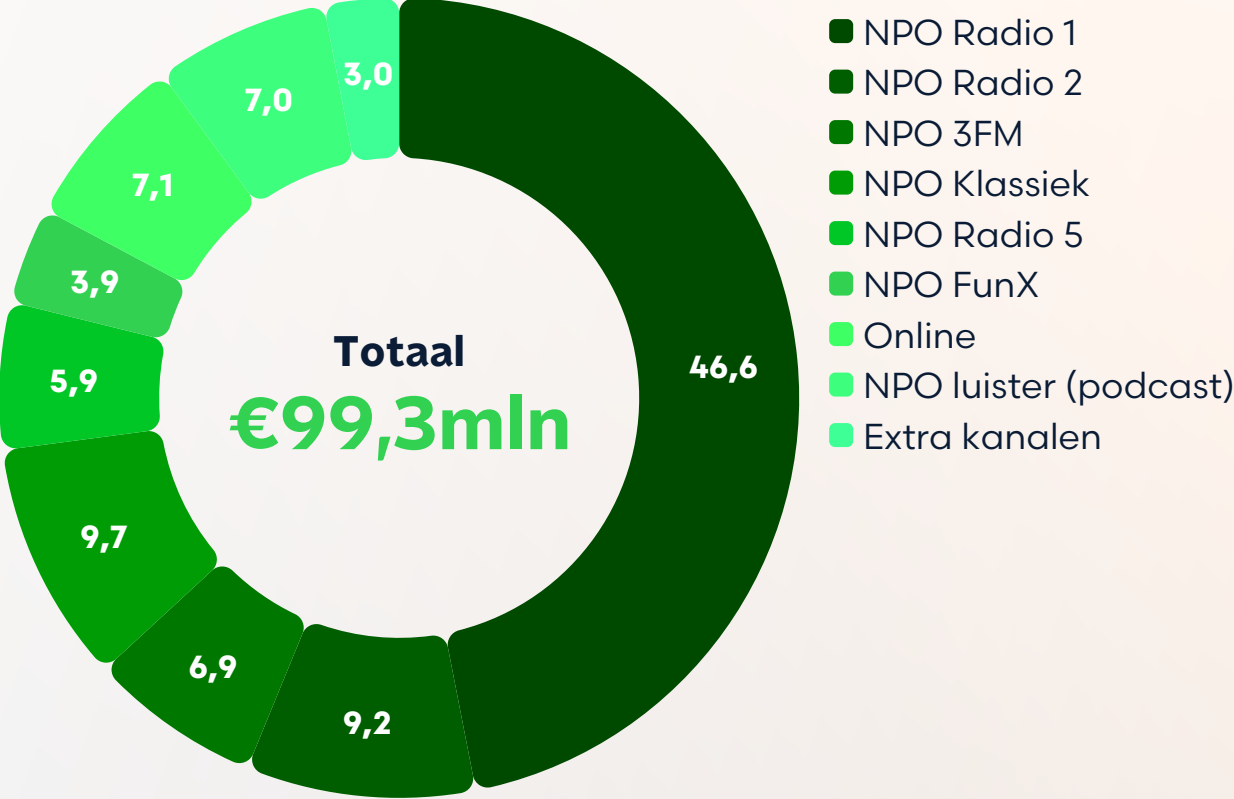


15. Uitgaven Audio naar genre in 2024 (absoluut x €mln, relatief en vooraf begroot)

Genre	Uitgaven (x €1 mln)	Uitgaven %	Begroting 2024 uitgaven
Journalistiek	54,0	54%	58% - 61%
Cultuur	30,9	31%	27% - 30%
Sport	5,2	5%	1% - 4%
Documentaire	2,6	3%	1% - 4%
Human Interest	2,5	3%	2% - 5%
Kennis & Educatie	2,4	2%	0% - 3%
Levensbeschouwing	1,2	1%	0% - 3%
Amusement	0,4	0%	0% - 3%
Fictie	0,3	0%	0% - 3%
Kinderen	-	nvt	nvt
Totaal	99,3	100%	100%

Uit tabel 15 valt op te maken dat de uitgaven van de genres Cultuur en Sport boven de begrote uitgaven liggen. Uitgaven van Journalistiek liggen juist onder de begrote uitgaven.

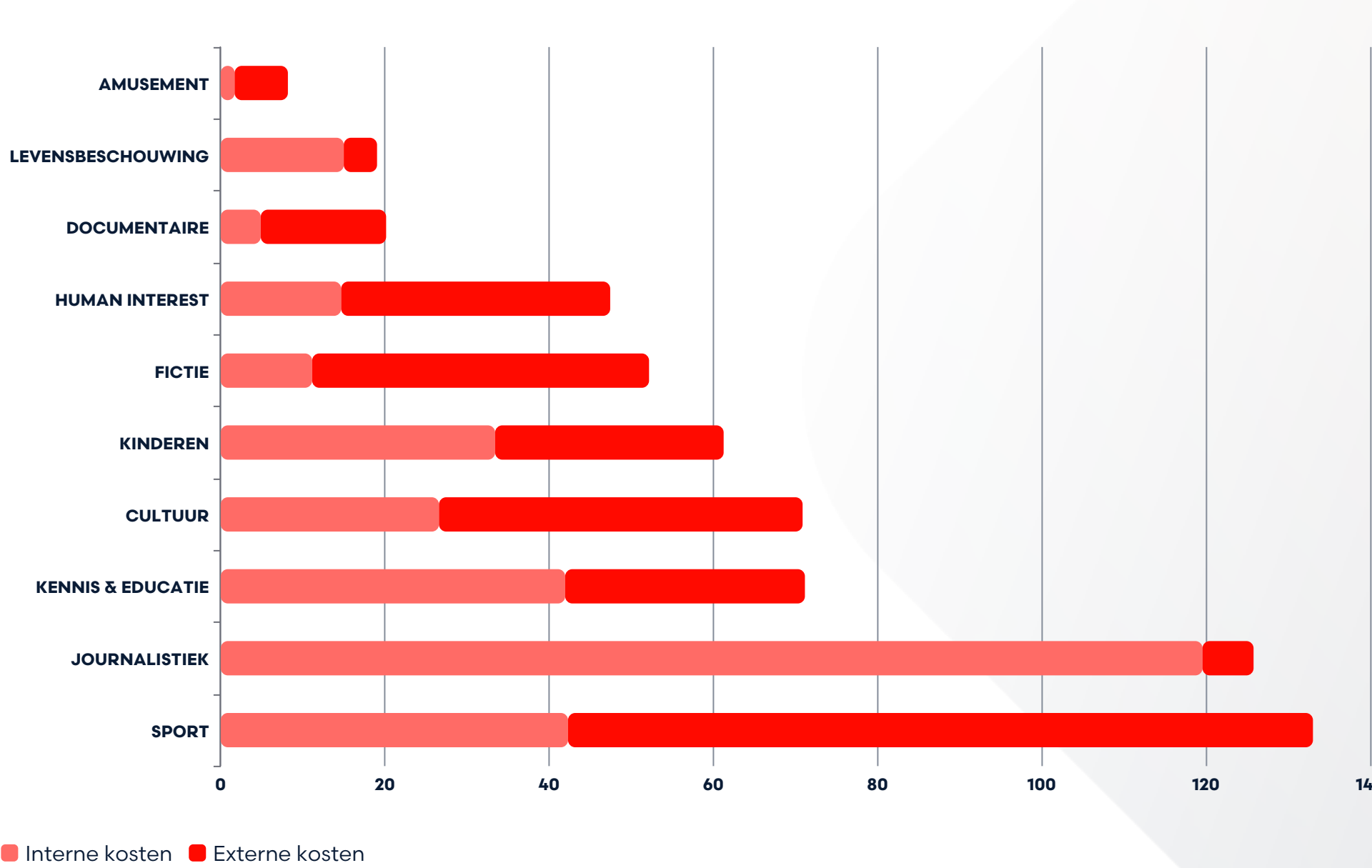
16. Uitgaven Audio naar aanbodkanaal in 2024 (x €mln)



De NPO en de omroepen wenden al hun inkomsten voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht aan. De NPO stuurt daarbij op de inzet van eigen bijdragen van de omroepen. In 2024 is in totaal €50,1 miljoen aan eigen bijdragen van de omroepen ingezet bij de intekening van programmavoorstellen (begroot was €36,5 miljoen). In 2023 is €42,3 miljoen aan eigen bijdragen door de omroepen ingezet.

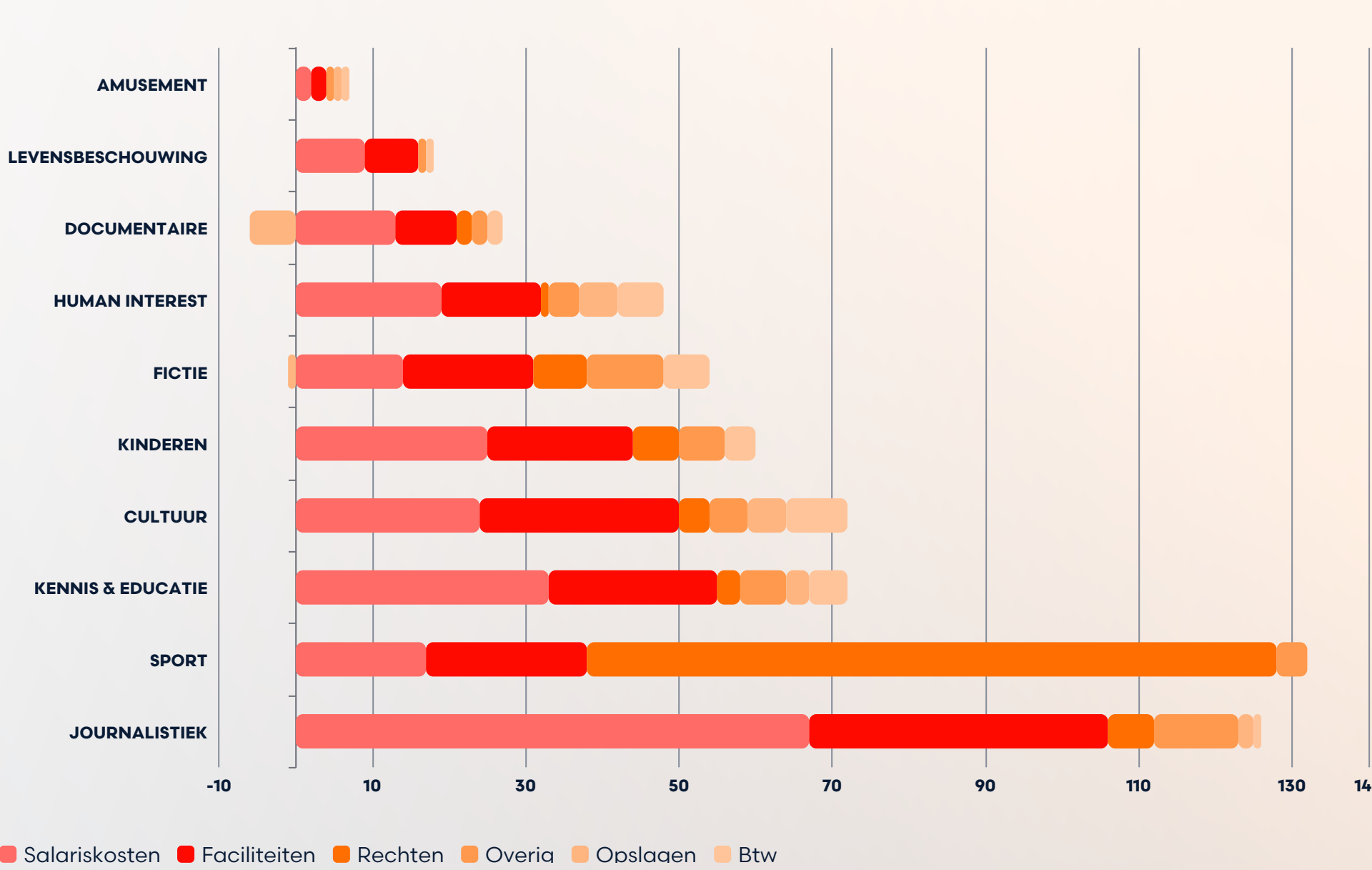
Omroepen dienen bij het ingediende voorstel aan te geven hoeveel de interne en externe kosten bedragen van een programmavoorstel. Figuren 17 en 18 (voor Video lineair) maken deze onderverdeling voor 2024 inzichtelijk.

17. Uitgaven Video lineair per genre in 2024 op basis van plaatsingsdatum, onderverdeeld in interne en externe kosten (x €mln)

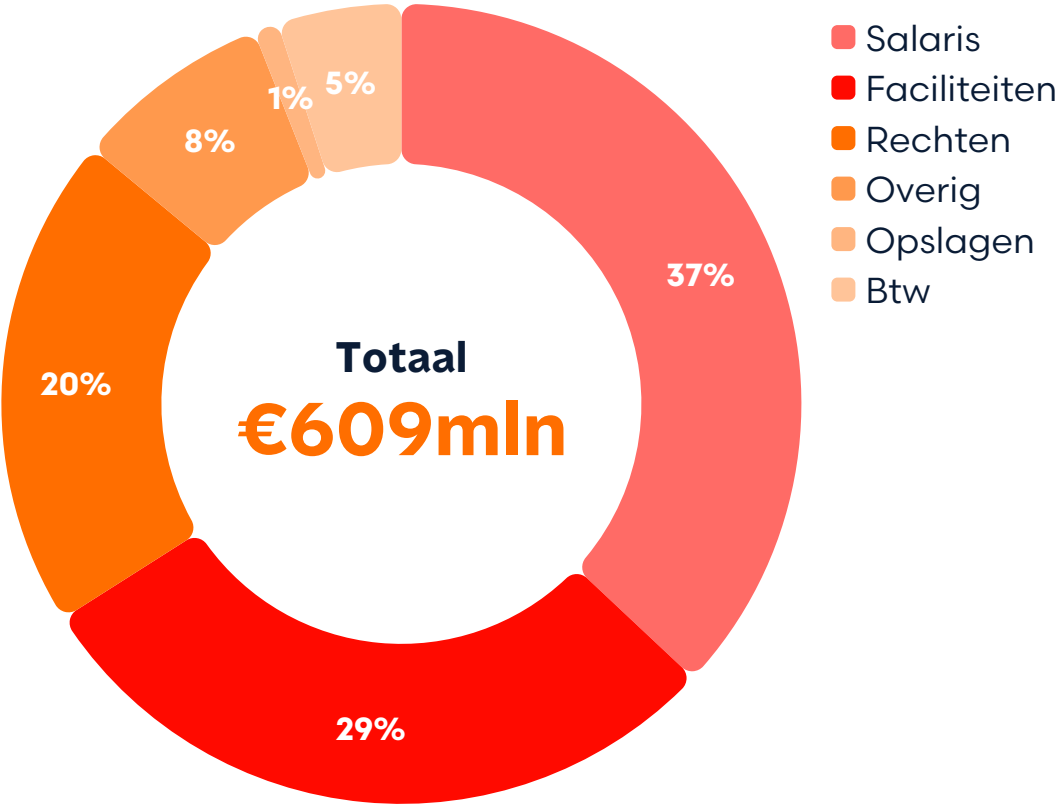


Figuur 18 maakt inzichtelijk hoe de kostensoorten per genre verdeeld zijn in 2024, gesorteerd naar de absolute omvang per genre.

18. Uitgaven Video lineair per genre en naar kostensoort in 2024 op basis van plaatsingsdatum (x €mln)



19. Verdeling uitgaven Video lineair naar kostensoorten in 2024 op basis van plaatsingsdatum (in %)



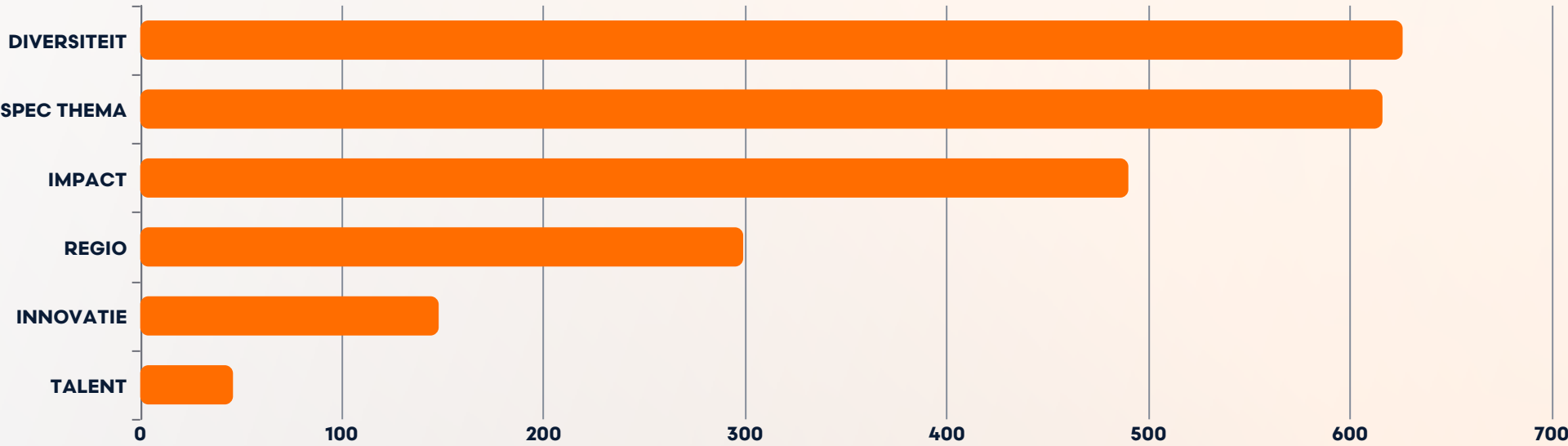
Onafhankelijk product

De NPO dient jaarlijks minimaal 25% van het programmabudget te besteden aan extern geproduceerde, onafhankelijke producties. Op basis van de kostenopgave in de jaarrekeningen van de omroepen, gerelateerd aan het vastgestelde programmabudget voor 2024, bedraagt het gerealiseerde percentage in 2024 36,7% (2023: 34,8%). In bijlage 3 is aangegeven hoe dit percentage is bepaald. Daarmee voldoet de publieke omroep ruimschoots aan het in de wet vastgelegde minimumpercentage.

(Programmatische) doelen

Bij de intekening van programmavoorstellen hanteren wij het begrip programmatische doelen. Daarbij geeft een omroep bij de intekening van een programmavoorstel aan welke inhoudelijke doelstelling(en) het programma extra aandacht beoogt te besteden. Figuur 20 geeft een indicatie van de aard van de inhoudelijke doelstellingen waaraan programma's extra aandacht besteden.

20. Aantal programmavoorstellen naar programmatische doelen (plaatsingsjaar 2024 Video, meerdere doelen per programma mogelijk)



In totaal hebben omroepen in 2024 1.818 programmavoorstellen ingetekend. Per programmavoorstel kan een omroep meer dan één programmatisch doel selecteren. Zo is bij het genre cultuur bij 72% van de programmavoorstellen het programmatisch doel diversiteit aangegeven; bij het genre Kennis & Educatie is in 30% van de programmavoorstellen het programmatisch doel innovatie aangegeven. Bovenstaand overzicht geeft een indicatie van de aard van de inhoudelijke doelstellingen waaraan programma's extra aandacht besteden.

Prestaties en Publieke Waarden

Naast het met ons aanbod halen van de (programmatische) doelen vinden we het belangrijk dat ons aanbod publieke waarde heeft, van hoge kwaliteit is en impactvol. Naast bereik is een andere programmatische doelstelling dan ook dat alle titels publieke waarde hebben¹⁴.

14. Zie bijlage 1 voor de resultaten van de publieke waarde-toets



Onderzoeksbureau GfK meet dagelijks onder kijkers van onze titels de publieke waarde met de zogeheten Publieke Waarde Meting (PWM). Hieruit komt naar voren dat het Nederlandse publiek in 2024 de publieke waarde van de televisieprogramma's van de publieke omroep gemiddeld wederom als hoog tot zeer hoog beoordeelde. Van de circa 200 gemeten televisieprogramma's in het PWM-onderzoek voldeed 97% aan de norm van 7,0 met een gemiddelde publieke-waardescore van 8,2.

De NPO heeft doelmatigheid gedefinieerd als het inzetten van de middelen voor de programmering met het oogmerk dat het de (programmatische) doelen realiseert en de afspraken over prestaties zo maximaal als mogelijk behaalt. Om onze prestaties te meten, kijken we onder andere naar ons gemiddelde weekbereik en het aantal uitgezonden uren. Bij het weekbereik tellen mensen mee die minimaal 1 minuut naar een programma hebben gekeken of geluisterd. Onze lineaire tv-zenders hebben wekelijks gemiddeld 72% (11,6 mln) van Nederland bereikt. Dat is ruim hoger dan het ijkpunt van 60% (9,7 mln).

Tabel 21 laat per genre zien wat de publieke waarde was, het weekbereik en het gespendeerde budget. Wanneer we deze budgetten afzetten tegen de uitgezonden uren, het gemiddelde weekbereik op lineaire televisie en de uitgaven per uur en per kijker resulteert het volgende beeld. De uitgaven en het bereik op online en on demand zijn niet in dit overzicht meegenomen.

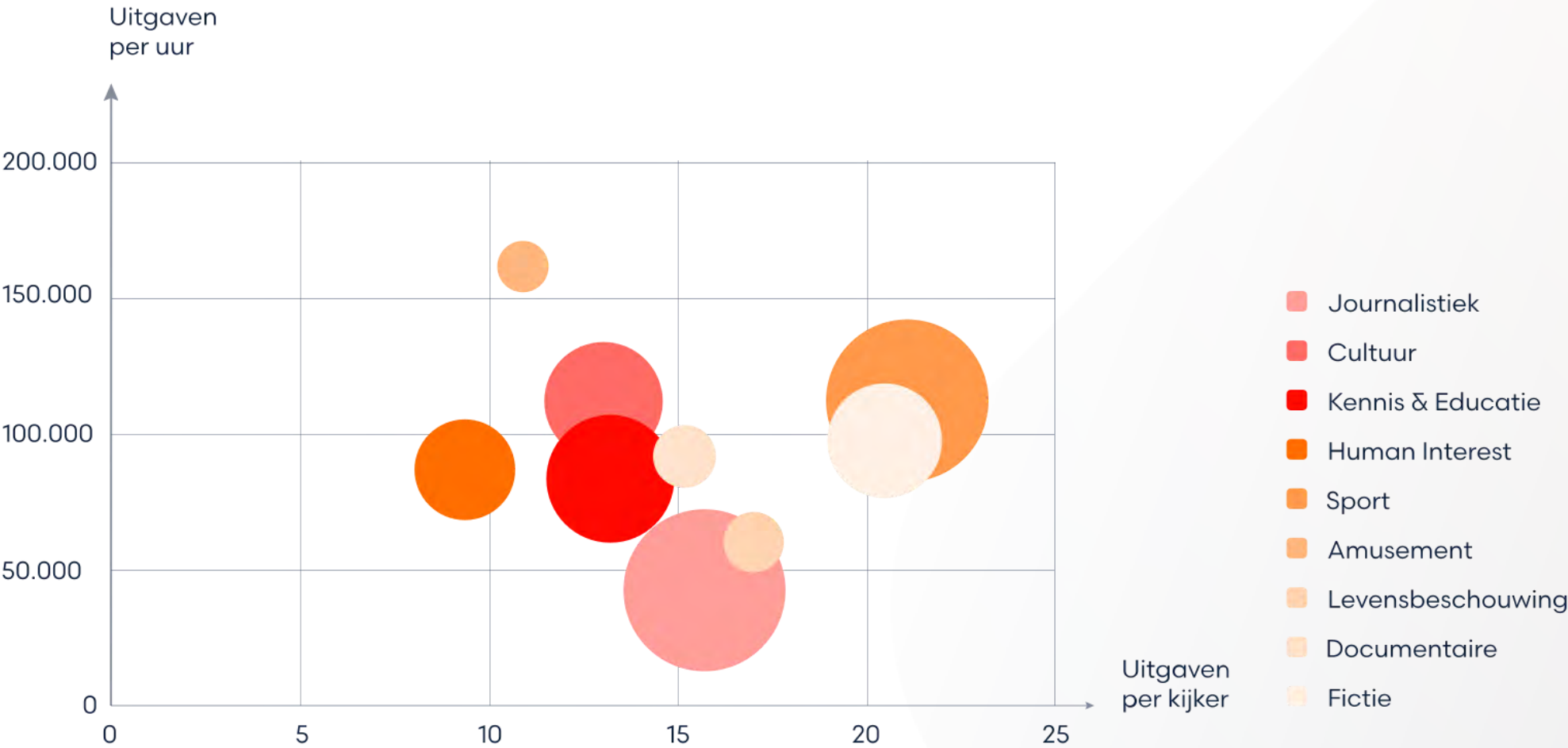
21. Programma-genres Video Lineair naar gemiddelde publieke waardescore, totale uitgaven, uitzenduren (exclusief herhalingen), uitgaven per uur, gemiddeld weekbereik (6+) en gemiddelde uitgaven per kijker in 2024

Genre ¹⁵	Publieke waarde	Uitgaven (x €1 mln)	Uren	Uitgaven per uur (€)	Gemiddeld weekbereik (x 1 mln)	Uitgaven per kijker (€)
Kennis & Educatie	8,3	86,2	1.042	82.726	6,6	13,2
Documentaire	8,3	20,6	228	90.351	1,4	15,1
Human Interest	8,1	51,4	593	86.678	5,4	9,4
Journalistiek	8,0	135,4	3.234	41.868	8,6	15,7
Levensbeschouwing	8,0	19,5	333	58.559	1,2	16,9
Cultuur	7,8	74,7	673	110.996	5,8	13,0
Fictie	7,8	71,9	735	97.823	3,5	20,5
Amusement	7,8	14,6	91	160.440	1,3	10,9
Sport ¹⁶	-	134,8	1.207	111.682	6,4	21,1
Totaal	8,0	609,1	8.136	74.865	11,2	54,4

¹⁵ Kinderen wordt hier als genre niet apart opgenomen, maar is opgenomen in de andere genres

¹⁶ Voor het genre Sport is het niet goed mogelijk naar de publieksperceptie van kwaliteit, impact en waardering te vragen omdat mensen veelal de inhoud van de sporten/wedstrijden beoordelen en niet zozeer het programma als zodanig.

22. Programmatische genres weergegeven langs de assen uitgaven per uur (verticaal) en uitgaven per kijker (horizontaal), waarbij geldt: hoe groter de cirkel hoe hoger de totale uitgaven per genre, voor lineaire televisie in 2024



Uit dit overzicht blijkt dat de uitgaven per uur - net als in 2023 - het hoogst zijn bij het genre Amusement en het laagst bij het genre Journalistiek. Als we echter het gemiddelde weekbereik erbij betrekken, ontstaat er een genuanceerder beeld. De uitgaven per kijker zijn bij het genre Amusement juist relatief laag. Dit in tegenstelling tot de genres Fictie en Sport, waar de uitgaven per kijker hoger zijn. Uiteraard kennen genres een hele verschillende kostenstructuur en richten verschillende genres zich vaak ook op een andere aard en omvang van de beoogde doelgroep. Om deze reden is bovenstaand overzicht vooral bedoeld om een algeheel inzicht te geven, maar laten prestaties per genre zich lastig met elkaar vergelijken.

Bij Audio sturen we niet op genres maar op het niveau van de zenders. Wanneer we de uitgaven afzetten tegen de toegekende uren en het gemiddelde weekbereik (leeftijdscategorie 13+), ontstaat het volgende beeld:

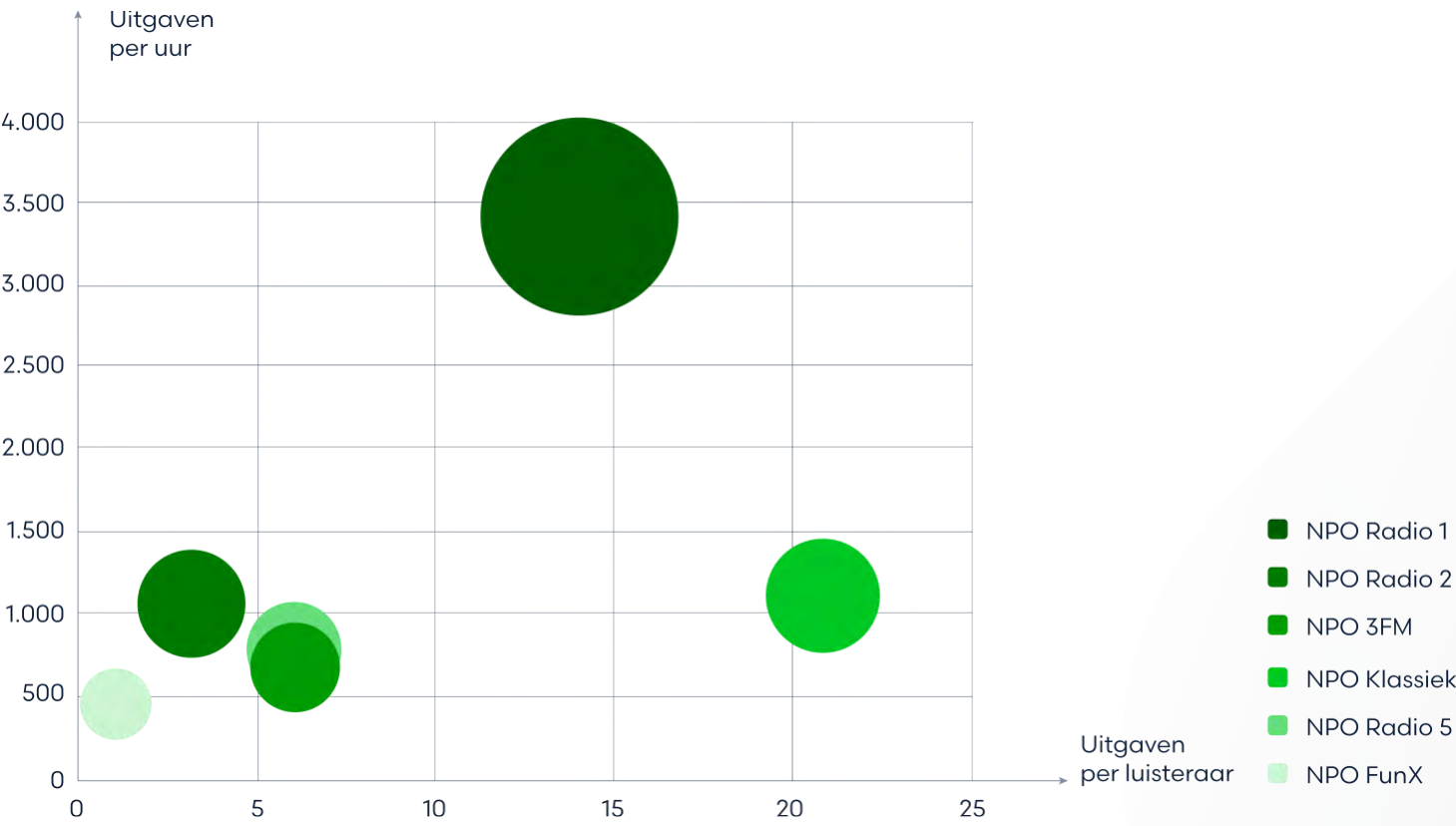
23. Radiozenders gerangschikt naar publieke-waardescore, totale uitgaven, uitzenduren, uitgaven per uur, gemiddeld weekbereik en uitgaven per luisteraar in 2024

Zender	Publieke waarde	Uitgaven (x € mln)	Uren	Uitgaven per uur (€)	Gemiddeld weekbereik (x 1 mln)	Uitgaven per luisteraar (€)
NPO Klassiek	8,4	9,7	8.736	1.110	0,5	20,9
NPO Radio 5	8,3	5,9	8.736	675	1,0	6,1
NPO Radio 1	7,8	46,6	8.736	5.334	2,1	21,9
NPO Radio 2	7,6	9,2	8.736	1.053	2,9	3,1
NPO 3FM	7,3	6,9	8.736	790	1,1	6,0
NPO FunX ¹⁷	-	3,9	8.736	446	nb	-
Totaal	7,9	82,2	52.416	1.568	5,7	14,4

¹⁷ NPO FunX is niet opgenomen in het Luisteronderzoek en daardoor is geen vergelijkend cijfer van het gemiddeld weekbereik beschikbaar. Voor NPO FunX kwam er uit het GfK-onderzoek te weinig response voor betrouwbare resultaten.

Zie in figuur 24 een grafische weergave van de informatie uit bovenstaande tabel. Uit de figuur blijkt dat de uitgaven per uur het hoogst zijn bij NPO Radio 1 (exclusief uitgaven NOS Radio 1 Journaal). De uitgaven per luisteraar zijn het laagste bij NPO Radio 2. Ook voor onze radiozenders geldt dat er duidelijke verschillen zijn in de kostenstructuur per zender. NPO Radio 1 heeft een groot aandeel journalistiek aanbod dat duurder is dan een zender die hoofdzakelijk muziekprogrammering kent. Daarnaast richten onze radiozenders zich op verschillende doelgroepen die van een andere omvang zijn. Hierdoor is het niet goed mogelijk de uitgaven per bereik per zender te vergelijken, maar figuur 24 geeft toch een indruk van de prestaties van de zenders in uitgaven per uur en luisteraar.

24. Radiozenders weergegeven langs de assen uitgaven per uur (verticaal) en uitgaven per luisteraar (horizontaal), waarbij geldt: hoe groter de cirkel hoe hoger de totale uitgaven per zender, voor lineaire Audio in 2024



Inzicht in bereik en kijktijdaandelen

De opdracht in de Mediawet is een relevant bereik te realiseren onder een breed en algemeen publiek. Die taakopdracht veronderstelt dat er inzicht is in bereik en kijktijdaandelen en dat er daarop ook gericht moet worden gestuurd.

Uitgangspunt voor de intekening zijn – volgend uit de programmatische doelstellingen uit het Jaarplan en de Begroting - de jaarlijkse genreschema’s, waarin per net en tijdslot is aangegeven welke leeftijdsgroep is beoogd, met welk type programma en welk kijktijdaandeel. Daarnaast zijn bij de introductie van integraal programmeren genrebeleidsplannen vastgesteld, met daarin diverse ambities, uitgangspunten, criteria en doelstellingen. Hierbij ligt de focus niet op bereik of kijkcijfers, maar op bijvoorbeeld pluriformiteit, variatie, diversiteit en impact. Ook is er een aantal programmatische uitgangspunten dat door omroepen bij intekening al dan niet expliciet wordt benoemd en van een toelichting is voorzien. Er is dus een scala aan uitgangspunten en criteria die allemaal een rol spelen bij de keuze of een programma al dan niet wordt geselecteerd, geplaatst of gecontinueerd.

In jaarplan, genreschema’s en begroting staan criteria en uitgangspunten benoemd. Hieruit volgt voor omroepen een (inspannings)verplichting zich aan de daarin gestelde doelen te houden. Er worden bilateraal gesprekken gevoerd met de genre- en contentmanagers indien afspraken in de uitvoering niet of onvoldoende worden gerealiseerd. Dit leidt overigens niet automatisch tot het schrappen van titels. Zo krijgen, bijvoorbeeld bij achterblijvende kijk- en bereikcijfers, nieuwe titels doorgaans tijd verbetering aan te brengen. Achterblijvend kijktijdaandeel of bereik ten opzichte van de afgesproken doelstelling is bovendien zelden of nooit de enige reden om te stoppen met een titel. Soms bereiken programma’s bijvoorbeeld hun levenseinde (wat zich doorgaans ook weerspiegelt in het bereik ervan), zijn ze te weinig geprofileerd volgens de omroep, heeft de presentator andere ambities of voldoet het programma niet aan de verwachte kwaliteits-, publieke waarde- of amusementstoets.

In onderstaand overzicht is de gemiddelde kijkdichtheid van al onze titels in het tijdvak 18:00u – 24:00u op NPO 1, 2 en 3 van afgelopen jaar af te lezen. Hieruit blijkt al dat hoge kijktijdaandelen zeker niet bepalend zijn geweest in de programmering, de gemiddelde kijkdichtheid van alle titels (excl. herhalingen) was 563.000. Er zijn tamelijk veel titels die een relatief bescheiden kijkdichtheid genereren; 210 titels hadden afgelopen jaar een bovengemiddelde kijkdichtheid, 519 titels zaten hieronder.

25. Gemiddelde kijkdichtheid 2024 van NPO 1,2 & 3



Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag

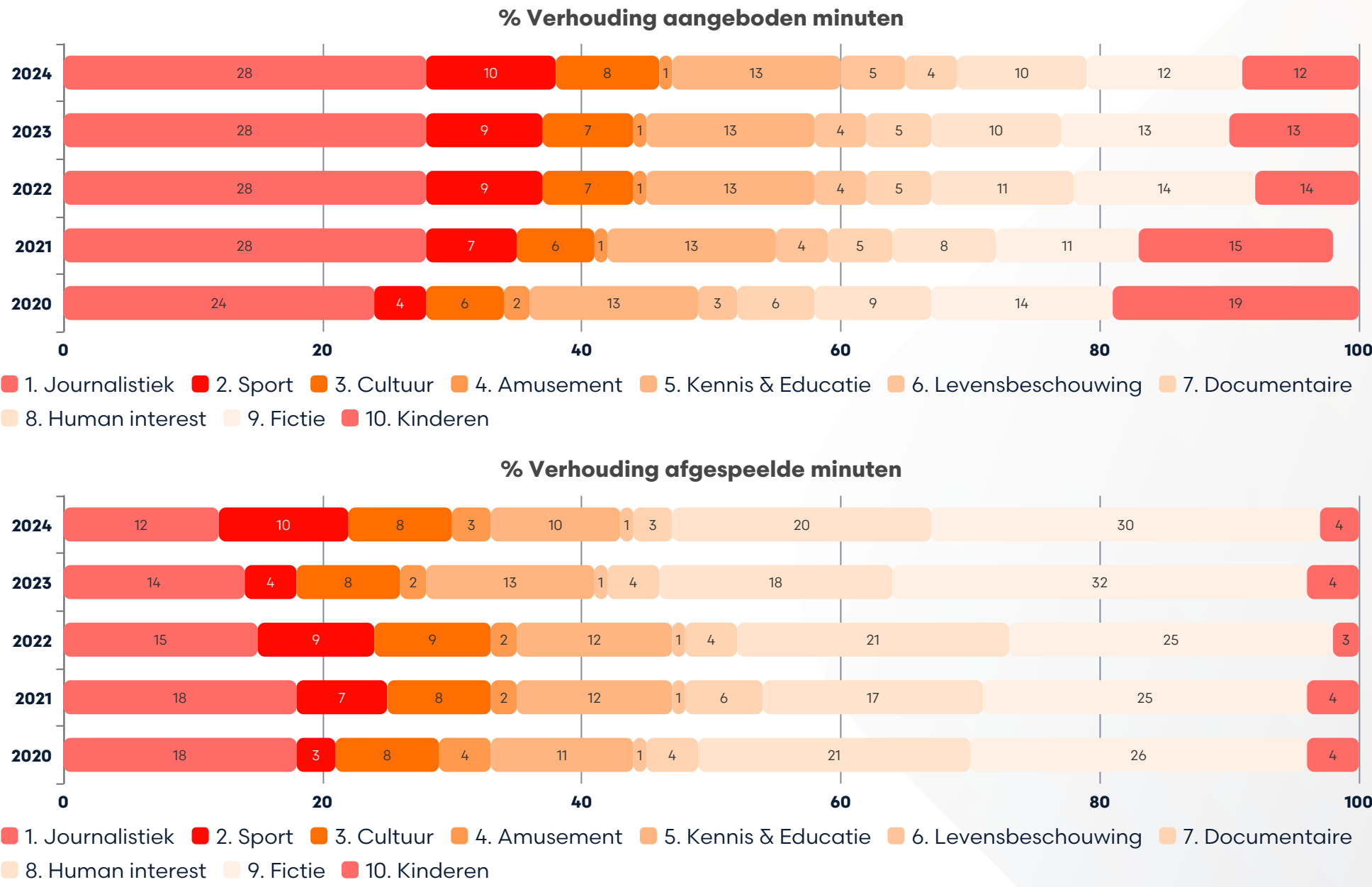
Integraal programmeren

We willen dat onze on-demandplatformen een volwaardig alternatief worden voor lineaire kanalen

IJkpunten	Resultaten
Minimaal 70% van het publiek is (zeer) tevreden met de dienst NPO Start.	✓ 76% 2023: 77%
De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling van de kijktijd en het gebruik van NPO Start ten opzichte van het voorgaande jaar.	✓ -3% kijktijd t.o.v. 2023 2023: +4% t.o.v. 2022 -1,6% bereik t.o.v. 2023 2023: +2% t.o.v. 2022
Het budget dat specifiek is geborgd voor on demand programmering is ten opzichte van het afgelopen jaar uitgebreid.	✓ €60^{mln} 2023: €25mln
De NPO maakt jaarlijks inzichtelijk welk aandeel de verschillende genres in de kijktijd op NPO Start hebben t.o.v. de verhouding aangeboden minuten.	✓ Zie tabel 26

De kijktijd en het gebruik van NPO Start zijn ten opzichte van 2023 iets gedaald, dit heeft te maken met de nieuwe uitrol van het platform NPO Start waar gebruikers aan moeten wennen. De verwachting is dat dit in 2025 weer zal bijtrekken. Zoals uit figuur 26 blijkt, worden sommige genres on demand beter bekeken dan andere genres wanneer gekeken wordt naar de verhouding tussen het aantal aangeboden en gekeken minuten per genre. Genres als Human Interest en Fictie maken een relatief klein onderdeel uit van het totaal aangeboden aantal minuten, maar worden relatief veel bekeken.

26. Verhouding aangeboden en afgespeelde minuten naar genre op NPO Start in 2024



NPO Plus

De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling, het bereik, de gebruikerservaring en de kosten en opbrengsten van NPO Plus.

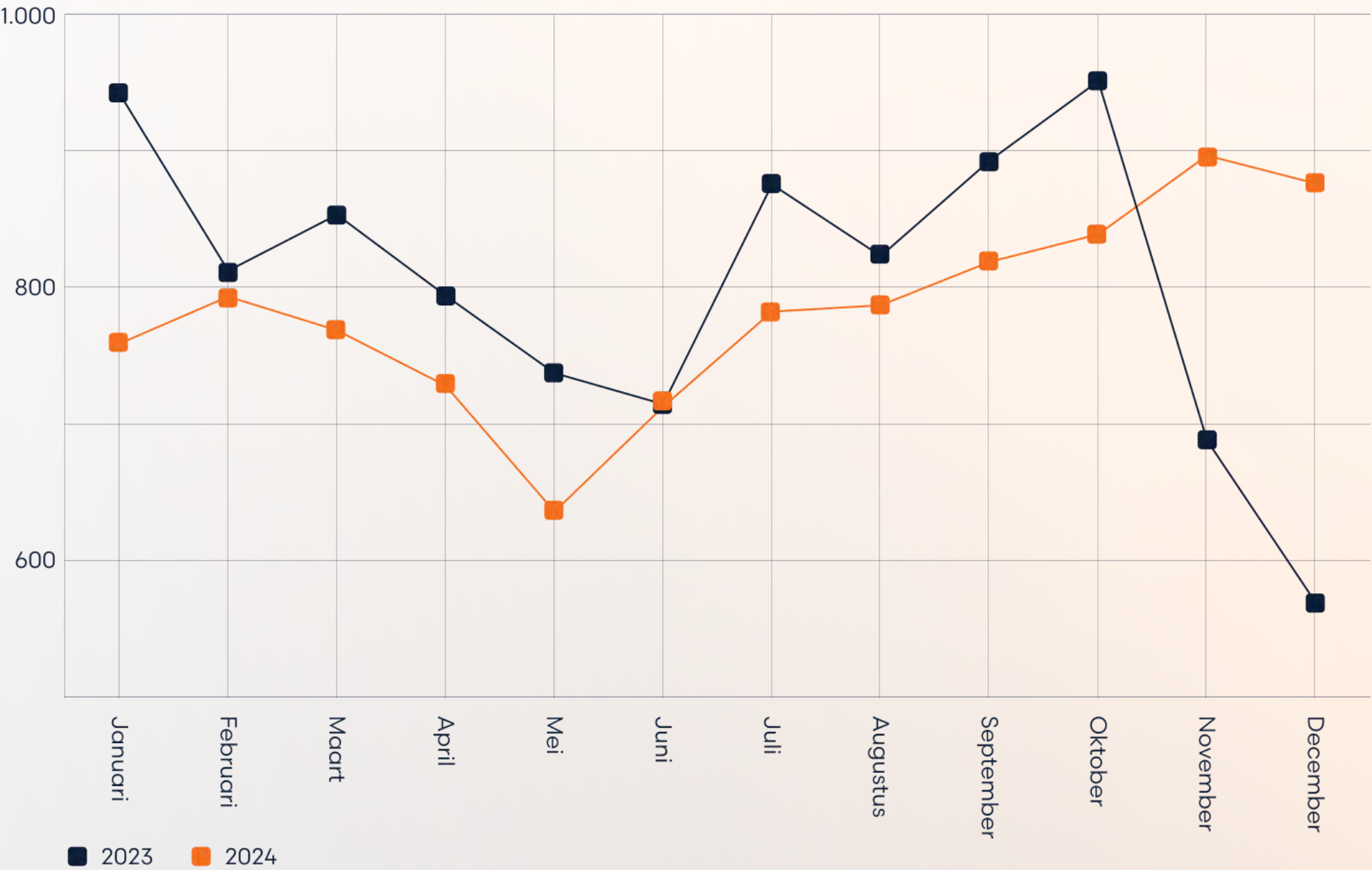
8,⁰

Gemiddelde waardering door
abonnees
2023: 7,8

882⁰⁰⁰

Aantal abonnees NPO Plus (incl.
proefabonnees, excl. resell zoals
NLZiet) ultimo 2024
2023: 770.000

27. Gemiddelde kijktijd NPO Plus-abonnee per jaar



28. Inkomsten en uitgaven NPO Plus naar onderdelen (x €1.000)

Totaal baten	26.684
Operationele kosten	9.339
SVOD rechten	4.800
Repartitie omroepen	12.545
Totaal lasten	26.684

Video

We willen de kracht van onze lineaire videokanalen benutten en innoveren.

IJkpunten

De NPO biedt op de lineaire televisiezenders minstens 75% Nederlandstalig aanbod.

Resultaten



2023: 92%

Onze lineaire tv-zenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 60% van Nederland.¹⁸

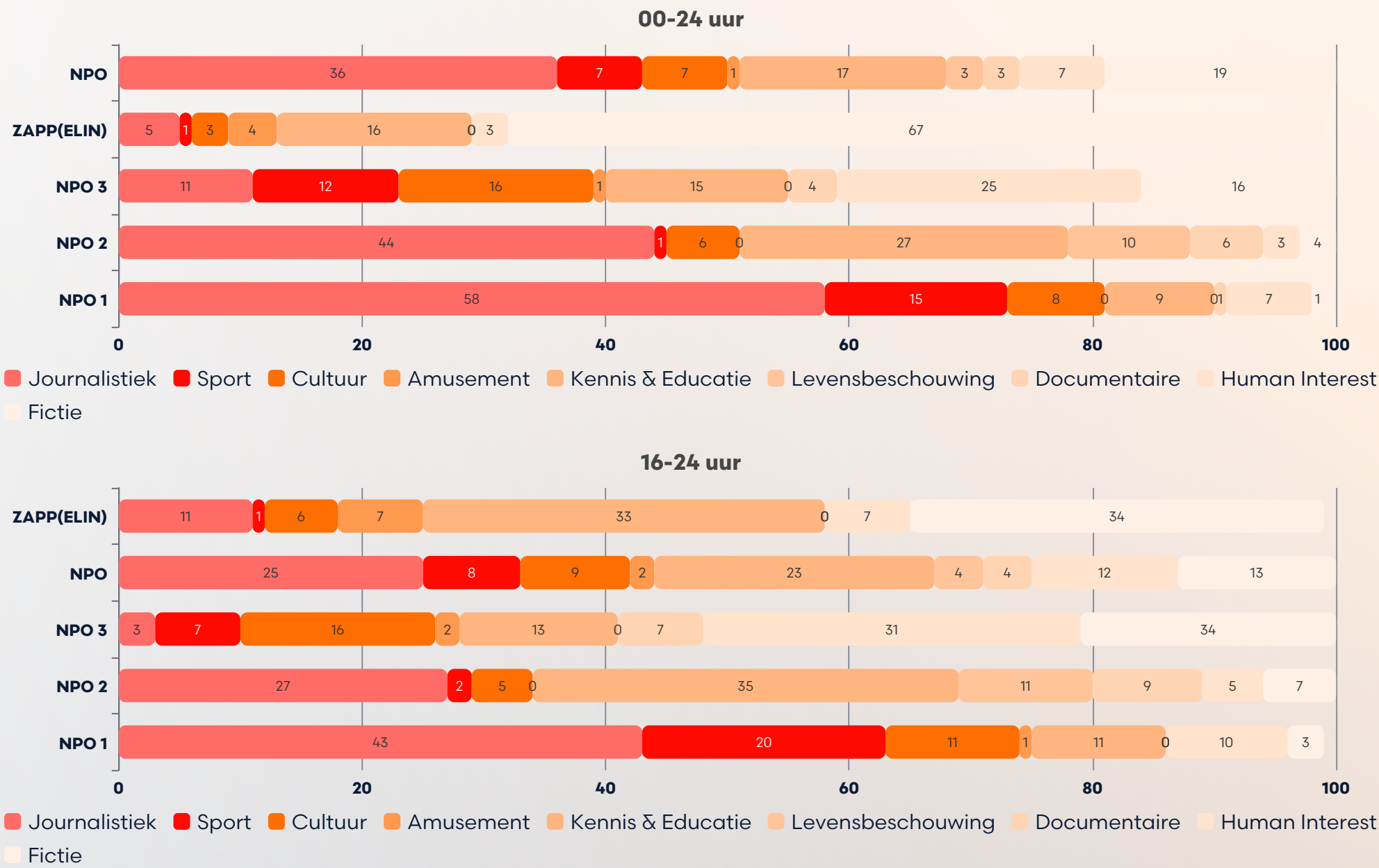


2023: 68%

¹⁸ NPO 1, NPO 2, NPO 3 (13+, minimaal 1 minuut)

Zoals uit figuur 29 blijkt, bieden de verschillende lineaire televisiezenders ten opzichte van elkaar een andersoortige aanbodmix aan, conform onze ambitie op dit vlak. NPO 1 heeft een relatief groot aanbod in de genres Journalistiek en Sport in het tijdvak 16-24 uur, terwijl een zender als NPO 2 meer inzet op de genres Kennis & Educatie en Levensbeschouwing. Op NPO 3 zijn in het tijdvak 16-24 uur juist de genres Human Interest en Fictie relatief groot.

29. Genreverdeling lineaire televisie per tijdvak per kanaal (in %)



Audio

We hanteren een duale audiostrategie.

IJkpunten

De aanbodmix van ons podcastaanbod omvat alle genres.

Onze lineaire radiozenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 30% van Nederland.¹⁹

Het gebruik van ons podcastaanbod is ten opzichte van het voorgaande jaar gestegen.

Resultaten



Zie **figuur 31**



38%

2023: **41%**



+9%

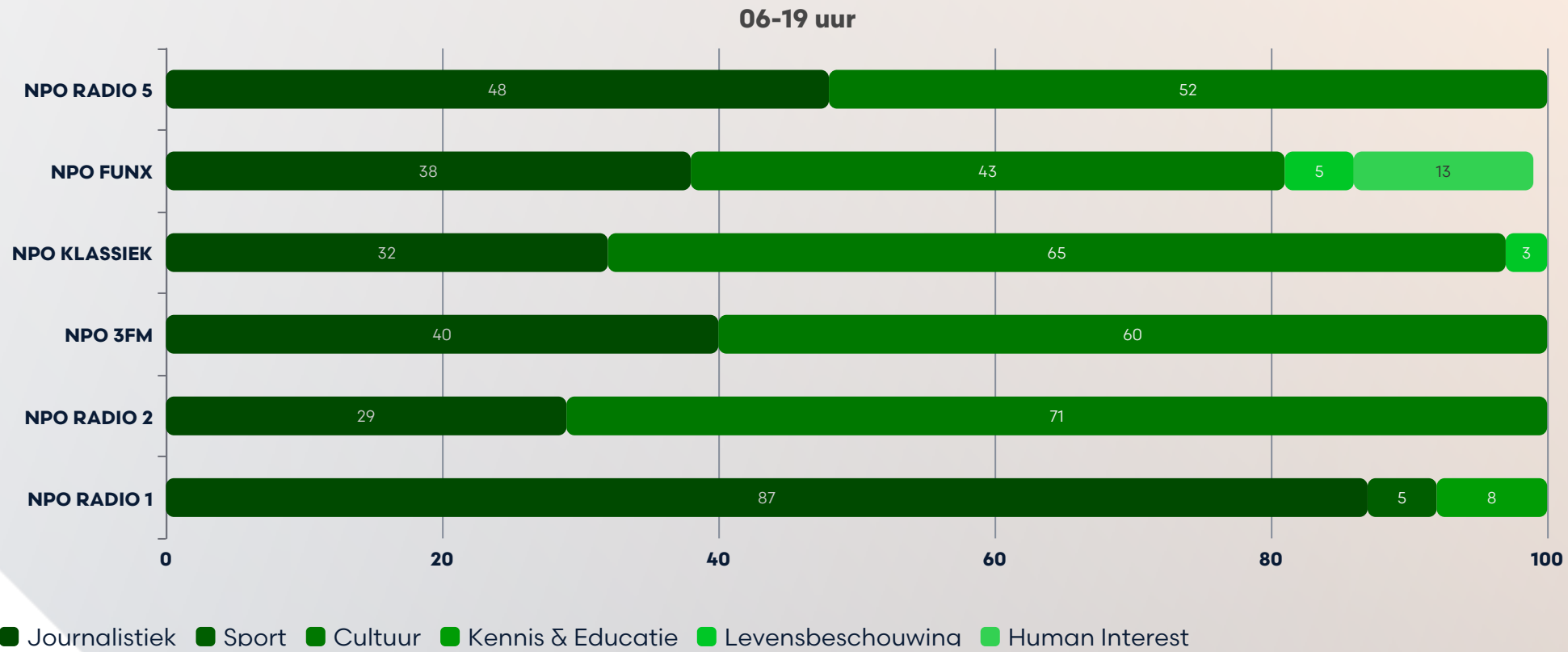
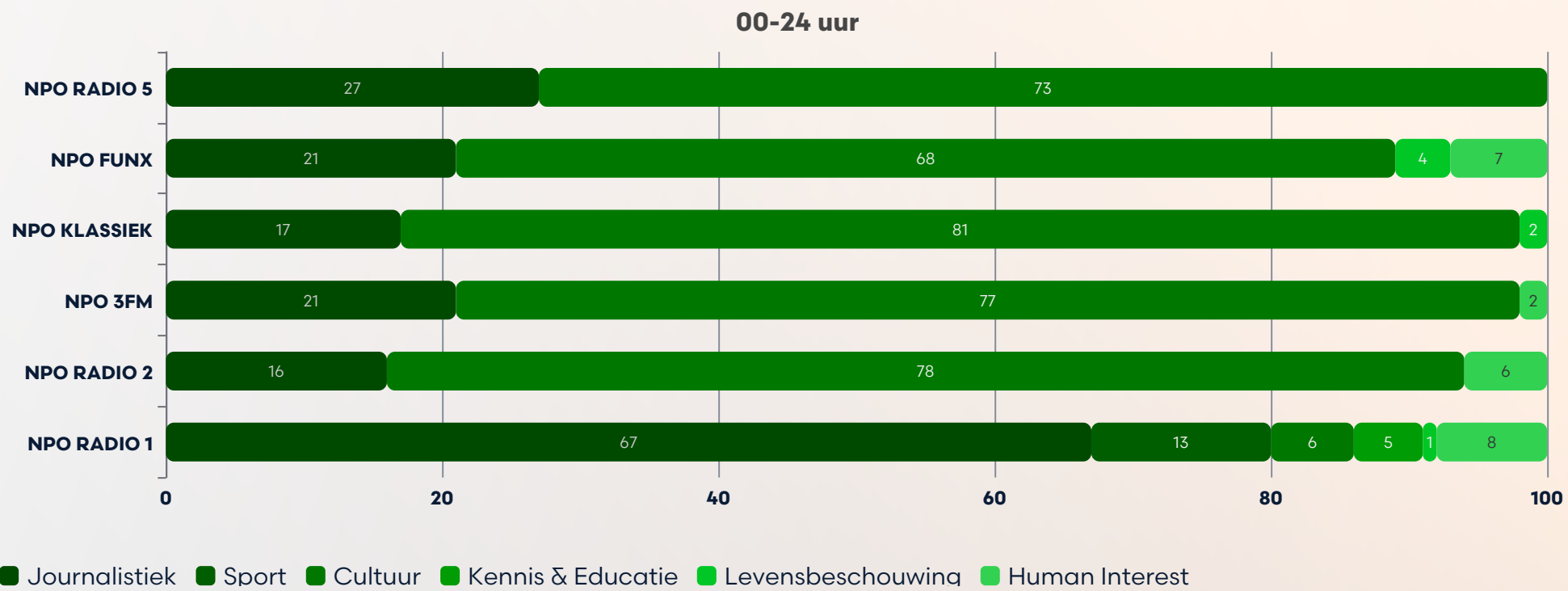
t.o.v. 2023

2023: **+9%** t.o.v. 2022

¹⁹ NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Klassiek en NPO Radio 5 (13+, minimaal 1 minuut)

Zoals uit figuur 30 blijkt, bestaat bij de meeste zenders het grootste deel van het uitgezonden aanbod uit het genre Cultuur, specifiek muziek. NPO Radio 1 is onze nieuwszender en zendt daarom vanzelfsprekend vooral het genre Journalistiek uit, naast de aandacht voor het genre Sport. Ook bij NPO FunX is het genre Journalistiek relatief groot ten opzichte van de andere muziekzenders.

30. Genreverdeling lineaire radio per tijdvak per zender (in %)



NPO Luister

De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling, het bereik en de kosten van NPO Luister on demand.

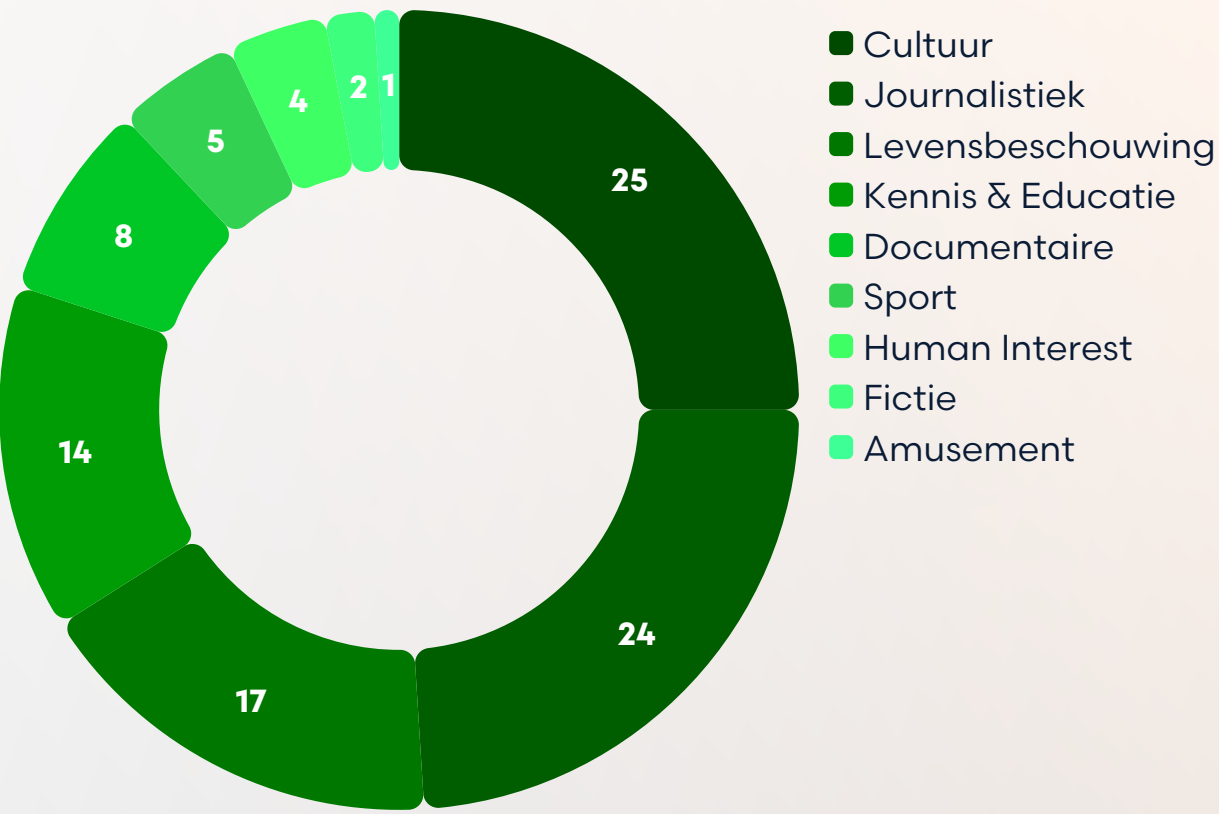
NPO Luister is in 2024 hard gegroeid, als platform en als afzender van podcasts. Zo zijn er veel podcasts die eerder bij zenders uitgebracht zijn, nu onder de vlag van NPO Luister uitgebracht. Denk daarbij aan titels als 30 minuten rauw (PowNed), Eerst Dit (EO) en Blokhuis de Podcast (BNNVARA). Ook nieuwe titels zijn met succes gelanceerd, waaronder Zo, Opgelost (KRO-NCRV), Supergaande Brainfarts (ZWART) en Het Apparaat (HUMAN). Daarmee is NPO Luister steeds zichtbaarder voor het podcastpubliek. Aan het platform NPO Luister is hard gebouwd: de app is inmiddels beschikbaar in alle connected cars, alle functies van de radio-apps zijn overgenomen en de snelheid en gebruiksvriendelijkheid van de app is hoger dan die van die afzonderlijke apps. In 2024 is hard gewerkt om de ambitie om in 2025 alle afzonderlijke apps af te schalen en de gebruikers over te laten stappen naar NPO Luister waar te maken.

60⁰⁰⁰

Unieke wekelijkse gebruikers NPO Luister platform
2023: 30.000

Conform onze ambitie omvat ons podcastaanbod alle genres. De nadruk van ons aanbod ligt zoals in onderstaande tabel te zien op journalistiek, cultuur en levensbeschouwing. Deels is dat te verklaren door de (dagelijkse) regelmaat waarin afleveringen worden gepubliceerd in deze genres.

31. Genreverdeling podcastaanbod naar aangeboden afleveringen (in %)



32. Uitgaven NPO Luister on demand naar onderdelen

Soort kosten	Uitgaven 2024 (x €1.000)
Programmakosten ²⁰	5.331
Operationele kosten	1.513
Totaal lasten	6.844

²⁰Programmakosten excl. journalistieke podcasts van NPO Radio 1

Online

De online aanwezigheid wordt ingezet om de relevantie van de publieke omroep en het aanbod zo hoog mogelijk te maken. We maken daarbij slim gebruik van platformen van derden.

IJkpunten

Ons online platform met eigen websites en apps van de publieke omroep trekt een aantoonbaar jonger publiek dan onze lineaire televisiekanalen.

Resultaten



44%

van ons online weekbereik (6 jaar en ouder) is afkomstig uit de groep 6 - 49 jaar.

Op TV vertegenwoordigt 6-49 jaar slechts 21% van het weekbereik.

2023: geen rapportage mogelijk

Het gebruik van het online platform van de publieke omroep is ten opzichte van het voorgaande jaar gestegen.

42,9%

weekbereik online

2023: geen rapportage mogelijk



Sterker verbonden met publiek en maatschappij

- We willen een relevant bereik realiseren onder een breed en algemeen publiek en onder bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling.
- We hanteren impact als graadmeter.
- We stimuleren meedenken en meedoen door het publiek.

IJkpunten	Resultaten
De NPO laat zien welke best practices t.a.v. participatie en interactie door omroepen zijn ondernomen.	 Zie bijlage 6

Zoals tabel 33 laat zien, zijn alle weekbereik doelstellingen in 2024 ruimschoots gehaald. Het integrale bereik is op hetzelfde niveau als 2023 gebleven.

33. Doelstelling weekbereik en realisatie 2024

	Bandbreedte weekbereik		Realisatie
	ondergrens	bovengrens	
Radio (NPO 12345)	33%	37%	38%
Televisie (NPO 123)	62%	69%	72%
Integraal bereik	70%	77%	81%
Integraal bereik per doelgroep			
13-34 jaar	54%	60%	66%
35-49 jaar	68%	76%	80%
50-64 jaar	78%	87%	89%
65 jaar en ouder	83%	92%	95%

Impactbelevingsmeter

Op dit moment richt onze impactbelevingsmeter zich op lineaire televisieprogramma's en meten we op het niveau van uitzending. We meten daarbij het gemiddelde van de volgende drie impactwaarden:

- 1. Gevoel (twee stellingen): (1) raakt mij, doet wat met mij - (2) verbindt mij met de wereld om mij heen
- 2. Kennis (twee stellingen): (1) ik heb hier iets van opgestoken - (2) nuttige informatie
- 3. Bijdrage aan de samenleving: positieve bijdrage aan de samenleving

De scores per titel aggregeren we vervolgens en delen we door het aantal titels om tot een gemiddelde te komen voor gevoel, kennis en samenleving. Vervolgens berekenen we de totale impactscore.

75%

Van de kijkers vindt dat de NPO impact heeft

34. Score impactbelevingsmeter 2024



Goed vindbaar en toegankelijk

- We leggen een focus op waardevol innoveren.
- We zijn met de belangrijkste NPO-apps aanwezig op relevante apparaten.
- We onderhouden en ontwikkelen doorlopend onze technologische infrastructuur, systemen en diensten.

IJkpunten	Resultaten
De NPO borgt jaarlijks minimaal €2 miljoen budget voor innovatieve projecten.	✓ €2^{mln} geborgd budget €2,2^{mln} gerealiseerd budget 2023: €1,4mln
De publieke omroep start jaarlijks minimaal 30 innovatieve projecten.	✓ 39 gestart 2023: 66 98 afgerond
De NPO reserveert een bedrag voor het distribueren en uitzenden van het media-aanbod.	✓ €43^{mln} geborgd budget €43,1^{mln} gerealiseerd budget 2023: €44,2mln

Innovatie

In 2024 hebben collega's binnen de publieke omroep maar liefst 96 innovatieprojecten afgerond. Deze projecten gaven invulling aan de aspiraties van de gezamenlijke innovatie-agenda en speelden in op diverse uitdagingen op het snijvlak van maatschappij, technologie en media. Door middel van allerlei onderzoeken en experimenten verkenden we vernieuwende thema's en technologieën om zo bij te dragen aan de strategische doelen van de publieke omroep. Zo gingen we op zoek naar manieren om Nederlanders beter te bereiken en te betrekken op manieren die passen bij jonge generaties, experimenteerden we met allerlei AI toepassingen om efficiënter te werken, voor en achter de schermen en verdiepten we ons in de behoeften van ons publiek om de toegankelijkheid te vergroten en iedereen te bereiken en te begrijpen.

Waar 2023 in het teken stond van de lancering van het nieuwe NPO Start was de focus van 2024 het verder ontwikkelen hiervan en de beschikbaarheid op alle platformen. De NPO-app is beschikbaar bij de Ziggo en KPN en in de app-stores van Android TV, Apple TV en enkele grote tv-merken zoals LG en Samsung. Afgelopen jaar zijn belangrijke stappen gezet in de gebruikerservaring en stabiliteit op deze platformen. De NPO Luister app is beschikbaar op smartphones en via Android Auto en Apple CarPlay.

Bijlagen

Bijlage 1: Publieke Waardetoets

De publieke omroep wil dat al onze televisieprogramma's publieke waarde hebben. Het Concessiebeleidsplan 2022-2026 formuleert daarbij de volgende waarden:

Waarden

- **Betrouwbaar:** ons aanbod is integer gemaakt en de inhoud kan men vertrouwen
- **Divers:** ons aanbod weerspiegelt de Nederlandse bevolking in gender, leeftijd, opleiding, etniciteit en geografische spreiding
- **Gevarieerd:** ons aanbod is heterogeen in vorm, soort, presentatie en onderwerpkeuze
- **Onafhankelijk:** er zijn geen politieke en/of commerciële invloeden
- **Pluriform:** ons aanbod weerspiegelt alle relevante, in Nederland levende politieke en maatschappelijke meningen, opvattingen en levensbeschouwelijke stromingen

Persoonlijke relevantie

- Ons aanbod biedt een **waardevolle tijdsbesteding**

Maatschappelijke relevantie

- Ons aanbod levert een **bijdrage aan de samenleving**

Televisieprogramma's

Om na te gaan of het publiek de publieke waarde van ons aanbod herkent, is een aantal onderzoeksinstrumenten ontwikkeld. We vragen kijkers van onze televisietitels via de zogenaamde Publieke Waarde Monitor (PWM) in welke mate zij de (relevante) publieke waarden daarin onderkennen. De waarden 'variatie' en '(externe) pluriformiteit' vragen we periodiek overkoepelend uit onder kijkers.

Daarnaast voeren we voor een selectie van televisietitels het zogenaamde Ranking-onderzoek uit. Hierin vragen we aan het publiek in een lijst met publieke en commerciële titels de televisieprogramma's die zij kennen en wel eens hebben gezien, te beoordelen naar het belang dat zij hechten aan het programma voor de Nederlandse samenleving. Titels die in een gegeven jaar alleen in het PWM-onderzoek zijn meegenomen en daarin onvoldoende scores, worden in het tweede jaar altijd ook in het Ranking-onderzoek meegenomen. Het onafhankelijke onderzoeksbureau GfK voert al deze onderzoeken uit.

Aan beide instrumenten zijn normen gekoppeld, waarbij een voldoende hoge score in het ene onderzoek, een lage score in het andere onderzoek kan compenseren. Dat laat de volgende tabel zien:

35. Toetsingsmodel Publieke Waarde

		Score Publieke Waarde Monitor (PWM)	
		onder de norm (<70)	op of boven de norm (≥70)
score ranking-onderzoek	onder de norm (<40)	Onvoldoende publieke waarde	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
	op of boven de norm (≥40)	Voldoende publieke waarde: Ranking compenseert PWM	Voldoende publieke waarde

NB. Ter verheldering van de cijfers geven we de scores weer in een rapportcijfer met decimalen.

Het Nederlandse publiek beoordeelde in 2024 de publieke waarde van de televisieprogramma's van de NPO gemiddeld wederom als hoog tot zeer hoog. Van de circa 300 gemeten televisieprogramma's in het PWM-onderzoek voldeed 99% aan de norm van 7,0 met een gemiddelde publieke waarde score 8,2. Voor de televisietitels die tevens onderdeel waren van het Ranking-onderzoek is als norm gesteld dat een titel om voldoende publieke waarde te hebben bij de beste 60% moet horen en dus een score van minimaal 40 moest bereiken. In de meting in het najaar van 2024 voldeed 91% van de gemeten televisietitels aan deze norm.

In onderstaande overzichten zijn de televisietitels opgenomen die in 2024 niet aan de norm hebben voldaan, hetzij in beide publieksonderzoeken of in een van die twee.

36. Titels die alleen gemeten zijn in de PWM-monitor

Titel	PWM-score (norm: 7,0)	Resultaat
Deze week in de reclame	6,9	Onvoldoende publieke waarde
Makkelijk scoren	6,9	Onvoldoende publieke waarde

In de beleidslijn publieke waarde is bepaald dat wanneer een bepaalde televisietitel volgens de gestelde normen onvoldoende publieke waarde heeft, de betreffende omroep het verzoek krijgt aan te geven welke factoren hieraan mogelijk hebben bijgedragen. Ook wordt gevraagd welke acties worden ondernomen om de publieke waarde van deze titel te vergroten. Indien een tv-programma gedurende twee opeenvolgende programmeerseizoenen, respectievelijk twee opeenvolgende kalenderjaren, onder de norm blijft, wordt - mede ook op basis van een totaaloverzicht met naast de publieke ook de waarden waardering, bereik en selectiviteit van bereik - bezien of een televisieprogramma wordt gecontinueerd.

37. Titels die gemeten zijn in zowel PWM-monitor als Ranking-onderzoek

Titel	PWM score (norm: 7,0)	Ranking-onderzoek (norm: 4,0)	Resultaat
Groeten vanaf de camping	7,9	3,7	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Au pairs	7,5	3,6	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Gorts wijkkwartier	7,6	3,6	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Bassie en Adriaan een schat aan herinneringen	nvt	4,0	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Dertigers	7,4	4,0	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Nederland zingt	8,7	3,8	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Muziekfeest op het plein	nvt	3,9	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Moltalk	7,5	3,4	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Bed en breakfast	7,7	4,0	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
First dates	7,6	2,9	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Droomhuis gezocht	7,8	3,8	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Mooiste meisje van de klas	7,7	3,5	Voldoende publieke waarde: PWM compenseert ranking
Van Roosmalen en Groenteman	6,9	3,7	Onvoldoende publieke waarde

Er waren in 2024 geen televisieprogramma's die voor het tweede opeenvolgende seizoen onder de norm scoorden. Programma's kunnen in de realisatie anders uitpakken dan oorspronkelijk beoogd op basis van het voorstel. Na uitzending worden programma's altijd geëvalueerd en op basis daarvan wordt bezien of een tweede reeks kansrijk is (bijv. door het programma inhoudelijk aan te passen).

Radiozenders

Net als bij de televisietitels vindt de publieke omroep het belangrijk dat de radiozenders ook publieke waarde hebben. Als norm is gesteld dat (afgerond) minstens 60% van de wekelijkse luisteraars aangeeft dat de aan hen voorgelegde publieke waarden van toepassing waren op de zender. In 2023 voldeden alle radiozenders aan deze norm. De uitkomsten van de publieke waarden toets voor radio worden meegenomen in de ontwikkeling van het daaropvolgende Jaarplan. Ook worden de uitkomsten teruggekoppeld aan de verschillende zenders en wordt gekeken welke acties ondernomen kunnen worden om de scores te verbeteren.

38. Publieke Waarde-toets radiozenders 2024

Zender	Publieke Waarde	Resultaat
NPO Radio 1	7,8	Voldoende publieke waarde
NPO Radio 2	7,6	Voldoende publieke waarde
NPO 3FM	7,3	Voldoende publieke waarde
NPO Klassiek	8,4	Voldoende publieke waarde
NPO Radio 5	8,3	Voldoende publieke waarde
NPO FunX	n.b.	n.b.

N.B. De publieke waarde wordt door het jaar heen op programmaniveau gemeten onder luisteraars en vervolgens gemiddeld per zender gerapporteerd. Tot 2023 werd 1x per jaar op zenderniveau de publieke waarde gemeten. Voor NPO FunX kwam er uit het GfK-onderzoek te weinig response voor betrouwbare resultaten.

Bijlage 2: Kwaliteitstoets

Naast publieke waarde vindt de NPO het belangrijk dat zijn televisieprogramma's en radiozenders van hoge kwaliteit zijn. Er wordt daarom regelmatig aan het publiek gevraagd in welke mate men vindt dat een televisieprogramma of een radiozender met vakmanschap of 'goed gemaakt' is.

Televisieprogramma's

Voor televisie geldt dat de kwaliteit van de programma's in 2024 als hoog is beoordeeld. Over alle gemeten titels heen was de gemiddelde kwaliteitsscore een 8,6 bij een norm van 8,0. Een totaal van 94% van de televisietitels heeft aan de norm voldaan. In onderstaand overzicht staan de televisietitels weergegeven die onder die (hoge) kwaliteitsnorm zijn gebleven. Ook hier past de kanttekening dat al deze titels nog steeds als ruim voldoende door het publiek werden beoordeeld. Een andere kanttekening is dat de meting plaatsvindt onder televisiekijkers. Sommige titels worden on demand inmiddels beter bekeken dan lineair. Aangezien de ondemandkijkers geen deel uitmaken van het panel, blijft de waardering van deze kijkers in de meting buiten beschouwing.

NB. Ter verheldering van de cijfers geven we de scores weer in een rapportcijfer met decimalen.

39. Titels die onder de norm van 80 scoren

Titel	Kwaliteitsscore
Van Roosmalen op reportage	7,3
Jaar van Douwe Bob	7,4
Deze week in de reclame	7,5
Boeken	7,6
Boeddha in de polder	7,7
Van Roosmalen en Groenteman	7,7
Hofbar	7,8
Trap er niet influencer	7,8
Petrus in het land	7,8
Jekels jacht	7,9
Groenteman op zondag	7,9
First Dates	7,9
Onderweg naar Liefde	7,9
Pubers	7,9
Opium op oerol	7,9

Radiozenders

Voor de radiozenders is maandelijks (1 meetweek in de maand) aan luisteraars gevraagd in welke mate men vindt dat de betreffende radiozender goed gemaakte radioprogramma's heeft. De norm lag daarbij op 75%. Alle gerapporteerde radiozenders voldeden aan deze norm met de hoogste score voor NPO Radio 1 en NPO Klassiek.

40. Kwaliteitsscore per radiozender

	Kwaliteit
NPO Radio 1	8,5
NPO Radio 2	8,2
NPO 3FM	8,1
NPO Klassiek	8,6
NPO Radio 5	8,2

N.B. De kwaliteit wordt door het jaar heen op programmaniveau gemeten onder luisteraars en vervolgens gemiddeld per zender gerapporteerd. Tot 2023 werd 1x per jaar op zenderniveau de publieke waarde gemeten. Voor NPO FunX kwam er uit het GfK-onderzoek te weinig response voor betrouwbare resultaten.

Bijlage 3: Aanvullende informatie doelmatigheid

41. Budgetten omroepverenigingen, aspirant- en taakomroepen en het gerealiseerde door de NPO toegekende OCW-budget, het wettelijke garantiebudget en het verschil tussen die twee, en wettelijke budgetten programmaversterking, de NPO en Stichting BVN (x € 1.000)

x €1.000	Realisatie OCW-budget	Wettelijk garantie 2024 ²¹	Vershil
AVROTROS	118.465	41.478	76.987
PowNed	18.442	13.826	4.616
BNNVARA	114.127	41.478	72.649
KRO-NCRV	85.119	41.478	43.641
MAX	47.014	27.652	19.362
WNL	18.654	13.826	4.828
VPRO	49.273	27.652	21.621
HUMAN	15.295	13.826	1.469
EO	46.539	27.652	18.887
Subtotaal	512.928	248.868	264.060
Ongehoord Nederland	4.049	4.148	-99
Omroep Zwart	6.518	4.148	2.370
Subtotaal	523.495	257.164	266.331
NOS	238.597	158.218	80.379
NTR	90.675	61.307	29.368
Totaal (wettelijk) garantiebudget	852.767	476.689	376.078
Programmaversterking	n.v.t.	351.246	0
NPO	135.014	135.014	0
Stichting BVN	1.779	1.779	0
Totaal (wettelijk) garantiebudget	989.560	964.728	24.832

²¹ Inclusief 18 miljoen euro ten behoeve van meerkosten superevenementen in 2024

In tabel 41 is het gerealiseerde OCW-budget vergeleken met de wettelijke garantie. De toekenningen aan Ongehoord Nederland in 2024 zijn onder het garantiebudget gebleven.

42. Uitgaven per begrotingsonderdeel, de begrote bedragen en het verschil daartussen (x € 1.000)

x €1.000	Totaal uitgaven 2024	Totaal begroting 2024	Vershil
Bijdragen OCW	964.728	966.022	-1.294
Mutatie budget vorig jaar	32.253	26.066	6.187
Omroepbrede Middelen	83.482	79.461	4.021
Inzet reserves	4.814	0	4.814
Bijdragen derden	9.400	6.208	3.192
Eigen bijdragen	37.142	30.329	6.813
Totaal	1.131.819	1.108.086	23.733

De totale uitgaven in 2024 zijn € 23,7 miljoen euro hoger dan begroot. Enerzijds vanwege meer doorgeschoven programma's van 2023 naar 2024 en anderzijds vanwege hogere omroepbrede middelen, eigen bijdragen en bijdragen derden. Deze waren in de begroting voorzichtig ingeschat. Tot slot was in de begroting geen rekening gehouden met inzet van (overgedragen) reserves.

Binnen de omroepbrede middelen is met name een toename zichtbaar bij de opbrengsten NPO Plus en repartitie NLZiet. Omdat de NPO stuurt op een budgetneutrale begroting is geen rekening gehouden met de inzet uit reserves.

43. Uitgaven per platform, organisatiekosten en NPO, de begrote bedragen en het verschil daartussen (x € 1.000)

x €1.000	Totaal uitgaven 2024	Totaal begroting 2024	Vershil
Video	736.874	719.149	17.725
Audio	99.289	99.837	-548
Organisatiekosten omroepen	113.182	110.812	2.370
CoBO	8.530	8.523	7
NPO ²²	173.943	169.765	4.178
Totaal	1.131.818	1.108.086	23.732

²² Inclusief BVN

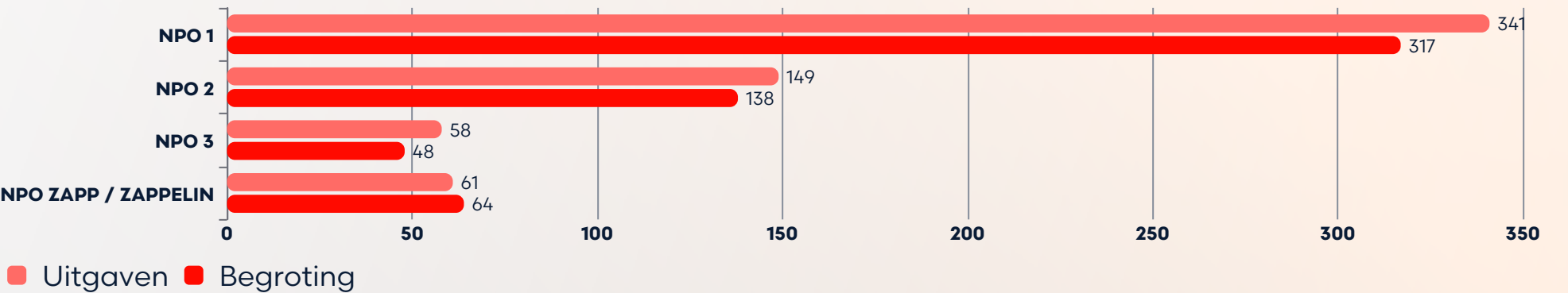
Bovenstaande tabel laat de verdeling van de uitgaven en begroting verdeeld naar de platformen zien. Hogere uitgaven waren mogelijk vanwege inzet van budget uit vorig jaar, hogere opbrengsten NPO Plus/repartitie NLZIET en inzet reserves. De hogere eigen bijdragen en bijdragen derden zijn uitgegeven op de platformen van Video en Audio.

44. Uitgaven video per begrotingsonderdeel, de begroting en het verschil daartussen (x € 1.000)

x €1.000	Uitgaven	Begroting	Vershil
Algemene reserveringen	0	18.675	-18.675
Lineair	609.092	566.750	42.342
Extra kanalen	4.334	4.500	-166
Online	67.645	54.486	13.159
On demand	55.803	74.738	-18.935
CoBO	5.979	5.972	7
Extra uitzendrechten speelfilms	2.551	2.551	0
Totaal uitgaven	745.404	727.672	17.732

Bovenstaande tabel geeft voor video de verschillen tussen de uitgaven 2024 en de begroting 2024 op de diverse videoplatformen weer. Zichtbaar is dat de extra beschikbare middelen en de in de begroting aangehouden algemene reserveringen met name terecht gekomen zijn op de platformen TV lineair en Online. De uitgaven On demand zijn lager dan begroot. Dit heeft te maken met de productietijd van met name fictie en documentaires. Diverse programma's waren al in voorbereiding voor lineaire uitzending.

45. Video per lineair aanbodkanaal afgezet tegen de begroting(x € 1 mln)

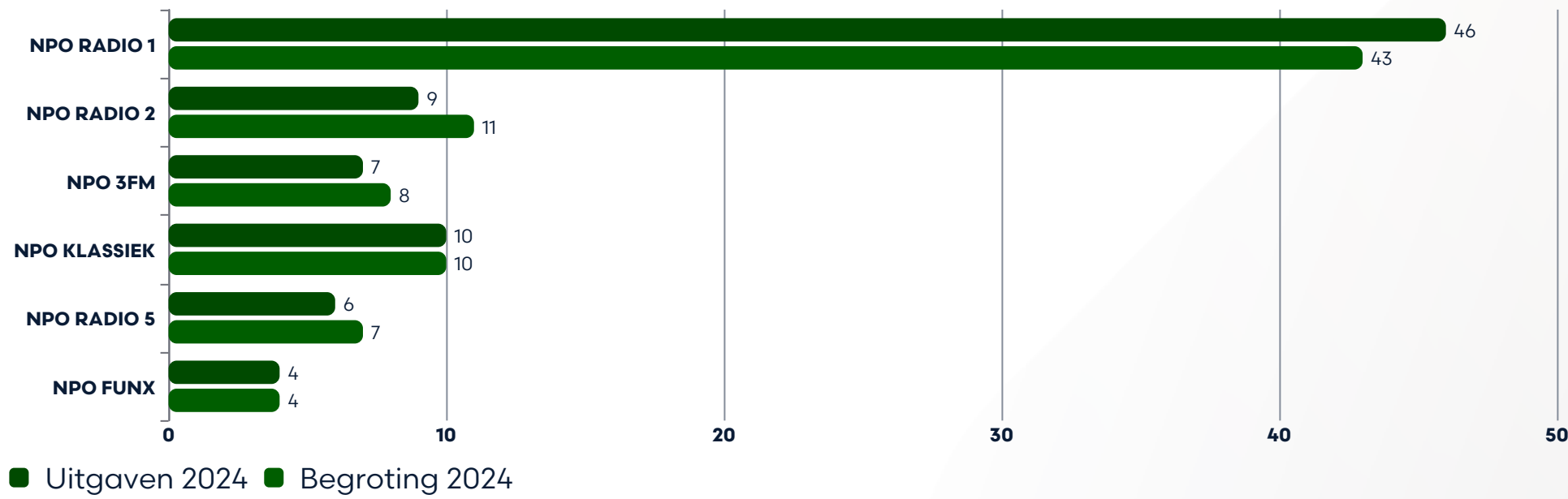


In figuur 45 zijn de uitgaven per aanbodkanaal afgezet tegen de begroting per aanbodkanaal. De uitgaven NPO 1, NPO 2 en NPO 3 zijn hoger dan begroot door het inzetten van algemene reserveringen op deze kanalen en de lagere uitgaven op on demand.

46. Uitgaven Audio per begrotingsonderdeel, de begroting en het verschil (x € 1.000)

x €1.000	Uitgaven 2024	Begroting 2024	Vershil
Lineair	82.189	82.837	-648
Online	7.050	7.100	-50
On demand	7.020	7.100	-76
Extra kanalen	3.030	2.800	234
Totaal uitgaven	99.289	99.837	-540

47. Uitgaven Audio per lineair aanbodkanaal afgezet tegen de begroting (x €mln)



48. Uitgaven videoprogrammering naar kostencategorie eigen programmering en uitbestede programmering in het kader van de wettelijke bestedingsverplichting onafhankelijk product (x € 1.000)

x € 1.000	Lasten
Lasten onafhankelijke producenten	225.805
Lasten media-instelling	
Lasten personeel in loondienst	14.251
Lasten personeel niet in loondienst	6.952
Facilitaire lasten	4.738
Afschrijvingen	70
Rechten	11.218
Overige lasten	5.145
Toerekening organisatiekosten	2.306
Totale lasten onafhankelijk product	270.485
(x 1.000 euro)	Budget
Totale budget artikel 2.149	964.728
NPO artikel 2.149 lid e	-136.793
Correctie superevenementen	-18.046
Toegekend Nieuws	-64.386
Toegekend Kerkelijk/geestelijk	-8.593
Relevant budget	736.910
Percentage onafhankelijk product	36,7%

NB: Indien onverdeelde kosten zijn opgenomen in onafhankelijk product, zijn deze meegenomen onder overige lasten



x € 1.000	Lasten onafhankelijke producenten	Lasten media- instellingen	Totale lasten onafhankelijk product
AVROTROS	56.729	6.057	62.786
BNNVARA	41.948	10.064	52.012
KRO-NCRV	28.845	11.069	39.914
VPRO	21.247	5.706	26.953
NTR	22.137	3.472	25.609
MAX	22.760	2.617	25.377
EO	13.188	2.980	16.168
POWNED	7.865	482	8.347
HUMAN	4.639	683	5.322
WNL	3.215	712	3.927
OMROEP ZWART	2.931	631	3.562
NOS	301	207	508
Totale lasten onafhankelijk product	225.805	44.680	270.485

In voorgaande tabellen rapporteert de NPO over de lasten onafhankelijk product van de omroepen en het percentage van het OCW-budget besteed aan onafhankelijke producties. Voor de berekening van het percentage wordt de volgende formule gehanteerd:

Lasten onafhankelijk product = lasten onafhankelijk product / relevant budget

Omroepen verantwoorden in hun jaarrekening overeenkomstig artikel 2.120 en 2.121 van de Mediawet de lasten onafhankelijk product. Een nadere uitwerking hiervan is vastgelegd in de beleidsbrief 'Bestedingsverplichting landelijke publieke media-instellingen inzake onafhankelijke producties' van het Commissariaat voor de Media.

Het budget conform Mediawet artikel 2.149, eerste lid, met uitzondering van onderdeel e (de uitvoering van de taken en werkzaamheden van de NPO) vormt de basis voor het bepalen van het relevant budget. Vervolgens wordt dit budget gecorrigeerd met het werkelijk toegekende OCW-budget voor Nieuws en Kerkelijke/geestelijke programmering.

De minimale bestedingsverplichting is met ingang van 2022 verhoogd van 16,5% naar 25% (artikel 14b Mediabesluit 2008).

Op grond van bovenstaande gegevens bedraagt het percentage bestedingenonafhankelijk product over 2024: 270.485 / 736.910 = 36,7% (2023: 34,8%).

Van het totale lineaire bereik (kijkdichtheid) wordt 67% door buitenproducenten gerealiseerd (exclusief NOS). Op NPO Start is dit aandeel 87% (van de streamstarts, exclusief NOS).

Bijlage 4: Amusementstoets

Amusement kan door de publieke omroep worden ingezet om een informatief, cultureel of educatief doel te bereiken, of om een breed en divers publiek te trekken en te binden, zodat deze doelen onder de aandacht worden gebracht. De beleidslijn Amusement legt vast op welke wijze wordt bepaald of programma’s die geclassificeerd zijn als amusement op bovenstaande wijze zijn ingezet.

Televisie

Selectiviteit amusementsprogramma’s

In 2024 zijn op de televisienetten NPO 1 en NPO 3 enkele amusementsprogramma’s uitgezonden. Op NPO 1 moesten amusementstitels onder de groep 13-49 minimaal 10% beter scoren qua selectiviteit in bereik dan het gemiddelde van alle andere titels op dat net. De volgende amusementstitels slaagden daarin: Wie is de Mol? en Moltalk.

Drie titels waren onvoldoende selectief: Sint en de Leeuw, Het beste van 50 jaar Ter land ter zee en in de lucht en Born Winners.

Op NPO 3 moesten amusementsprogramma’s onder de groep 13-34 qua selectiviteit in bereik 10% beter scoren dan het gemiddelde van de andere titels. De volgende amusementstitels slaagden daarin: Wie is de Mol? en Moltalk. Verder waren er in 2023 geen amusementstitels op NPO3.

In de beleidslijn Amusement van de NPO is bepaald dat titels die twee opeenvolgende jaren niet door de toets heenkomen, moeten verdwijnen. Op basis van de resultaten in 2023 en 2024 hoeven er geen titels geschrapt te worden.

49. Gemiddeld aantal uitzendingen per dag 17:58-24:00 uur (excl. Zapp)

Net	Genre	Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Zo	Gem. per dag
NPO 1	Journalistiek	5,5	5,3	5,5	5,4	5,0	3,5	2,8	4,7
	Sport	1,4	1,5	1,4	1,4	1,9	2,8	3,4	2,0
	Cultuur	0,8	0,5	0,5	1,0	0,5	1,1	1,4	0,8
	Amusement	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,1
	Kennis & Educatie	1,3	0,3	0,8	0,8	0,6	0,6	0,2	0,7
	Levensbeschouwing	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Documentaire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
	Human Interest	0,8	1,8	0,9	0,4	1,0	0,7	0,6	0,9
	Fictie	0,1	0,1	0,4	0,3	0,6	0,0	0,2	0,3
NPO 3	Journalistiek	0,4	0,3	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,2
	Sport	0,6	0,6	0,5	0,3	0,8	0,4	0,6	0,5
	Cultuur	1,7	0,7	0,4	0,6	1,3	0,4	1,6	1,0
	Amusement	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
	Kennis & Educatie	1,2	1,1	1,7	1,1	1,1	0,2	1,2	1,1
	Levensbeschouwing	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Documentaire	0,3	0,3	0,4	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2
	Human Interest	1,7	2,3	2,6	2,1	1,9	0,0	1,3	1,7
	Fictie	0,7	1,4	0,5	1,5	0,6	3,1	0,6	1,2
Totaal	Totaal	16,5	16,3	15,7	15,4	15,5	14,0	14,3	15,3

Gemiddelde hoeveelheid amusement

In de tabel valt af te lezen dat er in 2024 op NPO 1 en op NPO 3 op primetime (tussen 18.00u en 24.00u) respectievelijk gemiddeld 0,1 en 0,0 amusementsprogramma's per dag werden uitgezonden. Dit ligt onder het in de beleidslijn opgestelde maximum van gemiddeld één amusementstitel per dag op NPO 1 en NPO 3 op prime time.

Amusement als bindmiddel

Amusement wordt ingezet om met name een moeilijker bereikbaar deel van het publiek te trekken en te binden, opdat er ook gekeken wordt naar het aanbod vallend onder Informatie, Educatie en Cultuur. In 2024 keek gemiddeld 98% van het publiek (6+) dat met Amusement werd bereikt in dezelfde week ook naar ander aanbod van de NPO. Bij de moeilijk bereikbare doelgroepen 13-49 jaar (NPO 1) en 13-34 jaar (NPO 3) lag dat percentage op respectievelijk 96,4% en 95,4%.

50. NPO 1-2-3 excl. kinderprogrammering

		week 1 t/m 52 2024									
		Journalistiek	Sport	Cultuur	Amusement	Kennis & Educatie	Levensbeschouwing	Documentaire	Human Interest	Fictie	Totaal
6+	aandeel in progduur	44,9	8,7	8,2	0,3	17,2	4,3	3,3	8,3	4,9	100,0
	gem. weekbereik (1 min.)	51,7	39,5	38,6	20,2	44,1	9,9	12,0	39,6	21,3	68,4
	verh. weekbereik/aandeel progduur	1,2	4,5	4,7	67,3	2,6	2,3	3,6	4,8	4,3	
	% van amusement-bereikten dat ook naar andere genres keek										98,0%
13-49	aandeel in progduur	44,9	8,7	8,2	0,3	17,2	4,3	3,3	8,3	4,9	100,0
	gem. weekbereik (1 min.)	34,2	24,7	24,9	16,6	26,7	3,2	5,1	25,1	10,3	56,0
	verh. weekbereik/aandeel progduur	0,8	2,8	3,0	55,3	1,6	0,7	1,5	3,0	2,1	
	% van amusement-bereikten dat ook naar andere genres keek										96,4%
13-34	aandeel in progduur	44,9	8,7	8,2	0,3	17,2	4,3	3,3	8,3	4,9	100,0
	gem. weekbereik (1 min.)	28,1	20,9	20,3	14,9	20,6	2,2	3,1	19,2	7,7	49,6
	verh. weekbereik/aandeel progduur	0,6	2,4	2,5	49,7	1,2	0,5	0,9	2,3	1,6	
	% van amusement-bereikten dat ook naar andere genres keek										95,4%

Radio

Hoeveelheid amusement

In de beleidslijn Amusement is bepaald dat er dagelijks gemiddeld maximaal één amusementsprogramma tussen 06:00 en 19:00 kan worden uitgezonden. In de reguliere lineaire radioprogrammering zijn in 2024 geen programma's in het genre amusement geplaatst. Verspreid over meerdere zenders zijn er zes eenmalige specials uitgezonden in het genre Amusement, twee daarvan vielen buiten het tijdvak 06:00–19:00 uur.

Bijlage 5: Rapportage diversiteit omroepen en de NPO

AVROTROS

AVROTROS zorgt ervoor dat elk programma waarin kandidaten de hoofdrol spelen (Maestro, Beste Zangers, Wie is de Mol?, Hunted, Kamp van Koningsbrugge) een diverse en inclusieve cast heeft. We maken hiervoor bindende afspraken met producenten en zien hierop toe. Daarnaast stimuleren we dat nieuwe vrijgekomen posities op radio, televisie of online bij voorkeur worden ingevuld door geschikte kandidaten die bijdragen om AVROTROS herkenbaar en toegankelijk te maken voor alle Nederlanders. Zo presenteren Ciana Mayam en Redouan Ait Ouarg een weekendprogramma op radiozender Blend en was Hila Noorzai de presentator en het gezicht van een speciale Wie is de Mol? met onbekende Nederlanders geproduceerd voor NPO Start. Bij EenVandaag startte Whitney Janssen in 2024 als presentator van de tv-uitzendingen. Bij Radar werd Evita Vervuurt toegevoegd als presentator van het online team dat items maakt voor YouTube en sociale media. Diversiteit gaat verder dan een biculturele achtergrond en AVROTROS hanteert een proactief beleid om heel Nederland te betrekken in haar programmering en activiteiten. Zo brachten we in 2024 de regiosoap Woeste Grond waarin het plattelandleven centraal stond. Dit werd in hoge mate bekeken en gewaardeerd waarna direct een tweede seizoen in de maak ging. Ook onze Muziekfeesten op het Plein, opnames van Tussen Kunst en Kitsch en ook evenementen als Beste Zangers in Concert organiseren we bewust buiten de Randstad. Ook in onze talkshow Eva zorgen we ervoor dat de tafelgasten divers genoeg zijn; iets waar we ook duidelijk in sturen in bijvoorbeeld het terugkerende item 'De schouders van Nederland' waarin 'gewone' Nederlanders die in hun (vrijwilligers)werk bijdragen aan de maatschappij.

Diversiteit en inclusieve werkomgeving

Diversiteit en inclusiviteit vormen focuspunten in de koers van AVROTROS. We hebben de ambitie een goede afspiegeling te zijn van de Nederlandse samenleving en onderschrijven de ambities van het NPO Diversiteitsbeleid.

In 2023 heeft AVROTROS het onderzoek 'Diversiteit. Waar staat AVROTROS nu?' uitgevoerd. In 2024 is het vervolgonderzoek, Diversiteit in beweging. Waar staat AVROTROS? Voortgangsrapport 2024, uitgevoerd om de ontwikkelingen en voortgang op het gebied van diversiteit binnen de organisatie te evalueren. Dit onderzoek bouwt voort op de inzichten uit de nulmeting en biedt een update over de vorderingen die zijn gemaakt sinds het eerste onderzoek. De doelgroep van dit onderzoek betreft alle medewerkers van AVROTROS in met een CAO-arbeidsovereenkomst (bepaalde tijd en onbepaalde tijd).

AVROTROS heeft in 2024 onderstaande punten gerealiseerd, dan wel voortgezet:

- De mogelijkheid om (religieuze) feestdagen te ruilen
- Stilstaan bij feestdagen
- Aandacht voor diversiteit bij recruitment
- Diversiteitscomités of netwerken
- Traineeships bij EenVandaag
- Lectures, mede gericht op diversiteit

In verband met de privacywetgeving is de registratie van persoonsgegevens niet toegestaan op de verschillende diversiteitscriteria en is het ook niet mogelijk om hierop te rapporteren.

Met het opstellen en uitwerken van het Plan van Aanpak Sociale Veiligheid heeft AVROTROS zich in 2024 mede gericht op inclusiviteit 'je mag zijn wie je bent'.

In het medewerkersbelevingsonderzoek 2024 heeft AVROTROS haar medewerkers ook gevraagd naar de mate van diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid. Hieruit wordt erkend dat AVROTROS diversiteit belangrijk vindt, maar dat er tegelijkertijd met dit thema nog genoeg werk aan de winkel is. Op het gebied van Inclusie en gelijkwaardigheid scoort AVROTROS hoog. Ons streven is om een cultuur te bevorderen waarin alle stemmen gehoord worden en waarin iedereen zich welkom voelt.

AVROTROS heeft zich in 2024 vooral gericht op het thema Sociaal Veilige Werkomgeving. Er is een Projectleider Sociale Veiligheid a.i. aangesteld om de sociale veiligheid binnen AVROTROS te bevorderen, wat cruciaal is voor een inclusieve werkomgeving. Dit heeft geleid tot de formulering van in ieder geval vier interventies die verder in de organisatie worden uitgerold, gericht op het versterken van een cultuur waarin iedereen zich veilig en gerespecteerd voelt en meer transparantie en duidelijkheid aan haar medewerkers biedt. Deze interventies omvatten kort gezegd: meer transparantie over de criteria voor een vast contract, het ontwikkelen en implementeren van een leiderschapstraject. Tevens zal er meer aandacht komen voor het stimuleren van een feedbackcultuur. Tenslotte is meer verduidelijking gekomen over de regelingen, de gewenste omgangsvormen en de beschikbare ‘loketten’.

De link met diversiteit is essentieel, aangezien sociale veiligheid bijdraagt aan het bevorderen van een diverse en inclusieve cultuur, waarin alle medewerkers hun unieke bijdragen kunnen leveren. Met elk van de vier focuspunten is een start gemaakt in 2024, waarbij enkele punten reeds bijna zijn afgerond en andere punten meer tijd en aandacht nodig hebben om gedegen en duurzaam te implementeren en borgen in de organisatie.

AVROTROS heeft in december 2024 onderstaande verdeling van haar personeelsbestand. Over het aantal medewerkers met een niet-westerse migratieachtergrond wordt niet gerapporteerd door AVROTROS.

51. Samenstelling personeel 2024 AVROTROS

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	150	213	1	364
Management	13	16	0	29
Directie en RvB	3	0	0	3
Totaal aantal medewerkers	166	229	1	396

Recruitment

Nadat we in 2023 onze vacatureteksten hebben afgestemd op de behoeften en verwachtingen van potentiële kandidaten, hebben we nieuwe doelgroepen weten te bereiken. Ieder half jaar monitoren we voortdurend de effectiviteit van onze teksten. Tot september 2024 heeft onze recruiter actief contact gelegd met potentiële kandidaten met een diverse culturele achtergrond en hen uitnodigend voor persoonlijke gesprekken op kantoor.

Het hoofddoel van deze ontmoetingen was om hun loopbaanwensen te verkennen en hen vervolgens voor te dragen bij relevante vacatures binnen onze organisatie. Deze waardevolle kennismakingsgesprekken hebben geleid tot daadwerkelijke plaatsingen binnen AVROTROS, waardoor ons personeelsbestand diverser en inclusiever is geworden. Onze Recruiter is halverwege het jaar uit dienst gegaan en vanaf 1 januari 2025 hebben we een nieuwe collega, die ook actief deel zal nemen aan diverse diversiteitscomités en netwerken, om zo verschillende doelgroepen te ontmoeten en te betrekken.

BNNVARA
Samen bouwen aan een sociaal veilige en creatieve werkomgeving
BNNVARA vindt het belangrijk dat alle medewerkers zich veilig voelen en zichzelf kunnen zijn. Na het verschijnen van het OGCO-rapport en aansluitend het overkoepelende plan van aanpak NPO, heeft BNNVARA in 2024 een plan van aanpak opgesteld om een sociaal veilige werkomgeving te borgen, waarin alle medewerkers zich gezien en gehoord voelen. Dit proces is ingezet in 2022 en jaarlijks worden nieuwe en/of bestaande initiatieven uitgerold of gecontinueerd. Aan de hand van het plan van aanpak was de focus in 2024:

Leiderschap en training

Er is een visie op leiderschap ontwikkeld dat onderdeel is van de verdiepende training voor alle leidinggevendenden. Dit leiderschapstraject is gericht op het vergroten van kennis en vaardigheden op het gebied van leiderschap, zoals teamdynamiek, coaching en het geven en ontvangen van feedback.

- De e-learning respectvol samenwerken van het Mediapact is uitgerold. Een groot aantal medewerkers heeft inmiddels het certificaat behaald.
- Wederom is de Active Bystander Training in het voor- en najaar georganiseerd. Het doel is om alle medewerkers de training te laten doorlopen.

Beleid

- Een hernieuwd presentatorenbeleid is opgesteld en uitgerold.
- Het contracteerbeleid is aangepast. De belangrijkste wijziging betreft het maximaal aantal tijdelijke contracten in twee jaar.
- BNNVARA heeft een eigen gedragscode gewenste omgangsvormen opgesteld en geïmplementeerd met als doel een werkomgeving te creëren die respectvol en veilig is. De gedragscode is tot stand gekomen door een werkgroep van 21 medewerkers.

Cultuuronderzoek en communicatie

- Jaarlijks wordt een cultuuronderzoek gedaan om de effecten van de maatregelen en acties te meten. In 2024 hebben 382 mensen deelgenomen aan het onderzoek.
- Verder zijn er gedurende het jaar meerdere medewerkersbijeenkomsten georganiseerd om medewerkers te informeren over onder andere de strategie en sociale veiligheid binnen BNNVARA.

Vertrouwenspersonen en nazorg

- Er is naast de drie interne vertrouwenspersonen ook een externe vertrouwenspersoon aangesteld. Daarnaast de overkoepelende klachtenregeling van de NPO is geïntroduceerd.
- Er wordt doorlopend nazorg geboden aan (ex)-medewerkers (o.a. het bieden van erkenning).

Diversiteit, Gelijkwaardigheid en inclusie (DEI)

Diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie zijn leidende ambities in het beleidsplan 2022-2026, met als doel het creëren van kansengelijkheid. Deze ambities richten zich op twee niveaus: content en organisatie. BNNVARA wil dit realiseren door hoogwaardig media-aanbod te ontwikkelen, waarbij verhalen en de leefwereld van jongeren met een bi-culturele achtergrond en/of een praktische opleiding centraal staan. Daarnaast wil BNNVARA een diverse samenstelling van het personeelsbestand.

In 2024 zijn verdere stappen gezet om deze ambities te verwezenlijken, waaronder:

- Objectief werven en selecteren om een diverse instroom te bevorderen.
- Aanscherping van streefcijfers voor een inclusiever en divers personeelsbestand.
- Monitoring van voortgang via het jaarlijkse cultuuronderzoek.

Daarnaast heeft BNNVARA in 2024 tijdelijk (voor de duur van acht maanden) een DEI-adviseur aangesteld. Deze adviseur heeft een analyse uitgevoerd over waar BNNVARA staat op het gebied van DEI en heeft drie uitgewerkte DEI-modellen ontwikkeld voor de duurzame integratie en borging van DEI in de organisatiestructuur. Het eindrapport is begin januari 2025 opgeleverd. In de eerste helft van 2025 zal BNNVARA een keuze maken voor de structurele verankering van DEI binnen de organisatie.

Verder heeft de DEI-klankbordgroep in 2024 een speerpuntenbrief opgesteld en gedeeld met het Bestuur. De inzichten uit deze brief zijn meegenomen in de analyse van de tijdelijk aangestelde bestuursadviseur DEI.

Met deze ontwikkelingen zet BNNVARA belangrijke stappen richting een organisatie waarin diversiteit en inclusie blijvend worden ingebed.

Samenstelling van het personeelsbestand

De samenstelling van het personeelsbestand van BNNVARA wordt jaarlijks ook in een intern Cultuuronderzoek gemeten volgens zelfdefinitie van de respondenten. In 2024 werd deze door 382 respondenten ingevuld. Een meerderheid gaf aan zich te herkennen als vrouw (59%) en gaf 38% aan zich te herkennen als man. 1% van de respondenten identificeert zichzelf als non-binair of noemt meerdere categorieën. In de leeftijdscategorieën rekent 25% zichzelf tot de groep 27 jaar en jonger. Meer dan de helft plaatst zichzelf in de groep 28 tot en met 54 jaar (59%) en bijna een vijfde zichzelf tot de 55-plusser (17%). Van de respondenten rekent 20% zichzelf tot de groep Nederlanders met een migratieachtergrond, waarvan 14% niet-Europees. Als het seksuele oriëntatie betreft, herkent 15% zich in de term LHBTQIA+. En 9% van de respondenten rekent zichzelf tot de groep met een geestelijke of fysieke beperking. In alle functieschalen van onze organisatie zijn meer vrouwen dan mannen terug te vinden. Het MT van BNNVARA bestaat uit veertien personen, waarvan zeven vrouwen en zeven mannen.

Opgave personeelsbestand volgens het personeelsinformatiesysteem.

52. Samenstelling personeel 2024 BNNVARA

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	213	281	1	495
Management	6	5	0	11
Directie en RvB	0	2	0	2
Totaal aantal medewerkers	219	288	1	508

EO
Diversiteit in content

De EO ontwikkelt in een NPO-innovatietraject ‘inclusiever schrijven met behulp van AI’. En deed in 2024 een uitgebreide designsprint in een NPO-innovatietraject om een oplossing te vinden die contentmakers helpt om buiten hun bubbel te zoeken en cultureel sensitiever te zijn. Er is een prototype ontwikkelt.

Diversiteit in personeelsbestand

Binnen de werkwijze van recruitment is bewust aandacht voor diversiteit bij het invullen van vacatures. In 2024 hebben we gewerkt aan het vacatureteksten zo inclusief mogelijk schrijven, met daarin oog voor het bereiken van doelgroepen. Bij de werving van nieuw personeel (waaronder trainees en stagiairs) zetten we in de werving expliciet in op culturele diversiteit. Hiervoor besteden bij het opstellen van onze vacatures aandacht en ook bij het uitnodigen. Recruitment heeft daarnaast regelmatig kennismakingsgesprekken met mogelijke kandidaten met een biculturele achtergrond.

Met de NPO en verschillende andere omroepen werken we met een traineeship gericht om cultureel diverse talenten. In 2024 hebben 3 trainees met een biculturele achtergrond gewerkt bij de EO.

Om een divers personeelsbestand te realiseren is het nodig om de werving aan te passen. Door in recruitment samen te werken met cultureel diverse organisaties willen we onze kanalen verbreden.

We hebben een projectgroep die werkt aan culturele diversiteit in onze organisatie. Zo zal er binnen de EO aandacht zijn voor ‘Diversity Day’ en ontwikkelen we tools om onze content meer cultureel divers te maken. We streven naar een goede verdeling van mannen en vrouwen binnen het personeelsbestand van de EO. De verhouding tussen mannen en vrouwen is in 2024 45% man en 55% vrouw. Eind 2024 is 40% van het leiderschap binnen de EO vrouw. Binnen de EO kennen we het ‘Roze Overleg’. Dit is een overleg waarin collega’s, die tot de lhbt+-groep behoren, met de directie overleggen over zaken, waar zij binnen de EO in hun werk tegenaan lopen. Ook is er aandacht voor neurodiversiteit. Steeds meer mensen herkennen zich in de omschrijvingen die gepaard gaan met een neurodivers brein. Ook binnen de EO hebben wij neurodiverse collega’s. Voor en door deze collega’s is het Neurodiverse Netwerk opgericht.

Naast aandacht voor werving en selectie moet er expliciet aandacht zijn voor behoud en doorstroom van medewerkers in een minderheidspositie. Medewerkers die met moeite binnen zijn gehaald, stromen namelijk ook vaak snel weer uit.

Een overzicht van de samenstelling is van het personeelsbestand, uitgesplitst naar makers, management, staf en overig personeel, v.w.b. de man/vrouw verhouding.

53. Samenstelling personeel 2024 EO

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	172	213	0	385
Management	6	2	0	8
Directie en RvB	1	0	0	1
Totaal aantal medewerkers	179	215	0	394

HUMAN
Acties die zijn ondernomen t.b.v. het aanbod in 2024 om de zichtbaarheid en hoorbaarheid van vrouwen en bi-culturele Nederlanders in het radio- en televisieaanbod te verhogen:

HUMAN streeft naar een meer menselijke samenleving en wil nieuwe perspectieven bieden. Daarbij vinden we het belangrijk dat onze programmering een goede afspiegeling van de samenleving is. Het vergroten van de zichtbaarheid en hoorbaarheid van vrouwen en bi-culturele Nederlanders is dan ook een belangrijk speerpunt. De hoofdredactie bespreekt regelmatig met de eindredacteuren welke keuzes gemaakt kunnen worden om deze doelstellingen te realiseren en onze programmering meer representatief te maken.

Daarbij investeert de hoofdredactie in zijn netwerk van makers en presentatoren door deze uit te breiden en meer divers te maken.

- Acties die zijn ondernomen in 2024 ten behoeve van het verhogen van diversiteit van het personeelsbestand op de verschillende niveaus:**
- HUMAN en VPRO trekken op dit punt grotendeels gezamenlijk op, omdat we de afdeling Personeel en Organisatie (P&O) delen. Een aantal voorbeelden van acties die we in 2024 hebben ondernomen, zijn:
- Begeleiding van selectieprocedures bij functies in schaal H en hoger door P&O, wat bijdraagt aan een meer objectieve en inclusieve wervings- en selectieprocedure;

- De invoering van competentie management waarbij inclusief vermogen als kerncompetentie is meegenomen. Competentie management gaat een rol spelen in de werving van nieuwe medewerkers en in de ontwikkeling van huidige medewerkers;
 - Genderneutraal taalgebruik in P&O-processen en -beleidsstukken;
 - De invoering van bijzonder verlof voor personen in transitie;
 - De organisatie van interne bijeenkomsten om kennis en bewustzijn ten aanzien van diversiteit en inclusie te vergroten;
 - De uitvoering van toegankelijkheidsonderzoek van het gebouw;
 - De tijdelijke aanstelling van een P&O-medewerker als D&I kwartiermaker, om een advies af te geven aan de directies van VPRO en HUMAN over de haalbaarheid van de ambities op het gebied van diversiteit en inclusie.
- Verder werken we, samen met de inclusiviteitscommissie (HUMAN Inclusief) aan het vergroten van bewustwording rondom de thema's diversiteit en inclusie:
- In 2024 heeft een aantal redacties 'De diversiteitscirkel' uitgevoerd. Dit is een *tool* om het kwetsbare gesprek over deelidentiteiten, en daarmee diversiteit en inclusie, te voeren. Elk team kan de *tool* aanvragen. De werkvorm wordt door HUMAN Inclusief begeleidt;
 - Er is nieuw leven geblazen in de intervisiegroepen. Momenteel zijn er drie groepen die structureel samenkomen om vragen en uitdagingen in het werk te bespreken. Het doel is om kennis, inzichten en ervaringen te delen zodat samen tot oplossingen of inzichten kan worden gekomen;
 - Het afgelopen jaar organiseerde HUMAN Inclusief twee 'Blikverruimerssessies' over lichamelijke uitdagingen, toegankelijkheid en obstakels met betrekking tot diversiteit en inclusie als maker in het medialandschap. Ook werd een filmvertoning georganiseerd van de documentaire 'Black Hair', met een nagesprek met alle aanwezigen;
 - HUMAN mocht in 2024 de 'Gouden prokkel' in ontvangst nemen voor het leukste stageprogramma voor mensen met een licht verstandelijke beperking;
 - HUMAN Inclusief werkt nauw samen met de ambassadeursgroep van VPRO en de omroep-brede groep 'Diversiteit & Inclusie experts', die dezelfde doelen nastreven. Een delegatie van HUMAN Inclusief schuift periodiek aan bij het omroepbrede overleg, geïnitieerd door de NPO. Daarnaast hebben verschillende ambassadeurs seminars en meet-ups bijgewoond om kennis over dit thema te vergroten.

54. Samenstelling personeel 2024 HUMAN

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	18	68	0	86
Management	2	2	0	4
Directie en RvB	0	1	0	1
Totaal aantal medewerkers	20	71	0	91

KRO-NCRV

KRO-NCRV trekt diversiteit bewust breder dan alleen bi-culturele Nederlanders en gender. We richten ons ook op mensen met een (zichtbare en onzichtbare) beperking, we vragen aandacht voor de LHGBTQ+ gemeenschap en willen mensen vanuit de regio aan ons binden. We zetten in op diversiteit in de breedste zin van het woord, zowel voor als achter de schermen, in onderwerpkeuzes en in ons personeelsbestand. Diversiteit in content is een aandachtspunt waarin we ook in 2024 door de inzet van (eigen) middelen in geïnvesteerd hebben:

- Spot On bedient jonge vrouwen met een bi-culturele achtergrond tussen de 20 en 30 jaar en is uitgegroeid tot een platform met ruim 75K abonnees op YouTube en 35K volgers op Instagram.
- Met 13 school take-overs en met lesmodules die we samen met onze samenwerkingspartner Young Impact verzorgen, hebben we in 2024 ruim 11.000 middelbare school – en mbo-leerlingen met diverse maatschappelijke content bereikt. We bespraken met hen verschillende thema’s, waaronder diversiteit en jezelf mogen zijn.
- Binnen de journalistiek, specifiek het onderzoeksplatform Pointer, is er aandacht voor onderbelichte onderwerpen en doelgroepen in de maatschappij, ouders die zorgen voor kinderen met een handicap, arbeidsmigranten, veiligheid onder vrouwen en asielzoekers.
- Binnenstebuiten produceerde een special voorafgaand aan de viering van Ketí Koti op maandag 1. Op deze dag werd de afschaffing van de slavernij herdacht en de vrijheid gevierd. In de speciale uitzending ging Binnenstebuiten-expert Sharon de Miranda naar Suriname, waar het slavernijverleden op veel plekken nog voelbaar en tastbaar is.

- Naar aanleiding van de documentaire God, ik ben gay hebben KRO-NCRV en COC Nederland de handen ineengeslagen. Met als gezamenlijk doel: het creëren van een veilige plek voor de lhbt+ gemeenschap. In de documentaire, uitgezonden in de week van Paarse Vrijdag, wordt namelijk duidelijk hoe belangrijk het is om op te groeien in een omgeving waar je jezelf kunt zijn.
- The Passion, The Passion Hemelvaart en Boer zoekt vrouw zijn ook in 2024 door audioscriptie toegankelijk gemaakt voor blinden en slechtzienden. Omdat we dit belangrijk vinden, is er ook een samenwerking met het Bartiméus Fonds die zich inzetten voor visueel beperkten. Ook op de locatie in Zeist was er een speciale tribune voor mensen met een visuele en lichamelijke beperking zodat de opnames live ook toegankelijkheid waren.
- Zina heeft ook in 2024 een vervolg gekregen. In deze fictie serie draait het weer om de Marokkaanse vriendinnengroep waarin we dilemma’s in relaties en taboes binnen de community bespreken.
- De documentaire Moederhart waarmee we aandacht vroegen voor de zorg voor een gehandicapt kind, dit is vaak voor ouders een levenslange zorg. Groeiende personeelstekorten en budgetten die onder druk staan maken dit een moeilijke opdracht.
- In aanloop naar Ketí Koti lanceren Schooltv, het Wereldmuseum en Beeld & Geluid elk lesmateriaal rondom de serie Uit de kramp. In deze serie onderzoekt Sosha Duysker waarom het zo lastig is om over racisme te praten. Want hoe voer je een gesprek over racisme zonder elkaar aan te vallen, op eieren te lopen of in de kramp te schieten.
- Ook binnen audio is er aandacht geweest voor diversiteit en inclusie:
 - In De Taalstaat is ook in 2024 veel aandacht voor diversiteit in onze taal. Zo bespreken we overzeese taalgebieden in muziek en literatuur, waaronder Suriname en het Caraïbisch gebied.
 - Met het initiatief Lief gebaar hebben bijna alle radioprogramma’s twee weken lang in april aandacht voor kinderen die opgroeien in gezinnen met financiële nood. Presentatoren halen samen met hun luisteraars maar liefst 75.000 euro op voor Stichting Jarige Job. Tientallen prominenten roepen via hun eigen social media ook op om bij te dragen, van Caroline van der Plas tot Héléne Hendriks.
 - In 2024 zijn ook de Instagramposts van KRO-NCRV toegankelijk gemaakt voor blinden en slechtzienden. Door een alternatieve tekst toe te voegen aan posts worden deze voorgelezen – inclusief een beschrijving van wat er te zien is op een foto – zodra mensen langs berichten op Instagram scrollen.

Acties ten behoeve van het vergroten van diversiteit in ons personeelsbestand

Adviseur Werving & Selectie

De adviseur op het gebied van Werving & Selectie heeft een focus op Diversiteit & Inclusie. De adviseur zet continu in op het verhogen van de naamsbekendheid van KRO-NCRV onder diverse doelgroepen waardoor de zichtbaarheid van onze vacatures bij mensen met een bi-culturele achtergrond ten opzichte van 5 jaar geleden is toegenomen: Er reageren meer mensen met een biculturele achtergrond op onze vacatures.

Arbeidsmarktcommunicatie

Om voor onze vacatures een breder publiek aan te spreken maken we nog steeds gebruik van onze vernieuwde werken-bij website die is geïntegreerd in onze corporate website. De website bevat verhalen van verschillende medewerkers van KRO-NCRV en zorgt met de persoonlijke verhalen voor een kijkje achter de schermen van ons bedrijf.

Adviseur Inclusie en koffer van Rick

Rick Brink, de voormalig minister van gehandicaptenzaken, is ook in 2024 aan KRO-NCRV verbonden geweest als adviseur Inclusie. Hij adviseerde hierbij over de wijze waarop mensen uit achtergestelde groepen beter kunnen worden betrokken bij de organisatie en bij programma's. Rick was o.a. de bedenker van 'de koffer van Rick', een database van interessante en talentvolle mensen met een beperking die in de media over meer dan alleen hun handicap kunnen praten. Helaas is Rick in mei 2024 overleden, en is daarmee zijn rol als adviseur inclusie komen te vervallen. De functie is nog niet opnieuw ingevuld. In overleg met de NPO wordt gezien hoe verder invulling kan worden gegeven aan 'de koffer van Rick'.

Onboarding

Het onboardingprogramma van KRO-NCRV bestaat uit een buddy systeem, een onboarding app en een introductiebijeenkomst. Alle elementen uit het programma zorgen voor een zachte landing van de nieuwe medewerkers die we als KRO-NCRV verwelkomen. Het onboardingprogramma is bevorderlijk voor de inclusie van medewerkers en geeft medewerkers direct betrokkenheid bij de organisatie.

Samenwerking Omroep ZWART

In 2024 hebben we geprobeerd een structurele samenwerking met Omroep ZWART en het programma Spot On te concretiseren en te optimaliseren. Helaas heeft dit niet gewerkt. Doordat er weinig personeel beschikbaar was bij Omroep ZWART en de samenwerking niet vanaf de start op gelijke voet is gestart hebben we moeten besluiten de samenwerking in 2025 geen vervolg te geven.

Bewustwording

Er is bij KRO-NCRV veel bereidheid om een meer divers samengesteld personeelsbestand te realiseren, alleen is het vaak de bewustwording die kan worden vergroot. Binnen de diverse leidinggevende niveaus wordt hier aandacht aan besteed in trainingen, lezingen en workshops.

55. Samenstelling personeel 2024 KRO-NCRV

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	174	304	0	478
Management	1	5	0	6
Directie en RvB	1	1	0	2
Totaal aantal medewerkers	176	310	0	486

Omroep MAX

Omroep MAX zet zich actief in voor diversiteit en inclusie, met als doel een steeds bredere en diverse 50+ doelgroep te vertegenwoordigen en te betrekken. Ook in 2024 hebben we weer specifieke stappen gezet om onze programmering en organisatie inclusiever te maken, onder andere waar het gaat om het bereiken van 50-plussers met een bi-culturele achtergrond. Actiepunten uit de gezamenlijke NPO-werkgroep Diversiteit & Inclusie zijn succesvol in de praktijk gebracht, wat resulteerde in merkbare vooruitgang. Niet alleen voor, maar ook achter de schermen hebben we geïnvesteerd in diversiteit binnen onze teams, wat zich zichtbaar heeft vertaald in meer verschillende perspectieven in ons media-aanbod.

Ook in leidinggevende rollen is er nu een betere vertegenwoordiging van mensen met een bi-culturele achtergrond; het percentage man/vrouw was hierbij al in balans.



Omroep MAX heeft in 2024 meerdere tv-series en films geproduceerd met als doel een bredere en diverse groep vijftigplussers aan te spreken en tegelijkertijd onze vaste kijkers te verrijken met voor hen wellicht minder bekende verhalen:

- Vaarwel Vaderland: een serie over landverhuizers na de Tweede Wereldoorlog, gemaakt door een divers team van makers, grotendeels kinderen van deze 1^e generatie immigranten.
- Tegendraads: een speelfilm over de Italiaanse arbeiders in Twente in de jaren zestig en de spanningen die dit met zich meebracht. Het verhaal biedt niet alleen een historische blik, maar fungeert ook als spiegel naar het heden.
- Sporen van Slavernij: een impactvolle serie over hoe het slavernijverleden nog steeds wordt gevoeld door de huidige generaties. We krijgen de kans een tweede seizoen te realiseren dat we verrijken met een bijbehorende website met tools voor de gemeenschap die helpen bij de zoektocht naar het verhaal van hun voorouders.
- Hollandse Meesters Herzien: een herinterpretatie van klassieke Nederlandse kunst door Jörgen Tjon A Fong.
- De Presidentsdochter en de Rijkst Vrijgeboren Vrouw: een aangrijpende documentaire over de eerste vrijgeboren vrouw in Suriname.
- Zussen: een dramaserie waarin bewust is gekozen voor een diverse cast, ook voor de prominente rol van halfzus bijvoorbeeld; wat zeer positief werd ontvangen door het publiek.

Ook binnen andere programma's is diversiteit een belangrijk aandachtspunt, zowel bij de samenstelling van deelnemers als in de thematiek. Dat leverde bijvoorbeeld een zeer diverse cast bij Heel Holland Bakt op en zorgde bij de serie Tieners tegen Kwalen, ervoor dat mensen met een bi-culturele achtergrond, zowel jong als oud, goed vertegenwoordigd waren.

Voor onze podcasts zijn we expliciet op zoek gegaan naar vrouwelijke en inclusieve experts. Zoals bij de podcast Gestolen Gezicht, over online fraude. Techcrime is doorgaans een mannenwereld, maar het is ons gelukt om ook vrouwelijke experts een prominente rol te geven. Van de 7 podcastseries die MAX in 2024 maakte, hadden er 6 een vrouwelijke host.

Ook de presentatie van onze radioprogrammering is wat betreft man/vrouw-verhouding mooi in balans want voor de helft in handen van vrouwen op alle zenders. Per 1 januari verwelkomen we Tannaz Hajeby als nieuwe presentator voor NPO Radio 2. In de redactionele content voor radio en de bijbehorende socials zetten we onverminderd in op diversiteit wat betreft hoor- en zichtbaarheid.

In 2024 zijn we gestart met het extern auditen van onze websites op het gebied van digitale toegankelijkheid (WCAG), ook met als doel om aan digitale inclusie te werken bij zowel onze sites als socials.

56. Samenstelling personeel 2024 MAX

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	56	89	0	145
Management	2	2	0	4
Directie en RvB	1	0	0	1
Totaal aantal medewerkers	59	91	0	150

NOS

De NOS wil een divers samengestelde en inclusieve organisatie zijn. Waar ruimte is voor verschillen en waar iedereen zich thuis en welkom voelt. We willen een plek zijn die de samenleving goed weerspiegelt.

Dat verbreedt ons eigen perspectief en dat helpt weer de kwaliteit van ons werk te verbeteren. Daarom selecteren we onze nieuwe medewerkers zonder vooroordelen en trainen we onze collega's om open te staan voor verschillen.

Acties die zijn ondernomen in 2024 ten behoeve van het verhogen van diversiteit van het personeelsbestand op de verschillende niveaus.

- Diversiteit is meegenomen in het wervingsbeleid, vanaf vacatureteksten tot en met aanname en introductie;
- Arbeidsmarktcommunicatie en beeldmateriaal zijn aangepast met het oog voor diversiteit;



- Vacatureteksten zijn herschreven met inclusieve taal.
- De selectiecommissies zijn divers samengesteld en bij elke werving is een poging gedaan om minimaal twee kandidaten met een diverse achtergrond uit te nodigen;
- Organisatiebreed zijn trainingen over onbewuste vooroordelen gegeven;
- In samenwerking met het UWV is een informatiebijeenkomst gehouden over het aannemen van mensen met een arbeidsbeperking;
- Er is gebruikgemaakt van subsidies om o.a. mensen met een arbeidsbeperking aan te trekken;
- Actieve werving van stagiairs, ook met het oog op diversiteit in de organisatie.
- Tijdens introductiedagen is het belang van diversiteit en inclusie nadrukkelijk meegenomen;
- Er is een profiel opgesteld waarin staat wat inclusief leiderschap inhoudt en welke vaardigheden daarbij horen.
- De wervingsprocedure is aangescherpt: er moeten minimaal twee kandidaten die bijdragen aan diversiteit in het team worden uitgenodigd voor een gesprek.

Gastcolleges

Naast gastcolleges op HBO en universiteiten, verzorgt de talentscout ook colleges op VMBO en MBO-niveau. We stimuleren diversiteit in opleidingsniveaus, wat heeft geresulteerd in stages voor een aantal MBO-studenten dit jaar.

Meer vrouwen op de Sportvloer

In samenwerking met PO&O heeft NOS Sport in 2024 met resultaat gewerkt aan het verbeteren van de verdeling man-vrouw op de afdeling.

Culturele diversiteit bij Sport

Om de culturele diversiteit in het aanbod te vergroten en bi-culturele redacteuren aan te trekken, is er contact gelegd met sportplatforms in de urban-sfeer, zoals MMA en kickboksen.

Doorstroom

Binnen de organisatie wordt actief ingezet op het vergroten van diversiteit in leidinggevende functies. Met als resultaat bijvoorbeeld een aantal benoemingen van leidinggevendenden met een bi-culturele achtergrond en vrouwelijke leidinggevendenden op bepaalde afdelingen.

57. Samenstelling personeel 2024 NOS

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	518	354	0	872
Management	5	6	0	11
Directie en RvB	1	1	0	2
Totaal aantal medewerkers	524	361	0	885

NPO

De publieke omroep wil zowel voor als achter de schermen een weerspiegeling zijn van de Nederlandse bevolking, in gender, leeftijd, opleiding, beperking, geografische spreiding en culturele achtergrond. Om hierin de noodzakelijke extra stappen te zetten, hebben NPO en omroepen een gezamenlijk Actieplan Diversiteit opgesteld. Hierin staan concrete doelstellingen en streefcijfers, gericht op de structurele verbetering van diversiteit in onze programmering en organisaties. Zo hebben we voor onze personeelssamenstelling de ambitie om op alle niveaus een afspiegeling van de Nederlandse samenleving te zijn. Een gelijke verdeling van mannen en vrouwen in managementfuncties hoort daar vanzelfsprekend bij.

Met het Audio- en Video Overleg en HR managers en D&I experts van de omroepen heeft de NPO in 2024 twee keer een strategiesessie georganiseerd om de voortgang op D&I te bespreken en D&I in de programmering en in de organisaties te bevorderen.

58. Samenstelling personeel 2024 NPO

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	287	229	0	516
Management	28	23	0	51
Directie en RvB	6	3	0	9
Totaal aantal medewerkers	321	255	0	567

NTR

Het jaar 2024 begon met de publicatie van het rapport van de Commissie Van Rijn en de conclusies waren verontrustend: we kunnen en móeten het werken bij de NTR veiliger en inclusiever maken voor al onze collega’s. In het plan van aanpak wordt uiteengezet hoe we dat op korte en langere termijn op gaan inzetten. P&O en het Kernteam D&I hebben hierin een centrale rol.

We maken content voor iedereen en willen een personeelsbestand dat onze samenleving weerspiegelt. Zoals we op televisie, radio en online programma’s maken voor iedereen, is het ons ideaal om te zorgen dat iedereen zich achter de schermen thuis voelt in de organisatie – ongeacht leeftijd, gender, opleiding, geografische spreiding, culturele achtergrond of beperking. Met als doel een werkomgeving te zijn waar alle collega’s zich gerespecteerd, geaccepteerd en gewaardeerd voelen, en waar zij en hun inbreng ertoe doen. Het is van belang dat iedereen zich een NTR’er moet kunnen voelen.

Omroep overstijgende expertgroep Culturele Diversiteit

De NTR speelt omroepbreed een belangrijke rol op gebied van D&I en verleent zijn expertise en coördinerende rol in die (publieke) omroep overstijgende expertgroep.

Barometer Culturele Diversiteit

Om inzicht te krijgen in de culturele diversiteit binnen de NTR doen we jaarlijks mee met de Barometer Culturele Diversiteit. In 2024 heeft de NTR met 15% van haar personeelsbestand de doelstelling bereikt.

Broodje Speciaal

Het kernteam Diversiteit en Inclusie organiseert zes maal per jaar lunchbijeenkomsten (het zogenaamde Broodje Speciaal) waar door middel van panelgesprekken de bewustwording op gebied van D&I wordt vergroot. Tijdens deze goedbezochte bijeenkomsten reflecteren we op ons functioneren aan de hand van concrete thema’s en voorbeelden, meestal met behulp van externe experts. Thema’s zijn bijvoorbeeld inclusief taalgebruik, het werken met een fysieke beperking en hoe onze content inclusief te maken voor iedereen.

Vrije lijst

De NTR maakt programma’s speciaal voor iedereen. Dat betekent dat onderwerpen herkenbaar zijn, de invalshoeken die daarbij gekozen worden, de sprekers en duiders, de presentatoren/interviewers. Het gehele spectrum. Ten aanzien van duiders en experts bestaat de Vrije Lijst. Een database die programmamakers en redacteurs kunnen raadplegen. Deze database is momenteel door initiatiefnemer NTR uitgerold over de andere publieke omroepen.

Werving & Selectie

In ons wervings- en selectieproces besteden we steeds meer aandacht aan diversiteit en inclusie, zowel in de screening als in de gesprekken. De NTR streeft naar een inclusieve organisatiecultuur die een afspiegeling is van de samenleving. We geloven in de kracht van diversiteit en verwelkomen talent met uiteenlopende achtergronden.

In 2024 hebben we onze vacatureteksten met extra zorg geformuleerd om een breder en een meer divers publiek aan te spreken. Daarnaast verspreiden we onze vacatures niet alleen via de bekende mediakanalen en platforms binnen de publieke omroep, maar ook via Culturele Vacatures, Colourful Jobs en andere platforms met een focus op diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie.

In 2025 introduceren we een W&S training die zich richt op inclusieve werving, het herkennen van onbewuste vooroordelen en objectief beoordelen. Daarnaast blijven we investeren in jong talent. We zijn regelmatig aanwezig op evenementen voor stagiaires en jonge mensen met een beperking, onder andere binnen het netwerk van Emma at Work.

ENTREE

De NTR heeft sinds 2022 een NTR breed inwerkprogramma voor nieuwe collega's en stagiaires. Onboarding (instromen) is het proces waarin nieuwe medewerkers kennis krijgen over de functie, de redactie/afdeling en de organisatie. Met als doel dat zij zich zo snel mogelijk onderdeel gaan voelen van de organisatie en een actieve bijdrage kunnen gaan leveren. Instromen is het proces waarin 'nieuwkomers' begeleid worden tot geïntegreerde, bevlogen en productieve medewerkers. Maar ook gelijk een moment om de taak en ambitie van de hele NTR over te brengen. Er is binnen deze onboarding veel aandacht voor een van de hoofdthema(s) van de NTR, diversiteit en inclusie.

De eNTRee bestaat uit de volgende onderdelen, een onboardingssapp, een entree bijeenkomst, intranetrubriek intro en een welkomstpakket.

Samengevat

Binnen de NTR is er in 2024 begonnen of voortgang gemaakt, (onder andere) te weten:

- Binnen de NTR worden er tweemaandelijks lunchbijeenkomsten georganiseerd om bewustwording op gebied van diversiteit te vergroten: het zogenaamde Broodje Speciaal.
- Onze deelname aan gezamenlijke traineeshipprogramma van de NPO (ter bevordering van diversiteit en inclusie) bestendigen we in 2024 met tenminste 3 trainees. Tevens hebben we via het AWO-fonds de gelegenheid gecreëerd om een werkervaringsplaats aan te bieden op de redactie Caribisch Netwerk (tot medio 2024).
- Actief stimuleren van interne mobiliteit van talentvolle medewerkers en stagiaires met een diverse achtergrond. Onder andere door nieuw talent de kans te geven op een andere interne programma's en plekken.
- Om inzicht te krijgen in de mate van culturele diversiteit binnen de NTR, doen we jaarlijks mee met de Barometer Culturele Diversiteit. Dit percentage wordt per kalenderjaar vastgesteld en in het daaropvolgende jaar, zo rond augustus, gepubliceerd.
- Binnen alle thematische redacties van de NTR ontwikkelen we programmering over onderwerpen en thema's en groepen die onderbelicht worden in andere programma's van de NPO.
- De NTR organiseert jaarlijks de Prix Europa Iris (prijs voor het kwalitatief meest hoogstaande tv-programma rondom diversiteit en inclusie in Europa).
- Diversity reader wordt betrokken bij het ontwikkelingen van nieuwe plannen.

- Bij alle thematische redacties is er aandacht voor diversiteit en inclusie in onderwerpkeuze, gasten en experts.
- Interne mail; de volgende zin is geformuleerd en is toegevoegd aan alle de interne mails. Bij de NTR streven we naar een veilige en inclusieve werkomgeving en staat duurzaamheid hoog in het vaandel.

59. Samenstelling personeel 2024 NTR

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	153	239	1	393
Management	0	0	0	0
Directie en RvB	1	1	0	2
Totaal aantal medewerkers	154	240	1	395

Ongehoord Nederland

Omroep Ongehoord Nederland (hierna: ON!) wenst te benadrukken dat zij zich primair richt op diversiteit van opinies. ON! is van mening dat een democratie enkel kan functioneren als iedere burger de mogelijkheid krijgt zich te uiten. Dit geldt voor haar ook – en misschien wel juist – voor onderwerpen dan wel meningen die 'schuren': zonder wrijving immers geen glans. ON! merkt op dat er binnen de publieke omroep, tot het toetreden van haar omroep tot het bestel, weinig aandacht was voor deze vorm van diversiteit. Echter lijkt dit, zeker met het aantreden van de Amerikaanse president Donald Trump en ook in Nederland met de verkiezingswinst van politieke partijen zoals de PVV, nu langzaam te veranderen. ON! vindt dit een goede zaak en zal zich blijven inzetten voor deze belangrijke vorm van diversiteit, zodat iedere Nederlander zich gerepresenteerd kan voelen binnen het publieke bestel.

Voornoemde betekent dat er bij ON! geen expliciete acties worden verricht om andere vormen van diversiteit – zoals diversiteit van geslacht, huidskleur, seksuele voorkeur en dergelijke – te vergroten. ON! is van mening dat dit, gezien de toch al diverse samenleving, ook niet expliciet nodig is. Dat laatste wordt ondersteund door haar personeelsbeleid: van de vier beeldbepalende personen is de helft man en de helft vrouw. Eén verslaggever heeft een bi-culturele achtergrond. Op de redactie en in andere takken van de organisatie is eveneens veel diversiteit zichtbaar: ON! heeft medewerkers afkomstig uit alle gelederen van de maatschappij, van alle geslachten, opleidingsniveaus (van geen opleiding genoten tot gepromoveerd) en allerlei culturele achtergronden in dienst – zij is van mening dat de verschillende inzichten het debat op de redactie levendig houdt en daarmee ook de inhoud van de producties ten goede komt.

60. Samenstelling personeel 2024 Ongehoord Nederland

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	5	4	0	9
Management	0	0	0	0
Directie en RvB	1	0	0	1
Totaal aantal medewerkers	6	4	0	10

PowNed

Diversiteit verhogen is een continu proces, waar bij de casting/ontwikkeling intern/pitching producenten rekening mee wordt gehouden. Bij de programma's PowNed of View, PowNews en Trap Er Niet Influencer is in 2025 bewust gekozen voor (nieuw) vrouwelijk presentatietalent.

61. Samenstelling personeel 2024 PowNed

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	19	18	0	37
Management	2	1	0	3
Directie en RvB	2	0	0	2
Totaal aantal medewerkers	23	19	0	42

VPRO

Acties die zijn ondernomen t.b.v. het aanbod in 2024 om de zichtbaarheid en hoorbaarheid van vrouwen en biculturele Nederlanders in het radio- en televisieaanbod te verhogen;

Diversiteit en inclusie zijn voor de VPRO in het algemeen, en de hoofdredactie in het bijzonder, onverminderd belangrijk. We zijn doorlopend op zoek naar nieuwe perspectieven, streven naar goede representatie en inclusief taal- en beeldgebruik. Dit heeft in 2024 geleid tot een aantal nieuwe programma's verteld vanuit diverse culturele perspectieven.

Soraya Pol reisde met Ikenna Azuike voor *De Afro-Europeaan* door Europa over hoe te leven als je twee continenten in je verenigt. In *Paramaribo Pepers* zoekt Noni Kooiman naar de achtergrond van de brede culinaire variëteit in de Surinaamse keuken. De fictieserie *Laura H* duikt in het verhaal van de vrouw die op jonge leeftijd terugkeert in Nederland na een verblijf in het kalifaat in Syrië.

In de zoektocht naar nieuw talent is er een pilot gemaakt met acteur en theatermaker Saman Amini voor een scherp satireprogramma over botsingen en vooroordelen tussen verschillende culturen.

Tenslotte een aantal voorbeelden van vrouwen in de hoofdrol. De reisserie *Van Bogotá tot Cartagena* is gemaakt door Barbara Smit, de vrouw die jarenlang áchter de camera de research voor Stef Biemans deed en nu de kans kreeg een serie over haar geliefde Colombia te maken. Yora Rienstra nam het initiatief voor *Vrouwejaars*, een alternatief voor de traditionele oudejaarsconference. Hierin geven verschillende vrouwen uit de wereld van de comedy, spoken word en kleinkunst op hun eigen, unieke manier een terugblik op het jaar 2024. Maartje Duin dook diep in haar verleden en herinneringen met de podcast *Mina en mevrouw* over de vraag wat klassenongelijkheid betekende in haar adellijke familie.

Acties die zijn ondernomen in 2024 ten behoeve van het verhogen van diversiteit van het personeelsbestand op de verschillende niveaus.

- ♦ Werken met het draaiboek 'Inclusief werven en selecteren'. Sollicitatiecommissies kunnen dit draaiboek raadplegen voor tips om de briefselectie en sollicitatiegesprekken zo objectief mogelijk te laten verlopen.



- Begeleiding van selectieprocedures door P&O bij functies in schaal H en hoger. Heeft bijgedragen aan de objectiviteit van de werving en selectie, en het aannemen van 4 leidinggevenden met een bi-culturele achtergrond
- Invoeren van competentie management waarbij inclusief vermogen is geborgd
- Genderneutraal taalgebruik in P&O-processen en P&O-beleidsstukken
- Invoeren van bijzonder verlof voor personen in transitie
- Organiseren van interne bijeenkomsten om kennis en bewustzijn ten aanzien van diversiteit en inclusie te vergroten
- Toegankelijkheidsonderzoek van het gebouw
- Aanstellen van een D&I kwartiermaker, om een advies af te geven aan de directies over de haalbaarheid van de ambities op het gebied van diversiteit en inclusie

62. Samenstelling personeel 2024 VPRO

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	148	211	0	359
Management	12	9	0	21
Directie en RvB	1	1	0	2
Totaal aantal medewerkers	161	221	0	382

WNL

De eindredacteuren en samenstellers van programma's zijn ook dit jaar weer bewust gemaakt van de noodzaak van een representatieve samenstelling van gasten. Daar waar mogelijk is dit met de teams dagelijks gewogen en is er ook uitdrukkelijk gevraagd of er genoeg is gezocht naar alternatieven als de samenstelling te eenzijdig was. Hierdoor zijn ook redacteuren en verslaggevers zich bewust van de wens en wil om een zo divers mogelijk aanbod te presenteren.

In ons dagelijkse tv-programma Op1 was representatie een vereiste. Hier werd veel aandacht aan besteed. De Op1 uitzendingen op de WNL-avonden hadden ook in 2024 de hoogste percentages, tegen de 15%. Er is geen WNL-uitzending geweest zonder vrouwen. Ook al kost het veel extra tijd en moeite we zoeken altijd door en kiezen bij gelijkwaardige sprekers vaak voor een vrouw of Nederlander met een biculturele achtergrond. En dat geldt voor al onze programma's.

Ook bij het opzetten van nieuwe titels heeft het direct onze aandacht. Brandmerk, een nieuwe titel voor NPO3 en NPO Start die we in 2024 ontwikkelde, heeft zowel in de keuze voor hoofdpersonen als in het team een hoge representatie van vrouwen en mensen met een biculturele achtergrond.

Het aannamebeleid van WNL focust zich op kwaliteit en diversiteit van de teams. Hierin wordt een goede balans en afspiegeling afgewogen. Afgelopen jaar heeft dat geleid tot het aannemen van diverse vrouwelijke en biculturele collega's in diverse lagen: van redacteur tot verslaggever en presentatie van diverse programma's.

Bij WNL werken in vergelijking veel vrouwen in alle lagen van de omroep. Ook hebben we veel medewerkers met een bi-culturele achtergrond. Voor en achter de schermen en in de aansturing van de programma's.

63. Samenstelling personeel 2024 WNL

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	22	49	0	71
Management	0	0	0	0
Directie en RvB	3	3	0	6
Totaal aantal medewerkers	25	52	0	77



Omroep ZWART

Omroep ZWART heeft in 2024 26 medewerkers in dienst en een ruime pool van freelancers. De CAO medewerkers zijn als volgt verdeeld: twee Directieleden, een Directiesecretaresse/ Officemanager, HR Business Partner, Coördinerend Producer, twee producers, een assistent-Producer, een Marketing Manager, een community manager, drie medewerkers Marketing, een online redacteur, een visueel redacteur, een Hoofdredacteur, een programmamaker, zes redacteurs, een eindredacteur en twee Eindredacteurs/Samenstellers.

Daarnaast biedt ZWART in totaal ruimte voor ruim 17 stagiaires in 2023 (inclusief de 6 onbetaalde onderzoekstagiaires bij de redactie nov/dec 2024) in 2024.

ZWART heeft een divers personeelsbestand; ruim 70% heeft een niet westerse achtergrond.

64. Samenstelling personeel 2024 Omroep ZWART

Aantal medewerkers ultimo 2024	Man	Vrouw	Genderneutraal	Totaal
Medewerkers en makers	4	14	1	19
Management	0	0	0	0
Directie en RvB	2	0	0	2
Totaal aantal medewerkers	6	14	1	21

Bijlage 6: Rapportage omroepen interactie/participatie

AVROTROS

AVROTROS staat voor Cultuur en Rechtvaardigheid en dit komt meer dan ooit naar voren in onze programma's en in de integratie en participatie met en door het publiek.

Het EenVandaag Opiniepanel is met recht een barometer van de Nederlandse samenleving. Wekelijks geven 80.000 mensen hun mening over actuele (politieke) onderwerpen en vormen zo een graadmeter van het Nederlandse sentiment. Bij EenVandaag krijgt de interactie een extra dimensie gekregen door het 1V interactieteam. Tijdens en na afloop van elke uitzending kunnen mensen op een laagdrempelige wijze chatten met de redactie om door te praten over de items in de uitzending.

Dat ons publiek graag participeert bij en met AVROTROS als het gaat om rechtvaardigheid is o.a. te zien bij Opsporing Verzocht. Met een oplossingspercentage van circa 40%, dankzij de participatie van de kijker. Maar ook het consumentenprogramma Radar bewijst de participatie met het publiek: in het panel geven circa 80.000 Nederlanders hun mening over verschillende producten of diensten. Ook de in 2024 gestarte talkshow Eva zorgt voor de nodige participatie en dan specifiek binnen de cultuursector. AVROTROS heeft als missie om cultuur toegankelijk te maken en de tafel van Eva staat vaak in het teken van de nieuwste theatervoorstellingen, boeken, exposities en concerten. De aandacht in deze veelbekeken talkshow leidt direct tot een hogere cultuurparticipatie op alle gebieden wat bijdraagt aan de verdere verrijking van de samenleving.

Bijzonder in 2024 was Tussen Kunst en Kitsch dat haar 40-jarige jubileum vierde en ter gelegenheid daarvan het land in ging om kunst (of kitsch) te beoordelen. In vier steden buiten de Randstad stonden honderden mensen in de rij om hun objecten te laten beoordelen door experts. Het bleek een gouden greep want uit een plastic tas op de markt in Gouda kwam een heuse Von Jawlensky tevoorschijn. Het werk is inmiddels op €300.000 euro getaxeerd.

Het stimuleren van interactie en participatie oftewel het betrekken van het publiek, begint al vroeg: denk aan Zappsport, Brugklas en bijvoorbeeld het Junior Songfestival. De interactie die we met ons publiek hebben is groot. En dat zie je ook terug in bijvoorbeeld de bijna 1 miljoen mensen die met elkaar in poules meespelen in de app van Wie is de Mol?.

BNNVARA

Petitie #DeGroetenMetJeBoete

In augustus en september hebben BNNVARA en De Marker, in samenwerking met de Landelijke Studentenvakbond, FNV Young & United en GroenLinks-PvdA, een petitie gelanceerd om de langstudeerboete tegen te houden. Deze maatregel uit het hoofdlijnenakkoord van het kabinet was bedoeld om te bezuinigen op het hoger onderwijs. De Marker signaleerde de groeiende bezorgdheid onder studenten over de boete van €3.000 en besloot in actie te komen. De petitie werd massaal gesteund: minister Eppo Bruins (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) nam 131.214 handtekeningen in ontvangst en gaf aan de zorgen serieus te nemen. Hij beloofde zorgvuldig overleg te voeren met hogescholen, universiteiten en studenten voordat verdere stappen zouden worden gezet. Uiteindelijk werd de langstudeerboete geschrapt uit de bezuinigingsplannen – een groot succes voor de actievoerders en alle studenten die zich hierover uitspraken.

Voorlichtingscampagne 'Doe niet dom, doe 'm om'

In augustus startten BNNVARA en Spuiten en Slikken de voorlichtingscampagne 'Doe niet dom, doe 'm om'. Aanleiding was de zorgwekkende stijging van het aantal soa's onder jongeren en de daling van het condoomgebruik. Uit onderzoek van Motivaction, uitgevoerd in opdracht van BNNVARA onder 500 jongeren tussen de 16 en 25 jaar, blijkt dat slechts 49% van de seksueel actieve jongeren bij hun laatste keer seks een condoom heeft gebruikt. Bovendien heeft ruim driekwart van hen achteraf geen soa-test gedaan. De campagne bracht soa's en condoomgebruik onder de aandacht en bood uitgebreide informatie over de verschillende soorten soa's, de risico's en hoe je ze kunt voorkomen. Daarnaast zijn er voorlichtingsvideo's gemaakt die stap voor stap uitleggen hoe je een condoom gebruikt en hoe je er fijne, veilige seks mee hebt. Om veilig vrijen extra te stimuleren, stelden BNNVARA en Spuiten en Slikken gratis condoompakketten beschikbaar via de website. De respons was overweldigend: maar liefst 18.410 pakketten werden aangevraagd en thuisbezorgd.

Wat Lul Je Nou?!

"Wat Lul Je Nou" is een multiplatform jongerentalkshow dat meerdere online platformen gelijktijdig doorloopt. Allereerst wordt in de eigen Discord-community opgehaald welke thema's volgens de jongeren besproken moeten worden. Deze onderwerpen komen vervolgens aan bod in een wekelijkse Twitch-stream, waarin streamer ShapoO het debat aangaat met vier kritische jongeren en een gast. Ten slotte is er een paar dagen later een samenvatting te zien op YouTube en zijn er gedurende de week shorts en posts op Instagram en TikTok. Met deze contentloop creëren we een dynamische ruimte waar jongeren hun stem kunnen laten horen en in gesprek kunnen gaan over relevante kwesties.

Jeroen van Inkel op NPO Radio 2

In dit experiment duiken we samen met NPO Radio2 dj Jeroen van Inkel en zijn redactie in de toekomst van radio beïnvloed door AI. Weten luisteraars echt van nep te onderscheiden, is AI een betere producer dan de redactie en hebben we in de toekomst überhaupt nog wel menselijke dj's nodig? We zochten het uit met behulp van een AI-productietool die onder andere nieuwsartikelen genereert, vaste radorubrieken in een andere stijl kan oplezen (zoals bijvoorbeeld een weerbericht in de stijl van de Troonrede van Willem-Alexander op Prinsjesdag) en die de stem van Jeroen van Inkel kan klonen.

EO

Het opzoeken van interactie en participatie met het publiek, en het verbinden van het publiek onderling, is een essentieel onderdeel van het bouwen aan betrokken communities. Iets waar de EO volop mee bezig is, en voor de toekomst als belangrijke koers bestempelt.

Ons doel hierbij is het creëren van een veilige gemeenschap waar mensen duurzame verbindingen aangaan met elkaar, rondom de voor EO belangrijke thema's. We streven ernaar het community denken centraal te zetten, en een grote beweging te maken van zenden naar meedoen, meedenken en meepraten. En dit niet eenmalig, maar op een duurzame manier.

Enkele initiatieven uit 2024, die hier volop aan bijdragen:

- Gesprekskanalen op onze omroepportal en communities, zodat het publiek kan meepraten over onderwerpen op ons eigen platform i.p.v. platforms van derden. [Bekijk hier de gesprekskanalen](#)
- EO.nl, Ik Mis je en Dit hebben inmiddels een interactieve basis waar het publiek kan meepraten, meningen kan geven en meedenken over onderwerpen. Door middel van inloggen kan het publiek op een veilige manier een reactie plaatsen en meedenken. [Bekijk hier de interactieve basis van journalistiek platform Dit.](#)
- Campagnes rondom de feestdagen zijn altijd interactief, waarbij we streven naar participatie van het publiek. Denk aan de interactieve kerstgame of een quiz met Pasen. In bijna al onze lineaire kerstprogrammering verwijzen we naar deze interacties. [Bekijk voorbeeld van Kerst & bekijk het voorbeeld van Pasen.](#)
- Onze communities voor tieners (BEAM) en jongeren (Hoedan en Life Rules) nodigen jongeren dagelijks uit om online actief mee te denken, doen en praten over geloofs- en levensvragen, en organiseren live ontmoetingen met events als de EO Jongerendag. Hoedan heeft meer dan 20.000 volgers en de beste TikTok post had een engagement van 153.600. Life Rules groeide in een jaar tijd naar 10.000 volgers, en heeft o.a. een actieve WhatsApp community. De beste TikTok-post van BEAM had een engagement rate van 447%, met een bereik van ruim 2 miljoen.

- Vanuit onze lineaire titels proberen we zoveel mogelijk de interactie en participatie op te zoeken en bewegen we mee met het publiek. Zo signaleerde we dat vanuit het programma 'Wie kent mij nog?' veel medeleven op onze socials kwam voor eenzame 'Mien', naar aanleiding van de uitzending. Een mooi voorbeeld waarbij we ons verhaal koppelde aan interactie en uiteindelijk het verbinden van mensen. [Lees hier over het voorbeeld van Mien in 'Wie kent mij nog?'](#).

HUMAN

Waar socials voorheen vooral werden gezien als middel om publiek de omroepportal te leiden, fungeren ze tegenwoordig steeds meer als platform om ons verhaal te vertellen, ons bereik te vergroten en laagdrempelige interactie met onze achterban te aan te gaan. Onze socials zijn meer dan een eenrichtingskanaal; ze bieden ons de mogelijkheid om in gesprek te gaan met onze doelgroep, ze creëren betrokkenheid en zijn de plek waar *community building* plaatsvindt. We zetten in toenemende mate in op het actief aanjagen van het gesprek, waardoor we dichterbij onze achterban komen te staan en hun verhalen kunnen horen.

We nodigen ons publiek ook uit om te participeren aan onze programmering. Een voorbeeld hiervan is 'De Mensenbieb' waarvoor kinderen hun vragen kunnen indienen en zich kunnen aanmelden voor het programma.

Tot slot streven we naar hoogwaardige participatie en interactie tijdens fysieke bijeenkomsten, die we vaker met maatschappelijke partners organiseren. HUMAN organiseerde in 2024 de volgende bijeenkomsten:

- De Parade – met Het filosofisch spreekuur;
- De Parade – met meerdere opnamen van Wat blijft;
- Vis a Vis – met Het filosofisch spreekuur;
- Opnamen Brainwash - Brainwash festival;
- Opnamen Het filosofisch kwintet – op Best kept secret en de Nacht v/d filosofie;
- Vragen over Leven – Groote museum/ARTIS;
- Movies that Matter – HUMAN-dag;
- 3FM – met diverse Pride in mijn dorp.

Voorts was HUMAN sterk aanwezig met premières van documentaires op tal van filmfestivals (NFF, IDFA, Cinkid, Movies that Matter). Veelal werden de vertoningen voorzien van een verdiepend programma.

KRO-NCRV

Wat betreft interactie en participatie staan hieronder de meest aansprekende voorbeelden uit 2024 vermeld:

Maatschappelijke acties

Actie Lief Gebaar

Lief gebaar 2024 stond in het teken van kinderen in Nederland die hun verjaardag niet kunnen vieren vanwege geldgebrek. Van 2 t/m 15 april hebben presentatoren, leden van de Ledenraad & collega's zich op allerlei manieren ingezet voor Stichting Jarige Job. Samen met ons publiek zijn we in actie gekomen en met resultaat. Een aantal wapenfeiten:

- 15 KRO-NCRV radioprogramma's hebben met eigen acties meegedaan;
- 25 KRO-NCRV presentatoren hebben zich ingezet;
- Lief gebaar items in tv-programma's: 2 items in Binnenstebuiten en 1 item in Zin in Morgen.
- Meerdere journalistieke programma's die op een of andere manier aandacht hebben besteed aan armoede in Nederland;
- 42 BN'ers (waarvan 22 KRO-NCRV presentatoren) met een gezamenlijk bereik van ruim 3 miljoen volgers hebben op hun eigen Instagram het initiatief gedeeld met de Lief gebaar-cadeaubox;
- 3 human interest verhalen over gezinnen in armoede met een enorm bereik. Via de KRO-NCRV-socials kwamen er meer dan 500 reacties per artikel;
- 70 collega's die bij Stichting Jarige Job hebben geholpen met inpakken, waaronder ook 6 leden van de Ledenraad. De liveshow van Bertop5 was hier ook bij aanwezig;
- 38 collega's die tijdens de Hilversum Cityrun 5 of 10 km hebben gerend met een opbrengst van €6.624,50.;
- 9.9 miljoen contactmomenten via de onlinecampagne;
- Mensen thuis hebben Stichting Jarige Job kunnen helpen door het doneren van een verjaardagsbox.
- Via alle interne en externe acties is een mooi bedrag opgehaald.

Interactie online

Veel van de interactie die wij hebben met onze achterban vindt plaats via social media. Via onze corporate kanalen op onder andere Instagram, Facebook en TikTok gaan we met mensen in gesprek over onze thema's en programmering. Maar ook op programma socials vindt interactie plaats.

Spot On

KRO-NCRV's Spot On biedt een platform waar verhalen worden gedeeld over onderwerpen die bi-culturele vrouwen raken. Samen met presentatoren Elif Kan en Noël van Kleef zorgt het programma ervoor dat geen enkel thema onbesproken blijft. "Let's empower women!" luidt de missie van Spot On. Spot On maakt content op YouTube, Facebook, Instagram en TikTok. Maar heeft ook een gesloten community op Facebook. Via deze community hebben we nauw contact met de achterban van Spot On en weten we wat er speelt zodat we onze content daarop kunnen aanpassen.

Directe participatie en interactie tijdens live-uitzending

Met bijna 700.000 unieke bezoekers op de website, met een bereik van ruim 7 miljoen bezoekers op Facebook en ruim 2 miljoen bezoekers op Instagram hebben we in 2024 opnieuw groei weten te realiseren. Via live.thepassion.nl hebben mensen digitaal meegelopen met de processie van The Passion. Ook was het mogelijk een bericht achter te laten in het thema van The Passion. Dit is massaal gedaan. Naast online activiteiten is er tijdens de live uitzending ook ter plaatse interactie met onze achterban. Zo was er een exclusief VIP-vak voor onze leden en was er een backstage rondleiding. Leden hebben zich hiervoor kunnen aanmelden en maakten kans op een ticket of rondleiding.

Liveshow via TikTok

In het kader van het dossier Druk! over de mentale gezondheid van jongeren hebben we 3 live interactieve talkshows op TikTok georganiseerd.

Presentator Stijn van Vliet ging met jongeren, artiesten en experts in gesprek over mentale gezondheid. Kijkers thuis mochten reageren op de show en hun eventuele vragen werden live tijdens de uitzending behandeld. De TikTok liveshows hebben we gemaakt in nauw contact met Stichting MIND Us en de Kindertelefoon. Van de live shows hebben we losgeknipte korte video's gemaakt die we weer via socials hebben verspreid. Deze content heeft de doelstelling van 50K views ruimschoots behaald.

Interactie via Roblox met jonge doelgroep

Het wordt steeds moeilijker om onze jonge doelgroep te bereiken via lineaire kanalen danwel de NPO-kanalen online. In samenwerking met Zapp en NPO Innovatie zijn we het experiment gestart om onze jongste doelgroep bekend te laten worden met KRO-NCRV en Zapp content in een online wereld waar ze al veelvuldig aanwezig zijn; de game Roblox. Eind 2024 is het Zapp Awards-eiland live gegaan als onderdeel van de Zapp Wereld. Sinds de lancering is de Zapp Wereld al door meer dan 100.000 unieke spelers ruim bezocht. In de game kunnen kinderen de Zapp Wereld verkennen. Zo is er op het Zapp Awards-eiland, net als tijdens de echte Zapp Awards, een Groene Loper. Daarnaast kunnen spelers deelnemen aan diverse activiteiten zoals fotograferen in de studio, rollen aannemen als stylist, regisseur, cameraman of presentator en kunnen ze munten verzamelen en inwisselen voor de coolste outfits. Ook mochten spelers in Roblox stemmen op hun Favoriete Zapp duo en dit is massaal gedaan: in totaal werd er meer dan 10.000 keer gestemd. De winnaar van deze prijs werd ook op het Zapp Awards-eiland digitaal bekend gemaakt.

Directe participatie en interactie online t.b.v. programma voorafgaande aan de uitzending

De journalistieke onderzoeken van Pointer beginnen bij het publiek die tips en ervaringen delen. Op basis van deze suggesties gaan de onderzoeksjournalisten onderwerpen selecteren, onderzoeken en koppelen hierover terug. Dit gebeurt op persoonsniveau aan de tipdeler, maar ook collectief via de radio- of televisie-uitzending, dan wel via online artikelen en social content. Ook wordt actief gevraagd naar ervaringen bij de pop-up redactie die vier keer per jaar ergens in Nederland een maand neerstrijkt.

Online participatie en contact met medespelers

Elke week spelen honderdduizenden mensen De slimste mens-app met vrienden of met mede De slimste mens-fans. Ook kent de app de vraag van de dag. In de uitzending wordt het antwoord gegeven op de vraag van de dag die via de app gesteld is aan de app-gebruikers.

Online participatie n.a.v. programma

Aanhakend bij het programma Voor wie steek jij een kaarsje op? kan het publiek online een kaarsje branden voor overledenen. In 2024 zijn er 14.800 online kaarsjes aangestoken ter nagedachtenis.

Contact met presentatoren in televisie-uitzending

In de rubriek 'stel een vraag aan Maarten' in De slimste mens wordt in elke uitzending een ingestuurde vraag van het publiek door Maarten van Rossem beantwoord.

Community-building

Spraakmakers heeft een community met ruim 7.000 leden. Via de community kun je meepraten met Stand.nl. Voor onze brede publieke- en journalistieke taak is het van belang dat onze community een betere afspiegeling vormt van de samenleving. We willen een meer divers, jonger en ook praktisch opgeleid publiek bereiken en aan ons binden. Voor NPO Innovatie hebben we in een verkenning onderzocht hoe we dit het beste kunnen doen. Om jongeren te kunnen trekken naar de community blijkt dat ze behoefte hebben aan een veilige omgeving. Ze hebben minder behoefte om zich te uiten via reacties en openbare forums. De Spraakmakers-community kan dus een uitkomst zijn voor hen. Om ze daar naartoe te krijgen zijn de jongeren actief via broadcastkanalen (Insta-kanaal, WhatsApp-kanaal) benaderd. De resultaten daarvan worden medio 2025 bekend.

Nieuwsbrieven

KRO-NCRV stuurt wekelijks zeven nieuwsbrieven uit en daarbovenop tweewekelijkse en projectmatige nieuwsbrieven om het publiek te informeren en te inspireren. In 2024 zijn we in totaal met 137.497 'opt-ins' gegroeid, naar in totaal 628.200 op 31 december 2024. Naast programma nieuwsbrieven bundelen we ook onze content in thema nieuwsbrieven. De Groener Eten & Leven nieuwsbrief is de meest succesvolle, inmiddels heeft deze 85.000 lezers.

Downloaden van content die aanzet tot gedragsverandering, bewustwording en activatie

We plaatsen op de website van KRO-NCRV en relevante programmasite downloadbare content ter inspiratie en activatie. Zo is er bij Binnenstebuiten een kruiden- en specerijengids en een seizoensgroentekalender. Bij het Dossier Druk! over de mentale gezondheid van jongeren is de tool De checkers geplaatst. Deze online tool is erop gericht omstanders te leren hoe zij jongeren met beginnende mentale klachten kunnen ondersteunen door een luisterend oor te bieden en de juiste vragen te stellen.

Klant arena's

KRO-NCRV is aanwezig op de school take-overs van Young Impact en bereikt zo met lespakketten en workshops vo en mbo-scholieren. In 2024 zijn ruim 11.000 scholieren bereikt via deze take-overs. Daarnaast was KRO-NCRV aanwezig op de Young Impact Day en de Young Impact Night en bereikte zo 10.000 jongeren.

Interactie fysiek

Samenwerking Young Impact

KRO-NCRV is aanwezig op de school take-overs van Young Impact en bereikt zo met lespakketten en workshops vo en mbo-scholieren. In 2024 zijn ruim 20.000 scholieren bereikt via deze take-overs.

Samenwerking IVN

Met onze afdeling Jeugd en de programma's van Boswachter Tim besteden we veel aandacht aan natuureducatie voor kinderen. Ook in 2024 organiseerden we samen met Binnenstebuiten en IVN de 'Nationale Buitenlesdag'. Een actie van IVN waar wij met onze content en Boswachter Tim op aanhaken. Tim geeft dan fysiek buitenlessen op een school die zich daartoe heeft aangemeld. Samen met IVN Natuureducatie overhandigde KRO-NCRV aan Tweede Kamerleden een petitie voor meer groene schoolpleinen. Want 60 procent van de schoolpleinen zijn fantasieloos en betegeld. De petitie is bijna 16.000 keer ondertekend.

Pointer Pop up

Met Pointer pop up gaan de redactieleden van Pointer het land in om direct in gesprek te gaan met bewoners van een middelgrote (regio)stad waarna de redactie naar aanleiding van deze tips onderzoek doet met als resultaat een radio- en televisie-uitzending, dan wel online artikelen. In 2024 is de redactie voor elke keer een maand neergestreken in Tilburg, Rotterdam, Leeuwarden en Lelystad. Bij elke pop-up redactie wordt ook een meet-up georganiseerd, hierbij komen in totaal ruim 200-250 mensen.

De Taalstaat

In 32 bibliotheken in het hele land, van Vlieland tot Oudenbosch, schrijven op zaterdag 9 november 2024 taalliefhebbers mee met Het groot dictee der Nederlandse taal. De jaarlijkse spellingtest is live te volgen op NPO Radio 1 in het KRO-NCRV programma De Taalstaat, dit jaar vanuit de Centrale Openbare Bibliotheek in Rotterdam. Het dictee werd voor de zevende keer georganiseerd, in samenwerking met NPO Radio 1, Men at Work en Genootschap Onze Taal.

Events

Bijwonen De slimste mens en The Passion

Zowel bij opnames van De slimste mens zomerseizoen als The Passion hebben nieuwe- en bestaande leden exclusieve plekken verkregen in het publiek. Binnen een zeer korte periode waren de desbetreffende kaarten volledig uitverkocht. We zullen dan ook bij opnames met publiek deze plekken blijven aanbieden aan leden. In 2024 is het laatste seizoen van De slimste mens met Maarten van Rossem en Philip Freriks opgenomen. Om dit te vieren hebben we een ledenevent georganiseerd. In theater Delamar hebben leden de finale uitzending kunnen bekijken en waren ze live bij een afscheidsinterview met Philip en Maarten. Daarmee zijn ruim 200 nieuwe leden geworven.

The Passion

Dit jaar organiseerden we voor het eerst een voorpremière bij The Passion Hemelvaart. Deze voorpremière was exclusief voor nieuwe- en bestaande leden. Het event werd georganiseerd in Theater Figi in Zeist dat ook onderdeel maakte van de opnames voor The Passion. Robbert Rodenburg, Angela Schijf en Anita Witzier waren aanwezig voor een *meet & greet* en om vragen te beantwoorden. 500 leden bezochten de voorpremière.

Kerst met de zandtovenaar

Afgelopen december was er wederom een opname van Kerst met de zandtovenaar. Er waren kaartjes voor bestaande leden en nieuwe leden. In totaal waren er 400 plekken beschikbaar en deze waren binnen 4 dagen uitverkocht. De leden kregen vanuit KRO-NCRV o.a. het boekje van Kerst met de zandtovenaar. Van dit boekje waren er eerder - met ledenvoordeel - een kleine 500 verkocht.

Omroep MAX

Omroep MAX hecht veel waarde aan directe interactie met het publiek, achterban en leden. Wij staan op allerlei manieren actief in verbinding met onze doelgroep en hebben goed voeling met wat er leeft onder vijftigplussers, onder andere via:

- MAX Opiniepanel: actieve bevraging van het publiek over onderwerpen en issues voor programma's als Meldpunt en ander media-aanbod.
- Premières, lezingen en voorvertoningen: meerdere keren per jaar organiseren we exclusieve evenementen voor onze achterban. Zoals het Nederland op Film Festival; een nostalgisch en historisch evenement met een lezing van Wim Daniëls en mogelijkheden voor bezoekers om hun eigen beeldmateriaal te digitaliseren. En de documentaire Michel en de Handen op zijn Huid. Een film die aanzet tot gesprekken over intergenerationele steun en zorgverlening. Hoe verschillende generaties elkaar kunnen ondersteunen, versterken en verrijken en hoe je op een andere manier zorg kunt verlenen.
- Radio-uitzendingen op locatie met publiek en actieve communicatie in onze uitzendingen met ons publiek en deelname aan alle gezamenlijke publieksevents van de radiozenders van omroepen en NPO.
- MAX' socials hebben als hoofddoel interactie en participatie. Dit is de plek waar we in gesprek gaan met onze achterban.

- Communitybuilding rondom titels, zoals bij de documentaireserie Kouwe Koppen, over koudwaterzwemmers: kleine communities, opererend in een niche verbinden, faciliteren in hun zoektocht naar nieuwe leden én de kans geven om zichzelf in het zonnetje te zetten – om er zo één grote community van te maken. Op de interactieve landkaart www.kouwekoppen.nl, zijn de buitenzwemlocaties van Nederland te vinden, aangedragen, van persoonlijke toelichtingen voorzien en beheert door de community zelf. De kaart biedt daarnaast de mogelijkheid om zwemclubs en verenigingen in de buurt te ontdekken, perfect voor wie op zoek is naar nieuwe zwemmaten. De site groeit dagelijks dankzij de bijdragen van kouwe koppen uit heel Nederland.

NOS

NOS Publieksavond “NOS Bij Jou”

In 2024 organiseerde NOS Nieuws voor de tweede keer de publieksbijeenkomst NOS Bij Jou. In een volle Prodentfabriek in Amersfoort gaven presentatoren, verslaggevers en andere medewerkers van NOS Nieuws uitleg over hun werk. Dat gebeurde in een talkshow-achtige setting onder leiding van presentator Winfried Baijens.

Het publiek maakte volop gebruik van de gelegenheid om rechtstreeks vragen te stellen aan onder anderen journaalpresentator Simone Weimans, Fleur Wallenburg van Nieuws en Co, NOS op 3-presentator Devran Alkas en - omdat een deel van de avond in het teken stond van de aanstaande presidentsverkiezingen in de VS - ook Amerika-correspondent Rudy Bouma (via een videoverbinding).

Na afloop stonden de gespreksdeelnemers van de NOS in de foyer om op informele manier verder te praten met de aanwezigen. Deze avonden zijn voor de NOS van groot belang: niet alleen om rechtstreeks te vertellen hoe we werken en wat daarbij onze leidraden zijn, maar ook - en belangrijker nog - om met de mensen in gesprek te gaan en te horen wat ze van ons vinden. Niet alleen zenden dus, maar ook ontvangen, de dialoog zoeken. In tijden waarin het gezag van onafhankelijke journalistiek niet meer vanzelfsprekend is, van grote waarde. Het succes van deze tweede publieksavond (de eerste vond in 2023 plaats in Zwolle) smaakte zodanig naar meer dat NOS Sport in januari 2025 ook een Bij Jou heeft georganiseerd.

Waar de publieksavonden een incidenteel karakter hebben, zoekt de NOS ook structureel naar participatie van en interactie met het publiek. De NOS is vrijwel op alle social media aanwezig en op de meeste daarvan wordt ook actief gecommuniceerd en gemodereerd. Het NOS Jeugdjournaal experimenteert sinds november 2024 met het gameplatform Roblox. Kinderen kunnen er als verslaggever op pad om het laatste nieuws te zoeken. De bedoeling: kinderen al op jonge leeftijd in aanraking laten komen met de basisbeginselen van journalistiek. Dat is ook het oogmerk van de vrijwel wekelijkse bezoeken die NOS Stories, het populaire NOS-nieuwsmerk voor jongeren tussen 13 en 19 jaar, aflegt aan scholen. Ook probeert de redactie zo voeling te houden met de doelgroep, te weten wat er onder de jongeren leeft en daarmee ook journalistieke onderwerpen op te diepen die kunnen leiden tot NOS Stories-producties.

NTR

Andere Tijden organiseert drukbezochte voorvertoningen in Groningen en Limburg

De NTR maakte, in navolging van Het water komt (2023), over de Watersnoodramp van 1953, een tweede serie over rampen die Nederland veranderden: De aarde beeft. De vierdelige serie van de redactie van Andere Tijden bracht in kaart hoe het zo mis kon gaan met de gaswinning in Groningen; te zien in januari 2024 op NPO 2. Winfried Baijens was opnieuw de presentator, die ter plekke in kaart gebracht hoe de landelijke overheid de Groningers in de steek liet. Kunnen we lering trekken uit onze fouten van het verleden?

Ruim een half jaar heeft het team van Andere Tijden in en om Groningen vertoeft en vele tientallen Groningers gesproken. Over gas en de gevolgen van de vondst natuurlijk, maar ook over herenboeren, graan, Fre Meis, windmolens, armoede, woordkarigheid en vooruitgang.

In het Forum in Groningen organiseerde de redactie twee voorvertoningen, die drukbezocht werden en waar de emoties soms hoog opliepen. De serie kreeg lovende recensies en gaf de redactie extra vertrouwen om de trilogie te voltooien met een derde serie: Het stof daalt (januari 2025), over de gevolgen van de mijnsluiting in Limburg. Ook hiervoor werd een voorvertoning georganiseerd, in Royal Theater in Heerlen, die opnieuw veel losmaakte. Want de problemen in Limburg lijken soms verdacht veel op die in Groningen.

De Klokhuis Werelderfgoeddag 2024

In oktober 2024 vond de Klokhuis Werelderfgoeddag plaats in de UNESCO Werelderfgoed Van Nellefabriek in Rotterdam. Het evenement trok maar liefst 5200 enthousiaste bezoekers, waaronder kinderen vanuit het hele land. Tijdens de Klokhuis Werelderfgoeddag, georganiseerd door de NTR en Stichting Werelderfgoed Nederland, ging de nieuwe Klokhuisaflevering over Eise Eisinga in première én werd er een innovatieve digitale beleving van dit uniek en uitzonderlijke Eise Eisinga Planetarium gepresenteerd. Het UNESCO Werelderfgoed is vorig jaar toegevoegd aan de UNESCO Werelderfgoedlijst.

De Van Nellefabriek, zelf UNESCO Werelderfgoed, vormde het decor voor deze unieke dag vol leerzame en creatieve activiteiten. Kinderen konden het Werelderfgoed letterlijk proeven, een gigantisch vloerspel van de Hollandse Waterlinies doen, een voorstelling van het Wadtheater bekijken, een VR-experience doen en op de foto gaan met hun favoriete Klokhuispresentator. Daarnaast was er een Vraag-Maar-Raak-show. Met gratis pendelbussen én gratis toegang is al het UNESCO Werelderfgoed op één plek toegankelijk gemaakt voor de jeugd.

Educatie en Werelderfgoed

Het evenement is gericht op educatie, waarbij kennis en actieve beleving worden afgewisseld. Kinderen worden in staat gesteld te leren over het unieke en onvervangbare UNESCO Werelderfgoed in ons Koninkrijk en waarom het belangrijk is om deze bijzondere plekken te behouden voor toekomstige generaties.

Ongehoord Nederland

Voor ON! heeft betrokkenheid van haar leden en kijkers bij de omroep de hoogste prioriteit. Een (online) marketingteam werkt volop aan het vergroten van de participatie en interactie van leden en kijkers. Ten eerste zijn er een aantal standaardacties die worden verricht, zoals het meermaals per week uitsturen van een nieuwsbrief. In deze nieuwsbrieven zijn ook peilingen opgenomen over belangrijke thema's in de uitzendingen, zodat de mening van leden kan worden betrokken in de uitzendingen.

Tevens is er het afgelopen jaar een begin gemaakt met andere vormen van interactie en participatie – zowel on- als offline. Belangrijke vormen van het stimuleren van online interactie en participatie zijn bijvoorbeeld het oproepen van publiek om te reageren onder socialmediaposts, het oproepen van publiek om (live) mee te praten over de uitzendingen van Ongehoord Nieuws onder #OngehoordNieuws en het uitzenden van Spaces (via X) of Lives (via Instagram), waarbij direct vragen van het publiek worden behandeld. Laatstgenoemde werd bijvoorbeeld georganiseerd naar aanleiding van het bezoek aan de Verenigde Staten tijdens de verkiezingen aldaar.

Offline heeft ON! een begin gemaakt met het organiseren van evenementen zodat de community van leden kan worden uitgebouwd. Er zijn het afgelopen jaar evenementen georganiseerd, waar veel belangstelling voor was:

ON! Barbecue

Op 29 september 2024 organiseerde ON! een barbecue voor leden. Het doel van deze barbecue was een begin te maken met community building, zodat leden elkaar en prominente figuren binnen de omroep konden ontmoeten. De barbecue was een groot succes: ongeveer 150 mensen uit alle gelederen van de maatschappij waren aanwezig.

Evenement over de vrijheid van meningsuiting: “Het vrije woord in gevaar”

Zoals hierboven vermeld, is ON! groot voorstander van de vrijheid van meningsuiting; ON! is niet voor niets de omroep voor het vrije woord. Op 8 november 2024 gingen algemeen directeur Peter Vlemmix, presentatrice Raisa Blommestijn, FVD-Tweede Kamerlid Pepijn van Houwelingen en financieel expert Ab Flipse met elkaar in gesprek over deze fundamentele waarde in onze democratie en over de manier waarop het vrije woord onder druk staat. Ook het publiek werd bij het gesprek betrokken: er was ruim een uur ingelast voor een Q&A. Het evenement was exclusief toegankelijk voor leden van ON! en werd druk bezocht: ongeveer 200 leden waren aanwezig. Zie ook: <https://ongehoordnederland.tv/243425/events/het-vrije-woord-in-gevaar/>

ON! Sinterklaasviering: "Traditionele Zwarten Pieten-show"

Naast vrijheid van meningsuiting is ook het verdedigen van Nederlandse tradities en gewoonten voor ON! belangrijk. De traditionele figuur van Zwarte Piet is voor ON! bij uitstek het symbool van deze cultuurstrijd. Daarnaast vindt ON! het, zoals hierboven vermeld, belangrijk om te doen aan 'community building' voor onze leden. Voornoemde betekent dat niet alleen de leden van ON! zelf, maar ook hun gezinsleden, van harte welkom zijn bij de omroep. Dit evenement – een optreden van coole piet Diego – was expliciet bedoeld voor jong en oud, ieder lid mocht drie extra kaarten kopen. Het evenement was volledig uitverkocht en werd door ongeveer 200 leden en hun (klein)kinderen bezocht. Zie ook: <https://ongehoordnederland.tv/243447/events/event-traditionele-zwarte-pieten-show/>

PowNed

- Met PowNews voxpoppen we natuurlijk vrijwel dagelijks en hebben we dagelijks een vraag aan onze YT-community bij ieder item dat we maken (gem. 10K votes per poll; hoge respons!).
- Onder elk item stellen wij op onze socials een relevante vraag in de comments, waar massaal op wordt gereageerd. Bovendien versterkt het de community en de betrokkenheid. Je ziet dat degelijke vragen, die we al prikkelend opstellen, een discussie op gang brengen, soms ook tussen groepen die lijnrecht tegenover elkaar staan.

VPRO

De VPRO gaat graag het land in om het gesprek aan te gaan. Zo houden we contact met onze achterban en bouwen we aan relaties met een nieuwe doelgroep. Op social media zijn we constant in interactie. Dit doen we op Instagram, Instagram Stories, Threads en Whatsapp in het bijzonder.

Ons team Outreach, dat begin 2024 van start ging, organiseerde een groot deel van de 200 evenementen waarmee de VPRO het land in trok. In de thematour *VPRO presenteert* gingen we samen met ons publiek, een keur aan gasten en muziek op zoek naar antwoorden op prangende vragen. 'Wat te doen in een op hol geslagen wereld?' bijvoorbeeld, in *De gekte aan de macht*. Of 'Waar komt ons voedsel vandaan?' in drie 'avonden om op te eten'. Deze sloten overigens aan bij de VPRO-serie *Food for thought*, te zien op tv en NPO Start, en in YouTube-fragmenten, Instagram-explainers en achtergrondartikelen.

Vaste waarde voor de VPRO zijn de meet-ups van *VPRO Tegenlicht*. In 2024 zijn 126 meet-ups georganiseerd op 75 locaties in Nederland. Dat zijn zo'n 12 bijeenkomsten per uitzending. Met een bezoekersaantal tussen de 12 en 250 personen is de schatting dat er per jaar zo'n 7500 mensen bij elkaar komen om te praten over *VPRO Tegenlicht* en de onderwerpen die daarin centraal staan. De meet-ups van *VPRO Tegenlicht* vormen een toegankelijke plek, waar een interactieve en laagdrempelige dialoog over maatschappelijke onderwerpen gevoerd kan worden. Er ontstaat een uitwisseling van ideeën, mensen raken verbonden met elkaar en meer dan eens ontstaan nieuwe samenwerkingen of initiatieven.

Sinds 2023 gaat VPRO samen met Pakhuis de Zwijger regelmatig dieper in gesprek over een recente aflevering van *Frontlinie* met Bram Vermeulen. In 2024 vonden er meet-ups plaats over de grenzen van klimaatjournalistiek en de rol van de journalistiek in een ultrarechts politiek landschap.

WNL

Interactie en participatie is het afgelopen jaar vaker ingezet binnen WNL en maakt ook onderdeel uit van de plannen voor integraliteit.

Dit jaar hebben we een nieuwe site gelanceerd die aansluit bij onze 360 graden aanpak. Op de site wordt op dagelijks niveau de interactie gezocht met de kijker, bijvoorbeeld met peilingen. Dat dit wordt gewaardeerd is duidelijk: artikelen die hieruit voortkomen worden doorgaans goed gelezen en de hoeveelheid mensen die meedoen loopt nog steeds op.

Een nieuwe manier van interactie lieten we zien in december van dit jaar. Goedemorgen Nederland liet Ipsos I&O uitzoeken wie volgens Nederlanders 'Politicus van het jaar' is. Daarmee herstelt WNL een oude traditie in ere. Henri Bontenbal (CDA) en Geert Wilders (PVV) eindigen ex aequo op de eerste plaats. Een unicum. De verkiezing leverde veel publiciteit op en had directe impact op het politieke debat.

Omroep ZWART

Binnen de huidige concessieperiode is Omroep ZWART in het kader van de prestatieovereenkomst de eerste 2 jaar zelf actief op zoek naar samenwerkingen met andere omroepen dan de collega's. Dit om zich toe te leggen op het ontwikkelen van waardevolle samenwerkingen binnen het bestel.

De samenwerkingsverbanden met de volgende omroepen zijn geïnitieerd: NOS, KRO-NCRV, EO en HUMAN. Ook zijn er funderingen gelegd om samen te werken met BNNVARA, VPRO en de NTR in 2025. De samenwerkingen variëren van innovatieprojecten naar gezamenlijke producties met cultureel maatschappelijke impact met als doelstelling de pluriformiteit van het medialandschap te verbreden door nieuwe perspectieven toe te voegen binnen het publieke bestel.

Bijlage 7: Rapportage naleving prestatieovereenkomst

Aanbodmix

1. NPO classificeert jaarlijks zijn radio- en televisieaanbodmix inclusief de kinderprogrammering in genres en rapporteert hierover.
Zie pagina's 41 t/m 46

Publieke waarden en kwaliteit

2. NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de publieke waardentoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.
In bijlage 1 wordt hierover gerapporteerd

3. NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de kwaliteitstoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.
In bijlage 2 wordt hierover gerapporteerd

4. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de betrouwbaarheid van zijn nieuws- actualiteiten- en opinieaanbod.

	Past wel	Past niet	Ik weet niet wat hiermee bedoeld wordt	Weet niet/geen mening
NPO 1 - betrouwbaarheid	66,5%	9,1%	0,9%	23,5%
NPO 2- betrouwbaarheid	62,3%	7,6%	0,8%	29,3%
NPO 3 - betrouwbaarheid	60,4%	7,4%	0,6%	31,6%
NPO Radio 1 - betrouwbaarheid	76,7%	5,9%	0,6%	16,8%

Diversiteit

5. NPO rapporteert jaarlijks over doelstellingen en resultaten op het gebied van diversiteit voor de geprioriteerde (sub)genres.
Zie pagina 29

6. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de weerspiegeling van vrouwen, mensen met een bi-culturele achtergrond en met een beperking op de radiozenders en in het televisieaanbod van de NPO.

Televisie	Onvoldoende	Enigszins onvoldoende	Enigszins voldoende	voldoende	Kan de vraag niet beantwoorden
Weerspiegeling vrouwen	3,8%	6,5%	21,0%	54,9%	0,8%
Biculturele achtergrond	5,7%	9,4%	19,5%	44,6%	1,0%
Beperking (lichamelijk en/of geestelijk)	10,0%	13,8%	21,9%	36,4%	0,6%



Radio	Niet goed genoeg aan bod	Soms genoeg aan bod	Meestal genoeg aan bod	Goed genoeg aan bod	Weet niet/ geen mening	Kan de vraag niet beantwoorden
Weerspiegeling vrouwen						
NPO Radio 1	5,5%	12,0%	22,9%	28,0%	30,5%	1,0%
NPO Radio 2	5,6%	9,7%	22,4%	27,0%	34,3%	0,9%
NPO 3FM	6,6%	10,3%	22,8%	27,9%	31,6%	0,8%
NPO Klassiek	9,8%	12,4%	14,2%	25,1%	36,2%	2,4%
NPO Radio 5	3,1%	11,9%	19,7%	24,4%	39,5%	1,3%
NPO FunX	5,3%	19,7%	23,1%	35,5%	16,4%	0,0%
Biculturele achtergrond						
NPO Radio 1	12,3%	15,8%	11,5%	17,9%	41,4%	1,1%
NPO Radio 2	11,8%	11,5%	10,8%	14,7%	49,6%	1,6%
NPO 3FM	15,7%	11,1%	12,8%	14,6%	44,9%	1,0%
NPO Klassiek	20,8%	9,5%	8,4%	9,8%	49,6%	1,9%
NPO Radio 5	10,9%	12,5%	12,2%	11,9%	49,8%	2,7%
NPO FunX	4,7%	18,2%	22,0%	36,7%	18,3%	0,0%
Beperking (lichamelijk en/ of geestelijk)						
NPO Radio 1	14,6%	11,8%	9,7%	10,7%	51,1%	2,0%
NPO Radio 2	11,8%	10,5%	10,6%	10,4%	55,0%	1,7%
NPO 3FM	14,7%	12,4%	14,0%	9,5%	48,1%	1,4%
NPO Klassiek	15,5%	6,6%	7,7%	8,4%	58,5%	3,4%
NPO Radio 5	7,4%	10,7%	10,5%	10,8%	56,9%	3,7%
NPO FunX	17,1%	20,7%	6,0%	9,3%	46,8%	0,0%

7. De NPO biedt het NOS Journaal in de avond en het NOS Jeugdjournaal aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.

Naam programma	Datum of periode	Net/kanaal
NOS Jeugdjournaal 19.00 uur	01-01 t/m 31-12 elke werkdag	NPO1 extra & NPO Start
NOS Journaal 20.00 uur	01-01 t/m 31-12 elke werkdag	NPO1 extra & NPO Start

8. De NPO voorziet jaarlijks tenminste 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels van audiodescriptie.

Aantal titels voorzien van audiodescriptie: 104

9. De NPO voorziet jaarlijks acht evenementen van een tolk Nederlandse gebarentaal.

Aantal evenementen voorzien van een tolk Nederlandse gebarentaal: 17

10. De NPO voorziet het wekelijkse gesprek met de minister-president van een tolk gebarentaal.

Aantal gesprekken voorzien van een tolk Nederlandse gebarentaal: 22 van de 22

Programmavernieuwing

11. De NPO realiseert jaarlijks minstens 25 videopilots.

Totaal aantal pilots: 29

12. De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe videotitels.

Totaal aantal nieuwe videotitels: 187

13. De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe podcasttitels.

Totaal aantal nieuwe podcasttitels: 55

Talentontwikkeling

14. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties binnen de gehele NPO voor de talentontwikkeling van programmamakers.

AVROTROS

Productie

Vanuit een samenwerking tussen P&O en een Productie Manager TV is er een opleidingstraject ontwikkeld om productiemedewerkers te ontwikkelen. Dit traject bestaat uit verschillende onderdelen, waarbij zowel interne kennis wordt ingezet middels korte, 2-uur durende vakgerichte workshops (van senior producer naar medior / junior producers) als externe partijen zijn aangehaakt om aanvullende vaardigheidstrainingen te verzorgen.

Journalistiek

In 2024 is voor alle medewerkers bij EenVandaag een training ‘feedback geven en ontvangen’ verzorgd. Deze training is gestart in het voorjaar en richtte zich op de teamdynamiek en het oefenen met feedback om daarmee ook de inclusiviteit te vergroten.

Trainees journalistiek

Het afgelopen jaar heeft AVROTROS in het kader van D&I deelgenomen aan een omroepbrede journalistieke traineeship, in samenwerking met VPRO, Human, EO, BNNVARA en WNL. In totaal worden 10 jonge talenten, met of zonder journalistieke ervaring of scholing, tijdens dit tweejarig traject opgeleid tot een volwaardig journalistiek redacteur. Bij AVROTROS werken er op dit moment 3 trainees binnen de redactie van EenVandaag.

Leidinggevenden

In mei en juni is voor alle leidinggevenden de training “werkvermogen” georganiseerd. Leidinggevenden zijn getraind om te kijken wat er nodig is om medewerkers optimaal te laten functioneren, en verzuim (zoveel mogelijk) te voorkomen.

TMA Analyse

Ook in 2024 konden programmamakers gebruikmaken van de TMA-Talent motivatie analyse: om hun eigen talent en drijfveren in kaart te brengen gekoppeld aan de eigen ontwikkeling en als vervolg een training die gericht is op het verbeteren van samenwerking binnen redacties/programma-teams. Naast de individuele terugkoppelingen heeft in 2024 ook een TMA teamdag plaatsgevonden.

BNNVARA

De BNNVARA Academy is de opleidingsplaats voor programmamakers. Het is een kweekvijver voor divers talent op alle gebieden van mediaproductie: (online) redactie, programmamaker, regie, camerawerk en productie. In september 2024 zijn er elf talenten aan de BNNVARA Academy gestart, waarvan acht werkzaam zijn bij Video en drie bij Audio. De lichting van 2023 is in 2024 afgezwaid en een groot aantal talenten is nu werkzaam binnen BNNVARA. In 2023 is gestart met De Marker, een journalistiek platform voor en door jongeren. De Marker is gecontinueerd in 2024. Via dit platform wordt ook jong journalistiek talent binnengehaald en wordt ingezet op geleidelijke doorstroom binnen de journalistieke vloer van BNNVARA. Zo is in 2024 een medewerker van De Marker doorgestroomd naar de Nieuws BV. Ook in 2024 heeft BNNVARA via het omroepbrede journalistieke traineeship, twee trainees ingezet bij het programma Boos en De Marker.

EO

Fictie

Binnen de Telefilm zoeken we steeds naar een mooie combinatie van beloftevol en gevestigd talent. We produceerden de Telefilm ‘Pinksterprins’. Eerste lange speelfilm van regisseur Karsten de Vreugd. We ontwikkelden de Telefilms ‘Nuclear Boy’ (Joren Molter en Britt Snel) en ‘Candyman’ (Leon Golterman). Beide projecten met beloftevolle jonge makers.

De EO participeerde in de filmacademie eindexamenfilm 'Doodgewoon'. De korte film 'Leidt ons niet in bekoring' van Morris Maturbongs ging in première, waar de EO in het kader van 'De Ontmoeting' vanuit 3LAB partner in was. En we verbonden ons via 3LAB aan een nieuwe ronde 'De Ontmoeting'. In dat kader zijn we partner in de dansfilm 'Born into you' van Emma Evelein. De EO stapte in op het NPO 3LAB onlineserie pilot traject. We gaan met Joost Biesheuvel een pilot maken 'Chimi' voor NPO3.nl.

De EO heeft 2 voorstellen ingediend voor NPO Start Next. Deze zijn helaas niet geselecteerd voor een vervolg. De EO is ingestapt in NPO Fictiefilm Campus. Voor makers is dit na een traject bij een lokale of inclusieve hub een mooi vervolg. Inmiddels hebben we twee projecten in ontwikkeling: 'Zondag' en 'Aan de overkant van de afsluitdijk'.

Documentaires

- 1 x 25' 3LAB webdoc: Wanneer ga ik het ze vertellen. Interne productie. Talentontwikkeling met interne maker Wilke Stuij (BEAM)
- 3LAB Picture Perfect (aka Fashion dogs). Interne productie. Talentontwikkeling met interne maker Danny Grootveld
- 5 x 15' ZAPP serie Ik ben Nieuw. Een EOdocs traject voor talentontwikkeling en diversiteit. 5 verschillende migranten makers hebben ieder een aflevering voor de serie gemaakt.
- 1 x 55' NPOStart: Gokkers. Interne productie. Talentontwikkeling maker Wieke Kapteijns (zou aanvankelijk webdocserie zijn)
- 4 x 25' Teledoc Campus:
 - Even Lucht (aka People looking at the sky)
 - The night of your life
 - Als de zee
 - Vagevuur
- Teledoc Campussen zijn korte documentaires van 25' gemaakt door beginnende regisseurs en producent die hiermee de gelegenheid heeft gekregen ervaring op te doen.
- 2 x 15' ZAPPdoc Campus:
 - Dungeons & Spectrums
 - Dubbel Vakantie

- 1 x 30' Filmacademie afstudeerfilm: Teken mij een Thuisland. Nour Alkheder (winnaar vpro documentaireprijs in studentencompetitie onderdeel Talent Awards 2024 Nederlands Filmfestival)
- Daarbij hebben we 3 documentaires gerealiseerd die voortgekomen zijn uit het IDFA SPACE PROJECT:
 - The Border Crossed Us/ 55'
 - Lucky Boy (Winnaar Karin de Bok prijs 2021)
 - Kind van de Tijd (Winnaar Karin de Bok prijs 2020)

HUMAN

In 2024 participeerde HUMAN aan verschillende samenwerkingsprojecten waarin talentontwikkeling staat. Zo brachten we verschillende Teledoc Campus, zoals 'Anima', 'Leven op zijn kop' en 'Dunya', de 3Lab 'Trippin' en de Filmlab-film 'Kalf'.

Verder is HUMAN mede-initiator van het omroepbrede journalistieke traineeprogramma van de NPO dat werkervaringsplekken creëert voor nieuw talent. In 2024 waren er binnen HUMAN zes trainees werkzaam voor vier dagen per week. De vijfde dag krijgen zij scholing en coaching vanuit het traineeprogramma. Het doel is om divers redactioneel talent op te leiden tot volwaardig redacteur en beginnend onderzoeksjournalisten kansen te bieden binnen de publieke omroep.

Naast trainees zijn er jaarlijks ook meerdere stagiairs werkzaam op de redacties van HUMAN. Zij worden begeleid door ervaren collega's en zo volwaardig mogelijk ingezet op redacties waardoor ze interessante werkervaring kunnen op doen.

KRO-NCRV

Om als KRO-NCRV vanuit de eigen missie en identiteit media-aanbod te kunnen ontwikkelen, is het noodzakelijk om talenten aan ons te binden die intrinsiek bij de uitgangspunten van KRO-NCRV passen. Daarnaast leent talentontwikkeling zich uitermate voor een bottom-up-benadering vanuit de makers en de werkvloer. Dat is, zoals ook blijkt uit de huidige KRO-NCRV trajecten, zeer vruchtbaar. KRO-NCRV had in 2024 zes brede talentontwikkelingstrajecten:

1. Mediapool: jonge, getalenteerde en diverse mediamakers (van freelancers tot trainees met een jaarcontract) komen vanuit hun eigen perspectief, achtergrond en karakter, de redactietafels van KRO-NCRV versterken. De derde lichting – bestaande uit vier trainees - vormt wederom – vanuit culturele en geografische diversiteit - een mooie afspiegeling van onze samenleving als totaal. De trainees werken vier tot vijf maanden op de gekozen redactie en pakken een eigen project op, waarna ze verder gaan naar een volgende ‘uit de comfortzone’ positie. De freelancepool bestaat voornamelijk uit derde- en vierdejaars studenten, veelal met een bi-culturele achtergrond. Talentvolle schrijvers krijgen bij KRONCRV de kans om naast hun studie een aantal artikelen, video's of social posts op te leveren. Gedurende het jaar volgen alle talenten workshops en er vinden er (informatieve) borrels plaats met andere makers en leden van de Radioschool. Zie: <https://kro-ncrv.nl/mediapool>.
2. Radioschool: jaarlijks worden 12 studenten opgeleid om de beste radiomaker van nu te worden. Ze volgen workshops voor zowel vóór als achter de schermen en natuurlijk online. Ze krijgen coaching van mensen uit de praktijk en doen direct ervaring op bij de landelijke radio door wekelijks samen het programma De nacht van KRO-NCRV op NPO Radio 1 te maken. De studenten bedenken zelf de inhoud en maken de items: van verslaggeving en redactie tot regie. Daarnaast maken ze podcasts waarbij ze kunnen freewheelen en alles uitproberen wat met radio te maken heeft. Bovendien lopen ze af en toe mee met één van de vele andere radioprogramma's van KRO-NCRV. Een zeer groot deel van de inmiddels ruim 90 studenten die de Radioschool volgde of volgt, werkt nu in de media. Zie: <https://kroncrv.nl/programmas/kro-ncrv-radioschool>.
3. Traineeship journalistiek: bij Pointer en het kernteam journalistiek van KRO-NCRV worden trainees aangenomen via het Jong Talent-programma van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten. Hier kunnen trainees, met steun van het Fonds BJP, één tot twee jaar begeleid aan de slag als onderzoeksjournalist. Daarnaast nemen ze deel aan een door het Fonds georganiseerd scholingsprogramma. Twee van de trainees zijn na het aflopen van het programma in dienst gekomen van KRO-NCRV.
4. RookieFM: Voor RookieFM (voormalig Radio Rookies) gaat KRO-NCRV samen met FunX en Young Impact op zoek naar de jongste nieuwe audiomakers. Elke maand zijn we ergens anders in het land op een Young Impact School Take Over. Van Bergen op Zoom tot Laren, van Spijkenisse tot Eindhoven, ook in 2024 waren we weer overal te vinden op zowel middelbare als mbo-scholen. Van onze KRO-NCRV presentatoren (o.a. Andres en Floris – 3FM) leren de scholieren hoe ze hun verhaal moeten vertellen, wat de magie van radio is en hoe ook zij aan de slag kunnen bij onze programma's. Aan het einde van het schooljaar organiseren we voor een paar uitverkorenen een talentendag waarin zij nog meer leren over het prachtige radiovak. Deze jongeren kunnen later doorstromen naar de KRO-NCRV Radio
5. Generation Inclusion: samen met AVROTROS, BNNVARA, EO, MAX, HUMAN, NTR, VPRO, het Nederlands Filmfonds, RTL/Videoland, Amazon Prime Video, Netflix, ViacomCBS en YouTube investeren we gezamenlijk op lange termijn in een nieuwe generatie verhalenvertellers. Geselecteerde deelnemers krijgen zes maanden de tijd om zichzelf en hun verhaal te ontwikkelen onder begeleiding van professionele (script)coaches. Daarnaast nemen ze deel aan trainingen, masterclasses een writersroom en netwerk events. Na zes maanden pitchen de deelnemers het ontwikkelde project aan de Generation Inclusion-partners. Bij interesse van een van de partners wordt het project doorontwikkeld en uiteindelijk geproduceerd. Zie: <https://rosetories.nl/academy/generation-inclusion/>
6. Eindredacteurs training: De in 2022 gestarte leiderschapstrainingen waar alle eindredacteurs van KRO-NCRV aan deel nemen zijn in 2023 en 2024 voortgezet. Trainingsinstituut de Baak heeft voor deze trainingen een maatwerktraject opgesteld van bijna een jaar. Het is een intensief traject gericht op basisvaardigheden op het gebied van leidinggeven en het bevorderen van de onderlinge (ver)binding. Het traject is goed ontvangen door onze leidinggevendenden en is in 2024 vervolgd voor nieuwe Eindredacteurs. Na deze training volgt intervisie en worden er thematische bijeenkomsten door de afdeling HR georganiseerd.

Omroep MAX

Talentontwikkeling binnen televisie blijft een uitdaging als omroep voor vijftigplussers, omdat de focus binnen de publieke omroep wat betreft veel genres gericht is op jongere doelgroepen. Toch zien we kansen binnen onze online- en radio-afdelingen.

Naar aanleiding van de NPO Luister Podcastpubliekspitch begeleidden we de onervaren podcastmaker Ilona de Bok bij het ontwikkelen van haar eerste podcastserie. Ze is gekoppeld aan een ervaren eindredacteur en maker, en doorloopt diverse trajecten, waaronder die van het NPO Fonds voor beginnende makers.

Vanuit Radio participeert MAX als vanouds in de NPO Campus; het vervolg daarvan is afhankelijk van het NPO-beleid voor talentontwikkeling. In 2025 is sprake van doorstroming van talent van Omroep MAX naar hoofdzenders NPO Radio 2 en NPO Klassiek

MAX Radio organiseert bijeenkomsten om kennis en expertise over het bestel en het radiomaken uit te wisselen tussen de oudere en de nieuwe generatie makers.

MAX kent verder een actief stagebeleid en is een gewilde plek voor stagiair(e)s en heeft daardoor jaarlijks de nodige jonge mediamakers aan boord die met veel plezier actief zijn in productie en redactie voor tv, radio en online.

NOS

Acties die zijn ondernomen in 2024 ten behoeve van talentontwikkeling op verschillende niveaus:

- Een talentscout is aangesteld en is actief op zoek gegaan naar kandidaten met diverse achtergronden;
- Er zijn specifieke wervingskanalen ingezet gericht op diverse doelgroepen;
- Actieve werving van stagiairs;
- Er zijn leiderschapsprogramma's ontwikkeld;

- In 2024 introduceert de NOS Academie een eigen online platform. In één oogopslag vind een medewerker heel makkelijk wat de mogelijkheden voor zijn/haar functie zijn en of dit bij zijn/haar loopbaan past. Wil een medewerker een andere richting op, dan kun je zien welke trainingen je daarvoor moet doen. Ook als een medewerker behoefte heeft aan coaching, kan dat via het online Leerplatform geregeld worden;
- Er worden 'open mic' dagen bij nieuws georganiseerd en Sport heeft een screening gehad om presentatoren te scouten en intern op te leiden.

NOS academie

De NOS heeft een eigen NOS academie met een divers curriculum gericht op een brede ontwikkeling van alle medewerkers.

Werkervaringsplekken

In 2024 zijn werkervaringsplekken aangeboden bij zowel Nieuws als Sport, met als doel divers talent op te leiden. Voorbeelden zijn posities op de buitenlandredactie, bij Radio Langs de Lijn en de beeldredactie van Sport. De NOS vat diversiteit breed op. Denk aan diversiteit in geslacht, leeftijd, woonplaats, culturele achtergrond, opleiding, etc.

Traineeship

NOS investeert in nieuw talent met traineeships. Het traineeship biedt startende redacteurs de kans om in zes maanden tijd zelfstandig als redacteur aan de slag te gaan. Iedere trainee heeft een persoonlijke begeleider en er is wekelijks een dagdeel gereserveerd voor coaching, werkbezoeken en trainingen van de NOS Academie. De trainees worden verdeeld over verschillende redacties.

Regionale omroep

De talentscout richt zich actief op het aantrekken van talent uit de regio voor de redacties. Er zijn nauwe banden met de regionale omroepen voor (leidinggevende) functies bij de NOS, vaak bemiddeld door PO&O.

Skills the Finals

In 2024 heeft de NOS meegedaan aan Skills the Finals, het grootste (v)mbo evenement in Nederland.

NTR

De volgende acties zijn uitgevoerd bij de NTR in het kader van talentontwikkeling.

Drama

De dramaredactie van de NTR kent een lange traditie in talentontwikkeling. In 2024 brachten we serie Rotown uit, seriedebuut van scenarist en regisseur Fadua El Akchaoui, waarin ook veel nieuw acteertalent te zien was. De Zapp webserie Switch van scenarist en regisseur Rasheida Adrianus, verscheen in 2024 als winnaar van de 3LAB serie contest voor talentvolle makers.

In 2024 startte de ambitieuze nieuwe politiedramaserie Alpa00 met draaien. In deze serie krijgen zes talentvolle regisseurs de kans om ieder een aflevering van ruim 40 minuten te regisseren. De serie wordt in 2025 uitgezonden. Ook ondersteunden we in 2024 drie afstudeerfilms: Niemand Thuis (HKU), Wij zijn de Spoken (HKU) en Januari (NFTVA). Ook co-produceerden we een aantal debuterende speelfilmmaker die in 2024 hun première beleefden, waaronder Paradijs van Bobbie Koek (première NFF) en Melk van Stephanie Kolk (première IFFR).

Content hub

De Content Hub van de NTR is een centrale plek in het hart van de organisatie waar samen met alle andere NTR-redacties de online content-strategieën worden bedacht en uitgevoerd. Hier werken beginnende en ervaren online redacteurs en specialisten met elkaar samen aan grotendeels nieuwe content. In die hoedanigheid wordt de Content Hub, onder de vleugels van onze afdeling TIP (Team Integrale Programmaontwikkeling), gezien en beschouwd als een creatieve kweekvijver voor zowel content als talent, waar we structureel ruimte hebben om beginnende makers op te leiden en zich door te laten ontwikkelen zonder dat ze gebonden zijn aan een specifieke titel (project) of functie. De Hub is het basisstation, waar de talenten van de toekomst met media-ambities onder begeleiding van ervaren makers aan de slag gaan voor verschillende producties. Al doende leert men en vloeien er organisch specialisaties uit voort.

Art Department

In samenwerking met externe partijen zoals Docwerk en andere filminitiatieven maakt TIP mogelijk dat onder de noemer Art Department filmmakers van de toekomst de kans krijgen actuele verhalen te verfilmen en in beeld te brengen. Zie: . Docwerk is een werkervaringsplek voor (afgestudeerde) film- en mediamakers. Hier werk je vijf maanden onder begeleiding van NTR en Van Osch Films aan Art Dept. voor NPO2 extra. Tijdens het traject word je gecoacht als maker, krijg je workshops van gerenommeerde experts en is er ondersteuning bij het schrijven van je eigen filmplan (om door te stromen naar bijv. Teledoc Campus). Zo leer je de wegen binnen de omroep, Hilversum en het bredere werkveld. Je gaat met elkaar op pad om te researchen, draaien en monteren. Het resultaat wordt uitgezonden op NPO2 extra en is te zien op NPO Start!

Teledoc Campus

Teledoc Campus is uitgegroeid tot een succesvol project dat nu ook herkend en gevonden wordt door regie- en productietalent. Vaak is er ook ruimte voor net afgestudeerde crewleden. De samenwerking tussen omroepen maakt het breed gedragen en de vaste indienmomenten en premiere op NFF bieden continuïteit.

Cultuur

Op de NTR redacties Cultuur, Wetenschap en Drama wordt continue veel ruimte gemaakt voor nieuwe talenten. Er wordt veel gezocht, gekeken en geluisterd naar jonge makers die jongerencultuur in beeld en geluid vertalen, denk bijvoorbeeld aan zendtijd op nachtradio, online series maar ook zijn er nieuwe talentprogramma's ontwikkeld voor fictie: 3-lab webseries, en een serie voor nieuwe regisseurs (50') als opvolger van KORT!, One Night Stand en De Straat.

Traineeshipprogramma

We doen sinds 2022 mee aan het zogenaamde Omroepbesteltraineeshipprogramma met de VPRO, Human, WNL en de EO en NTR. Dit is een traineeprogramma waarmee we zelf journalisten/mediamakers opleiden; bedoeld voor journalisten-in-de-dop, jonge mensen die graag voor de Journalistiek zouden kiezen maar die niet via de bestaande weg het vak in rollen. Het traineeship beslaat 2 jaar; 5 omroepen leiden in totaal 10 trainees op. 2 Hiervan zijn dus momenteel bij de NTR in opleiding. De opleiding bestaat uit 28 uur werken op een redactie, waarbij training on the job plaatsvindt (door iemand die door de redactie daarvoor is aangewezen), maar masterclasses, een wekelijkse scholingsdag (8 uur per week) tezamen en intervisie horen hierbij. Na 1 jaar wisselt de trainee binnen de NTR van redactie, na 2 jaar kan de trainee in principe volleerd aan de bak. De subsidie komt van het Ministerie van OCW.

Nieuwsuur

Naast deelname aan het omroepbestel traineeshipprogramma kent Nieuwsuur de volgende interne talentontwikkeling trajecten:

- Interne trainingen op het terrein van osint (open source intelligence), onderzoek naar data en journalistieke methoden en technieken;
- Stemtrainingen en coaching voor (nieuwe) verslaggevers;
- Deelname aan zogeheten veiligheids- en medische trainingen. Het gaat hierbij om collega's die we uitzenden naar oorlogs- of conflictgebieden;
- Een buddy-systeem voor nieuwkomers en stagiairs;
- Frequentie evaluatie door deelredacties, en onderlinge feedback storytelling, georganiseerd door verslaggevers;
- Wekelijkse evaluaties met de hele redactie over 'best practices' en lessen die we trekken, onder leiding van de hoofdredactie.

De nacht van

De NTR is penvoerder van 'De Nacht Van ...' het nachtprogramma op NPO Radio 1 waarin journalistiek radiotalent de gelegenheid krijgt om te experimenteren met alle facetten van het radiomaken. "De Nacht Van" is een samenwerkingsverband van EO, KRO-NCRV, BNNVARA en NTR. De NTR-wetenschapsredactie heeft al een aantal jaren talentontwikkelingsuren van NPO Radio 1 in de nacht onder de hoede. Dat heeft allround audiomakers opgeleverd die niet alleen binnen de wetenschapsjournalistiek hun plek vinden, maar ook als podcastmaker, tv-redacteur en radiopresentator plek vonden op andere redacties. Tot nu toe zijn alle mensen die 'in de nacht hebben gezeten' doorgestroomd naar andere redacties binnen en buiten de omroep.

Sinds 2024 neemt ook Caribisch Netwerk een nacht voor haar rekening in de nachtelijke talentontwikkelingsuren van NPO Radio 1. We hebben de verwachting dat ook deze talenten tot bloei kunnen komen en zullen doorstromen.

DOCS

Daarnaast heeft de NTR de documentaire podcast DOCS. Daarin doen we veel aan talentontwikkeling. We zijn nauw verbonden met de talentontwikkelings-platforms zoals de Oorzaken Academy en de NTR Podcastprijs. Voor jong talent zijn jaarlijks een tiental iets kortere slots beschikbaar van 25 minuten. Deze makers krijgen bovendien intensieve begeleiding van de eindredacteurs. DOCS wil naast de feed voor hoogwaardige audioproducties van gerenommeerde makers, ook een plek zijn waar jong talent de kans krijgt om kennis te maken en te experimenteren met het medium audiodocumentaire.

Jongstof

Op de redactie Verdiepende Kunst hebben we op NPO radio 1 in de zomer een spin-off gemaakt van Kunststof, onder de titel Jongstof. Jonge interviewers (onder de 27 jaar) interviewen een half uur jonge makers uit de culturele sector (ook onder de 27 jaar). Jongstof is verder uitgebouwd als wekelijkse podcast.

Suhoor Stories

In 2023 had Nederland een primeur tijdens Ramadan, een dagelijks ontbijtprogramma over de ramadan-ochtendrituelen van meer dan een miljoen moslims in Nederland. Het unieke van het programma zijn de presentatoren, 7 vrouwen met een uiteenlopende islamitische herkomst. Het programma werd het eerste jaar als pilot uitgezonden op KX Radio, het opleidingsstation van de NPO, via een livestream op NPO 2 en terug te luisteren als podcast. In 2024 heeft het programma een plek gekregen in de nacht op NPO Radio 1. Verschillende presentatoren en redacteurs zijn doorgestroomd naar andere programma's binnen de NPO.

Ramadan Bites

In 2023 hebben we met verschillende makers binnen de moslim-community een tv-programma gemaakt waarbij we vooraf duidelijk hebben ingezet op nieuwe makers. Deze zoektocht heeft geleid tot een aantal makers voor en achter de schermen met wie we na het programma in contact zijn gebleven en verder nagedacht hebben over een vervolgtraject gedurende de Ramadan in 2024. Daar zijn verschillende initiatieven uit voortgekomen, waaronder Ramadan Bites (een online traject in 2024). Dit online programma is een groot succes waarbij we blijven werken met talentvolle makers.

NTR Podcastprijs

De NTR Podcastprijs is dé aanmoedigings- prijs voor jonge makers uit Nederland en België. Jaarlijks worden uit de inzendingen 10 genomineerden geselecteerd. Deze genomineerde inzendingen zijn in deze podcast te beluisteren. Uit de genomineerden wordt een winnaar gekozen door een vakjury.

Eurosonic Noorderslag

is het festival en conferentie over Europese popmuziek met als doel het versterken van de Europese popsector en promotie van Europese popmuziek. 3FM DJ's Vera Siemons en Justin Verkijk presenteren live vanuit Groningen Eurosonic Noorderslag. Een uitzending van 90 minuten gevuld met interviews, reportages en optredens van jonge bands en artiesten zoals o.a. Nonchelange, Neomi, Coloray, Joost, Cosmic Crooner.

Het Klokhuis

Jong presentatietalent vindt bij Het Klokhuis vaak een eerste podium, en krijgen daar de kans om zich verder te ontwikkelen. We hebben opnieuw de deuren opengezet en een brede uitvraag gedaan voor nieuwe presentatoren. De bijna 2000 aanmeldingen worden allemaal bekeken om nieuw talent te scouten.

Binnenvet

Bij De Redactie Jeugd 2 was de wens om met nieuw, jong comedy talent een nieuwe sketchshow te ontwikkelen voor kinderen. Dit programma werd 'Binnenvet', dat nu een tweede seizoen krijgt.

Podcast

Bij de NTR worden jonge podcastmaker begeleidt door de podcastdokter. Als je van gedachten wilt wisselen of je idee wilt bespreken dan kun je bij de Podcastdokter terecht. Ook als je al opnamen hebt gemaakt maar worstelt met de opbouw van het verhaal dan kun je de Podcastdokter Marion Oskamp om advies vragen.

ON!

ON! is een jonge omroep waarbij (relatief) veel jonge mensen werkzaam zijn. ON! is van mening dat talent tot uiting kan komen in een positieve en stimulerende werkomgeving. De eerste prioriteit van ON! is dan ook het bieden van een dergelijke werkomgeving – hierin zijn de afgelopen maanden belangrijke stappen gezet met behulp van een externe partij.

Daarnaast wordt intern continu aan (bij)scholing gedaan. Veel redactiemedewerkers zijn binnen ON! zelf opgeleid en hebben de kneepjes van het journalistieke vak in de praktijk geleerd. Intern wordt gewerkt met standaarden waar journalistieke items aan moeten voldoen. Deze worden, voordat zij worden uitgezonden, geëvalueerd en beoordeeld door de eindredactie van Ongehoord Nieuws. Naast deze interne evaluaties worden er ook externe trainingen aangeboden voor de redactiemedewerkers op het gebied van schrijven, spreken en het journalistieke werk in het algemeen.

De presentatoren van Ongehoord Nieuws krijgen eveneens intern begeleiding. Samen met de regie bekijken zij hun optredens en werken aan de hand van gemaakte analyses aan de verbetering van de presentatiestijl. Ook kunnen zij externe begeleiding krijgen, in de vorm van (media)training en het volgen van masterclasses.

Voor een aantal medewerkers is er in 2024 gekozen voor een diepgaand(er) trainingstraject met een externe partij waarbij aan de hand van tests is gekeken hoe deze medewerkers hun potentieel – en daarmee het potentieel van de omroep – beter kunnen benutten. De resultaten hiervan zijn tot op heden veelbelovend.

Tot slot dient opgemerkt te worden dat medewerkers ook zelf worden aangespoord om te zoeken naar voor hen interessante en nuttige trainingen.

PowNed

PowNews (online) is een dagelijks format met continue talentontwikkeling (20'ers), zowel achter als voor de schermen, redactie en presentatie. We organiseren jaarlijks diverse ontwikkelsessies, zoals met een gerenommeerde journalist, Persveilig en de NPO Ombudsman.

VPRO

Na het succes van de traineeship lichtingen van 2022 en 2023 zijn er in het najaar van 2024 weer journalistieke talenten begonnen aan een begeleid opleidingstraject bij verschillende journalistieke programma's van de publieke omroep. Binnen de VPRO boden de volgende redacties een traineeship aan: Bureau Buitenland, Buitenhof, Argos, Tegenlicht en Frontlinie. Het traineeship komt voort uit het omroepbrede Actieplan Culturele Diversiteit en draagt bij aan een betere instroom van jong journalistiek talent uit alle hoeken van de maatschappij. Naast hun praktische opleiding op de redacties, volgen de trainees één dag per week een gestructureerd programma met trainingen, coaching, masterclasses, cursussen en intervisiebijeenkomsten.

VPRO Dorst is dé plek binnen de VPRO voor jonge makers. Dorst scout, coacht en ondersteunt vers talent bij het realiseren van hun idee en biedt hen een platform. Het doel van Dorst is tweeledig: nieuw toptalent door laten stromen binnen de VPRO en succesvolle programmaformats ontwikkelen die de jongere doelgroep van de publieke omroep aanspreekt. In 2024 kwamen alle Dorst-makers van de afgelopen tien jaar bij elkaar in de reünie om uit te wisselen en te ervaren dat zij onderdeel zijn van een heuse community.

De VPRO School is de plek waar jonge medewerkers (makers of potentiële makers) elkaar ontmoeten en inspireren. Het hoogtepunt is ieder jaar de 5-daagse training 'Van brainstorm tot pitch'.

Ieder jaar brengen een aantal jonge talenten, in de vorm van een stage of traineeship, een tijd door bij de VPRO. Zij worden begeleid door ervaren collega's en krijgen vanuit ons ontwikkelbudget en financiering om hun idee uit te werken.

Martin Koolhoven heeft de afgelopen jaren zes aanstormende regisseurs begeleidt. De genrefilms die zij onder zijn begeleiding maakten, gingen in première op het Internationaal Film Festival Rotterdam. Maar liefst twee van deze speelfilms werden genomineerd voor een Gouden Kalf.

Binnen de serie 'Ongeschreven regels' krijgen jonge documentairemakers de kans om een korte documentaire te maken. Zij onderzoeken de ongeschreven regels in onze huidige maatschappij, bevragen deze, of keren ze om en herschrijven ze. In 2024 werd de derde lichting jonge makers begeleid.

WNL

WNL is een belangrijke plek voor talentontwikkeling. Goede ideeën worden beloond met kansen deze daadwerkelijk uit te voeren met begeleiding van ervaren makers. Een aantal concrete voorbeelden uitgelicht: De Podcast de Jongen Zonder Gisteren werd gemaakt door een jonge vrouwelijke verslaggever zonder ervaring in het maken van podcast of verhalende journalistiek en was een enorm succes. Zij werd begeleid via de NPO Campus en daarnaast met een extern ingehuurd specialist op het vlak van storytelling met audio. Dit wierp enorme vruchten af en we investeren hiermee in talent. Zowel in beluistering als in impact. In navolging van de podcast volgde eind 2024 de televisieserie De Jongen Zonder Gisteren. Los van de media aandacht zorgt het inzicht in het menselijk brein dat de serie biedt ervoor dat er in Amerika nieuw wetenschappelijk onderzoek is gestart.

In onze televisie- en radioprogramma's geven wij ruimte aan jonge politiek verslaggevers en duiders. We zijn trots op onze poule van politiek journalisten en zien ze groeien, in uitzendingen en daarbuiten. Dit was bijvoorbeeld het jaar van Tessa van Viegen en Mats Akkerman, twee grote talenten die het beeldscherm veroverden. Ook in ons onderzoeksteam van Stand van Nederland investeren we veel. Daar ontwikkelde Jill Bleiksloot zich verder als defensiespecialist binnen de titel Wereld op Scherp en schoof zij als zodanig aan in bijvoorbeeld Goedemorgen Nederland om belangrijke nieuwsfeiten en ontwikkelingen te duiden.

Maar de belangrijkste ontwikkeling op dit gebied in 2024 is het opzetten van onze eigen WNL Academie waarin we talenten opleiden en begeleiden. Er is voor iedereen een passend trainingsaanbod en in sommige gevallen een training op maat. Podcast maken, interviewen, presentatie en leiderschapstrainingen zijn enkele voorbeelden. Het is een hele effectieve manier om talent te ontwikkelen en kansen te geven.

ZWART

Omroep ZWART heeft in 2024 op het gebied van talentontwikkeling zich actief geconcentreerd op Journalistiek met het programma 'De Nacht is ZWART' op NPO Radio 1, met wekelijkse uitzendingen naast een aantal pop-ups, waarbij onderbelicht journalistiek talent aan bod komt. Inzet van NPO Campus wordt hierin ook altijd meegenomen op het gebied van interviewcoaching, presentatiecoaching, de technische bediening. Ook is er ruimte gecreëerd voor een nieuwe journalistiek paraplu om de nodige talenten een platform te kunnen bieden op de socials.

Omroep ZWART richt zich specifiek op het identificeren en ontwikkelen van makers die ondervertegenwoordigde perspectieven en verhalen kunnen delen. Door middel van verschillende trajecten, waaronder redactionele stages, productie-assistentschappen en presentatietrainingen, krijgen talenten de kans om praktijkervaring op te doen en hun netwerk uit te breiden binnen de mediasector.

Vanuit NPO (deels overlappend met input omroepen)

- Onderzoeksjournalistieke traineeships ter bevordering van diversiteit & inclusie (samen met meerdere omroepen)
- TeamUp, Meester-gezel regeling ondersteund door NPO-fonds budget: Tentje Plof en Elixer
- In totaal 61 specifieke videotalentontwikkelingsprojecten ondersteund
- 3LAB online serie pilots 2024: 8 projecten toegekend (Brak as Fak, Kamer 130*, E-motions*, Skindeep, Dear Summer, Noobieland, Robby de Neuro, De Zakenman*)
- 3LAB korte documentaire: 8 projecten toegekend (GIRLS, Ik Besta*, Papa is melk halen, The Next Big Adventure, Trigger, Fashion Dogs*, Niet mijn schuld, Wanneer ga ik het ze vertellen?)
- 3LAB afstudeerfilms: 5 projecten toegekend (Echoes Within, Hoe de liefde en ik bevriend raakten, Niemand Thuis, Sous Vide, Wij zijn de spoken)
- 3LAB x De Ontmoeting | Korte films: 3 projecten toegekend (De Maarten Docu, En Leid Ons Niet in Bekoring, Marleen)
- 3LAB non-fictie serie: 4 toegekend (De onzichtbare wereld van de gipsfetisj, Sven van der Meulen*, Codetaal*, Ricky the Imposter)
- NPO 3 short video serie: 1 toegekend (ElevatorSessions (sketches))



- NPO 3 online community: 1 toegekend (Klikbeet (sketches))
- NPO 3 webseries: 2 toegekend (Julia & AI, 6Pack)

NPO FunX

- Uitbreiding opleidingsmogelijkheden en stimuleren doorgroei, o.a.:
- Opstart coachingsafdeling voor opleiding programmamakers.
- Doorstroom nachttalenten naar dagprogrammering en lokale shows.
- Multimediaal opleiden van presentatoren, producers en redacteurs.
- Doorontwikkeling ochtend- en middagprogrammering.
- Videoproducties op grotere schaal zichtbaar maken via samenwerkingen met omroepen en externe makers.
- Workshops en inspiratiesessies voor jong talent.

NPO Campus

NPO Campus scout, traint en begeleidt nieuwe radiotalenten voor 3FM en NPO Radio 2, maar ook NPO Klassiek, FunX en Radio KX namens en voor de omroepen

NPO Radio 1

In 2024 werd het programma Suhoor Stories voor het eerst uitgezonden op NPO Radio 1 tijdens de ramadan. Dit was een dagelijks ontbijtprogramma over de ramadan met 6 beginnende presentatrices met een uiteenlopende islamitische herkomst.

Voor de nachtprogrammering van NPO Radio 1 is de NTR de penvoerder van De Nacht van ... waarin journalistiek radiotalent de gelegenheid krijgt om te experimenteren met alle facetten van het radiomaken. Het is een samenwerkingsverband van EO, KRO-NCRV, BNNVARA, Caribisch Netwerk en NTR.

Op NPO Radio 1 is in de zomer een spin-off gemaakt van Kunststof, onder de titel Jongstof. Jonge interviewers (onder de 27 jaar) interviewen een half uur jonge makers uit de culturele sector (ook onder de 27 jaar). Deze titel komt ook uit als podcast.

Genrebeleid

15. De NPO rapporteert jaarlijks over de voortgang van de implementatie van het genrebeleid.

Zie pagina's 19 t/m 25

Nieuws, actualiteiten en opinie

16. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de impact van het nieuws-, actualiteiten en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.

	Past wel	Past niet	Ik weet niet wat hiermee bedoeld wordt	Weet niet/ geen mening
NPO 1 – impact	73,3%	8,9%	1,6%	16,2%
NPO 2- impact	67,3%	7,0%	1,1%	24,6%
NPO 3 - impact	65,4%	7,7%	0,7%	26,2%
NPO Radio 1 - impact	78,2%	5,6%	0,6%	15,6%

17. NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de kwaliteit van het nieuws-, actualiteiten en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.

	Past wel	Past niet	Ik weet niet wat hiermee bedoeld wordt	Weet niet/ geen mening
NPO 1 - kwaliteit	67,7%	9,3%	1,0%	22,0%
NPO 2- kwaliteit	66,8%	6,8%	0,9%	25,5%
NPO 3 - kwaliteit	61,5%	7,7%	0,5%	30,3%
NPO Radio 1 - kwaliteit	74,9%	4,6%	0,7%	19,8%

18. NPO rapporteert jaarlijks over de mate waarin zijn nieuws-, actualiteiten- en opinietitels bijdragen aan het zetten van de agenda voor het debat in andere media en de politiek.

Zie pagina 20



19. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.

Zie [pagina 21](#) en npo.nl/impact

Kunst en expressie

20. NPO programmeert jaarlijks minimaal 30 videoregistraties van podiumkunsten.

Aantal videoregistraties podiumkunsten: 46

Drama, film en documentaire

21. NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.

Aantal nieuwe Nederlandse dramaproducties/seizoenen: 38

22. NPO borgt in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama, documentaires en talentontwikkeling. In 2024 is er in totaal 20 miljoen euro geborgd voor de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama, documentaires en talentontwikkeling. Dit wordt gefinancierd uit NPO-brede (met name distributie-)inkomsten. Dit budget wordt als volgt verdeeld:

- Video: 18,3 miljoen
- Audio: 1 miljoen
- Organisatiekosten: 0,7 miljoen

23. NPO programmeert jaarlijks onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen NPO, en de koepel Nederlandse filmproducenten 18 Nederlandse filmproducties.

Aantal geprogrammeerde Nederlandse filmproducties: 161

Muziek

24. De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekkanalen gemiddeld minimaal 10 live optredens en minimaal 4 concerten of festivals.

	Live optredens	Concerten / festivals
NPO Radio 2	200	3
NPO 3FM	236	32
NPO Klassiek	104	319
NPO Radio 5	15	3
NPO FunX	151	0
Totaal	706	357
Gemiddeld/wk	13,6	6,9

Levensbeschouwing

25. NPO borgt jaarlijks een budget van 12.5 mln euro voor levensbeschouwelijk aanbod naar rato van de omvang van de stromingen die voorheen werden gerepresenteerd door de zogenoemde 2.42-omroepen.

	Begroting 2024	OP	Toegekend 2024
Boeddhisme	€ 860.857	€ -	€ 860.857
Hindoeïsme	€ 860.857	€ 24.487	€ 885.344
Humanisme	€ 2.170.857	-€ -88.400	€ 2.082.457
Islam	€ 2.170.857	€ 410.052	€ 2.580.909
Jodendom	€ 860.857	€ -	€ 860.857
Katholicisme	€ 3.087.857	€ 16.626	€ 3.104.483
Protestantisme	€ 3.087.857	€ 37.797	€ 3.125.654
Totaal	€ 13.099.999	€ 400.562	€ 13.500.561

Publieksbereik en betrokkenheid

26. NPO rapporteert jaarlijks over de resultaten van de impactbelevingsmeter.

Zie pagina 49

27. De NPO realiseert jaarlijks de bereikdoelstellingen voor de verschillende leeftijdsgroepen zoals die zijn geformuleerd in de begroting.

Zie pagina 48

28. NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties gericht op het bedienen van jongeren.

NPO FunX

- Good Vibes Day in AZC Breda
- 15 jaar Fernando (i.s.m. Oxfam)
- Kleinschaligere events:
 - 3 events op Albeda (een school)
 - FunX Iftar
 - Business Takkies (ism gemeente Amsterdam)

NPO 3FM

Pride in je dorp, i.s.m. NPO 3 online: Een actie gericht op de provincie om jongeren te helpen hun identiteit te ontdekken en te vieren, waarbij radio, TikTok en Instragram integraal worden ingezet. Deze is 2x uitgevoerd in 2024.

Social: in 2024 continueerde 3FM de merk- en community strategie met een groot aantal native formats gericht op jongeren/short form video, waaronder 'De 10 van 2024 (jong muzikaal talent), Festival Reports en 3FM Reporting Partner (jongeren zijn verslaggever).

3FM Serious Request: In 2024 is er een social first strategie op 3FM Serious Request toegepast om deze doelgroep gericht te bereiken. De Social Room is daar de live-uitvoering van. Zo wordt de doelgroep direct actief betrokken in de 3FM Serious Request campagne, wat ook radio raakte tijdens het evenement.

Open Up: Online heeft 3FM aandacht besteedt aan mental health door de content van HUMAN uit de open up-week door te plaatsen.

NPO 3 Online

NPO 3 online fact checkt jongeren in een tijd waarin desinformatie en fake news orde van de dag is met series als Pointer Checkt en Best Bites

NPO 3 online speelt in op belangrijke maatschappelijke thema's die leven onder de jonge doelgroep. Dit doen we met De Bovenkamer (mentale gezondheid), Generatie Genaaid (woningnood, ongelijke kansen) en Niek zoekt werk (carrière).

Spot On (KRO-NCRV) bereikt elke week, met een online YouTube platform voor vrouwen door vrouwen, een groot jong publiek met haar video's. De inhoud van de video's zijn inhoudelijk, vermakelijk en soms taboedoorbrekend. Spot On bespreekt onderwerpen die soms nog lastig te bespreken zijn.

Met Ramadan Bites brengt NPO 3 een flinke portie comedy en ontspanning tijdens de Islamitische vastenmaand.

Samenwerking met NPO 3/ 3FM/ FunX: De samenwerking tussen NPO 3, NPO 3FM en FunX is belangrijk omdat het zorgt voor een krachtigere en meer samenhangende programmering voor een jong en divers publiek. Door krachten te bundelen, kunnen deze platforms beter inspelen op de interesses en mediagewoonten van jongeren, die steeds vaker via verschillende kanalen content consumeren. Zo heeft NPO 3 afgelopen jaar met 3FM samengewerkt tijdens Serious Request (livestream op TikTok) en hebben we fragmenten van Pride in mijn Dorp met een collab geplaatst.

NPO Radio 1

NPO Radio 1 is dit jaar gestart met het plaatsen van content op het socialmediaplatform TikTok. Op dit platform bereikt NPO Radio 1 vooral mensen in de leeftijd 18 tot 35 jaar.

Op het YouTube-kanaal van NPO Radio 1 wordt sinds 2024 content geplaatst dat speciaal voor een jonger publiek is gemaakt zoals de Pointer Prebunks (KRO-NCRV) tijdens de verkiezingen van het Europees Parlement en verschillende series van Rewind (HUMAN).



29. Omroepen rapporteren jaarlijks over hun acties gericht op interactie met - en participatie door het publiek.

In bijlage 6 wordt hierover gerapporteerd

30. Jaarlijks bestaat minimaal 75 procent van de duur van het televisieaanbod uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.

Kanaal	% van totale zendtijd Nederlands-/ Friestalig
NPO 1	98,35%
NPO 2	91,14%
NPO 3 (incl. Zapp/Zappelin)	63,87%
Totaal NPO 1 - 3	84,02%

Regio

31. De NPO programmeert op werkdagen in de vooravond een regiojournaal.

Aantal geprogrammeerde regiojournaals op werkdagen: 256 van de 256

32. NPO rapporteert jaarlijks over de aard en omvang van de regionale programmering op de lineaire televisienetten.

titel	omroep	kanaal	aantal uitzendingen
Journaal 15 uur (regioblok)	NOS	NPO 1	211
Geheim van carnaval	KRO-NCRV	NPO 1	1
Gevoel van de vierdaagse	KRO-NCRV	NPO 1	4
20 jaar het gevoel van de vierdaagse	KRO-NCRV	NPO 1	1
75 jaar keukenhof	MAX	NPO 1	3
Beppe Kraft Limburgs fenomeen	MAX	NPO 1	1
In de regio carnaval 2024	MAX	NPO 1	1
Max in de regio bloemencorso	MAX	NPO 1	3
Carrie op vrijdag	MAX	NPO 1	15
Denkend aan Holland	MAX	NPO 1	4
Sterren nl carnaval	AVROTROS	NPO 1	3
Woeste grond	AVROTROS	NPO 1	7
NOS Journaal Regio (ma-vr)	NOS	NPO 2	256
Noord-Zuid-Oost-West (di-wo-do)	MAX	NPO 2	150
Expeditie Nederland: (ma)	MAX	NPO 2	51
RegioNED (vr)	MAX	NPO 2	50
Carnavalshart	KN	NPO 2	5
Fryslân DOK (landelijk ROF, za)	ROF	NPO 2	51
BinnensteBuiten (ma-vr)	KN	NPO 2	258
MAX Skûtsje Journaal	MAX	NPO 2	12
NOS Zomercarnaval Rotterdam 2024	NOS	NPO 2	1
NOS 50 jaar Lokale Omroep	NOS	NPO 2	1
NOS Gronings gas: toen, nu, straks	NOS	NPO 2	1
Aarde beeft	NTR	NPO 2	4
Dwars door de lage landen	VPRO	NPO 2	9
Staal	HUMAN	NPO 2	4
Staal de toekomst van tata	HUMAN	NPO 2	1
Valkenburg in de geul	NTR	NPO 2	3
Vuur van de friezen	MAX	NPO 2	5
Totaal			1.116 uitzendingen

NB: Er zijn ook herhalingen overdag (ExpeditieNL/NZOW/RegioNED/Fryslân DOK/BinnensteBuiten)

Bijlage 8: Overzicht tv-programma's per genre

Deze titellijst betreft de programmering die aansluit bij de lineaire uitzendingen op tv. Voor de verantwoording van de uitgaven is de genre-indeling voor de programmering gehanteerd. Deze indeling volgt de systematiek uit de Beleidslijn Crossmediale Content Classificatie (CCC). De uitgaven per genre sluiten aan bij tabel 21 op pagina 37. Het titeloverzicht is exclusief herhalingen, ontwikkeling & pilots, maar inclusief titels die eerst op NPO Start zijn uitgezonden.

Genre	Titel
Journalistiek	Aangehaakt
Journalistiek	Argos
Journalistiek	Bar laat
Journalistiek	Brug over de breuklijn
Journalistiek	Buitenhof
Journalistiek	Cafe Kockelmann
Journalistiek	Danny ter plekke
Journalistiek	Dit is de kwestie
Journalistiek	Dit is Nederland
Journalistiek	Dit is Tijs
Journalistiek	EenVandaag
Journalistiek	Expeditie Nederland
Journalistiek	Frontlinie
Journalistiek	God Jesus Trump
Journalistiek	Goedemorgen Nederland
Journalistiek	Hofbar
Journalistiek	Hofkar
Journalistiek	Medialogica
Journalistiek	Nieuwsuur
Journalistiek	Noord Zuid Oost West
Journalistiek	Ongehoord nieuws

Genre	Titel
Journalistiek	Op weg naar Het Lagerhuis
Journalistiek	Op1
Journalistiek	Pointer
Journalistiek	Powdoc
Journalistiek	Pride Amsterdam Canal Parade
Journalistiek	Regioned
Journalistiek	Slag om Florida
Journalistiek	Sophie en Jeroen
Journalistiek	Stand van Nederland Generatie Europa
Journalistiek	Stand van Nederland Generatie Next
Journalistiek	Stand van Nederland Koplopers
Journalistiek	Tegenlicht
Journalistiek	Tijd voor Max
Journalistiek	Tijd voor Max Koningsdag
Journalistiek	Tijd voor Max Oudejaarsshow
Journalistiek	Toekomst is grijs
Journalistiek	Wat houdt ons tegen
Journalistiek	Wereld In Ter Apel
Journalistiek	Wnl op zondag
Journalistiek	Zembla

Genre	Titel
Journalistiek	50 Jaar lokale omroep
Journalistiek	80 Jaar bevrijding: 12 september bevrijding Mesch
Journalistiek	80 Jaar bevrijding: D-day
Journalistiek	Beëdiging kabinet
Journalistiek	Bevrijdingsdag 2024
Journalistiek	Gronings gas toen nu straks
Journalistiek	Herdenking 10 jaar vliegramp MH17
Journalistiek	Herdenking slavernij verleden
Journalistiek	Holocaust herdenking
Journalistiek	Indië-herdenking
Journalistiek	Jeugdjournaal avond
Journalistiek	Jeugdjournaal extra
Journalistiek	Journaal
Journalistiek	Journaal in makkelijke taal
Journalistiek	Kersttoespraak Koning Willem-Alexander
Journalistiek	Koningsdag Emmen
Journalistiek	Koningspaar - Staatsbezoeken
Journalistiek	Nationaal aftelmoment
Journalistiek	Nationale herdenking 2024
Journalistiek	Nieuwjaarsconcert



Genre	Titel
Journalistiek	Opening Nationaal Holocaust Museum
Journalistiek	Oranje jaaroverzicht 2024
Journalistiek	Portret van Nederland en de NAVO
Journalistiek	Prinsjesdag 2024
Journalistiek	Regiojournaal
Journalistiek	Veteranendag 2024
Journalistiek	Vuur van de vrijheid
Totaal Journalistiek € 135.409.587	
Sport	Andere tijden sport
Sport	FC Banlieue
Sport	Olympische dromen
Sport	Skutsje journaal
Sport	Sportlab Sedoc
Sport	Tiki Taka Touzani
Sport	Zappsport
Sport	Zappsport battle
Sport	Zappsport kantine
Sport	50 Jaar na het voetbaltournooi wat Nederland had moeten winnen
Sport	Champions League voetbal vrouwen 2024
Sport	EK voetbal heren
Sport	Formule 1 zandvoort
Sport	Jaaroverzicht sport
Sport	Kwalificatiewedstrijden voetbal
Sport	Marathon Rotterdam het publieksevenement
Sport	Nations League voetbal

Genre	Titel
Sport	Olympische spelen
Sport	Paralympische spelen
Sport	Sportjournaal
Sport	Studio sport
Sport	Studio voetbal
Sport	Toms voetbalverhalen 2024
Sport	Tour de France avondetappe
Totaal Sport € 134.779.600	
Cultuur	46e Festival International du Cirque de Monte Carlo
Cultuur	75 Jaar Keukenhof
Cultuur	750 Jaar Amsterdam het openingsconcert
Cultuur	90s Dance
Cultuur	Andre Rieu kerst in Maastricht
Cultuur	Andre Rieu op het Vrijthof
Cultuur	Andre Rieu welcome to my world
Cultuur	Aria
Cultuur	Avondshow met Arjen Lubach
Cultuur	Back to the 60s
Cultuur	Battle naar Parijs
Cultuur	Benny sings
Cultuur	Beste van de zeros
Cultuur	Beste van Gloria Estefan
Cultuur	Beste van Lionel Richie
Cultuur	Beste van The Beegees
Cultuur	Beste van Tina Turner
Cultuur	Beste van Whitney Houston

Genre	Titel
Cultuur	Beste zangers
Cultuur	Bij Van Duin op de achterbank
Cultuur	Billy Joel the 100th live at Madison Square Garden
Cultuur	Boeken
Cultuur	Bouke en The ElvisMatters Band
Cultuur	Bryan Adams live at The Royal Albert Hall
Cultuur	Carnavalshart
Cultuur	Carrie op vrijdag
Cultuur	CD van ons allebei Acda & De Munnik reünie
Cultuur	Concert at Sea
Cultuur	De opening van De Uitmarkt
Cultuur	Deze week in de reclame
Cultuur	Disco soundtrack of a revolution
Cultuur	Dit was het nieuws
Cultuur	Dolly for president
Cultuur	Draadstaal
Cultuur	Eurosonic Noorderslag
Cultuur	Eurovisie Songfestival 2024
Cultuur	Eurovisie Songfestival de voorbeschouwing
Cultuur	Eurovisie Songfestival halve finale
Cultuur	Eus boekenclub
Cultuur	Eva
Cultuur	Even tot hier
Cultuur	Evergreen top 1000
Cultuur	Feest van zappelin

Genre	Titel
Cultuur	Festival der Liebe
Cultuur	Flower Parade Rijsburg
Cultuur	Frans Bauer Live in Ahoy 2024
Cultuur	Freddie: The final act
Cultuur	Freek de Jonge: Het kistje
Cultuur	Freek de Jonge Vrede op aarde
Cultuur	Frenna In stilte
Cultuur	Frenna Registratie 7Fest
Cultuur	Geheimen van het museum
Cultuur	Goldband Lowlands 2022
Cultuur	Great British bake off
Cultuur	Groenteman op zondag
Cultuur	Grote Junior Songfestival concert
Cultuur	Grote Songfestivalfeest 2023
Cultuur	Heel Holland bakt
Cultuur	Heel Holland bakt kerstspecial
Cultuur	Heel Holland bakt kids
Cultuur	Heel Vlaanderen bakt kids
Cultuur	Hiphop quiz
Cultuur	Holland Festival
Cultuur	In de regio Carnaval 2024
Cultuur	Jaar van Douwe Bob
Cultuur	Jan Smit Viert Kerst In Rome
Cultuur	Jannie the showdog
Cultuur	Johannes Passion
Cultuur	Joost Lowlands 2023
Cultuur	Junior Eurovisie Songfestival 2024



Genre	Titel
Cultuur	Kerst Muziekgala 2024
Cultuur	Kerstmatinee
Cultuur	Kids top 20
Cultuur	Kiespijn
Cultuur	Kim Schuddeboom ongeschreven
Cultuur	Kinderprinsengrachtconcert
Cultuur	Klassiekers met Kleinsma
Cultuur	Klikbeet
Cultuur	Koningsdagconcert 2024
Cultuur	Krabbe zoekt Matisse
Cultuur	Lenette van Dongen Dat doet ze anders nooit
Cultuur	Lil Nas X Long Live Montero
Cultuur	Lowlands 2024
Cultuur	Maestro
Cultuur	Makkelijk scoren
Cultuur	Man en kunst
Cultuur	Mariah Carey Merry Christmas to all
Cultuur	Max in de regio Bloemencorso Bollenstreek
Cultuur	Max in de regio Bloemencorso Sint jansklooster
Cultuur	Max in de regio Bloemencorso Zundert
Cultuur	Max Kerstconcert
Cultuur	Musical Awards Gala 2024
Cultuur	Musical Awards the kick off
Cultuur	Muziekfeest op het plein
Cultuur	Muziekfeest van het jaar

Genre	Titel
Cultuur	Muziekfeest van oranje
Cultuur	Nationale kerstboom 2024
Cultuur	Nederlandstalige top 1000
Cultuur	Nick Schilder Een nieuw begin
Cultuur	Nieuw zeer
Cultuur	Nigellas kerst in Amsterdam
Cultuur	n00b speelt n00b
Cultuur	North Sea Jazz
Cultuur	Nu even niet
Cultuur	Nu te zien
Cultuur	Numidia
Cultuur	O Sole Mio Het mooiste concert van 2024
Cultuur	Ode aan Johnny Jordaan
Cultuur	Onstage
Cultuur	Opening night 2024 Concertgebouworkest in Amsterdam Zuidooost
Cultuur	Opium op Oerol
Cultuur	Paul de Leeuw 60 We zien wel
Cultuur	Peter Pannekoek presenteert DNA
Cultuur	Pinkpop 2024
Cultuur	Plakshot
Cultuur	Podium klassiek
Cultuur	Podium op pad
Cultuur	Podium zwart
Cultuur	Popquiz oranje
Cultuur	Prinsengrachtconcert 2024

Genre	Titel
Cultuur	Project dans
Cultuur	Project Rembrandt
Cultuur	Ra Ra Ramadan
Cultuur	Radio 2 top 2000 openingsshow
Cultuur	Raye Lowlands 2023
Cultuur	Rayen Panday Focus
Cultuur	Rene van Meurs 2636
Cultuur	Ronald Snijders Een avond met mij
Cultuur	Schiffmachers legacy
Cultuur	Scrooge live
Cultuur	Simplisties verbond zet zich uiteen
Cultuur	Sketch studio
Cultuur	Sluipschutters
Cultuur	Son Mieux Lowlands 2023
Cultuur	Spinvis
Cultuur	Sterren in Concert Marco Schuitmaker live
Cultuur	Sterren NL carnavaal
Cultuur	Stones Grrr live
Cultuur	Stop making sense
Cultuur	Studio Pinkpop
Cultuur	Super surprise
Cultuur	Theater Maas
Cultuur	Tijl in het voetspoor van Richard Wagner
Cultuur	Tobi Kooiman Best of
Cultuur	Top 2000 a gogo
Cultuur	Top 2000 quiz

Genre	Titel
Cultuur	Top 2000 the untold stories
Cultuur	Toppers in Concert 2024
Cultuur	Turkadelica
Cultuur	Tussen kunst en kitsch
Cultuur	Update Junior Songfestival 2024
Cultuur	Van der Laan en Woe: NG
Cultuur	Van Kooten en De Bie Toen werd nu
Cultuur	Van onschatbare waarde
Cultuur	Van Roosmalen en Groenteman
Cultuur	Vier Keti Koti
Cultuur	Volle zalen
Cultuur	Voor het blok
Cultuur	Vrouwejaars 2024
Cultuur	Warm Kasper van der Laan
Cultuur	Wende
Cultuur	Wereld rond met boeken
Cultuur	Wereld van dutch design
Cultuur	Wham The story of Last Christmas
Cultuur	Wim Sonneveld Tour de Chant
Cultuur	Youp De laatste ronde
Cultuur	Zappelin minis
Cultuur	Zing
Cultuur	Zing met Zappelin
Cultuur	Zwart Licht in Paradiso 2024
Cultuur	Bevrijdingsdag 2024
Cultuur	10 Jaar na MH17 muziek als troost
Cultuur	Artiesten voor de vrijheid



Genre	Titel
Cultuur	Wiener Philharmoniker
Cultuur	Zomercarnaval 2024
Totaal Cultuur	€ 74.687.415
Amusement	Black out
Amusement	Bommetje
Amusement	Born winners
Amusement	CupCakeCup
Amusement	Faker
Amusement	Faker op vakantie
Amusement	Gouden Televizerring de rode loper
Amusement	Gouden Televizerring gala
Amusement	Matties
Amusement	Mindfck
Amusement	Mollenstreken
Amusement	Moltalk
Amusement	Op weg naar Zapp Awards
Amusement	Party crew
Amusement	Pokerface
Amusement	Raad eens wat ik doe
Amusement	Recordbrekers
Amusement	Say whut
Amusement	Sint en De Leeuw
Amusement	Wie is de mol
Amusement	X days outside
Amusement	Zapp Awards
Totaal Amusement	€ 14.627.475

Genre	Titel
Kennis & Educatie	2 voor 12
Kennis & Educatie	2doc: Michel en de handen op zijn huid
Kennis & Educatie	3 Op reis
Kennis & Educatie	Aanpoten met Floris
Kennis & Educatie	Aarde beeft
Kennis & Educatie	Afro Europeaan
Kennis & Educatie	Alan Carrs avonturen met Agatha Christie
Kennis & Educatie	Alles op tafel
Kennis & Educatie	Andere tijden special
Kennis & Educatie	Avond van de mensenrechten
Kennis & Educatie	Back to the hype
Kennis & Educatie	Beestenbrigade battle
Kennis & Educatie	Beestenbrigade bingo
Kennis & Educatie	Binnenstebuiten
Kennis & Educatie	Blue box
Kennis & Educatie	Brainhack
Kennis & Educatie	Buiten beeld
Kennis & Educatie	Connection
Kennis & Educatie	D-day The unheard uapes
Kennis & Educatie	De dodelijkste 60
Kennis & Educatie	De dodelijkste dino's
Kennis & Educatie	Denkend aan Holland
Kennis & Educatie	Der Theo
Kennis & Educatie	Dichter bij Anne Frank
Kennis & Educatie	Dierendokter in het wild
Kennis & Educatie	Dossier afgestaan
Kennis & Educatie	Dossier opgelicht

Genre	Titel
Kennis & Educatie	Droomhuis gezocht
Kennis & Educatie	Dwars door De Lage Landen
Kennis & Educatie	Earth challenge
Kennis & Educatie	Echte leven in de dierentuin
Kennis & Educatie	Erik scherder en het nut van optimisme
Kennis & Educatie	Factcheckers
Kennis & Educatie	Focus
Kennis & Educatie	Food for thought
Kennis & Educatie	Freeks wilde wereld
Kennis & Educatie	Freeks wilde wereld shorts
Kennis & Educatie	Geef om je hersenen
Kennis & Educatie	Geheim van de meester
Kennis & Educatie	Geheugentrainer
Kennis & Educatie	Gort over de grens
Kennis & Educatie	Gorts wijnkwartier
Kennis & Educatie	Groep 8 aan de macht
Kennis & Educatie	Grooten tour van de gebroeders De Witt
Kennis & Educatie	H2 Occupation lab
Kennis & Educatie	Hallo ik heb een eetstoornis
Kennis & Educatie	Herinneringen voor het leven
Kennis & Educatie	Hollandse Meesters herzien
Kennis & Educatie	Hooiland
Kennis & Educatie	Hunted
Kennis & Educatie	Hunted Into the wild VIPS
Kennis & Educatie	Hunted VIPS After the hunt
Kennis & Educatie	Ik ben niet oud Jeroen Krabbe 80 jaar
Kennis & Educatie	Ik ben onzichtbaar

Genre	Titel
Kennis & Educatie	In de ban van goed en fout
Kennis & Educatie	In de voetsporen van de jaren zeventig
Kennis & Educatie	In de weg van de olifant
Kennis & Educatie	Into the Congo with Ben Fogle
Kennis & Educatie	Jan Janszoon piraat van de wereld
Kennis & Educatie	Jekels jacht
Kennis & Educatie	Joanna Lumleys specerijen route
Kennis & Educatie	Kassa
Kennis & Educatie	Ketens
Kennis & Educatie	Klaas kan alles
Kennis & Educatie	Klaas kan alles kort
Kennis & Educatie	Klokhuis
Kennis & Educatie	KvW
Kennis & Educatie	KvWeetjes
Kennis & Educatie	Max maakt mogelijk
Kennis & Educatie	Meldpunt
Kennis & Educatie	Met het mes op tafel
Kennis & Educatie	Metropolis
Kennis & Educatie	Metterdaad
Kennis & Educatie	Middag van 44
Kennis & Educatie	Missie Middendorp
Kennis & Educatie	My garden of a thousand bees
Kennis & Educatie	Nationale voorleeslunch
Kennis & Educatie	Nederland in beweging
Kennis & Educatie	Nederland op film
Kennis & Educatie	Nieuwe IJzeren Gordijn
Kennis & Educatie	Nieuwe land



Genre	Titel
Kennis & Educatie	Oases
Kennis & Educatie	Onderaan de streep
Kennis & Educatie	Ondergrondse sporen
Kennis & Educatie	Ondertussen aan De Hofvijver
Kennis & Educatie	Opsporing verzocht
Kennis & Educatie	Oranje Van Boven De keukens van de koning
Kennis & Educatie	Oslo diaries
Kennis & Educatie	Over bevolking
Kennis & Educatie	Papi en pimps
Kennis & Educatie	Paramaribo pepers
Kennis & Educatie	Per seconde wijzer
Kennis & Educatie	Planet Earth 3
Kennis & Educatie	Planet Earth 3 the making of
Kennis & Educatie	Proefkeuken
Kennis & Educatie	Proefkonijnen
Kennis & Educatie	Pubquiz
Kennis & Educatie	Rachel valt binnen
Kennis & Educatie	Radar
Kennis & Educatie	Rail away
Kennis & Educatie	Recht op tranen
Kennis & Educatie	Serengeti
Kennis & Educatie	Slimste mens
Kennis & Educatie	Sporen van slavernij
Kennis & Educatie	State of hate
Kennis & Educatie	Terug in het wild
Kennis & Educatie	Topdoks
Kennis & Educatie	Topdoks in de lucht

Genre	Titel
Kennis & Educatie	Uit de kramp
Kennis & Educatie	Vaarwel vaderland
Kennis & Educatie	Vakantieman
Kennis & Educatie	Van de wereld
Kennis & Educatie	Verborgen verleden
Kennis & Educatie	Verhaal van Nederland
Kennis & Educatie	Verhalen uit de Rif
Kennis & Educatie	Verzamelaarsfortuin
Kennis & Educatie	Vroege vogels
Kennis & Educatie	Vuur van de Friezen
Kennis & Educatie	Waku Waku
Kennis & Educatie	Wat maak je menu
Kennis & Educatie	We gaan er allemaal aan
Kennis & Educatie	Wereld van de Chinezen
Kennis & Educatie	Wereldse hotels
Kennis & Educatie	Wild Scandinavia
Kennis & Educatie	Wilde buren
Kennis & Educatie	Wildernis onder water
Kennis & Educatie	Zappelin brigade
Kennis & Educatie	Zin in Zappelin
Totaal Kennis & Educatie	€ 86.196.901
Levensbeschouwing	2doc: Agent of happiness
Levensbeschouwing	Adieu God
Levensbeschouwing	Als alles duister is
Levensbeschouwing	Andere kant van Amsterdam
Levensbeschouwing	Beam kerkdienst

Genre	Titel
Levensbeschouwing	Bekeerd
Levensbeschouwing	Bid bedank bewonder
Levensbeschouwing	Bidden van de toren
Levensbeschouwing	Bijbelen met sterren
Levensbeschouwing	Bloemen voor de Paus
Levensbeschouwing	Brieven uit de kast
Levensbeschouwing	Duizend groene handen
Levensbeschouwing	Echte beeld
Levensbeschouwing	EO Jongerendag
Levensbeschouwing	Eucharistieviering
Levensbeschouwing	Ezel chiel
Levensbeschouwing	Filosofisch kwintet
Levensbeschouwing	Francis naar Assisi
Levensbeschouwing	Geloofsgesprek
Levensbeschouwing	Gezicht van de zee
Levensbeschouwing	Godvergeten
Levensbeschouwing	Grenzen verleggen
Levensbeschouwing	Her stories
Levensbeschouwing	Holi kleurt de wereld
Levensbeschouwing	Huis van Diwali
Levensbeschouwing	Iedereen verlicht
Levensbeschouwing	In de stroom van 10000 dingen
Levensbeschouwing	Israel Palestina en wij
Levensbeschouwing	Jij ziet, jij ziet wat ik niet zie
Levensbeschouwing	Joris kerstboom
Levensbeschouwing	Kerst met de Zandtovenaar
Levensbeschouwing	Kerst onder vuur

Genre	Titel
Levensbeschouwing	Keti Koti vanuit Dordt
Levensbeschouwing	Kind van het toeslagenschandaal
Levensbeschouwing	Kist
Levensbeschouwing	Klank van thuis
Levensbeschouwing	Klooster gasten
Levensbeschouwing	Kruispunt
Levensbeschouwing	Maastrichtse droom 10 jaar later
Levensbeschouwing	Mantel der liefde
Levensbeschouwing	Memento
Levensbeschouwing	Met geduldige haast
Levensbeschouwing	Metissen van België
Levensbeschouwing	Mijn Olympische droom
Levensbeschouwing	Monk
Levensbeschouwing	Mozaiek viert kerst met Nederland
Levensbeschouwing	Muzikaal eerbetoon aan chazzan Hans Bloemendaal
Levensbeschouwing	Na 7/10, antisemitisme in Nederland
Levensbeschouwing	Nacht van Bodar
Levensbeschouwing	Nachtzoen
Levensbeschouwing	Natuur bestaat niet
Levensbeschouwing	Nederland zingt
Levensbeschouwing	Nederland zingt op zondag
Levensbeschouwing	Neutrino
Levensbeschouwing	Nooit te laat
Levensbeschouwing	Oorlog is erfelijk
Levensbeschouwing	Over leven
Levensbeschouwing	Parradox
Levensbeschouwing	Pasen in Rome



Genre	Titel
Levensbeschouwing	Pasen onder vuur
Levensbeschouwing	Passion
Levensbeschouwing	Passion Hemelvaart
Levensbeschouwing	Passion talk
Levensbeschouwing	Paus journaal
Levensbeschouwing	Petrus in het land
Levensbeschouwing	Sally Noach een formidabele redder in nood
Levensbeschouwing	Sami Yusuf when paths meet
Levensbeschouwing	Sanae mijn eigen weg
Levensbeschouwing	Societeit
Levensbeschouwing	Stof dat zwerft
Levensbeschouwing	Stralend Kerstfeest
Levensbeschouwing	Suhoor stories
Levensbeschouwing	Tot het einde
Levensbeschouwing	Vaderland
Levensbeschouwing	Vaticaan de straat van de kerk
Levensbeschouwing	Verandering
Levensbeschouwing	Verraad van Hilversum
Levensbeschouwing	Verwondering
Levensbeschouwing	Villa Ramadan
Levensbeschouwing	Voor wie steek jij een kaarsje op
Levensbeschouwing	Wat is Kerst
Levensbeschouwing	Wat is Pasen
Levensbeschouwing	Wat is Pinksteren
Levensbeschouwing	Way of the Mountain Yogi
Levensbeschouwing	Werkelijkheid bestaat niet
Levensbeschouwing	Werktuig van de nazis

Genre	Titel
Levensbeschouwing	Wilde ganzen
Levensbeschouwing	Zin in morgen
Levensbeschouwing	Zoek de verschillen
Totaal Levensbeschouwing € 19.520.111	
Documentaire	2doc kort: Anima
Documentaire	2doc kort: Anne zoekt vrienden
Documentaire	2doc kort: De tramaanslag
Documentaire	2doc kort: Ik zeg je eerlijk
Documentaire	2doc kort: Leven op z'n kop
Documentaire	2doc kort: Sasha's trial
Documentaire	2doc kort: Teledoc campus: De Chinese keizerin
Documentaire	2doc kort: The night of your life
Documentaire	2doc kort: Vodou
Documentaire	2doc kort: Wat is het waard
Documentaire	2doc: 20 Days in Mariupol
Documentaire	2doc: A dangerous boy
Documentaire	2doc: A storm foretold
Documentaire	2doc: Alreadymade
Documentaire	2doc: Als de nacht maar niet valt
Documentaire	2doc: Als ik mijn ogen sluit - Leven met de Japanse kampen
Documentaire	2doc: Aurora's sunrise
Documentaire	2doc: Beyond utopia
Documentaire	2doc: Binnengrens
Documentaire	2doc: Bloedband
Documentaire	2doc: Border crossed

Genre	Titel
Documentaire	2doc: Broertje is verdwaald
Documentaire	2doc: Compassionate spy
Documentaire	2doc: Copa 71
Documentaire	2doc: Danger zone
Documentaire	2doc: Daughter of Genghis
Documentaire	2doc: De beelden van Piet Hein
Documentaire	2doc: De Dimitri affair
Documentaire	2doc: De eeuwige moeder
Documentaire	2doc: De erfenis van Els Borst
Documentaire	2doc: De Kiev files
Documentaire	2doc: De nachtwaker
Documentaire	2doc: De presidentsdochter en de rijkste vrijgeboren vrouw
Documentaire	2doc: Dorp zonder school
Documentaire	2doc: Eddy's oorlog
Documentaire	2doc: Esther en de wet
Documentaire	2doc: Eternal memory
Documentaire	2doc: Eternal you
Documentaire	2doc: Final account
Documentaire	2doc: Gerlach
Documentaire	2doc: Groenkijkers
Documentaire	2doc: Huilende bruiden
Documentaire	2doc: In de scootmobiel
Documentaire	2doc: In the rearview
Documentaire	2doc: Israël & Gaza: into the abyss
Documentaire	2doc: Jongens zonder thuis
Documentaire	2doc: Kind van de tijd
Documentaire	2doc: Kunstroof

Genre	Titel
Documentaire	2doc: Legale wiet 2
Documentaire	2doc: Lucky boy
Documentaire	2doc: Merkel
Documentaire	2doc: Mijn nieuwe vrienden van afdeling drie
Documentaire	2doc: Moeder suriname
Documentaire	2doc: My generation
Documentaire	2doc: Nomade in niemandsland
Documentaire	2doc: Nu ik het weet
Documentaire	2doc: Onvoorwaardelijk
Documentaire	2doc: Paul & Paul
Documentaire	2doc: Peter en Erik
Documentaire	2doc: Price of truth
Documentaire	2doc: Queerkamp
Documentaire	2doc: Samen alleen
Documentaire	2doc: Schuld en boete
Documentaire	2doc: Spijtmoeders
Documentaire	2doc: Sur Il'adamant
Documentaire	2doc: The choice
Documentaire	2doc: The longest goodbye
Documentaire	2doc: The other side
Documentaire	2doc: The total trust
Documentaire	2doc: This is my moment
Documentaire	2doc: Thuisfront
Documentaire	2doc: Vogels kun je niet melken
Documentaire	2doc: Vroeg verloren
Documentaire	2doc: Water en bier
Documentaire	2doc: While we watched



Genre	Titel
Documentaire	2doc: Who am I not
Documentaire	2doc: Wij en zij
Documentaire	2doc: Zonen zonder vaders
Documentaire	Abba against the odds
Documentaire	Acht
Documentaire	Beppie Kraft Limburgs fenomeen
Documentaire	Big time de NBA droom van Jesse Edwards
Documentaire	Charles 3 the coronation year
Documentaire	Close up
Documentaire	Corridors of power
Documentaire	Daltons dream
Documentaire	Doodstrijders
Documentaire	Droomdorp
Documentaire	Ernst Daniël Smid: wie ben ik?
Documentaire	Future me
Documentaire	Geheim van carnaval
Documentaire	Goede dood
Documentaire	I am Andrew Tate
Documentaire	Ik ben nieuw
Documentaire	Kiezen snijden zwijgen
Documentaire	Kokomo city
Documentaire	Laurent de rebelse prins
Documentaire	Liefjes
Documentaire	Meisjes van de goede herder
Documentaire	Monument Peter R. de Vries
Documentaire	Nelson het minivarken
Documentaire	Niemand die het ziet

Genre	Titel
Documentaire	Noord scoort
Documentaire	NPO doc: Alles komt goed
Documentaire	NPO doc: Even lucht
Documentaire	NPO doc: geluif in t goeie
Documentaire	NPO doc: Ik ben nu 18
Documentaire	NPO doc: In mijn hoofd is alles leuker
Documentaire	NPO doc: Life and other problems
Documentaire	NPO doc: Nice ladies
Documentaire	Once upon a time in Northern Ireland
Documentaire	Ongeschreven regels
Documentaire	Onthulling monument Peter R. de Vries
Documentaire	Opgejaagd
Documentaire	Putin and the west
Documentaire	S10
Documentaire	Secrets of Prince Andrew
Documentaire	Sexotisch
Documentaire	Staal
Documentaire	Taxi oorlog
Documentaire	Tbs aan de andere kant
Documentaire	Tegengif
Documentaire	Theo van Gogh De hunkering
Documentaire	Toekomst is falliet
Documentaire	Toen we jongens waren
Documentaire	UvdW: All the beauty and the bloodshed - Nan Goldin
Documentaire	UvdW: Be the fool
Documentaire	UvdW: Bruin Parry
Documentaire	UvdW: Carlos

Genre	Titel
Documentaire	UvdW: Cesária Évora
Documentaire	UvdW: De Vereniging Rembrandt een uitzonderlijk jaar
Documentaire	UvdW: Droombeeld
Documentaire	UvdW: Eddie Murphy Hollywoods black king
Documentaire	UvdW: Free space
Documentaire	UvdW: Getekend verzet
Documentaire	UvdW: Kader Abdolah - Ouder worden is prachtig
Documentaire	UvdW: La Singla - De stille flamenco
Documentaire	UvdW: Leonard Cohen - Hallelujah
Documentaire	UvdW: Made in Holland
Documentaire	UvdW: Rutger Hauer - Like tears in the rain
Documentaire	UvdW: Simple Minds everything is possible
Documentaire	UvdW: Stephanie Louwrier: Dicht bij mij
Documentaire	UvdW: Swan song
Documentaire	UvdW: The Stones and Brian Jones
Documentaire	UvdW: Thuis bij de familie K.
Documentaire	UvdW: Tinkebell - Een ongewisse oefening in leven
Documentaire	Vaders zijn ook zonen
Documentaire	Valkenburg in de Geul
Documentaire	Verward
Documentaire	Wapenroute
Documentaire	Getekend door Ravensbruck
Totaal Documentaire	€ 20.626.818

Genre	Titel
Human Interest	20 Jaar het gevoel van De Vierdaagse
Human Interest	3FM Serious Request de start
Human Interest	7 Oktober een jaar later
Human Interest	Au pairs
Human Interest	Baanders wil een baby
Human Interest	Bassie en Adriaan een schat aan herinneringen
Human Interest	Bauers 20 jaar later
Human Interest	Bed en breakfast
Human Interest	Bij ons op De Wallen
Human Interest	Blauw bloed
Human Interest	Boer zoekt vrouw
Human Interest	Boerderij van Dorst
Human Interest	Boswachters gezocht
Human Interest	Bouwer power
Human Interest	Break free
Human Interest	Cadeaufabriek
Human Interest	College tour
Human Interest	De rijdende rechter
Human Interest	DNA onbekend
Human Interest	Down the road
Human Interest	Echo van MH17
Human Interest	Enkeltje verweggistan
Human Interest	Familiediner
Human Interest	FC buitenspel
Human Interest	First dates
Human Interest	Geknipte gast
Human Interest	Gevaarlijkste wegen van de wereld



Genre	Titel
Human Interest	Gevoel van De Vierdaagse
Human Interest	Groeten vanaf de camping
Human Interest	Handen aan de couveuse
Human Interest	Hello goodbye
Human Interest	Het laatste woord
Human Interest	Hoofdzaken
Human Interest	Huis vol
Human Interest	Huis vol emigreert
Human Interest	Iedereen aan tegen kanker
Human Interest	Ik mis je
Human Interest	Ik vertrek
Human Interest	Ik vertrek even weg
Human Interest	In het hart van de zaak
Human Interest	Ivo even op zaterdag
Human Interest	Ivo op zondag
Human Interest	Je zal het maar hebben
Human Interest	Je zal het maar hebben junior
Human Interest	Jongen zonder gisteren
Human Interest	Kamp van Koningsbrugge
Human Interest	Kerst met de Bauers
Human Interest	Kindertijd
Human Interest	Kook van jou
Human Interest	Leven naast de dood
Human Interest	Liefde voor het landgoed
Human Interest	Louis Theroux interviews
Human Interest	Meer dan verwacht
Human Interest	Meiden die rijden

Genre	Titel
Human Interest	Mensenbieb
Human Interest	Missie MAX
Human Interest	Modellenmythe
Human Interest	Mooiste meisje van de klas
Human Interest	Nachtdieren
Human Interest	Nadia
Human Interest	Ode aan onze veteranen
Human Interest	Olympische genen van
Human Interest	Onderweg naar liefde
Human Interest	Onze boerderij als alles verandert
Human Interest	Op de barricade
Human Interest	Op de spoed
Human Interest	Op safari
Human Interest	Ouderenjournaal
Human Interest	Out of office
Human Interest	Over mijn lijk
Human Interest	Pauls social club
Human Interest	Powned of view
Human Interest	Pubers
Human Interest	Pufclub
Human Interest	Rachel en Elbert passen op
Human Interest	Redding na de ramp
Human Interest	Rijdende rechter
Human Interest	Rijles
Human Interest	Roosen en Borst
Human Interest	Sergio over de grens
Human Interest	Soep sores en soelaas

Genre	Titel
Human Interest	Spoorloos
Human Interest	Staal de toekomst van Tata
Human Interest	Sterren op het doek
Human Interest	Stip it de pestbril
Human Interest	Taarten van babel
Human Interest	Thuiszoekers
Human Interest	Tieners tegen kwalen
Human Interest	Trap er niet influencer
Human Interest	Uitsmijters
Human Interest	Van Roosmalen op reportage
Human Interest	Van vader naar moeder
Human Interest	Van vader naar moeder kerst
Human Interest	Verloren jongeren
Human Interest	Vier handen op een buik
Human Interest	Vlaamse meiden die rijden
Human Interest	Voor de volgende Jelte
Human Interest	Vrouwen die varen
Human Interest	Waar doen ze het van
Human Interest	We zijn er bijna
Human Interest	Where the wild men are
Human Interest	Whos that girl
Human Interest	Whos that girl het mooiste meisje van de klas VIPS
Human Interest	Wie kent mij nog
Human Interest	Wintergasten
Human Interest	Zomergasten
Human Interest	Samen in actie voor slachtoffers midden oosten

Genre	Titel
Human Interest	Uit het leven 2024
Totaal Human Interest	€ 51.392.604
Fictie	Januari
Fictie	12 Years a slave
Fictie	A kind of spark
Fictie	A spy among friends
Fictie	A street cat named Bob
Fictie	A taste of friendship
Fictie	A very royal scandal
Fictie	Abeltje
Fictie	Agent Binky
Fictie	All creatures great and small
Fictie	Alla utom vi
Fictie	Alles flex
Fictie	Anatomie van een meermin
Fictie	Annika
Fictie	Apenstreken
Fictie	Barnkidz
Fictie	Beau travail
Fictie	Beck
Fictie	Belgravia
Fictie	Bessenheuvel
Fictie	Best interests
Fictie	Beter wordt het niet
Fictie	Better
Fictie	Bing



Genre	Titel
Fictie	Birk en Magna het geheim van de mijn
Fictie	Black snow
Fictie	Blue lights
Fictie	Bodem
Fictie	Boeien
Fictie	Boiling point
Fictie	Bollie & billie
Fictie	Brandweerman Sam
Fictie	Brugklas
Fictie	Bumba het grote verjaardagsfeest
Fictie	Captivated
Fictie	Capture
Fictie	Casting call
Fictie	Comedy queen
Fictie	Coop troop
Fictie	Dance academy serie
Fictie	Dancing queen
Fictie	Das boot
Fictie	De boskamp's
Fictie	De brief voor de koning
Fictie	De film van Dylan Haegens
Fictie	De scheepsjongens van bontekoe
Fictie	De tasjesdief
Fictie	De wegpiraat
Fictie	Dertigers
Fictie	Detective 24
Fictie	Detective bruno

Genre	Titel
Fictie	Dikkertje Dap
Fictie	Dolfje Weerwolfje
Fictie	Doodgewoon
Fictie	Dopesick
Fictie	Dora
Fictie	Downton abbey
Fictie	Draak Dries en de vliegende dokters
Fictie	Dreaming whilst black
Fictie	Eend goed, al goed
Fictie	El houb
Fictie	Ella oscar & hoo
Fictie	Ellie de olifant
Fictie	Escape from albatros
Fictie	Estonia
Fictie	Face to face
Fictie	Familie Boef inbraak onder hoge spanning
Fictie	Familie shock
Fictie	Father
Fictie	Film voor aliens
Fictie	Flikken Maastricht
Fictie	Four lives
Fictie	Glow
Fictie	Gold
Fictie	Goodbye stranger
Fictie	Goudappels
Fictie	Goudvink
Fictie	Grace

Genre	Titel
Fictie	Grantchester
Fictie	Groeten van Mars
Fictie	Handen pa hjartat
Fictie	Happy palace
Fictie	Happy together
Fictie	Hein
Fictie	Herrie in huis
Fictie	Het dagboek van Bert
Fictie	Het kind van de Gruffalo
Fictie	Het verborgen eiland
Fictie	Het zakmes
Fictie	Home sweet rome
Fictie	Hotel Sinestra
Fictie	Hunt for Raoul Moat
Fictie	Inheritance
Fictie	Intocht Sinterklaas
Fictie	Invisible Sue
Fictie	Irvine Welshs crime
Fictie	It's a sin
Fictie	Ja zuster nee zuster
Fictie	Joe all alone
Fictie	Jongen van glas
Fictie	Jonja
Fictie	Joodse Raad
Fictie	Jottum
Fictie	Jungle book
Fictie	Kald mig far

Genre	Titel
Fictie	Kalf
Fictie	Kappen
Fictie	Kareltje kat
Fictie	Kerstmis in Schoenmakerssteeg
Fictie	Kiddo
Fictie	Kin
Fictie	Klem
Fictie	Klumpies
Fictie	Koningshuis the musical
Fictie	Koolhoven presenteert
Fictie	Krassen
Fictie	Kung fu leeuw
Fictie	Kung fu zohra
Fictie	Lars is lol
Fictie	Laura H.
Fictie	Lauras ster
Fictie	Leeuwin
Fictie	Les misrables
Fictie	Liselotte
Fictie	Listen up
Fictie	Lost boys and fairies
Fictie	Lover of loser
Fictie	Lucy ist jetzt gangster
Fictie	Madres paralelas
Fictie	Man uit Rome
Fictie	Marokkaanse bruiloft
Fictie	Maryland



Genre	Titel
Fictie	Mascotte
Fictie	Masha en de beer
Fictie	Masha's spookverhalen
Fictie	Maternal
Fictie	Mega Mindy
Fictie	Midsomer murders
Fictie	Mijn eigen circus
Fictie	Mini Zlatan en oom bestie
Fictie	Minoes
Fictie	Misfit the switch
Fictie	Moley
Fictie	Morden i sandhamn
Fictie	Mr Bates vs the post office
Fictie	Murder in Provence
Fictie	Narcosis
Fictie	Neneh superstar
Fictie	Nuovo cinema paradiso
Fictie	Oogappels
Fictie	Orphan black echoes
Fictie	Oxen
Fictie	Pandore
Fictie	Paria
Fictie	Patsboemkledder
Fictie	Paw patrol
Fictie	Piece of my heart
Fictie	Pijnstillers
Fictie	Pink moon

Genre	Titel
Fictie	Pip en Posy
Fictie	Portrait robot
Fictie	Pulang
Fictie	Radeloos
Fictie	Reunion
Fictie	Ridley
Fictie	Ring
Fictie	Rotown
Fictie	Rubble and crew
Fictie	Rundfunk
Fictie	Safe home
Fictie	Said en Anna
Fictie	Sam en Julia het muizenhuis
Fictie	Samsam
Fictie	Sanningen
Fictie	Sesamstraat
Fictie	Shaun het schaap
Fictie	Shetland
Fictie	Silent witness
Fictie	Silverpoint
Fictie	Silverstar
Fictie	Sinterklaasjournaal
Fictie	Sinterklaasjournaal jaaroverzicht
Fictie	Sisi
Fictie	Sixth commandment
Fictie	Smeris
Fictie	Sneeuwpret

Genre	Titel
Fictie	Sophie cross
Fictie	Speculasies
Fictie	Spijt!
Fictie	Stoere Frans en de gestolen juwelen
Fictie	Strijd3r
Fictie	Stromboli
Fictie	Superhelden school
Fictie	Suspect
Fictie	Swanenburg
Fictie	Switch
Fictie	Ta daaa
Fictie	Te ver weg
Fictie	Ten minste houdbaar tot
Fictie	Terug naar Oegstgeest
Fictie	Thabo en de neushoornzaak
Fictie	De slak en de walvis
Fictie	Theodosia
Fictie	Tik tak
Fictie	Timboektoe
Fictie	Toeslagenaffaire
Fictie	Totem
Fictie	Tourist
Fictie	Tower
Fictie	Trex
Fictie	Triq salama
Fictie	Tropenjaren
Fictie	Ukkepukkie

Genre	Titel
Fictie	Until i kill you
Fictie	Vaandeldrager vijf
Fictie	Vegesauriers
Fictie	Ventoux
Fictie	Vera
Fictie	Verdens verste menneske
Fictie	Verliefd op Bali
Fictie	Four kids and it
Fictie	Vilda
Fictie	Vliegende klas
Fictie	Vlogmania
Fictie	We need to talk about Kevin
Fictie	Welkom bij de Oranjes
Fictie	Welkom thuis
Fictie	When fucking spring is in the air
Fictie	Wild heart wild en vrij
Fictie	Winnaars
Fictie	Wiplala
Fictie	Wisting
Fictie	Witness number 3
Fictie	Wochenend rebellen
Fictie	Woeste grond
Fictie	Zee van tijd
Fictie	Ziggy & de zootram
Fictie	Zina
Fictie	Zombielars
Fictie	Zussen



Genre	Titel
Fictie	Zwabber
Totaal Fictie	€ 71.851.310

Colofon

Mei 2025

Redactie

NPO

Productie en vormgeving

CF Report / F19

Fotocredits

ANP, Frits de Beer, Mark de Blok, Willem Jan de Bruin, Tom Cornelissen, Jean-Pierre Heijmans, Nathan Rheinds, Michel Schnater, Walter Kallenbach, William Rutten

De NPO heeft ernaar gestreefd de auteursrechten van de foto's volgens de wettelijke bepalingen te regelen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te doen gelden, kunnen zich wenden tot de afdeling Communicatie van de NPO, communicatie@npo.nl. Drukfouten voorbehouden.