

Begroting 2027

Leeswijzer

De begroting is de jaarlijkse budgetaanvraag van de Publieke Omroep. Hierin staan de doelstellingen en ambities voor het komende jaar en de daarvoor benodigde financiële middelen. Het voorliggende document gaat over 2027. Oorspronkelijk besloeg de concessieperiode van 2022 tot en met 2026, maar die is door de regering verlengd met twee jaar en eindigt daarom eind 2028.

In hoofdstuk 1 zetten we de speerpunten van onze gezamenlijke strategie op hoofdlijnen uiteen. Ook beschrijven we in dit hoofdstuk op welke manier we in 2027 aandacht besteden aan de bestuurlijke en organisatorische voorwaarden voor de uitvoering van het beleid. Hoofdstuk 2 specificeert de bijbehorende budgetaanvraag. Hoofdstuk 3 beschrijft de ijkpunten als meetbare indicatoren voor de uitvoering van onze publieke taak. Na afloop van het jaar leggen we daarover verantwoording af in de Terugblik.

Definities

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

publieke omroep/Publieke Omroep
Zonder hoofdletters is de publieke omroep de algemene benaming voor het omroepstelsel en het aanbod dat daaruit voortkomt. Met hoofdletters is het de verzamelnaam voor de organisaties van NPO en de omroepen.

Omroepen
Alle landelijke taakomroepen en omroepverenigingen. Als we lokale, regionale of commerciële omroepen bedoelen, vermelden we dat expliciet.

Inhoudsopgave

Samenvatting 3

Voorwoord 5

1. Ambities en vooruitblik 2027 7

2. Begroting en budgetaanvraag 2027 12

3. IJkpunten gekoppeld aan ambities CBP 2022-2026 en NPO 22

Bijlagen 39
Bijlage A: Programmatische bijdragen omroepen 40
Bijlage B: Overzicht Prestatieafspraken 2027-2028 53
Bijlage C: Overzicht aanbodkanalen 56

Samenvatting

Dit document vormt de basis voor de budgetaanvraag van de Publieke Omroep (NPO en omroepen samen) bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) en is onderdeel van de jaarlijkse beleidscyclus. De NPO dient deze aanvraag in namens de Publieke Omroep, met het voorbehoud dat het kabinetsvoorstel tot verlaging van het minimumbudget voor de publieke omroep in zowel de Tweede als de Eerste Kamer wordt aangenomen.

Forse kostenreductie en gerichte herinvestering

Samengevat laten we in deze begroting zien dat de Publieke Omroep kiest voor een combinatie van forse kostenreductie en gerichte herinvestering. Ondanks een structurele korting van ruim 110 miljoen euro blijft de Publieke Omroep investeren in programmering, digitale dienstverlening en innovatie. Daarbij houden we vast aan onze centrale beleidskeuze om de Publieke Omroep versneld te transformeren van een vooral lineair gerichte organisatie naar een meer digitaal georiënteerd mediabedrijf. NPO Start, NPO Luister en online omroepplatformen zijn hierbij onze strategische speerpunten. Dit maken we mogelijk door delen van het traditionele lineaire aanbod, de overhead en de organisatiekosten terug te brengen. Zo kunnen we binnen de beschikbare middelen zoveel mogelijk publieke impact blijven maken. De Publieke Omroep moet hiervoor programma's schrappen die soms jarenlang te zien waren. Dat is pijnlijk en het leidt tot banenverlies, maar we blijven met onze blik op de toekomst gericht.

Korting van ruim 110 miljoen

Het oorspronkelijke voornemen van het kabinet-Schoof was een structurele korting van 157 miljoen euro op het budget voor de publieke omroep. Het kabinet-Jetten heeft hiervan 45 miljoen euro teruggedraaid. Per saldo werkt de NPO in de Begroting 2027 daarom met een structurele korting van 112 miljoen euro. Ondanks de gedeeltelijke compensatie door het huidige kabinet is de bezuiniging nog steeds een zware opgave. De NPO vraagt bij OCW voor 2027 een budget aan van 909 miljoen euro, dat is 100 miljoen minder dan in 2026. Inclusief een aanvullende, incidentele aanvraag voor de financiering van grote sportevenementen uit de Algemene Mediareserve (AMr) bedraagt de totale aanvraag 932,6 miljoen euro.

Remmen voor de bocht

NPO en omroepen denken al geruime tijd na over de vraag hoe de bezuinigingen vanaf 2027 op te vangen. Zij zijn al in 2026 begonnen met het realiseren van besparingen ('remmen voor de bocht'). Doordat er in 2026 27 miljoen euro op de programmering is bespaard en de kosten van de NPO-organisatie met 5 miljoen zijn teruggebracht, kan in totaal 32 miljoen euro worden gebruikt om de bezuinigingen vanaf 2027 op te vangen. Daarnaast zet de NPO in 2027 41 miljoen euro aan reserves in om de omroepen de gelegenheid te geven zich te reorganiseren, de programmering aan te passen en zich voor te bereiden op de overgang naar een hervormd bestel.

Verschuiving van lineair naar on demand

Zoals gezegd blijft de Publieke Omroep ondanks het bezuinigingsperspectief zoveel mogelijk toekomstgericht opereren. Er vindt ten opzichte van 2026 een forse verschuiving plaats van het budget voor lineair media-aanbod naar on-demand en online aanbod. Het budget voor on-demand en online aanbod neemt in 2027 met 104 miljoen euro toe ten opzichte van 2026, terwijl het budget voor lineair aanbod met 180 miljoen daalt. Hiermee gaan een forse bezuiniging en de verschuiving van lineair naar online en on demand samen. Dit betekent in de praktijk een toename van het budget voor NPO Start en NPO Luister en een afname van het budget voor NPO 3.

Bezuiniging op de organisatie

De NPO grijpt structureel in op de organisatiekosten en maakt daarover meerjarige afspraken. De vergoeding voor de organisatiekosten van omroepen brengt de NPO stapsgewijs terug van 115 miljoen naar 100 miljoen euro in 2029. De NPO-organisatie zelf wordt gekort met bijna 20 miljoen euro: van 160 miljoen in 2026 naar ruim 140 miljoen. Ook hier gebruikt de NPO reserves om omroepen de ruimte te geven die besparingen op termijn te realiseren. Toen duidelijk werd dat het kabinet-Jetten een deel van de eerder ingezette besparing op de publieke omroep wil terugdraaien, hebben NPO en omroepen ervoor gekozen de besparing op organisatiekosten en overhead te handhaven op het oorspronkelijke niveau. Dit betekent dat de Publieke Omroep het bedrag van 45 miljoen euro dat het huidige kabinet van de bezuinigingen terug wil draaien, volledig ten gunste van de programmering laat komen.

Een sterke publieke omroep

De begrotingscijfers in dit document zijn het resultaat van intensief overleg tussen de omroepen en de NPO. Daarbij heeft iedere organisatie zijn verantwoordelijkheid genomen en een bijdrage geleverd aan de bezuinigingen. Omroepen en NPO gingen hierbij pijnlijke keuzes niet uit de weg en hielden steeds het gemeenschappelijk belang van een sterke publieke omroep met een pluriform aanbod in het vizier. De Publieke Omroep heeft voor het jaar 2027 en de jaren erna de moeilijke opdracht met minder middelen een breed publiek te blijven bereiken. Soms vertaalt zich dat in hoge bereikcijfers van programmering die voor veel verbinding zorgt. Net zo vaak vertaalt zich dat in programma's waarvan de kwaliteit zich niet in bereikcijfers laat uitdrukken, maar in andere aspecten van publieke waarde. De Publieke Omroep staat in 2027 voor de uitdaging die balans te blijven bewaken.



Van lineair naar on demand

Voorwoord

2027 is het jaar waarin twee grote opgaven samenkomen. Enerzijds voeren wij de forse besparingen uit die van de publieke omroep worden gevraagd, anderzijds gaan wij door met de noodzakelijke transformatie: naar een publieke omroep die aansluit bij het veranderende mediagedrag van ons publiek.

De keuzes die we maken moeten niet alleen antwoord geven op de financiële uitdagingen van vandaag, maar ook bijdragen aan een sterke en relevante publieke omroep voor de toekomst. Juist in een periode van financiële druk houden wij vast aan ons gezamenlijke doel: een publieke omroep die relevant blijft voor alle Nederlanders, door verder te digitaliseren en door nieuwe generaties en doelgroepen met uiteenlopende achtergronden beter te bedienen.

Onze koers is helder: wij bieden content aan die impact heeft en die publieke waarde toevoegt. De waarde van goed aanbod zit niet alleen in de content zelf, maar vooral in de impact op de mensen die we hiermee bereiken. Dit vraagt om bewuste keuzes: het juiste aanbod, op de juiste plekken, voor het juiste publiek. Die keuzes zijn soms ingrijpend voor programma's, makers, omroepen en publiek, maar noodzakelijk om de publieke omroep toekomstbestendig te houden.

"Ook onder uitdagende omstandigheden blijven wij investeren in kwaliteit, pluriformiteit en maatschappelijke relevantie."



Lucien Brouwer en Jet de Ranitz, Raad van Bestuur NPO

NPO Start en NPO Luister vervullen een centrale rol in onze strategie. Met een sterke content- en programmeerstrategie verankeren wij deze platformen steeds steviger in de mediabehoefte van alle Nederlanders. Door gebruiksgemak en persoonlijke aanbevelingen op een publieke manier te verbeteren, creëren wij de ideale omgeving voor een pluriform, betrouwbaar en waardevol media-aanbod.

Tegelijkertijd blijven wij zoeken naar mogelijkheden om de gevolgen van de bezuinigingen voor het media-aanbod te beperken. Door verdere samenwerking binnen het bestel, meer specialisatie, meerjarenafspraken en efficiëntere organisatievormen besparen we kosten en zetten we middelen zo effectief mogelijk in.

Het succes van deze opgaven staat of valt met samenwerking. Samen met de omroepen blijven wij werken aan een brede, onafhankelijke en betrouwbare publieke omroep die er voor iedereen is. Ook onder uitdagende omstandigheden blijven wij investeren in kwaliteit, pluriformiteit en maatschappelijke relevantie.

Zo bouwen wij gezamenlijk aan een publieke omroep die meebeweegt met de tijd, stevig geworteld blijft in de samenleving en bijdraagt aan verbinding, begrip en vertrouwen. Een publieke omroep van en voor Nederland, met een onmisbare publieke waarde en impact voor alle generaties.

Raad van Bestuur NPO,
Jet de Ranitz en Lucien Brouwer

1. Ambities en vooruitblik 2027

Hoe blijft de Publieke Omroep zijn mediaopdracht vervullen in tijden van bezuinigingen? En welke accenten bepalen daarbij de strategische kaders voor het jaar 2027? Dat beschrijven wij in dit hoofdstuk.



Inleiding

De publieke omroep staat voor ingrijpende uitdagingen. 2027 is het jaar waarin de voorgenomen besparingen op de publieke omroep hun beslag krijgen en we toewerken naar een nieuw bestel per 2029 met vijf omroephuizen, waarvan één huis met taakomroepen. Hoe bepalend deze onderwerpen in de komende jaren ook zijn, de uitvoering van onze publieke taak en de vervulling van onze maatschappelijke rol blijven voor ons bovenaan staan. Dat laten we elke dag zien. Van het brengen van betrouwbare informatie en achtergronden, cultuur en educatie, tot het verbinden van Nederland rond (inter)nationale evenementen; de publieke omroep fungeert nog elke dag als een onmisbaar baken in het leven van miljoenen Nederlanders.

Het kabinet-Jetten heeft een deel van de bezuinigingen ingetrokken. Van de eerder aangekondigde 156,7 miljoen euro (exclusief index) draait het kabinet vanaf 2027 een bedrag van 45 miljoen euro terug. Dankzij dit besluit kunnen we de besparingen van 22 miljoen euro die we in onze meerjarenramingen oorspronkelijk voor 2029 hadden voorzien, laten vervallen. Het resterende deel van 23 miljoen euro investeren we vanaf 2027 in de programmering voor het behoud van een sterke publieke omroep.

Toch staat de publieke omroep in 2027 nog steeds voor een enorme bezuinigingsopdracht. Daarbij zitten we midden in een transitie, waarin aandacht en middelen verschuiven van (hoofdzakelijk) lineaire platformen naar (on-demand) streaming, online en social. We kiezen er daarom voor de bezuiniging te implementeren in lijn met die strategie, en deze dus niet proportioneel te verdelen over platformen, omroepen of genres. Het gevolg is dat er stevige keuzes zijn gemaakt die pijnlijk zijn voor het publiek, de makers, de titels en de omroepen. Deze keuzes zijn in overleg met de omroepen gemaakt. Dit is een precair en soms pijnlijk proces geweest, waarbij we onze publieke mediaopdracht zoveel mogelijk in het oog hebben gehouden. In hoofdstuk 2 gaan we hier uitgebreider op in.

In 2026 is al gestart met de voorbereiding op deze bezuiniging en is gespaard om de bezuiniging van 2027 enigszins op te vangen. Zowel voor de NPO-organisatie zelf als in ons media-aanbod maakten we keuzes die leidden tot besparingen in 2026 van respectievelijk 5 miljoen en 27 miljoen euro. De in 2026 vrijgevallen middelen zetten we samen met overige beschikbare gelden de komende jaren in om de bezuinigingen gefaseerd te kunnen opvangen.

Door de druk op het budget, mede als gevolg van bezuinigingen, zijn scherpe keuzes nodig. Daarom richten we onze middelen, capaciteit en aandacht op die plekken waar ze het meest bijdragen aan publieke waarde, bereik en toekomstbestendigheid. We hebben voor de extra ambities in onze begroting een versnellingsbudget opgenomen van 11,7 miljoen euro, waarvan 6,7 miljoen structureel en 5 miljoen incidenteel.

Ons uitgangspunt blijft daarbij dat in de totale optelsom van al ons aanbod iedere Nederlander media moet kunnen vinden die relevant en waardevol is. Dit doen we door het bieden van gezamenlijke ervaringen die een groot deel van de samenleving verbinden, en het bedienen van specifieke doelgroepen en mensen die we nu nog onvoldoende bereiken. De ondemandplatformen NPO Start en NPO Luister ontwikkelen zich daarbij verder tot de centrale digitale thuisbasis waar het publieke aanbod samenkomt. Dankzij een sterke content- en programmeerstrategie worden deze platformen steeds nadrukkelijker onderdeel van de dagelijkse mediaroutine van alle Nederlanders.

Daarbij verschuift de focus geleidelijk van bereik naar het belang van het ontwikkelen van duurzame relaties met het publiek. Dat vraagt om gerichte investeringen in communities, personalisatie en een beter verbonden ecosysteem. Data, AI en impact spelen hierin een cruciale rol. Door deze instrumenten bewust in te zetten, kan de publieke omroep beter sturen op publieke waarde, relevantere aanbevelingen doen en meer inzicht krijgen in het effect van het aanbod op verschillende doelgroepen. Dat is een van de redenen dat we via een versnellingsbudget structureel middelen inzetten om deze ontwikkelingen aan te jagen.

Strategische kaders voor 2027

NPO Start en NPO Luister als publieke thuisbases

In de optelsom van het gehele aanbod wil de publieke omroep alle Nederlanders bereiken. Daarbij hanteren we een duidelijke platformvisie, waarin NPO Start en NPO Luister een centrale rol vervullen. Het blijft daarbij onze ambitie uit te groeien tot een top-3 content- en streamingdienst. Om die ambitie waar te maken, zetten we de digitale transitie die in 2026 al centraal stond in onze zender- en platformstrategie in 2027 door. Concreet betekent dit een verdere versterking van NPO Start en NPO Luister als de centrale platformen van de NPO. Ons streven is daarbij vanzelfsprekend de streamingdienst te zijn met de meeste publieke waarde, bijvoorbeeld met functionaliteiten voor mensen met een beperking en met een breed, pluriform aanbod. De technische doorontwikkeling van deze platformen heeft daarbij absolute prioriteit. We blijven investeren in gebruiksgemak, functionaliteiten en beschikbaarheid, zodat we die top-3 positie daadwerkelijk zullen bereiken. Tegelijkertijd leggen we in de programmeerstrategie meer nadruk op digitaal, onder meer door sterker in te zetten op 'Start first-titels': fictie- en documentaire-titels die eerst op NPO Start verschijnen voordat ze lineair te zien zijn. Hiervoor doen we sinds 2025 forse investeringen en die blijven ook in 2027 noodzakelijk. Het budget voor NPO Start en NPO Luister stijgt dan ook met 112 miljoen euro ten opzichte van 2026.

Inzetten op relatie

We bevinden ons in een periode van ingrijpende maatschappelijke veranderingen. Hoewel de ervaren sociale samenhang gemiddeld stabiel blijft, worden verschillen tussen groepen - zoals praktisch en theoretisch opgeleiden, arm en rijk, en progressief en conservatief - steeds scherper en meer voelbaar. Tegelijkertijd groeit bij veel mensen de behoefte aan duurzame verbinding, verdieping en aan verhalen die houvast bieden en het gevoel van samenhang versterken. Wij geven hier in 2027 gehoor aan door ons brede bereik zoveel mogelijk te behouden en nadrukkelijker te sturen op het creëren van duurzame relaties met ons publiek. Dit doen we door aanbod en vorm beter af te stemmen op de verschillende platformen en behoeften, door het programmeren van livestreams rond specifieke thema's en door actief de verbinding te zoeken via (online) communities. Daarbij zijn we zoveel mogelijk aanwezig waar het publiek is: zowel op onze eigen platformen als op die van derden. Een duurzame relatie vraagt niet alleen om ontmoetingsplekken, maar ook om een beter verbonden publiek ecosysteem. Een belangrijk instrument hiervoor is het zogeheten NPO-id, waarvan we het gebruik binnen het gehele publieke omroep-ecosysteem blijven stimuleren. Door ons publiek de mogelijkheid te bieden in te loggen, kunnen we de gebruikerservaring verbeteren, zowel op NPO Start, de omroepportals als in onze apps. Tegelijkertijd helpt het ons om het publiek beter te begrijpen en persoonlijker te bedienen. Door ons publieke algoritme zorgvuldig en verantwoord in te zetten, kunnen we het brede en pluriforme aanbod beter laten aansluiten op de interesses van gebruikers en hen duurzamer verbinden aan omroepen en de NPO. Daarbij staat voorop dat we veilig omgaan met gebruikersgegevens, die we niet buiten de publieke omroep delen.

Data, AI en impact als publiek kompas

AI verandert de manier waarop content wordt gemaakt, verspreid en gevonden. De mogelijkheden ervan verkleinen bijvoorbeeld het gat tussen professionele, kostbare producties en user-generated content. Hierdoor ontstaat er druk op het traditionele onderscheid in productiekwaliteit, terwijl juist daarin de kracht van traditionele mediapartijen ligt. Maar AI biedt ook kansen om publieke media toegankelijker, relevanter en effectiever te maken. Daarbij staat AI niet op zichzelf, maar is het onderdeel van een bredere beweging waarin ook data, metadata en impactmeting belangrijker worden. Daarom investeren we in kennisontwikkeling en innovatie op deze gebieden, ook in tijden van bezuinigingen. In 2027 maken we hiervoor 1,3 miljoen extra vrij, bovenop wat we in 2026 al deden. Door data, AI, metadata en impactmeting bewust in te zetten, versterken we onze publieke dienstverlening en kunnen we beter sturen op publieke waarde. Deze inzet ondersteunt betere programmering, slimmere curatie, relevantere aanbevelingen, sterkere verantwoording en meer inzicht in wat ons aanbod betekent voor verschillende groepen in de samenleving.

Onderbereikte doelgroepen als toetssteen

Als publieke omroep hebben we de verantwoordelijkheid alle groepen in de samenleving te blijven bereiken en verbinden. We willen mensen van jong tot oud in aanraking brengen met content met publieke waarde en daarmee onze relevantie op de lange termijn borgen. Daarbij geven we nadrukkelijk strategische prioriteit aan onderbereikte doelgroepen. Hieronder verstaan we jongeren (13-34 jaar), praktisch opgeleiden en biculturele Nederlanders. Uit publieksonderzoek blijkt dat het bereik onder deze doelgroepen achterloopt ten opzichte van andere groepen. Dit vraagt om een gerichtere aanpak; een sterke socialmediastrategie speelt hierin een cruciale rol. Goede social content is soms de enige kans om in beeld te komen bij groepen die weinig gebruikmaken van lineaire en on-demand publieke media. Die kans willen we benutten, ook als dat betekent dat we op social media relatief minder inzetten op het trouwe publiek dat ons al veelvuldig weet te vinden.

Daarnaast kiezen we in 2027 voor een vernieuwde festivalstrategie die volledig inzet op het aantrekken van nieuwe doelgroepen, met name jongeren, via digitale kanalen als NPO Start en NPO Luister. Om jongeren effectiever en consistenter te koppelen aan NPO Start, is in 2026 al de naam en publicatiestrategie van NPO3.nl aangepast naar NPO Start Next. Via deze aanpak bedienen we verschillende doelgroepen op sociale media met passende kanalen en content. Deze koers zetten we in 2027 voort en vraagt om een verdere verschuiving van middelen. Zo verleggen we binnen het eerdergenoemde budget voor On Demand een bedrag van 30 miljoen euro van NPO 3 naar NPO Start. Daarnaast verschuiven we in 2027 opnieuw meer budget van lineair naar online: 10 miljoen euro meer dan in 2026. De gedachte hierachter is dat we ons online- en socialmediabereik verder kunnen vergroten, terwijl we lineair onze doelgroepen sowieso al goed bereiken.

Zichtbaar, vindbaar en herkenbaar in het hele ecosysteem

Een klein aantal internationale technologiebedrijven domineert het medialandschap steeds meer. Zij bepalen in hoge mate de infrastructuur, de distributie en de zichtbaarheid van het media-aanbod. Voor de publieke omroep staat hierbij één uitdaging centraal: het bereiken van het publiek waar het zich bevindt, en tegelijkertijd zeggenschap behouden over publieke waarden, data en redactionele autonomie. In de samenhang tussen content en distributie maken we daarom steeds de afweging wat het meest bijdraagt aan onze publieke taak. Op lineaire kanalen zetten we in op gezamenlijke ervaringen en het bereiken van een trouw en breed publiek. On demand bouwen we aan vaste mediaroutines en het binden van specifieke doelgroepen, door gerichte en meer persoonlijke aanbevelingen te doen, met oog voor pluriformiteit, toegankelijkheid en publieke waarde.

Tegelijkertijd moet de publieke omroep ook zichtbaar zijn op platformen van derden. Juist daar kunnen we doelgroepen die we nu minder goed bereiken in aanraking brengen met publieke content en waarden. De publieke omroep trekt daarin actief samen op met andere (media)organisaties en partners, om te verkennen hoe publieke waarden het best gewaarborgd kunnen worden in een digitaal landschap. Daarvoor investeren we in een sterke distributiestrategie, noodzakelijke zichtbaarheid en vindbaarheid (due prominence), publiek-private samenwerking en slimme routes van externe platformen naar publieke omgevingen.

Maatschappelijk verantwoord

Ambities kunnen we alleen waarmaken als we als organisatie de juiste randvoorwaarden scheppen. We staan als publieke omroep midden in de maatschappij en vinden het belangrijk ons op een verantwoorde manier te verhouden tot die maatschappij en de leefomgeving. We hebben daarvoor in 2025 een aantal specifieke aandachtsgebieden benoemd op het gebied van duurzaamheid en aandacht voor mens en milieu. In 2025 zijn we begonnen met de verslaglegging hiervan. Hier gaan we mee verder in 2026 en 2027.

Een groenere mediasector

Als publieke mediaorganisatie nemen we verantwoordelijkheid voor klimaatdoelen en een duurzamere samenleving. Binnen het publiek-private Consortium Groen Produceren werken we samen met publieke en commerciële partijen in de Nederlandse mediasector - waaronder RTL, Talpa, producenten en het Nederlands Filmfonds - aan het verkleinen van onze ecologische voetafdruk. Daarbij verschuift de focus van certificering naar daadwerkelijke CO_2-reductie, ondersteund door uniforme meet- en rapportagestandaarden en praktische instrumenten voor gebruik in de sector.

De huidige CO_2-calculatietool ALBERT is lange tijd gebruikt als standaard om de uitstoot van producties inzichtelijk te maken en te certificeren. Per juli 2026 stopt ALBERT met het certificeren van Nederlandse producties en worden geen nieuwe licenties meer verstrekt. Daarmee ontstaat ruimte voor vernieuwing. Om het inzicht in en de sturing op verduurzaming te behouden en verder te verbeteren, zetten we sectorbreed in op een nieuwe, gebruiksvriendelijke tool (Green Producers Club), die beter aansluit bij de praktijk en actief bijdraagt aan bewustwording en CO_2-reductie.

Parallel ontwikkelen partijen binnen het consortium een gezamenlijk Content Carbon Framework, waarin we uniforme en controleerbare afspraken vastleggen over het meten en rapporteren van CO_2-uitstoot van producties. Daarnaast werken we aan een Benelux Ecologische Standaard die richting geeft aan duurzame keuzes binnen producties. We versterken deze aanpak door intensieve kennisdeling tussen omroepen, producenten en experts, zodat inzichten, tools en best practices breder worden toegepast en verduurzaming verder versnelt.

Door actief deel te nemen aan deze publiek-private samenwerking draagt de Publieke Omroep bij aan het ontwikkelen van een gezamenlijke standaard voor de sector en geven we invulling aan onze voorbeeldfunctie door zichtbaar leiderschap te tonen op het gebied van duurzaamheid.

Sociale veiligheid

We hebben hard gewerkt aan een veiligere cultuur en stevigere structuren binnen de publieke omroep. Er is veel veranderd, en daar mogen we trots op zijn. Maar hiermee kunnen we dit onderwerp niet afstrepen. Sociale veiligheid vraagt blijvende aandacht en dialoog, die we in 2027 dan ook zullen voortzetten.

De implementatie van de maatregelen uit het gezamenlijke, overkoepelende plan van aanpak sociale veiligheid binnen de publieke omroep, gebaseerd op de conclusies en aanbevelingen uit het Rapport Van Rijn, is afgerond. Veel van deze maatregelen hebben echter een structureel karakter en blijven ook in 2027 (en daarna) om continue aandacht, zorg en passende middelen vragen.

Sinds 2025 zijn de overkoepelende vertrouwenspersonen en de klachtencommissie actief. Zij hebben inmiddels hun eerste jaarverslag uitgebracht. Dit verslag biedt verdere inzichten en aanknopingspunten voor versterking van de sociale veiligheid.

Daarnaast blijven we ons vanzelfsprekend committeren aan het Mediapact Respectvol Samenwerken.

2. Begroting en budgetaanvraag 2027

Dit hoofdstuk bevat de begroting op hoofdlijnen en de formele budgetaanvraag van de Publieke Omroep. De mediawet schrijft voor uit welke onderdelen die budgetaanvraag moet bestaan; die lichten we in dit hoofdstuk toe.



Bezuinigingen 2026-2029

Het kabinet-Schoof heeft voor 2027 een korting van 156,7 miljoen euro op de rijksmediabijdrage voor de landelijke publieke omroep in de rijksbegroting opgenomen. Het huidige kabinet-Jetten wil deze korting met 45 miljoen euro terugdraaien. De minimale rijksmediabijdrage ligt vast in de Mediawet 2008. Het wetsvoorstel waarmee de rijksmediabijdrage moet worden aangepast, is op 13 juli 2026 ingediend voor wetsbehandeling in de Tweede en Eerste Kamer.

Om ons moverende redenen, en onder voorbehoud van alle rechten, dienen wij desondanks een begroting in die uitgaat van het door OCW aan ons meegegeven financiële kader. Dit kader behelst een korting van 111,7 miljoen euro op de bijdrage van OCW. Daarbij wordt uitgegaan van het prijspeil 2025, waardoor ook de wettelijke indexering op dit bedrag (9,6 miljoen euro) achterblijft. We merken hierbij op dat de raad van bestuur van de NPO en het College van Omroepen op 3 november 2025 in een gezamenlijke brief hun visie hebben gegeven op het voorstel tot wijziging van de Mediawet 2008, die de voorgenomen bezuinigingen moet effectueren.

In de Begroting 2026 schreven wij dat we ons in 2026 al zouden voorbereiden op deze bezuiniging. Zowel aan de kant van de NPO-organisatie als in de toewijzing van het programmabudget aan omroepen zijn keuzes gemaakt die besparingen hebben opgeleverd van respectievelijk 5 miljoen euro en 27 miljoen euro. Door deze middelen de komende jaren incidenteel in te zetten, zijn we in staat fasering aan te brengen in de bezuinigingen. Dit is noodzakelijk omdat het tijd kost de organisatie te kantelen, de programmering aan te passen en ons voor te bereiden op de hervorming van het bestel. De vrijgevallen middelen in 2026 zetten wij, samen met overige gelden, de komende jaren incidenteel in om de bezuinigingen gefaseerd op te vangen (zie tabel 8 meerjarenraming).

Doordat het nieuwe kabinet 45 miljoen euro als gedeeltelijke compensatie van het oorspronkelijke bezuinigingsbedrag structureel beschikbaar stelt, kunnen we de eerder voorgenomen besparingen op het mediabudget voor 2029 met een bedrag van 22 miljoen euro laten vervallen. Het overige deel van de teruggedraaide bezuiniging van 45 miljoen euro - 23 miljoen euro - investeren we vanaf 2027 structureel in de programmering voor het behoud van een sterke publieke omroep.

Tabel 1 laat zien hoe de (structurele) besparingen op de verschillende categorieën de komende jaren in stappen toenemen:

Tabel 1. Incrementele besparingen op onderdelen in de tijd (in € 1 mln.)

x € 1 mln.	BG2026	2026	2027	2028	2029	Totaal
Mediabudget	731,0	-27,0	-70,0	0,0	-22,0	**-119,0**
NPO	161,9	-5,0	-4,6	-7,5	0,0	**-17,1**
Organisatiekosten omroepen (OK)	116,6	0,0	-7,5	-3,5	-4,6	**-15,6**
Verhoging overige baten	n.v.t.	0,0	-5,0	0,0	0,0	**-5,0**
Subtotaal	**1.009,4**	**-32,0**	**-87,1**	**-11,0**	**-26,6**	**-156,7**
Investeringen programmering		0,0	23,0	0,0	22,0	**45,0**
Totaal		**-32,0**	**-64,1**	**-11,0**	**-4,6**	**-111,7**

Ondanks de tegemoetkoming van het nieuwe kabinet van 45 miljoen euro staat de publieke omroep voor een enorme bezuinigingsopdracht. Waar in 2026 al een start was gemaakt met keuzes in de programmering, vindt in 2027 de grootste bezuiniging plaats. Veel bekende en gewaardeerde programmatitels die al jaren deel uitmaken van ons aanbod, zoals 3 op Reis, First Dates en Zomergasten, zullen verdwijnen. In hoofdstuk 3 geven we een nadere toelichting op de programmering en de ijkpunten voor het komende jaar in het licht van de bezuinigingen.

Ook op de organisatiekosten (OK) van de omroepen en de NPO vinden forse besparingen plaats. Zowel de omroepen als de NPO bereiden zich daarbij voor op het nieuwe bestel, waarbij een verdere versobering van ondersteunende taken passend is.

Frictiekosten

De Publieke Omroep zal als gevolg van de structurele bezuiniging te maken krijgen met frictiekosten, zoals incidentele kosten vanwege reorganisaties en het schrappen van programma's en activiteiten.

De minister heeft in lijn met vorige bezuinigingen een frictiekostenregeling opgesteld en zal naar verwachting daarvoor vanuit de Algemene Mediareserve (AMr) een bijdrage ter beschikking stellen. Daarmee kan de Publieke Omroep een deel van de frictiekosten die ontstaan als gevolg van de bezuinigingen, bekostigen. Dat is in lijn met een van de specifieke wettelijke bestemmingen van de AMr. Omroepverenigingen met een verenigingsvermogen van meer dan 1,5 miljoen euro worden daarbij geacht 50% van deze incidentele kosten zelf te financieren.

De eerste aanvragen voor een financieringsbijdrage zijn op 1 september 2026 bij het Commissariaat voor de Media ingediend. De frictiekostenregeling is vooralsnog van kracht voor de periode van 2025 tot en met 2028.

OCW-budget 2026-2027

Tabel 2 geeft de incrementele mutaties op het OCW-budget per onderdeel weer ten opzichte van de budgetaanvraag 2026. Naast eerdergenoemde besparingen wordt mediawettelijk het budget geïndexeerd en vinden er enkele technische mutaties en verschuivingen plaats.

Tabel 2. Verloop OCW-budget 2026-2027 (in € 1.000)

x € 1.000	Media	OK	CoBO	NPO	Totaal	
Budgetaanvraag 2026	**722.242**	**116.600**	**8.710**	**161.863**	**1.009.415**	
Correctie index 2026	-1.740	0	-19	0	**-1.759**	
Besparingen 2026	-27.000	0	0	-5.000	**-32.000**	**111,7 mln euro**
Besparingen 2027	-70.000	-7.500	0	-4.636	**-82.136**	
Investeringen programmering 2027	23.000	0	0	0	**23.000**	
Correctie via overige baten 2027	-2.000	0	0	-3.000	**-5.000**	
Besparingen 2028	0	-3.500	0	-7.500	**-11.000**	
Besparingen 2029	0	-4.600	0	0	**-4.600**	
Index 2027	9.351	1.578	126	2.007	**13.062**	
Verlaging versnellingsbudget	0	0	0	-8.700	**-8.700**	
Verdeling verlaging versnellingsbudget	6.372	675	102	1.551	**8.700**	
Budgetaanvraag 2027	**660.225**	**103.253**	**8.919**	**136.585**	**908.982**	

Correctie index 2026

Bij onze budgetaanvraag voor 2026 rekenden we met een te verwachten consumentenprijsindex (CPI) van 3% op basis van de Macro Economische Verkenning (MEV) van het Centraal Planbureau (CPB). Mediawettelijk wordt de definitieve CPI in het jaar zelf vastgesteld op basis van het Centraal Economisch Plan (CEP) van het CPB. Deze CPI is lager (2,3%); dit leidt tot een structurele neerwaartse correctie van afgerond 1,8 miljoen euro.

Besparingen en investeringen

Voor 2027 gaan we uit van een verlaging van het OCW-budget van 111,7 miljoen euro. De beoogde besparingen per onderdeel per jaar staan in tabel 2. Omdat het budget al volledig in 2027 wordt verminderd, maar diverse kosten pas in 2028 en 2029 verlaagd kunnen worden, zullen we het budget incidenteel aanvullen uit eerdere reserveringen, waaronder de 32 miljoen die we in 2026 uitspaarden (zie ook paragraaf 'Begroting 2027').

Naast de beoogde investeringen op de programmering vanuit het OCW-budget, voegen we door een verhoging van de omroepbrede middelen (NPO Plus) 2 miljoen euro toe aan het onderdeel Media en 3 miljoen euro bij de NPO-organisatie. Deze laatste mutatie heft technisch de (extra) verlaging van het OCW-budget van 3 miljoen euro bij de NPO op.

Tabel 3. Totaal investeringen (in € 1.000)

x € 1.000	Media	NPO	Totaal
OCW-budget	21.000	-3.000	**18.000**
Omroepbrede middelen	2.000	3.000	**5.000**
Totaal	**23.000**	**0**	**23.000**

Index 2027

Voor 2027 gaan we uit van een CPI van 2,1% en daarnaast van een compensatie voor de huishoudensgroei. In totaal gaat het om een mutatie van 22,7 miljoen euro. De bezuiniging van 111,7 miljoen euro is gebaseerd op het prijspeil van 2025. Dit betekent dat de indexering 2025 en 2026 over dit bedrag à 9,6 miljoen euro ontbreekt. Per saldo bedraagt de indexering voor 2027 hierdoor in totaal 13,1 miljoen euro.

Omdat deze 13,1 miljoen euro de kostenstijging niet dekt, verschuift de NPO een deel van het versnellingsbudget (8,7 miljoen euro) proportioneel over alle onderdelen. Zie tabel 2.

Tabel 4. Samenvatting mutatie OCW-budget

x € 1.000	Bedrag
Budgetaanvraag OCW 2026	1.009.415
Korting rijksmediabijdrage (prijspeil 2025)	-111.736
Correctie index 2026 (consumentenprijsindex, CPI, 3,0% naar 2,3%)	-1.759
Index 2027	13.062
Budgetaanvraag OCW 2027	908.982
Aanvullende aanvraag uit de AMr voor superevenementen	23.600
Totale aanvraag 2027	**932.582**

Begroting 2027

Tabel 5 geeft de begrote beschikbare middelen 2027 per onderdeel weer en vergelijkt die op totaalniveau met de Begroting 2026.

Tabel 5. Verdeling beschikbare middelen 2027 naar onderdelen (in € 1.000)

x € 1.000	Media	OK	CoBO	NPO	Begroting 2027	Begroting 2026	Verschil
Bijdragen OCW	660.225	103.253	8.919	136.585	**908.982**	1.009.415	-100.433
Inzet reserves a.g.v. bezuiniging	20.000	8.100	0	7.500	**35.600**	-32.000	67.600
Mutatie budget ander boekjaar	-14.600	0	0	0	**-14.600**	49.342	-63.942
Omroepbrede Middelen	55.818	255	0	38.695	**94.768**	88.098	6.670
Eigen bijdragen / Bijdragen derden	40.000	0	0	1.718	**41.718**	40.719	999
Totaal beschikbare middelen	**761.443**	**111.608**	**8.919**	**184.498**	**1.066.468**	**1.155.574**	**-89.106**
Exploitatiekosten	**761.443**	**111.608**	**8.919**	**189.498**	**1.071.468**		
Saldo	**0**	**0**	**0**	**-5.000**	**-5.000**		

Bijdragen OCW

Zoals hiervoor is aangegeven is het OCW-budget verdeeld over de verschillende onderdelen en ten opzichte van 2026 verlaagd met de totale opgelegde bezuiniging.

Inzet reserves als gevolg van de bezuiniging

Hoewel het OCW-budget in 2027 al volledig wordt gekort met 111,7 miljoen euro, kan zoals gezegd het kostenniveau niet in één keer worden verlaagd. Het kost tijd om organisaties te kantelen, de programmering aan te passen en ons klaar te maken voor het nieuwe bestel vanaf 2029. Daarbij was bij het schrijven van deze begroting nog niet alles duidelijk over het nieuwe bestel. Om fasering aan te brengen in de verlaging van de kosten, zetten we de eerder vrijgespeelde middelen uit 2026, samen met overige reserveringen, de komende jaren incidenteel in. Dat geldt onder andere voor de vergoeding organisatiekosten van de omroepen (8,1 miljoen euro) en de NPO-organisatie (7,5 miljoen euro), en voor een deel van de besparing op de programmering (10 miljoen euro). Om de publieke omroep ook in tijden van bezuinigingen sterk te houden, investeren we daarnaast extra in de programmering. Dit is mede bedoeld om een verwachte daling van het bereik in 2027 te voorkomen, omdat er in dat jaar geen superevenementen zijn die over het algemeen goed bijdragen aan het bereik. Het gaat om een investering van 10 miljoen euro.

Mutatie ander boekjaar

Grote sportevenementen, zoals de Olympische Spelen en het WK/EK voetbal voor mannen, vinden plaats in de even jaren. Ter bekostiging van deze evenementen en om aanzienlijke schommelingen in het budget voor de overige programmering te voorkomen, treffen we in de oneven jaren een financiële reservering voor de kosten van de even jaren. Per saldo betekent dit dat we in 2027 een bedrag van 14,6 miljoen euro minder uitgeven en dit bedrag reserveren voor 2028.

In het jaar 2026 zijn de Olympische Winterspelen en het WK voetbal uitgezonden, waardoor de post ‘mutatie budget ander boekjaar’ hoog was. Daarnaast is in 2026 budget gegeven aan NPO BLEND en een impuls ter versterking van het podcastaanbod. Hierdoor is de mutatie 63,9 miljoen euro negatief.

Omroepbrede Middelen

De Omroepbrede Middelen (OBM) omvatten kabelgelden en opbrengsten van NPO Plus. Deze middelen besteedt de NPO aan de gemeenschappelijke taken voor het bestel en die laten in 2027 een toename van 6,7 miljoen euro zien. Deze stijging is hoofdzakelijk het gevolg van hogere opbrengsten uit NPO Plus, veroorzaakt door zowel een groei van het aantal abonnees als de beperkte verhoging van 0,54 euro van de abonnementstarieven naar 3,49 euro per maand.

Media

Voor de post Media binnen de OBM is 55,8 miljoen euro (begroting 2026: 52,1 miljoen euro) beschikbaar. Dat besteden we aan:

- NPO-fondsbudget: 19,9 miljoen euro. De onderverdeling van het NPO-fonds naar Fictie, Documentaires, de uitvoering van het talentbeleid en de samenhangende overige regelingen, is onderdeel van het mediabudget (begroting 2026: 19,5 miljoen euro);
- het borgen van een geoormerkt budget Levensbeschouwing 13,7 miljoen euro (begroting 2026: 13,4 miljoen euro);
- budget SVOD buitenlandse aankoop: 7,6 miljoen euro (begroting 2026: 5,6 miljoen euro);
- repartitie omroepen en buitenproducenten: 14,6 miljoen euro (begroting 2026: 13,6 miljoen euro).

Om de bijdrage voor de entiteit rechtenmanagement Dutch CORE te dekken, stellen we 0,2 miljoen euro als organisatiekosten aan omroepen ter beschikking (begroting 2026: 0,2 miljoen euro).

NPO

Voor de NPO is binnen de OBM een bedrag van 38,7 miljoen euro beschikbaar (begroting 2026: 35,7 miljoen euro). Dat besteden we aan:

- Gezamenlijke activiteiten voor de omroepen: 25,4 miljoen euro (begroting 2026: 25,4 miljoen euro).
  De NPO voert voor de omroepen een aantal activiteiten uit die vanuit het oogpunt van effectiviteit en efficiency beter centraal belegd kunnen worden. Gezamenlijke activiteiten zijn onder andere: aankoop van buitenlandse producties, productie en internetredactie Audio (o.a. bij evenementen), marketing en campagnes voor omroepoverstijgend aanbod, de omroepombudsman, de compliance-functionaris omroepen en ondersteuning van de Centrale Ondernemingsraad en het College van Omroepen.
- Dekking operationele kosten NPO Plus: 13,3 miljoen euro (begroting 2026: 10,3 miljoen euro). De benodigde technische investeringen voor de verdere platformontwikkeling wordt volgens afspraken tussen omroepen en NPO deels bekostigd uit NPO Plus. Daarnaast nemen de kosten voor rechten die we aan collectieve beheerorganisaties (CBO's) moeten afdragen voor de verspreiding van programma's op NPO Start en NPO Plus verder toe.

Eigen bijdragen/bijdragen derden

De inkomsten uit Eigen bijdragen en bijdragen derden zijn per saldo 0,1 miljoen euro hoger ingeschat ten opzichte van de Begroting 2026. Deze hogere inschatting is gebaseerd op resultaten in 2025 bij de NPO, verwachte lagere inkomsten van omroepen voor programmabladen en hogere inkomsten uit de exploitatie van rechten.

Exploitatiesaldo NPO

Om de ambities voor on demand en online te blijven versnellen, zet de NPO in 2027 5 miljoen euro uit de eigen reserves in.

Organisatiekosten 2026-2029

Kosten die niet direct samenhangen met de kernactiviteiten en betrekking hebben op ondersteunende activiteiten, rekenen we tot de organisatiekosten. De organisatiekosten van de omroepen zijn onder te verdelen in de volgende categorieën:

- Generieke overhead, waaronder directie, beleid & strategie, financiën & inkoop, personeelszaken, communicatie en juridische zaken;
- mediaspecifieke overhead, waaronder coördinatie programmering en intekening, marktonderzoek en idee- en conceptontwikkeling;
- huisvesting, waaronder gebouwkosten, inventaris, automatisering en werkplekondersteuning;
- overige ondersteunende kosten.

Voor de NPO-organisatie hanteren we op basis van toerekeningen een soortgelijke definitie (zie hoofdstuk 3, onderdeel NPO). Naast ondersteuning voor de organisatie (huisvesting, werkplekondersteuning, financiën, personeelszaken en interne communicatie) hanteert de NPO-organisatie de categorie bestuur & beheer. Hieronder vallen de kosten van de raad van bestuur, directie, medewerkers van het programmeerproces en de kosten die we maken om publieksinzichten te verkrijgen.

We bezuinigen zowel op de organisatiekosten van de NPO-organisatie als op de vergoeding van organisatiekosten aan omroepen. Dit leidt tot een verdere versobering van de ondersteunende taken. Tabel 6 maakt inzichtelijk wat het procentuele aandeel in 2027 is van de organisatiekosten op het totaal. Omdat de totale kosten van de publieke omroep in even jaren hoger zijn vanwege superevenementen, vindt voor de juiste bepaling van het procentuele aandeel een correctie plaats op de meerkosten, zodat de jaren onderling beter met elkaar vergeleken kunnen worden.

Tabel 6. Organisatiekosten omroepen en NPO (in € 1 mln.)

x € 1 mln.	**2027**	**2026**
Vergoeding OK omroepen	111,6	116,8
Bestuur en Beheer NPO	22,9	23,5
Ondersteuning NPO	19,5	19,9
Totale organisatiekosten	**154,0**	**160,2**
Totale kosten[1]	**1.086,0**	**1.106,0**
Percentage	14,2%	14,5%

1. Exclusief mutatie budget t.b.v. kosten Superevenementen, zie meerjarenoverzicht.

De totale organisatiekosten bedragen 154,0 miljoen euro in 2027 en zijn daarmee een kleine 7 miljoen euro lager dan in 2026. Ten opzichte van de totale kosten komt dat neer op een aandeel van 14,2% (2026: 14,5%).

De reorganisatie en besparingen bij de NPO vinden al in 2026 plaats en lopen in 2027 en 2028 nog door (zie ook tabel 1). Dit geldt ook voor de organisatiekosten(vergoeding) van de omroepen. Ondanks het terugdraaien van de opgelegde korting op het OCW-budget met 45 miljoen euro, is de eerder vastgestelde bezuiniging op de organisatiekosten gehandhaafd. Hierdoor besparen we relatief meer op de organisatiekosten dan op het mediabudget.

De kaders en randvoorwaarden uit wet- en regelgeving vormen samen het instrumentarium en de prikkel om te bevorderen dat omroepen kritisch kijken naar reductie van hun organisatiekosten. Daarbij gaat het onder andere om de Wet Normering Topinkomens (WNT), de regeling Beloning Presentatoren Publieke Omroep (BPPO) en om de wettelijke opdracht middelen doelmatig te besteden en organisaties sober, doelmatig en evenwichtig in te richten. Ook een transparante verantwoording draagt hieraan bij.

In tabel 7 is de onderverdeling van de organisatiekostenvergoeding voor de omroepen weergegeven in overeenstemming met de bindende regeling organisatiekosten van de NPO. Vergoedingen vanuit de omroepbrede middelen vallen buiten deze regeling en zijn daarom in deze tabel buiten beschouwing gelaten.

Tabel 7. Verdeling organisatiekostenvergoeding per omroep in 2027 (in € 1.000)[2]

x € 1.000	OK-vergoeding	Per samenwerkingsomroep
AVROTROS	11.317	15.054
PowNed	3.737	
BNNVARA	11.317	
KRO-NCRV	11.317	
MAX	7.580	11.317
WNL	3.737	
VPRO	7.580	11.317
HUMAN	3.737	
EO	8.037	
Ongehoord Nederland	1.067	
Omroep Zwart	1.067	
Subtotaal	**70.493**	
NOS	28.802	
NTR	12.058	
Totaal	**111.353**	

2. Exclusief Omroepbrede Middelen (OBM).

Meerjarenraming 2027-2031

Volgens artikel 2.147 van de mediawet geeft de NPO niet alleen inzicht in de financiële middelen die voor 2027 nodig zijn om zijn taken uit te voeren, maar ook een raming voor de daaropvolgende vier jaar (2028 t/m 2031).

Tabel 8. Begroting 2027 en raming budget 2028 t/m 2031 (in € 1 mln.)

x € 1 mln.	BG 2026	BG 2027	2028	2029	2030	2031
Bijdragen OCW	1.009	909	933	954	994	1.029
Inzet reservering a.g.v. bezuiniging	-32	35	13	0	0	0
Mutatie budget ander boekjaar	49	-15	35	-30	30	-30
Omroepbrede Middelen (OBM)	88	95	100	105	110	115
Eigen bijdragen	41	42	40	38	36	34
Totaal beschikbare middelen	**1.155**	**1.066**	**1.121**	**1.067**	**1.170**	**1.148**
Verwachte kosten	1.155	1.071	1.128	1.084	1.170	1.148
Saldo	**0**	**-5**	**-7**	**-17**	**0**	**0**

De verlaging van de rijksmediabijdrage van 111,7 miljoen euro is in dit overzicht verwerkt. Voor de jaren 2028 en verder is rekening gehouden met een groei van het OCW-budget op basis van de door het CPB verwachte consumentenprijsindex voor deze jaren.

Zoals hiervoor beschreven zetten we eerder gereserveerde gelden in om de bezuinigingen te kunnen faseren. Omdat het laatste deel van de besparing op de organisatie in 2029 plaatsvindt, zetten we in 2028 nog 4,6 miljoen euro incidenteel in om de totale korting op te kunnen vangen. Daarnaast zetten we uit reserveringen 8 miljoen euro in om de publieke omroep ook in tijden van bezuinigingen sterk te houden.

In 2028 en daarna vinden grote sportevenementen plaats zoals het EK voetbal mannen (2028) en vrouwen (2029) en de Olympische Spelen. De NPO reserveert in het jaar ervoor het budget om deze grote sportevenementen in een volgend uitzendjaar te kunnen financieren. Tot en met medio 2028 wordt de eerder ontvangen bijdrage uit de Algemene Mediareserve (AMr) voor de dekking van meerkosten van sportevenementen ingezet. Bij gelijkblijvende programmering van deze grote sportevenementen zal in de jaren 2028 en 2029 een incidenteel tekort ontstaan (in totaal afgerond 24 miljoen euro) dat de NPO niet kan dekken uit overige middelen. In de periode vanaf 2030 financieren we de zogenoemde superevenementen volledig uit de beschikbare middelen, maar in 2028 en 2029 is sprake van een incidenteel tekort.

Naar verwachting nemen de omroepbrede middelen toe (+5%), met name vanwege een groei van het aantal Plus-abonnees van NPO Start. Daarentegen verwachten we dat de resultaten op neven- en verenigingsactiviteiten dalen (-5%) door een afnemend aantal abonnees van programmabladen en dalende bijdragen van omroepleden.

Budgetaanvraag 2027

De publieke omroep vraagt in totaal een budget van 932,6 miljoen euro voor 2027 aan. In deze tabel maken we een vergelijking met de budgetaanvraag 2026.

Tabel 9. Budgetaanvraag 2027 (in € 1.000)

Artikel x € 1.000		**Budgetaanvraag 2027**	**Budgetaanvraag 2026**
2.149, lid 1, sub a	Omroepverenigingen met erkenning	236.598	260.442
2.149, lid 1, sub b	Omroepverenigingen met voorlopige erkenning	7.897	8.681
2.149, lid 1, sub c	NOS	139.565	152.356
2.149, lid 1, sub d	NTR	58.819	64.158
	Totaal zendgemachtigden	**442.879**	**485.637**
2.149, lid 1, sub f	Programmaversterking	329.518	361.915
	Totaal programmabudget	**772.397**	**847.552**
2.149, lid 1, sub e	NPO	136.585	161.863
	Totaal OCW-budget	**908.982**	**1.009.415**
2.166, lid 1, sub c en 2.167, lid 1, sub a	Aanvraag meerkosten Superevenementen (SE)	23.600	0
	OCW-budget inclusief meerkosten SE	**932.582**	**1.009.415**

Het totaal aangevraagde OCW-budget bedraagt afgerond 908,9 miljoen euro, waarvan 772,4 miljoen euro programmabudget. Het programmabudget is inclusief het budget voor het Coproductiefonds Binnenlandse Omroep (CoBO) van 8,9 miljoen euro (inclusief 2,6 miljoen euro inzake het speelfilmconvenant). Daarnaast is in het aangevraagde OCW-budget van de NPO een bedrag van 1,2 miljoen euro opgenomen voor audiodescriptie.

Aanvraag meerkosten superevenementen

Topsport hoort bij de publieke omroep en de publieke omroep heeft daarin ook een (wettelijke) taak. Voor 2027 vragen we 23,6 miljoen euro aan voor evenementen die gedurende deze (verlengde) concessieperiode plaatsvinden. Het gaat hierbij om de niet gedekte (rechten)kosten van het WK voetbal vrouwen, de kwalificatiewedstrijden van het Nederlands elftal, het EK voetbal mannen en de Olympische Zomerspelen. Daarbij gaan wij uit van gelijkblijvende programmering van deze grote sportevenementen. De NPO reserveert budget in een oneven jaar om deze grote sportevenementen in een volgend uitzendjaar te kunnen financieren. Desondanks zijn de kosten hoger dan het beschikbare budget. De afgelopen jaren kon de NPO rekenen op een bijdrage van OCW uit de AMr.

In het meerjarenkader kijkt de NPO niet alleen naar de besparingsopdracht als gevolg van de opgelegde bezuiniging van het kabinet, ook zorgt zij voor een structurele oplossing voor de bekostiging van de superevenementen vanaf 2030. Tot die tijd heeft de NPO alle beschikbare middelen nodig om de opgelegde bezuiniging te verdisconteren, onder andere omdat er nog veel onduidelijkheid bestaat over het nieuwe bestel en de daaraan gerelateerde uitwerking van de bezuiniging. De NPO doet daarom nog een beroep op de AMr voor de bekostiging van niet gedekte meerkosten van superevenementen in deze (verlengde) concessieperiode, waar zoals hiervoor geschetst een incidenteel financieringstekort bestaat. De NPO stemt een nadere onderbouwing hiervan af met OCW.

SOM

Zoals gebruikelijk vraagt de NPO ook het budget aan voor de Stichting Omroep Muziek (SOM). Het budget 2027 voor de SOM bedraagt 22.025.729 euro. In dit bedrag is nog geen rekening gehouden met indexatie voor 2027. De SOM verzendt haar definitieve budgetaanvraag 2027 separaat aan OCW.

Volgens artikel 2.152 van de mediawet is de onderverdeling van het programmabudget van 772,4 miljoen euro in de (wettelijk bepaalde) garantiebudgetten als volgt:

Tabel 10. Verdeling programmabudget in garantiebudget 2027 per omroep in (€ 1.000)

x € 1.000	Garantiebudget	Per samenwerkingsomroep
AVROTROS	39.433	52.577
PowNed	13.144	
BNNVARA	39.433	
KRO-NCRV	39.433	
MAX	26.289	39.433
WNL	13.144	
VPRO	26.289	39.433
HUMAN	13.144	
EO	26.289	
Ongehoord Nederland	3.949	
Omroep Zwart	3.949	
Subtotaal	**244.495**	
NOS	139.565	
NTR	58.819	
Programmaversterking	329.518	
Totaal	**772.397**	

3. IJkpunten gekoppeld aan ambities CBP 2022-2026 en NPO

Ook voor 2027 blijven de meerjarige ambities uit het concessie-beleidsplan leidend voor onze keuzes. Door ze te koppelen aan de prestatieafspraken maken we de invulling concreet.



Inleiding

De wetgever heeft de periode van de concessie van de NPO en de erkenningen van de omroepen met twee jaar verlengd, tot en met 31 december 2028. Dit betekent dat het Concessiebeleidsplan (CBP) 2022–2026 twee jaar langer geldig is. De prestatieovereenkomst heeft ook als looptijd 2022–2026. In overleg met het ministerie van OCW is daarom een addendum op de prestatieovereenkomst opgesteld. Daarin zijn voor de periode 2027–2028 vijf prestatieafspraken aangepast. Verder is de prestatieovereenkomst gelijk gebleven.

Dit hoofdstuk volgt qua structuur de ambities uit het CBP 2022–2026. Daarbij zijn ijkpunten geformuleerd op basis van het CBP, de afspraken in het Addendum Prestatieovereenkomst en overige verantwoordingsvereisten. Per hoofdambitie hebben we ijkpunten geformuleerd als meetbare indicatoren voor de uitvoering van onze publieke taak. Waar relevant geven we bij een aantal ijkpunten aan welke ambitie uit het CBP van toepassing is. We leggen hierover verantwoording af in de Terugblik 2027.

Een overzicht van alle prestatieafspraken is te vinden in bijlage B. Vanwege de bezuinigingen is een aantal prestatieafspraken minder ambitieus geformuleerd. De ijkpunten houden we zoveel mogelijk gelijk tijdens de concessieperiode, zodat we op een eenduidige manier verantwoorden. We geven daarom waar mogelijk ook het resultaat van 2025 weer of de borging van het ijkpunt in 2026. De monitoring van de ijkpunten biedt de mogelijkheid na te gaan in welke mate de publieke omroep voldoet aan de ambities uit het CBP. Daarmee ontstaat een directe verbinding tussen de begroting en de Terugblik.

P00 De prestatieafspraken geven we aan met een ruitsymbool

In dit hoofdstuk zijn de ambities uit het Concessiebeleidsplan 2022-2026 leidend:

- Veelkleurig en waardevol aanbod voor een breed publiek
- Doelmatig en transparant
- Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag
- Sterker verbonden met publiek en maatschappij
- Goed vindbaar en toegankelijk

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 onder andere kwaliteit, diversiteit, variatie en pluriformiteit.

We willen met een gevarieerde, veelkleurige aanbodmix, met verschillende genres en subgenres, voorzien in de behoeften van het publiek.

We vinden het van belang dat al onze programmering van hoge kwaliteit en impactvol is, met publieke waarde en gewaardeerd door het publiek. Daarom stellen we per genre op deze gebieden normen als het gaat om de publieksperceptie van ons aanbod. We kiezen ervoor tijdens deze concessieperiode een beperkt aantal genres specifiek te monitoren, anders lopen we het risico focus te verliezen. We hebben daarvoor de genres Journalistiek, Cultuur, Kennis & Educatie en Human Interest geselecteerd.

	IJkpunt	Norm
P01	De NPO classificeert jaarlijks zijn radio- en televisieaanbodmix inclusief de kinderprogrammering in genres en rapporteert hierover.[3]	**Rapportage** in Terugblik
P02	De NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de publieke waardentoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.	**Rapportage** in Terugblik
P03	De NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de kwaliteitstoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.	**Rapportage** in Terugblik
	Alle genres hebben op basis van het uitgezonden aanbod in ruime mate publieke waarde, kwaliteit en worden gewaardeerd door het publiek.[4]	Publieke waarde: min. **70**/100 Resultaat 2025: 80
		Kwaliteit: min. **80**/100 Resultaat 2025: 86
		Waardering: gem. **8**/10 Resultaat 2025: 8,0

3. Deze prestatieafspraak is via een addendum aangepast voor de periode 2027-2028.
4. Vanwege verschillen in onderzoeksmethodes kunnen de resultaten voor publieke waarde, kwaliteit en waardering niet met elkaar vergeleken worden.

Media

Tabel 11: Verdeling begroting Media[5] naar genres in 2027 (in € 1.000 en procenten)

	Begroting 2027 x € 1.000	Begroting 2027 %	Begroting 2026 x € 1.000	Begroting 2026 %
Journalistiek	230.000	29% - 32%	225.708	25% - 28%
Cultuur	115.500	13% - 16%	116.250	12% - 15%
Fictie	94.300	11% - 14%	91.288	9% - 12%
Kennis & Educatie	86.300	10% - 13%	93.500	9% - 12%
Sport	73.000	8% - 11%	144.300	16% - 19%
Human Interest	71.000	8% - 11%	70.769	7% - 10%
Documentaire	29.900	2% - 5%	30.762	2% - 5%
Levensbeschouwing	21.900	1% - 4%	26.800	1% - 4%
Amusement	18.200	0% - 3%	17.200	0% - 3%
Overige media-aanbod	6.700	0% - 2%	6.500	0% - 2%
Repartitie NPO Plus	14.643	n.v.t.	13.598	n.v.t.
Totaal	**761.443**	**100%**	**836.675**	**100%**

5. De verdeling van de begroting in genres omvat zowel lineair, on demand en online

In tabel 11 zijn de media-exploitatiekosten uit tabel 5 naar genre weergegeven. De middelen worden ingezet voor lineair, on-demand en online media-aanbod. In de begroting is een afname zichtbaar bij het genre Sport. Dit heeft te maken met de Olympische Winterspelen en het WK voetbal mannen, die in 2026 plaatsvonden. Bij een aantal andere genres is een afname zichtbaar als gevolg van de bezuinigingen. De verdeling van het budget over de genres laat zien dat we blijven streven naar een brede programmering waarin alle genres ruim aan bod komen.

Genrebeleid specifiek

We lichten hier alleen de genres toe waaraan specifieke ijkpunten gekoppeld zijn, op basis van prestatieafspraken of eisen vanuit de mediawet (bijvoorbeeld in het geval van Amusement).

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.

	IJkpunt	Norm
P15	De NPO rapporteert jaarlijks over de voortgang van de implementatie van het genrebeleid.	**Rapportage** in Terugblik
P18	De 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.	**Aantal Kamervragen** & **krantenartikelen** Resultaat 2025: 5.412 krantenartikelen 376 Kamervragen
P19	De NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.	**Impactvolle cases** in Terugblik
P04	De NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de betrouwbaarheid van haar nieuws-, actualiteiten- en opinieaanbod.	**Rapportage** in Terugblik
P16	De NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de impact van haar nieuws-, actualiteiten- en opinieaanbod.	**Rapportage** in Terugblik
P17	De NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de kwaliteit van haar nieuws-, actualiteiten- en opinieaanbod.	**Rapportage** in Terugblik

Cultuur

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

	IJkpunt	Norm
P20	De NPO programmeert jaarlijks minimaal 15 videoregistraties van podiumkunsten.[6]	**15** Resultaat 2025: 37
P24	De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekkanalen gemiddeld minimaal 5 liveoptredens en minimaal 2 concerten of festivals.[6]	**5** liveoptredens **2** concerten/festivals Resultaat 2025: gem. 17,8 liveoptredens en 7,7 concerten/festivals per week

6. Deze prestatieafspraak is via een addendum aangepast voor de periode 2027 – 2028.

Fictie

	IJkpunt	Norm
P23	De NPO programmeert jaarlijks, onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen de NPO en de koepel Nederlandse filmproducenten, 18 Nederlandse filmproducties.	**18** Resultaat 2025: 68
	De NPO alloceert jaarlijks budget voor Nederlandse speelfilms, incl. Telefilms en Filmlab.	**3,4** mln. euro geborgd budget Borging 2026: 3,4 mln euro
P21	De NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.	**10** Resultaat 2025: 48

Levensbeschouwing

	IJkpunt	Norm
P25	De 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.	**13,7** mln euro geborgd budget[7] Borging 2026: 13,4 mln euro

7. Zie voor een uitsplitsing naar stromingen tabel 12.

Tabel 12: Borging levensbeschouwelijk aanbod

Stroming	Host	Totaal 2027 x € 1.000
Katholicisme	KRO-NCRV	3.230
Protestantisme	EO	3.230
Humanisme	HUMAN	2.270
Islam	NTR	2.270
Boeddhisme	KRO-NCRV	900
Jodendom	EO	900
Hindoeïsme	NTR	900
Totaal		**13.700**

Het budget voor levensbeschouwelijk aanbod wordt gefinancierd uit omroepbrede middelen (OBM). Deze middelen zijn afhankelijk van de mutatie op de kabelinkomsten en worden niet standaard gecompenseerd met de inflatie.

Amusement

IJkpunt	Norm
Het amusementsaanbod van de NPO zorgt aantoonbaar voor een doorkijkeffect naar andersoortig aanbod.	**%** van de kijkers keek naast amusement in één week ook naar minstens één ander genre Resultaat 2025: 95**%**

Regio

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

We willen de verschillende regio's in Nederland de aandacht geven die ze verdienen. De zichtbaarheid van de regio kan zowel inhoudelijk zijn (onderwerpkeuze) als door de locatiekeuze. We hechten belang aan aandacht voor actualiteiten, cultuur en mensen in de regio. Daarnaast bieden we op onze platformen ruimte voor content die door of in samenwerking met regionale omroepen is geproduceerd. Ook zijn de regionale tv-zenders te streamen via NPO Start en publiceert NPO Luister een selectie van regionale podcasts. Naast het dagelijkse regiojournaal en het regioblok blijven we ook in andere programmering aandacht geven aan de regio.

	IJkpunt	Norm
P31	De NPO programmeert op werkdagen in de vooravond een regiojournaal.	**Aantal** uitgezonden **regiojournaals**
		Resultaat 2025: 255
	Op werkdagen wordt een regioblok geprogrammeerd met bijdragen van regionale omroepen.	**Rapportage** in Terugblik
P32	De NPO rapporteert jaarlijks over de aard en omvang van de regionale programmering op de lineaire televisienetten.	**Rapportage** in Terugblik

Toegankelijkheid voor mensen met een auditieve of visuele beperking

We bieden ons aanbod gebruiksvriendelijk aan.

Ook mensen met een auditieve of visuele beperking moeten van onze programma's kunnen genieten. Daarom vinden wij het van groot belang dat we een deel van ons aanbod aanbieden met audiodescriptie en/of tolk Nederlandse gebarentaal. Ook blijven we ons inspannen om minimaal 95% van ons Nederlandstalige aanbod op televisie te ondertitelen voor doven of slechthorenden.

Ten aanzien van audiodescriptie heeft het ministerie van OCW voor de periode 2023 tot en met 2026 extra budget beschikbaar gesteld. Besloten is om deze aanvullende financiering ook in 2027 en 2028 voort te zetten. Voor 2027 is in de aanvraag uitgegaan van een bedrag van 1,165 miljoen euro. Er is een ondergrens van minimaal 60 nieuwe titels of seizoenen afgesproken en een streefcijfer van 85 titels of seizoenen. De ondergrens en het streefcijfer zijn onder voorbehoud van deze extra financiering. Zonder deze financiering is de ondergrens minimaal 8 titels, zoals afgesproken in de Prestatieovereenkomst.

	IJkpunt	Norm
P07	De NPO biedt het NOS Journaal in de avond en het NOS Jeugdjournaal aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.	**Rapportage** in Terugblik
P08	De NPO voorziet jaarlijks ten minste 8 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels van audiodescriptie.	Ondergrens **60**[8], streefcijfer **85**
		Resultaat 2025: 92
P09	De NPO voorziet jaarlijks 8 evenementen van een tolk Nederlandse gebarentaal.	**8** evenementen
		Resultaat 2025: 21
P10	De NPO voorziet het wekelijkse gesprek met de minister-president van een tolk Nederlandse gebarentaal.	**Rapportage** in Terugblik
		Resultaat 2025: 19
	Het percentage ondertiteld tv-aanbod op onze hoofdkanalen bedraagt minimaal 95%.	**≥ 95%**
		Resultaat 2025: 99,3%

8. Zolang het ministerie van OCW aanvullende financiering beschikbaar stelt, wordt de ondergrens verhoogd van 8 naar 60 nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels.

Diversiteit en Inclusie

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

De publieke omroep streeft ernaar om zowel voor als achter de schermen een afspiegeling te zijn van de Nederlandse bevolking. Dat betekent aandacht voor gender, leeftijd, opleidingsniveau, geografische spreiding, culturele achtergrond en mensen met een beperking. NPO en de omroepen werken hierin nauw samen, zoals vastgelegd in het omroepbrede Actieplan Diversiteit & Inclusie.

Het realiseren van deze ambitie vraagt om voortdurende inzet van zowel de NPO als de omroepen. Wanneer onze makers en redacties een betere afspiegeling vormen van de samenleving, leidt dat tot verhalen vanuit meerdere perspectieven en een rijkere, meer diverse programmering.

In onderling overleg is gekozen de focus in eerste instantie te leggen op culturele diversiteit, gender en beperking, omdat daar de grootste vooruitgang te boeken is. Daarom werken we met concrete doelstellingen voor het aanbod binnen geselecteerde genres, zoals Journalistiek, Human Interest en Service. De realisatie van deze doelen gebeurt stap voor stap, met jaarlijkse voortgang.

De Klankbordgroep Diversiteit & Inclusie is recent vernieuwd en uitgebreid met vier nieuwe leden. Deze groep zal de NPO blijven adviseren op het gebied van diversiteit en inclusie. Via de Stuurgroep Diversiteit & Inclusie worden deze adviezen ook gedeeld met de omroepen.

	IJkpunt	Norm
P05	De NPO rapporteert jaarlijks over doelstellingen en resultaten op het gebied van diversiteit voor de geprioriteerde (sub)genres.	Zie **tabel 13**
P06	De NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de weerspiegeling van vrouwen, mensen met een biculturele achtergrond en met een beperking voor de geprioriteerde (sub)genres.[9]	**Rapportage** in Terugblik

9. Deze prestatieafspraak is via een addendum aangepast voor de periode 2027 – 2028. De onderzoekscontext is hiermee in lijn gebracht met prestatieafspraak 5.

Tabel 13: Aanboddoelstellingen diversiteit 2027[10]

	Cultureel	Vrouw	Beperking
Nieuws en actualiteiten (Journalistiek)	**15,0%**	**50,0%**	**1,4%**
2025 (realisatie)	11,6%	40,8%	0,7%
Opinie (Journalistiek)	**15,0%**	**50,0%**	**1,6%**
2025 (realisatie)	10,6%	37,3%	0,4%
Service (Kennis & Educatie)	**15,0%**	**50,0%**	**2,0%**
2025 (realisatie)	11,9%	47,2%	4,8%
Human Interest	**15,0%**	**50,0%**	**3,4%**
2025 (realisatie)	17,0%	47,9%	1,9%
NPO Radio 1	**15,0%**	**50,0%**	**Niet meetbaar**
2025 (realisatie)	4,7%	35,4%	

10. Methode: onderzoek door de Universiteit van Antwerpen/Amsterdam. Gemiddeld percentage door codeurs visueel en/of auditief waargenomen personen met het betreffende kenmerk.

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.

Talentontwikkeling van nieuwe mediamakers – voor en achter de schermen – is een voorwaarde voor een toekomstbestendige publieke omroep. Daarom blijven we aandacht geven aan nieuwe ideeën, vormen en perspectieven en geven we talenten een podium om zich te ontwikkelen. Daarom heeft de Publieke Omroep ijkpunten geformuleerd voor zowel het aantal nieuwe producties als de expliciete aandacht in programmavoorstellen voor talentontwikkeling. Jaarlijks reserveren we een budget specifiek voor talentontwikkeling.

	IJkpunt	Norm
P11	De NPO realiseert jaarlijks minstens 10 videopilots.[11]	**10** videopilots Resultaat 2025: 37
P12	De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe videotitels.	**30** nieuwe videotitels Resultaat 2025: 95 videotitels
P13	De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe podcasttitels.	**30** nieuwe podcasttitels Resultaat 2025: 63 podcasttitels
P22	De NPO borgt, in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode, de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama, documentaires en talentontwikkeling.	**19,9** mln. euro geborgd budget Borging 2026: 19,5 mln. euro
	De NPO biedt ruimte in zijn aanbod voor projecten specifiek gericht op talentontwikkeling en borgt hier jaarlijks budget voor.[12]	**3,7** mln. euro geborgd budget Borging 2026: 4,1 mln. euro
P14	De NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties binnen de gehele publieke omroep voor de talentontwikkeling van programmamakers.	**Rapportage** in Terugblik

11. Deze prestatieafspraak is via een addendum aangepast voor de periode 2027 – 2028.
12. Totaal gerealiseerd budget incl. NPO-fondsbudget.

Doelmatig en transparant

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 NPO stuurt op doelmatigheid door een combinatie van kostenbewustzijn en sturing op inhoudelijke doelen en prestaties.

We toetsen elk contentvoorstel van Media aan diverse doelmatigheidscriteria, zoals (programmatische) doelen gericht op publieke waarde en impact, een uitgebreide begroting en de mate waarin aan de budgetbandbreedte wordt voldaan. Ook toetst de NPO jaarlijks de werkelijk gerealiseerde kosten met de voorgecalculeerde programmabegrotingen en stuurt waar mogelijk bij.

We sturen niet alleen op doelmatigheid op titelniveau, maar juist voor het volledige programmapakket. We maken dit zichtbaar in onze Terugblik door de besteding van onze middelen en de geleverde prestaties te koppelen aan (publieke) waarde en impact.

De NPO heeft doelmatigheid en transparantie vertaald in de volgende ijkpunten:

IJkpunt	Norm
De NPO verantwoordt over zowel de middelen als de prestaties als (publieke) waarde en impact.	**Rapportage** in Terugblik
De NPO benchmarkt voor televisie de programmakosten per titel op budgetbandbreedte. Minimaal 90% van de titels zit onder de maximale budgetbandbreedte.	**90%** onder max. budgetbandbreedte
	Resultaat 2025: 96,2%
De NPO besteedt jaarlijks ten minste 25% van het programmabudget aan onafhankelijke producties.	**25%**
	Resultaat 2025: 35,0%
De NPO rapporteert over het aantal presentatoren dat wordt gehonoreerd conform het beloningskader presentatoren publieke omroep (BPPO).	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: 32



NPO Luister Podcast Festival

Kanalen en diensten sluiten beter aan bij het mediagedrag

In een sterk gefragmenteerd en dynamisch medialandschap met een overvloed aan aanbod, is het mediagedrag van het publiek continu in beweging. Gebruikers consumeren media op hun eigen voorwaarden via uiteenlopende platformen. Dit stelt nieuwe eisen aan de manier waarop het publieke aanbod wordt aangeboden en gevonden. De verdere versterking van NPO Start en NPO Luister blijft daarom belangrijk in onze digitale strategie. Deze platformen moeten zich verder ontwikkelen tot de digitale thuisbasis waar al het publieke aanbod samenkomt, opdat ze een vanzelfsprekend onderdeel worden van de dagelijkse mediaroutine van alle Nederlanders. Mede daarom maken we in 2027 extra mediabudget vrij voor on demand en online om deze transitie te ondersteunen.

Budget Media

Tabel 14: Verdeling begroting Media 2027 naar platform (in € 1.000)

x € 1.000	Begroting 2027	Begroting 2026	Verschil
Lineair	463.400	643.877	-180.477
On demand	190.100	96.000	94.100
Online	93.300	83.200	10.100
Repartitie NPO Plus	14.643	13.598	1.045
Totaal	**761.443**	**836.675**	**-75.232**

In tabel 14 is het budget voor Media weergegeven voor de verschillende platformen, waarbij we de begroting voor 2027 vergelijken met die van 2026. De afname op lineair in 2027 komt door de uitzending van sportevenementen in 2026 (Olympische Winterspelen en WK voetbal mannen). Daarnaast zetten we de strategie voort om de digitale transitie te versnellen en het aanbod beter aan te laten sluiten bij het dynamische mediagedrag van het publiek. Ook in 2027 investeren we verder in ons on-demand en online aanbod. Waar mogelijk zoeken we de synergie tussen de lineaire, online en on-demand platformen door ons aanbod in logische volgorde en timing op verschillende manieren aan te bieden, passend bij het mediagedrag van het publiek.



We versnellen onze digitale transitie

Tabel 15: Verdeling begroting Media naar aanbodkanalen in 2027 (in € 1.000)[13]

x € 1.000	Begroting 2027	Begroting 2026	Verschil
NPO 1	245.600	344.031	-98.431
NPO 2	120.800	160.778	-39.978
NPO 3	12.100	42.936	-30.836
NPO Zapp(elin)	48.100	65.376	-17.276
NPO Start	201.100	89.800	111.300
NPO Schooltv	700	1.267	-567
NPO Kennis	1.200	1.200	0
NOS Online	5.000	4.800	200
Omroepportals	6.700	6.500	200
NPO 1 extra	0	350	-350
NPO Politiek & Nieuws	1.000	1.000	0
NPO 2 extra	0	1.200	-1.200
NPO Radio 1	51.400	49.300	2.100
NPO Radio 2	8.900	9.387	-487
NPO 3FM	8.700	8.016	684
NPO Klassiek	9.600	10.800	-1.200
NPO Radio 5	4.900	6.150	-1.250
NPO FunX	7.300	7.100	200
NPO BLEND	1.700	2.136	-436
NPO Luister	10.900	9.800	1.100
NPO Sterren NL	1.100	1.150	-50
Repartitie NPO Plus	14.643	13.598	1.045
Totaal	**761.443**	**836.675**	**-75.232**

13. De verdeling van de begroting in aanbodkanalen omvat zowel lineair, on demand en online.

De verdeling in tabel 15 is gebaseerd op het Mediajaarplan 2027, waarin een zo goed mogelijke inschatting is gemaakt van de verdeling over de diverse aanbodkanalen (zowel lineair, online als on demand). Vanwege de sportprogrammering in 2026 is het budget voor NPO 1 in 2027 lager. De digitale transitie is duidelijk zichtbaar bij de verdeling van de budgetten over de aanbodkanalen. Het budget voor NPO Start en NPO Luister stijgt flink, terwijl de budgetten voor veel andere platformen afnemen.

We willen dat onze streamingplatformen een vaste bestemming worden in het mediagedrag van alle Nederlanders.

We hebben de ambitie een top-3 content- en streamingaanbieder te worden. NPO Start en NPO Luister zijn de ideale platformen voor pluriform en betrouwbaar media-aanbod met grote publieke waarde. Door het gebruiksgemak te verbeteren en het inloggen met een NPO-id te stimuleren, maken we het aanbod passend bij ieders persoonlijke behoefte. Daarnaast experimenteren we met samenwerkingen met commerciële mediapartijen, zoals Disney en RTL, om onze impact te vergroten en nieuwe doelgroepen te bereiken.

IJkpunt	Norm
Minimaal 70% van het publiek is (zeer) tevreden met de dienst NPO Start.	**70%**
	Resultaat 2025: 76%
De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling van kijktijd en gebruik van NPO Start (incl. Plus) ten opzichte van het voorgaande jaar.	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: 129 minuten per week
	Resultaat 2025: 2,68 mln. weekbereik
De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling van het gebruik van ons podcastaanbod (aantal gebruikers per week) ten opzichte van het voorgaande jaar.	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: 1.331K gebruikers per week t.o.v. 1.115K in 2024
De NPO maakt jaarlijks inzichtelijk welk aandeel de verschillende genres in de kijktijd op NPO Start hebben binnen het totale aanbod van het platform.	**Rapportage** in Terugblik
De NPO rapporteert jaarlijks over de ontwikkeling, het bereik, de gebruikerservaring en de kosten en opbrengsten van NPO Plus[14] en NPO Luister on-demand[15].	**Rapportage** in Terugblik

14. Conform instemmingsbesluit NPO Plus.
15. Conform instemmingsbesluit NPO Luister on-demand.

We zetten de online aanwezigheid in om de relevantie van de publieke omroep en het aanbod zo groot mogelijk te maken. We maken daarbij slim gebruik van platformen van derden.

Onlineplatformen van derden gebruiken we om invulling te geven aan onze publieke taak. Ze stellen ons in staat de verbinding aan te gaan, verdieping te bieden en doelgroepen te bedienen op plekken waar zij zich bevinden; dit geldt zeker voor groepen die de platformen van de publieke omroep minder vaak gebruiken. Op die platformen (voornamelijk social media en YouTube) maken we impact met content, bijvoorbeeld via journalistieke verhalen, en brengen we nieuwe groepen in contact met het aanbod. Naast bereik en impact op die platformen zelf, zijn herkenbaarheid van de publieke omroep en (in)directe conversie van groepen naar de streamingdiensten belangrijke uitdagingen. In 2027 verschuiven we daarvoor opnieuw meer budget van lineair naar online. Daarbij vinden we het belangrijk dat we via onze online- en socialmediakanalen meer toegevoegd bereik generen; de doelgroepen die vooral van lineaire kanalen gebruikmaken, bereiken we al goed.

IJkpunt	Norm
De NPO rapporteert jaarlijks over het weekbereik van onze eigen websites en apps.	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: 41,3%
De NPO rapporteert jaarlijks over het weekbereik op social media onder de doelgroep 13-34 jr.	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: n.v.t.
De socialmediakanalen dragen bij aan toegevoegd bereik in onderbediende doelgroepen.[16]	**Rapportage** in Terugblik
	Resultaat 2025: n.v.t.

16. Tot onderbereikte doelgroepen rekenen we jongeren (13–34 jr), praktisch opgeleiden en biculturele Nederlanders.

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

We hanteren een duale audiostrategie.

Lineaire radio en televisie bereiken nog altijd grote groepen mensen. We blijven daarom de kracht van deze kanalen benutten. Met een diverse genremix en duidelijke profielen per kanaal willen we verschillende doelgroepen aanspreken. Onze lineaire radioprogrammering bestaat voornamelijk uit de genres Cultuur en Journalistiek, waarbij de continuïteit van een radiozender bepalend is voor een prettige luisterervaring. Podcasts bieden meer mogelijkheden om te variëren in typen aanbod. Op die manier brengen we andere waardevolle verhalen in audiovorm bij het publiek. In de Terugblik rapporteren we over die genremix per kanaal en in ons podcastaanbod.

	IJkpunt	Norm
P30	Jaarlijks bestaat minimaal 75% van de duur van het televisieaanbod uit oorspronkelijke Nederlandstalige producties.	**75%** Nederlandstalig aanbod[17]
		Resultaat 2025: 84%
	Onze lineaire tv-zenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 60% van Nederland.	**60%** weekbereik NPO Televisie[18]
		Resultaat 2025: 69%
	Onze lineaire radiozenders bereiken wekelijks gemiddeld minimaal 30% van Nederland.	**30%** weekbereik NPO Radio[19]
		Resultaat 2025: 38%

17. NPO 1-3
18. NPO 1-3 (6+, hele dag, ≥ 1 min.)
19. NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Klassiek, NPO Radio 5, NPO SterrenNL (13+, 6-24u, ≥ 1 min.)



Eva (AVROTROS), dagelijks live en lineair op NPO 1

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 dat het publiek meedenkt en meedoet.

We hebben de impactbelevingsmeter geïntroduceerd om de kwalitatieve effecten van onze lineaire videoprogrammering beter te monitoren. Ook interactie en participatie zijn belangrijke manieren om de verbinding met ons publiek aan te gaan. Daarom rapporteren we per omroep in de Terugblik de meest aansprekende voorbeelden op dit gebied. Naast deze kwalitatieve indicatoren is bereik een fundamenteel onderdeel om de rol en relevantie van de publieke omroep inzichtelijk te maken. We hanteren hierbij integrale doelstellingen per leeftijdsgroep. Deze worden gemeten via NPO Crossmedia, een onderzoek dat ons inzicht geeft in het gemiddelde weekbereik van ons publiek via radio, televisie, social media en eigen onlinekanalen.

	IJkpunt	Norm
P26	De NPO rapporteert jaarlijks over de resultaten van de impactbelevingsmeter.	**Rapportage** in Terugblik
	De impact van het aanbod van de NPO is conform zijn doelstellingen in de begroting.	Doelstelling **60**/100 Resultaat 2025: 75/100
P27	De NPO realiseert jaarlijks de bereikdoelstellingen voor de verschillende leeftijdsgroepen zoals die zijn geformuleerd in de begroting.	Zie **tabel 16**
P28	De NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties gericht op het bedienen van jongeren.	**Rapportage** in Terugblik
P29	Omroepen rapporteren jaarlijks over hun acties gericht op interactie met, en participatie door het publiek.	**Rapportage** in Terugblik

Tabel 16: Doelstelling weekbereik 2027

	Doelstelling bandbreedte weekbereik
Overall	
Radio (NMO)[20]	34% - 38%
Televisie (NMO)[21]	62% - 69%
Integraal bereik (CMI)[22]	74% - 79%
Integraal bereik per doelgroep (CMI)	
13-34 jaar	74% - 79%
35-49 jaar	85% - 90%
50-64 jaar	85% - 90%
65 jaar en ouder	85% - 90%

20. NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Klassiek, NPO Radio 5, NPO Sterren NL (13+, 6-24u, ≥ 1 min.).
21. NPO 1-3 (6+, hele dag, ≥ 1 min.).
22. ≥ 1 contact per week via televisie en/of radio en/of online (sites/apps) en/of social media.

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.

Onze ambities op het gebied van online en on demand, en de digitale transitie die we als publieke omroep daartoe doormaken, zijn al in voorgaande hoofdstukken aan bod gekomen. Voor het verwezenlijken van onze ambities moeten onze streamingdiensten ook bekend en vindbaar zijn. Een persoonlijke gebruikerservaring zien wij als een sterke troef. Het wordt steeds belangrijker de juiste content op het juiste device bij de juiste persoon te krijgen. De investeringen die we daarvoor in 2025 in gang hebben gezet, zijn ook in 2027 noodzakelijk. Het bedrag voor distributie en uitzenden (48,0 miljoen euro) neemt ten opzichte van de Begroting 2026 licht toe.

AI

AI neemt in onze content- en distributiestrategie een steeds voornamere rol in. De publieke omroep ziet AI niet als doel op zich, maar als een krachtig hulpmiddel om publieke waarde te vergroten. Onze benadering van AI is daarom waarde-gedreven, mensgericht en transparant. AI heeft niet alleen invloed op hoe we media produceren, maar ook op hoe het publiek toegang krijgt tot informatie en cultuur, en zelfs hoe het deze kan interpreteren en verwerken. Steeds vaker fungeren AI-systemen, aanbevelingsalgoritmes en conversatie-interfaces als toegangspoorten tot media. De Publieke Omroep wil daarom niet alleen experimenteren met AI in productieprocessen, maar ook een zichtbare en betrouwbare rol spelen in deze nieuwe distributielaag, zodat publieke content toegankelijk blijft voor iedereen.

Nieuwe AI-initiatieven moeten bijdragen aan één of meer van onderstaande pijlers. We toetsen bestaande en nieuwe initiatieven en investeringen daarop, zodat we efficiënt en doelgericht versnellen.

1. Efficiënter waarde creëren: we zetten AI in om interne processen te optimaliseren, wat cruciaal is in een tijd van krimpende budgetten.

2. Verbeteren van de gebruikerservaring: AI helpt ons om diensten toegankelijker en gebruiksvriendelijker te maken.

3. Vergroten van bereik en impact: we gebruiken AI om ons aanbod beter te laten aansluiten bij de wensen van het publiek, via slimme personalisatie, doelgroepsegmentatie en effectievere marketing.

De realisatie van deze ambities vereist een gerichte investering in middelen voor omroepbrede pilots en projecten. We reserveren jaarlijks minimaal 2 miljoen euro voor innovatieve projecten en AI-versnelling. Deze investering verdelen we tussen omroepbrede AI-projecten, die op te schalen moeten zijn naar de hele publieke omroep, en reguliere innovatieprojecten, om ons media-aanbod en onze diensten, platformen en werkwijzen te blijven vernieuwen.

IJkpunt	Norm
De NPO borgt jaarlijks een budget van 2 miljoen euro voor innovatieve projecten en AI-versnelling.	**2,0** mln. euro geborgd budget
	Borging 2026: 2,0 mln. euro
De publieke omroep start jaarlijks minimaal 30 innovatieve projecten.	30
	Resultaat 2025: 88 gestart
De NPO reserveert een bedrag voor het distribueren en uitzenden van het media-aanbod.	**48,0** mln euro geborgd budget[23]
	Borging 2026: 47,7 mln euro

23. Zie ook tabel 17.

De NPO - kerntaken en hoofdactiviteiten

De NPO draagt zorg voor de programmering en de bekostiging van de omroepen. Andere kerntaken omvatten de aanvraag en het beheer van de aanbodkanalen, de distributie van het media-aanbod, het stimuleren van innovatie van het media-aanbod, het volgen en stimuleren van technologische ontwikkelingen en het benutten van nieuwe media- en verspreidingstechnieken. Verder voert de NPO centrale taken uit vanuit gemeenschappelijk belang of efficiency. De activiteiten van de NPO zijn onderverdeeld in een drietal hoofdactiviteiten:

- **Bestuur en beheer** - hieronder vallen programmeren, beleid en verantwoording, publieksonderzoek en de raad van bestuur.
- **Gemeenschappelijke activiteiten** - dit zijn kosten die we maken voor de publieke omroep als geheel, zoals rechtenkosten, contributie en bijdragen, distributie, technologie, ondertiteling, audiodescriptie en gezamenlijke activiteiten.
- **NPO-ondersteuning** - dit gaat om kosten die samenhangen met het functioneren van de eigen organisatie, zoals facilitaire zaken, Human Resources en ICT.

De totale begrote lasten van de NPO bedragen 189,5 miljoen euro en zijn als volgt onderverdeeld:

Tabel 17: Onderverdeling kader 2027 NPO-organisatie in vergelijking met Begroting 2026 (in € 1.000)

		Kader 2027 x € 1 mln.	Begroting 2026 x € 1 mln.
Bestuur en beheer	RvB en Staf	4,5	5,1
	Directie Media	11,6	11,9
	Publieksinzichten	6,8	6,5
Totaal Bestuur en beheer		**22,9**	**23,5**
Gemeenschappelijke activiteiten	Rechten	34,6	34,0
	Contributies & Bijdragen	2,5	4,3
	Technologie	30,1	28,7
	Distributie & Uitzenden	48,0	47,7
	Access Services	5,1	5,2
	Media	12,9	12,2
	Marketing	13,9	15,9
Totaal Gemeenschappelijke activiteiten		**147,1**	**148,0**
NPO ondersteuning	Facilitaire Zaken	7,4	7,5
	ICT	4,1	4,0
	Financiën	3,6	3,4
	Human resources	3,2	3,7
	Interne communicatie	1,2	1,3
Totaal NPO ondersteuning		**19,5**	**19,9**
Totaal NPO		**189,5**	**191,4**

De belangrijkste afwijkingen ten opzichte van de Begroting 2026 zijn de volgende:

- Voor het opvangen van de bezuinigingen heeft de NPO in 2026 een korting op het eigen OCW-budget doorgevoerd van 5 miljoen euro en daarbovenop in 2027 een bedrag van 4,6 miljoen euro (zie tabel 1 in hoofdstuk 2). Dit heeft geleid tot een personele reorganisatie halverwege 2026 met structureel lagere personeelskosten voor geheel 2027. Een deel van deze verlaging wordt tenietgedaan door de stijging van personele kosten in 2027 als gevolg van onder andere cao-stijgingen.
- De baten houden rekening met een indexering op het OCW-budget (2,1%). We hanteren dit percentage ook voor kostenstijgingen op lopende contracten.
- Een van de gemeenschappelijke activiteiten is een verdere focus op de gezamenlijke strategie voor NPO Start, NPO Luister en AI, onder meer op het gebied van techniek en marketing.
- Het verschuiven van de BVN-diensten naar NPO Start leidt tot een besparing van 1,8 miljoen euro bij Contributies & Bijdragen. Daarentegen stopt de interne doorbelasting van 0,8 miljoen euro uitzendkosten vanuit technologie naar BVN (meegenomen in de categorie distributie & uitzenden). Per saldo levert dit een besparing van circa 1 miljoen euro op.

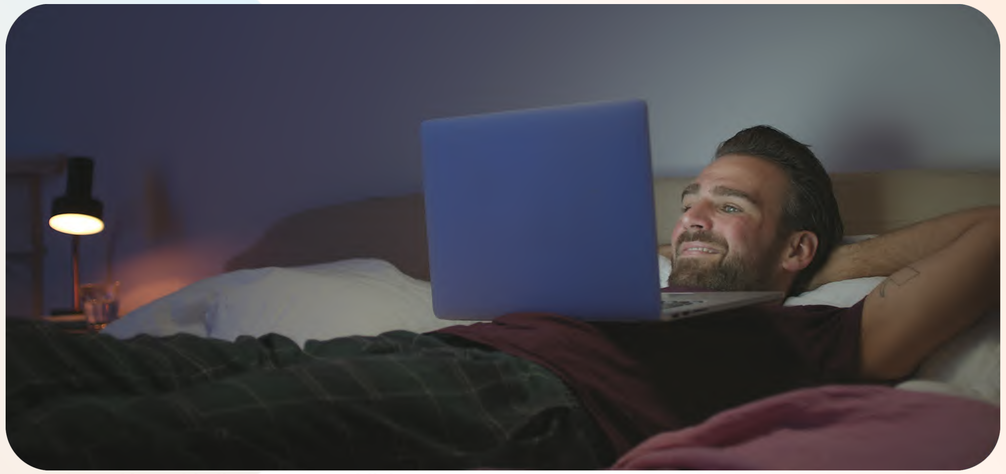
Gezamenlijke strategie

Zoals hiervoor genoemd zijn investeringen noodzakelijk om NPO Start/Plus en NPO Luister tot volwaardige content- en streamingdiensten te kunnen ontwikkelen voor de gehele publieke omroep. Daarnaast zetten we meer in op AI in onze producten en diensten.

Tabel 18 maakt inzichtelijk hoe de gezamenlijke strategie is verwerkt in de budgettaire kaders voor 2027. We maken 6,7 miljoen euro structureel beschikbaar binnen het budget van de NPO. Daarnaast investeren we in 2027 eenmalig (en dus incidenteel) 5 miljoen euro extra uit onze reserves als gevolg van lagere bestedingen op de gezamenlijke strategie in 2025.

Tabel 18. Gezamenlijke strategie in kader 2027 (in € 1 miljoen)

x € 1 mln.	**2027**
Publieksinzichten	0,5
Gemeenschappelijke activiteiten Marketing	5,4
Technologie	5,8
Totaal	**11,7**



Voortdurend in verbinding met ons publiek

4. Bijlagen

A. Programmatische bijdragen omroepen
B. Overzicht Prestatieafspraken 2027-2028
C. Overzicht aanbodkanalen



Bijlage A: Programmatische bijdragen omroepen

AVROTROS

AVROTROS onderscheidt zich met het toegankelijk maken van cultuur. Van klassieke tot Nederlandstalige muziek, van musical tot toneel, van kunst tot kitsch. Het brengen van cultuur zit in ons DNA. We focussen daarbij op de gezamenlijke beleving en verbinding. Met als doel interesse wekken, mensen iets nieuws laten ontdekken en hun blik verruimen. Daarnaast is het onze kerntaak als publieke omroep om dagelijks te werken aan een goed geïnformeerde, veilige en rechtvaardige samenleving. En komen we in actie als deze wordt ondermijnd. Met programma's als Radar, EenVandaag en Opsporing Verzocht zijn we daar al jarenlang zeer succesvol in.

AVROTROS is de omroep voor ons. Hiermee onderstrepen wij dat we er echt voor iedereen zijn. Wie je ook bent, waar je vandaan komt en hoe je bent opgeleid is niet belangrijk. AVROTROS wil Nederland verenigen. Dat doen we met een zo breed mogelijk aanbod. We leggen daarbij de focus op twee pijlers: Cultuur en Rechtvaardigheid.

Cultuur

We hebben het hier over cultuur in de breedste zin van het woord: van beeldende kunst tot podiumkunst. En van Nederlandstalige muziek tot klassieke muziek. Denk aan programma's als Maestro, Tussen Kunst en Kitsch, Volle Zalen, Beste Zangers, het Prinsengrachtconcert en Muziekfeest op het Plein. Ook de talkshow 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. Ook met radioprogramma's als Aan de Slag!, De Klassieken, Arbeidsvitaminen en het Muziekcafé brengen we dagelijks cultuur.

Rechtvaardigheid

We zien het als onze taak om op te komen om de kijker goed te informeren en samen te laten leven in een veilig en rechtvaardig Nederland. Programma's als EenVandaag en Radar en Opsporing Verzocht horen daarbij. Maar zeker ook het preventieplatform en de app van Opgelicht?!

Onze programma's en activiteiten zijn herkenbaar door de toegankelijke toon en vorm waardoor iedereen mee kan doen. Ze worden onafhankelijk gemaakt, zijn van hoge kwaliteit en uitnodigend en constructief van aard. Het doel is vaak het faciliteren van interactie en ontmoetingen.

We maken die gezamenlijke beleving en verbinding ook tastbaar door verschillende initiatieven en tientallen samenwerkingen met het maatschappelijk middenveld waaronder podia, musea, fondsen en onderwijsinstellingen. Zo verzorgen we iedere vrijdagavond in TivoliVredenburg en iedere zondagochtend in het Concertgebouw een concertserie die we live uitzenden op NPO Klassiek. Ook organiseren we evenementen verspreid over heel Nederland. Opnamedagen van Tussen Kunst en Kitsch worden bewust verspreid over Nederland georganiseerd en datzelfde geldt voor onze Muziekfeesten en opnames van drama- en jeugdseries. De succesvolle serie Woeste Grond geeft een mooie inkijk op het leven in de provincie.

Ook online zorgen we voor die verbinding en interactie voor zowel jong als oud. Zoals ons YouTube kanaal Toppop met ruim 2,5 miljoen abonnees en de panels van EenVandaag en Radar met beide zo'n 75.000 leden. Via de 1V Chat praten we tijdens en na de uitzending met kijkers over de onderwerpen in de tv-uitzending. Onze series hebben een enorme fanbase opgebouwd met bijvoorbeeld 300.000 volgers voor Brugklas op Instagram en 380.000 volgers voor Beste Zangers op Facebook.

BNNVARA

BNNVARA is een onafhankelijke en links-progressieve mediaorganisatie die zich sinds haar oprichting inzet voor een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving en dit ook zal blijven doen. BNNVARA heeft een duurzame, inclusieve samenleving voor ogen waarin iedereen meedeelt in de welvaart en het plezier. BNNVARA is een beweging van mediamakers met een toonaangevend en vooruitstrevend profiel die een wezenlijke bijdrage levert aan kansengelijkheid voor iedereen. We doen dit vanuit onze kernwaarden: open, sociaal, nieuwsgierig, lef en vooruitstrevend. 'Mediamakers voor kansengelijkheid' is het uitgangspunt voor de huidige erkenningsperiode.

BNNVARA is er voor een breed publiek met een focus op onder gerepresenteerde groepen zoals jongeren (20-34 jaar), praktisch opgeleiden en mensen met een biculturele achtergrond, maar voor iedereen die verandering en vernieuwing wil nastreven. BNNVARA maakt content die ertoe doet met als doel de toegang tot gelijke kansen voor onze primaire doelgroepen te vergroten. Dit vereist dat we onze doelgroepen met onze content (blijven) bereiken op de plekken waar zij zich bevinden en dat zij zich hierin ook herkennen. De vorm waarin we dat doen wordt dan ook bepaald door de inhoud.

Als mediamakers voor kansengelijkheid focust BNNVARA zich op de behoefte van ons publiek om de wereld nog beter te begrijpen, zelf een mening te vormen, erin te participeren en gemotiveerd te worden om samen met anderen het verschil te maken. BNNVARA heeft concrete ambities gezet op het interacteren met en het activeren van ons publiek.

Door duidelijk uit te dragen waar we voor staan, creëren we medestanders en vergroten wij de maatschappelijke betekenis en rol van de publieke omroep. Hiermee levert BNNVARA een belangrijke bijdrage aan het realiseren van de publieke mediaopdracht. Voor het komende jaar wil BNNVARA zich verder profileren en nadrukkelijk de verdere beweging maken naar daar waar ons publiek is, zodat we onze maatschappelijke rol optimaal kunnen vervullen. Dit betekent dat BNNVARA met relevante content nog beter wil aansluiten, anticiperen en reageren op de belevingswereld en het mediagedrag- en gebruik van haar publiek.

Een belangrijk blijvend speerpunt voor 2027 is onder meer om met aansprekend aanbod en integrale formats daar te zijn waar ons publiek zich bevindt, waaronder op de (online en on demand) aanbodkanalen van de NPO, platformen van derden en ons eigen BNNVARA-portaal middels een vernieuwde integrale contentstrategie. Door meer data-geïnformeerd samen te werken en betere interactie met ons publiek weten wij nog beter wat onze achterban bezighoudt, halen we feedback op en zetten we mensen aan tot actief burgerschap en allyship. Ons media-aanbod heeft dan ook grote maatschappelijke betekenis en draagt bij aan een kwalitatief, veelkleurig en waardevol aanbod van de publieke omroep.

Het is onze ambitie dat het media-aanbod van BNNVARA van alle mediaorganisaties aantoonbaar het meest geassocieerd wordt met de maatschappelijke thema's: Diversiteit, Inclusie, Duurzaamheid, Sociale rechtvaardigheid, Welzijn, Gezondheid en Emancipatie. Deze prioriteiten stellen wij omdat wij ervan overtuigd zijn dat wij met deze thema's het meeste kunnen bijdragen aan een open, gelijkwaardige en rechtvaardige samenleving met gelijke toegang tot kansen voor iedereen. Deze thema's komen tot uiting in producties binnen alle genres met onder andere programma's zoals Pauw & De Wit, BOOS, Zembla, De Marker, Kassa, De Rode Draad, Spuiten & Slikken, Even Tot Hier, 2voor12, Vroege Vogels, A Beautiful Mess, Mocro's, Bodem, Dertigers, Hoeksteen Van De Samenleving, Je Zal Het Maar Hebben, Op Zoek Naar Marlotte, Opgroeien Met Tegenwind, Over Mijn Lijk, Spijkers Met Koppen, Daniël & Roelof Zijn Al Op en Zorgen.

BNNVARA kent een lange traditie van (onderzoeks)journalistiek en heeft ook voor 2027 grote journalistieke ambities. BNNVARA is een maatschappelijke en journalistieke mediaorganisatie vanuit sociaal progressieve perspectieven. Dit blijkt uit onze onderwerp- en gastkeuze. Daarin onderscheiden we ons van de andere omroepen in het bestel. We maken verhalen en kiezen onderwerpen die voor onze kijkers, luisteraars en gebruikers belangrijk zijn, geprofileerde keuzes, uitgevoerd middels de hoogste journalistieke principes als onder meer onafhankelijk, betrouwbaar, scheiding van feiten & meningen en hoor & wederhoor.

Zembla markeert al meer dan 20 jaar hoogwaardige onderzoeksjournalistiek, met BOOS en het platform De Marker bereiken we met journalistiek de jongere doelgroepen, bij Pauw & De Wit voeren we het dagelijkse maatschappelijke gesprek, en met onze journalistieke documentaire series creëren we brede maatschappelijke impact. Op onze journalistieke vloer is ongeveer 40% van de journalisten jonger dan dertig jaar. We investeren veel in jong journalistiek talent en leiden ze op bij (online extensies van gerenommeerde) titels en journalistieke platforms voor jongeren. Om die reden is binnen BNNVARA sinds een aantal jaar een journalistieke vloer ingericht waar de makers van onze journalistieke titels (Audio, Video én Online) elkaar inspireren en versterken.

Vanaf 2027 zetten we hier nog nadrukkelijker op in met een vernieuwde werkwijze vanuit de drie hoofdredacties Journalistiek, Breed en Jong die ieder verantwoordelijk zijn voor een geïntegreerd aanbodpakket. Voor het realiseren van onze journalistieke ambitie zijn dagelijkse journalistieke programma's van groot belang. Daarom investeren we al jaren in het behoud en de doorontwikkeling van onze dagelijkse en wekelijkse talkshows zoals Pauw & De Wit, maar ook De Rode Draad, BOOS en Vroeg! zowel lineair als online en on demand met als doel het gesprek én het gevoel van de dag te vangen. BOOS is de laatste jaren uitgebreid met RADIO BOOS en BOOS Grote Gesprekken en ook Pauw & De Wit en Vroeg! zijn uitgebreid met een verdiepende podcast-serie over de actualiteiten.

EO

Als EO zijn we aanwezig als de publieke omroep van geloof, hoop en liefde. In dat wat we doen en maken zijn we altijd hoopvol, oprecht en uitnodigend. We bouwen met onze content aan communities die mensen aan ons en elkaar verbinden rondom geloof, hoop en liefde. De EO heeft een sterke maatschappelijke verankering via leden en maatschappelijke organisaties. We vertegenwoordigen de breedte van de protestantse stroming en het Jodendom.

Onze thema's zijn: Hier & Nu (Journalistiek), Geloven & Vragen (Levensbeschouwing), Oog voor anderen (Kennis& Educatie en Human Interest), Afscheid & Rouw (Kennis & Educatie en Human Interest). Deze thema's dragen bij aan het profiel van de EO als christelijke en eigentijdse omroep. We richten ons daarbij primair op de gewone (gemiddelde) Nederlander, van jong tot oud. De EO zet de komende jaren stevig in op online en communities, om ook de jongere doelgroepen te blijven aanspreken en zichtbaar en relevant te zijn met content van publieke waarde. Zo bieden we via NPO-start de dramaserie De Camino aan.

Hier & Nu (Journalistiek)

We bouwen de groeiende community van trouwe fans, volgers en ambassadeurs rondom de Ongelooflijke verder uit. Daarmee verleggen we de balans van platform DIT meer naar de Ongelooflijke om zo verder te bouwen aan EO-journalistiek. DIT is een platform/community dat wordt gevoed door Dit is de Kwestie, Dit is de Dag, Spindoctors, Langs de Lijn en omstreken en DIT zelf. We werken op basis van feiten en laten zien welke vragen en afwegingen voor christenen daarbij een rol spelen.

Geloven & Vragen (Levensbeschouwing)

We bouwen onder het thema Geloven & Vragen aan de community Wonder. Wonder brengt mensen bij elkaar rond de breuken, overgangen, hoogtes en dieptes van het leven. Het gevoel dat je er nooit allen voor staat, verbindt mensen. Op YouTube bieden we een succesvolle geloofsseries onder deze titel aan. De titel Adieu God heeft een opvolger gekregen in Adieu! De volgende kaart met Rachel Rosier.

De EO bouwt aan een customer journey voor kinderen en jongeren. Van Ezel Chiel voor kinderen, met een eigentijdse vertelling van de Bijbelverhalen, BEAM als online community voor tieners, tot de community HoeDan? het online platform voor twintigers met levensvragen en Life Rules, het online platform voor twintigers die meer verdieping zoeken. Daarmee verleggen we onze focus van ouderen naar jongeren en van lineair naar online. Ook de veel geluisterde podcast Eerst Dit zetten we door. Nederland Zingt is naast de vaste tijdstippen lineair ook voluit online aanwezig.

Met De Joodse Wereld bouwt de EO aan een community waarin Joodse stemmen centraal staan die een venster openen op het Joodse leven. We kijken naar de samenleving door een Joodse lens. Samen met iedereen die een zichtbaar Jodendom mogelijk wil maken, laten we zien hoe een veerkrachtige gemeenschap, ook onder druk, haar identiteit, cultuur en toekomst blijft vormgeven.

Oog voor anderen (Kennis & Educatie, Human Interest)

Met Op de Spoed, en Soep, Sores en Soelaas willen we naast onze medemens staan en ervoor zorgen dat we gezien en gehoord zijn. We ontwikkelen vanuit EO-Metterdaad een nieuwe brede titel gericht op hulpverlening: Wereld van verschil. Met kinderprogramma's als Rachel valt Binnen, Topdoks en Hallo ik heb … bieden we kinderen een betrokken blik in het leven van anderen.

Afscheid & Rouw

Ik Mis Je is een bloeiende online community, met prachtige tijdloze content waar in gesprekken met gewone mensen de diepere lagen van het leven worden geraakt. We herijken de titel Ik mis je naar een format dat geschikt is voor prime time NPO1. In De Kist interviewt Kefah Allush bekende Nederlanders over het thema.

HUMAN

HUMAN is een publieke mediaorganisatie die onder alle omstandigheden kiest voor menselijkheid. In onze documentaires, onze onderzoeksjournalistiek, onze maatschappelijk betrokken series en formats – op radio, televisie en online – is onze blik gericht op het unieke in ieder mens. HUMAN wil mens en samenleving vooruithelpen door elkaar te zien in al onze kracht, kwetsbaarheid, hoop en wanhoop. Met onze content en activiteiten willen we invloed uitoefenen waardoor positieve verandering (impact) ontstaat.

Bij HUMAN gaat het er niet alleen om wát we maken, maar ook om hoé we programma's maken. We doen dat op een wijze die onderzoekend, zingevend en verbindend is. Wij reiken verschillende perspectieven aan, nemen de tijd voor grondige research en koesteren ambachtelijkheid. Deze werkwijze maakt dat we scherp kiezen voor een select aantal genres: onderzoeksjournalistiek, (auteurs)documentaire, levensbeschouwing, kennis & educatie en series op het snijvlak van documentaire/journalistiek/human interest/kennis& educatie.

Het volwassen publiek kent ons onder meer van (documentaire)series als Klassen, Schuldig en Roosen en Borst, en van vaste titels – die in 2027 een vervolg krijgen – als Het filosofisch kwintet, Over leven, Wat houdt ons tegen?, Medialogica en het online platform REWIND. Op audio-gebied vervolgt HUMAN zijn programmering met onder meer De publieke tribune, met Coen Verbraak, het biografieprogramma Wat Blijft en de podcast Let's go mental, voor de jongerendoelgroep. Ook De mensenbieb voor NPO Zapp krijgt in 2027 een vervolg.

In 2027 brengt HUMAN nieuwe programma's waaronder de documentaireserie Schakelen, over de internationale schakelklas waarin nieuwkomers dagelijks moeten schakelen tussen talen, culturen en verwachtingen, terwijl zij worden voorbereid op een toekomst in Nederland. Ook wordt de podcast Het dorp en zijn paria's gepubliceerd, over de toekomst van Den Dolder en hoe bewoners, patiënten en medewerkers omgaan met een situatie waarin de kliniek moet vertrekken, maar nog geen nieuwe plek heeft. Verder maakt HUMAN voor NPO Start Voorbij de Piramides: terwijl de omringende landen verscheurd worden door oorlog en conflict, horen we maar weinig nieuws over Egypte. Hoe is het voor de jongere generaties in dat land?

Sinds 2022 vormt HUMAN samen met de VPRO een samenwerkingsomroep. Beide omroepverenigingen opereren daarbij zelfstandig, met een eigen identiteit, programmering en achterban. Zij ontwikkelen ieder hun eigen media en activiteiten op het gebied van publiek en marketing, zodat beide merken herkenbaar en sterk blijven. De ondersteunende diensten, zoals productie, financiën, ICT, juridische zaken en personeel & organisatie, zijn geïntegreerd. Daarnaast hebben HUMAN en VPRO uitgesproken om, wanneer het publieke omroepbestel anders wordt ingericht, samen met de EO een omroephuis te vormen.

Meer informatie over de programmatische ambities van HUMAN in de huidige concessieperiode (2022- 2028) is te vinden in ons meerjarenbeleidsplan Radicaal Menselijk. Meer informatie over HUMAN is te vinden op human.nl.

KRO-NCRV

KRO-NCRV vindt haar oorsprong in de rooms-katholieke en protestants-christelijke tradities. Al meer dan een eeuw delen we via radio, televisie en digitale platforms verhalen die mensen inspireren en richting geven. Die opdracht is vandaag de dag actueler dan ooit. Want veel Nederlanders ervaren onzekerheid en ontworteling. Globalisering, klimaatverandering, migratie, digitalisering en toenemende maatschappelijke tegenstellingen maken de wereld maar ook onze persoonlijke omgeving complex en soms moeilijk te begrijpen. Tegelijkertijd zien we een groeiende behoefte aan houvast, richting en zingeving. Mensen zoeken antwoorden op fundamentele levensvragen: wat geeft mijn leven betekenis, hoe kan ik bijdragen aan een betere wereld?

In die zoektocht naar houvast en zingeving speelt KRO-NCRV als brede, maatschappelijke mediaorganisatie vanuit haar traditie een relevante rol binnen ons bestel. Vanuit haar oorsprong zijn de christelijke waarden geloof, hoop en liefde blijvende inspiratiebronnen en een moreel en persoonlijk kompas. Met eigentijdse content willen we mensen helpen om richting en betekenis te vinden in hun leven, in relatie tot anderen, de aarde en met wat hen overstijgt.

We geven geen kant-en-klare antwoorden, maar brengen verhalen, perspectieven en ontmoetingen die uitnodigen tot reflectie, inspiratie en verbinding. Juist door verschillende perspectieven naast elkaar te zetten en oog te hebben voor wat mensen met elkaar delen, dragen we bij aan wederzijds begrip en verbinding. Want zingeving ontstaat niet in afzondering, maar in verbondenheid. De programma's bieden niet alleen herkenning en inspiratie, maar geven ook handelingsperspectief. Daarmee maken ze zingeving concreet en toepasbaar in het dagelijks leven.

We richten ons op het brede midden; op jongeren en volwassenen die op zoek zijn naar betekenis, openstaan voor nuance, zich betrokken voelen bij de samenleving en deze vooruit willen helpen. Gelovig of niet, zij delen de wens om bij te dragen aan een verbonden, rechtvaardige en duurzame toekomst.

We laten zien hoe mensen betekenis, geloof en inspiratie vinden in hun dagelijks leven. Programma's als Zentijd, Het geloofsgesprek, Kloostergasten, De dag dat… en De verwondering bieden ruimte voor reflectie, ontmoeting en levensvragen. Maar we raken ook het publiek in het hart met programmering die gaat over hoe je je geluk en liefde in het leven kunt vinden: van Boer zoekt vrouw, Een huis vol tot documentaires.

Betekenisvol leven gaat over jezelf maar ook over je relatie tot de aarde waarop je woont. Met Keuringsdienst van waarde, Onze boerderij, de kleuterprogramma's van Boswachter Tim en Binnenstebuiten geven we handvatten voor een meer duurzame leefstijl.

Betekenis kun je ook vinden in waar je vandaan komt, als persoon én als samenleving. Als samenleving vinden we elkaar in vieren en herdenken. Tradities rondom feesten - zoals we bij KRO-NCRV laten zien met carnaval en bij de Vierdaagse - brengen mensen samen. Rituelen rond Allerzielen bieden ruimte voor herinnering en troost. Ook gedeelde momenten in onze samenleving, zoals we laten zien in The Passion en Kerst met de zandtovenaar geven betekenis aan het leven. Ze bieden houvast in een samenleving die voortdurend verandert.

In de journalistieke programmering hebben we oog voor mensen die vastlopen in maatschappelijke systemen of geconfronteerd worden met ongelijkheid en onrecht. Door hun persoonlijke verhalen te vertellen geven we een stem aan wie niet altijd wordt gehoord en dragen we bij aan begrip, bewustwording en perspectief. We laten zien hoe mensen, individueel en samen, nieuwe perspectieven vinden en betekenis geven aan moeilijke omstandigheden. We vertellen verhalen van mensen die veerkracht tonen, opkomen voor rechtvaardigheid en werken aan een betere toekomst voor zichzelf en anderen.

Met onderzoeksjournalistiek, factchecking en publieksdialogen brengen we maatschappelijke vraagstukken dichtbij. Via Pointer, Spraakmakers en regionale pop-ups en online communities betrekken we burgers actief bij onderwerpen die hun leven raken en dragen we bij aan een goed geïnformeerde samenleving.

Omroep MAX

Interactie met de achterban en sterke verankering via leden en maatschappelijke organisaties

Omroep MAX is stevig geworteld in de samenleving. Dat komt niet alleen door het media-aanbod dat we maken, maar ook door de nauwe band met onze leden en de vele maatschappelijke organisaties waarmee we samenwerken. Zij helpen ons scherp te houden wat vijftigplussers bezighoudt.

MAX bereikt iedere dag een groot publiek met programma's die informeren, ondersteunen, ontspannen, verbinden en maatschappelijke onderwerpen op de agenda zetten. Onze kracht zit in de combinatie van nabijheid, betrouwbaarheid en toegankelijkheid. Persoonlijke verhalen vormen vaak het vertrekpunt voor grotere maatschappelijke thema's. We maken media-aanbod dat mensen raakt, maar laten het daar niet bij. Waar nodig komen we ook op voor kwetsbaren die verdwalen in ingewikkelde regels of systemen. Televisie blijft daarbij een belangrijke ontmoetingsplek. Voor veel kijkers biedt een vast programma op een vast moment meer dan alleen een uitzending: het geeft herkenning, structuur en het gevoel dat je samen kijkt. Zeker voor wie meer aan huis gebonden is, vormen dag- en zomerprogrammering een vertrouwd onderdeel van het dagelijkse ritme, met een mix van informatie en ontspanning. Een aantal inhoudelijke pijlers staat aan de basis van de verhalen die we vertellen en de programma's die we maken.

Verbinden staat daarbij voor het samenbrengen van mensen, generaties en regio's. Programma's als Carrie op Vrijdag, Het Dorp, Langs de Wadden, het Skûtsje Journaal en Nieuwe Ruimte laten zien hoe verhalen, tradities en levenservaringen mensen met elkaar verbinden; evenals het samen met de regionale omroepen gerealiseerde Noord-Zuid-Oost-West.

Ontspannen is belangrijk in een tijd waarin er veel speelt. MAX maakt programma's die mensen even losmaken van de waan van de dag, perspectief bieden en inspireren. Met programma's als Heel Holland Bakt, Sterren op het Doek, Het MAX Orkest en onze muziek- en cultuurprogrammering, op radio, tv, online en crossmediaal, bieden we programma's die inspireren, ontroeren en zorgen voor lichtpuntjes in het dagelijks leven.

Ook informeren en gidsen behoort tot de kern van MAX. Met Tijd voor MAX en het crossmediale platform Meldpunt Actueel bieden we betrouwbare informatie, journalistieke verdieping en praktische hulp bij maatschappelijke vraagstukken. Zo helpen we mensen hun weg te vinden in een steeds complexere samenleving.

Daarnaast wil MAX bijdragen aan de emancipatie van ouderen. Met programma's als De Grannies van Amsterdam laat MAX zien dat leeftijd geen beperking hoeft te zijn om nieuwe ambities na te jagen of talent te ontwikkelen en doorbreekt de omroep hardnekkige stereotypen over ouder worden. Documentaires als Ons Kind en Toon Hermans, Mijn Opa vertellen persoonlijke verhalen die bijdragen aan ons collectieve geheugen en generaties met elkaar verbinden. En ook met drama raken we aan maatschappelijke thema's. Door ouderen zichtbaar te maken in al hun diversiteit en ruimte te geven aan verschillende perspectieven, draagt MAX bij aan een realistischer en inclusiever beeld van ouder worden. MAX Maakt Mogelijk creëert bewustzijn rond de leefsituatie van kwetsbare ouderen - ongeacht etnische afkomst, religie of politieke overtuiging - in Nederland en mensonwaardige leefomstandigheden in straatarme landen aan de randen van Europa en daarbuiten. Tegelijkertijd verandert het mediagebruik, ook dat van onze achterban. Daarom investeert MAX nadrukkelijk in NPO Start, podcasts en sociale en online platforms. Met initiatieven als Samen Digitaal helpen we ook de minder digitaal vaardigen mee te blijven doen in een wereld die steeds verder digitaliseert.

MAX Vandaag.nl, een van de best bezochte omroepportals, wordt gewaardeerd om zijn doelgroepgerichte content onder andere over herkenbare en relevante onderwerpen als de AOW, pensioenen, telefonische en online oplichting. Onderwerpen waaraan ook de MAX Ombudsman en MAX vakantieman aandacht besteden.

Online is voor MAX een onmisbaar middel om de verbinding met onze doelgroep verder vorm te geven. Vanuit het credo Samen MAX zetten we het gesprek voort tijdens én na televisie- en radio-uitzendingen en geven we ons publiek de mogelijkheid om actief mee te doen, mee te denken en ervaringen te delen en kunnen we zo inhoudelijk nog verdiepen. Een belangrijk uitgangspunt daarbij is dat publiek niet alleen consument van content is, maar ook actief kan deelnemen: cocreatie. Met bijvoorbeeld MAX op de Kaart brengen we bestaande gemeenschappen van fietsers en buitenzwemmers samen. Zo geven we invulling aan Samen MAX: mensen niet alleen bereiken, maar ook met elkaar verbinden. Daarbij spelen de sociale media een cruciale rol, waar de nadruk ligt op interactie, herkenning en gesprek. We sluiten aan bij onderwerpen die leven onder onze doelgroep en creëren ruimte voor het delen van ervaringen, kennis en verhalen. Zo zien we de Bakkermakkers-community rondom Heel Holland Bakt nog steeds groeien en rond zowel de NPO Start-serie als de podcast De Grannies van Amsterdam ontstaat een steeds actievere community waarin verschillende generaties met elkaar in gesprek gaan over thema's als ouder worden, vriendschap, gezondheid en digitalisering.

Innovatie staat bij MAX altijd in dienst van de doelgroep. Met nieuwe vertelvormen zoeken we naar manieren om ons publiek te inspireren of nieuwe dingen uit te proberen. Zoals met de podwalks bij Voor het Dorp en eerder bij Vuurtorenverhalen. En ook met onze radioprogrammering kiezen we ervoor onze doelgroep en community op radio nog beter en directer te bedienen.

Op NPO Radio 1 heeft MAX een sterke positie met Villa VdB en Nieuwsweekend en met de wekelijkse aflevering van De Perstribune. Met het programma Nachtzuster gaan we de directe communicatie met onze doelgroep ook in de late uren aan. Op NPO Klassiek kent Maatwerk een zichtbare groei in bereik. Op NPO Radio 5 – de snelst groeiende radiozender van de publieke omroep en een stabiele factor in het bereik van onze 50plus-doelgroep – breiden we onze zendtijd verder uit. Juist daar zal omroep MAX vrijwel de gehele week dagelijks te horen zijn. Met een duidelijke programmering en titels als Lunch Lekker en Goeiedag Haandrikman! en in goede samenwerking met de collega-omroepen is de verwachting dat deze zender in de huidige markt verder zal groeien.

NPO Luister is begonnen met de verder uitrol van de podcast InJazz in samenwerking met BUMA Cultuur. Omroep MAX is hier een onderscheidend platform voor de Nederlandse jazzscene. Niet alleen voor de gevestigde orde, maar ook voor nieuw talent.

Zo blijft Omroep MAX ook in 2027 investeren in programma's die informeren, verbinden, ontspannen en opkomen voor mensen. Met betrouwbare journalistiek, herkenbare verhalen en programma's die midden in de samenleving staan, levert MAX een onderscheidende bijdrage aan de publieke omroep.

NOS

De NOS doet, live en in samenvatting, 24 uur per dag verslag van nationale en internationale nieuws- en sportgebeurtenissen en van grote evenementen. Dat doen we via radio, televisie, internet, apps, teletekst en sociale media, kortom, via alle beschikbare platforms.

Het programma-aanbod van de NOS wordt vanuit inhoudelijke en journalistieke kwaliteitsprincipes gemaakt, is pluriform van karakter en is verbindend. In een democratie is het van het grootste belang dat burgers hun keuzes in het leven maken op basis van zo objectief en betrouwbaar mogelijke informatie. Onafhankelijke, kwalitatief hoogwaardige en betrouwbare informatie is onmisbaar in een wereld waarin de media en de toegang tot informatie meer en meer worden gedomineerd door grote, veelal buitenlandse commerciële ondernemingen waarvan de waardes en uitgangspunten vaak anders zijn dan die van publieke (nieuws)organisaties. Nog los van ontwikkelingen als AI (met haar kansen maar zeker ook bedreigingen), manipulatie van het nieuws, desinformatie en nepnieuws.

Het media-aanbod groeit met de dag en wordt steeds gevarieerder, maar daardoor ook complexer en minder transparant. Uit studies van de WRR en het Sociaal Cultureel Planbureau blijkt jaar op jaar dat de NOS als enige journalistieke organisatie er nog steeds in slaagt brede groepen in de Nederlandse samenleving te bereiken en te verbinden. Het door het Commissariaat voor de Media recent uitgebrachte Digital News Report laat (wederom) zien dat de meerderheid van de Nederlanders vindt dat er in Nederland sprake is van betrouwbaar nieuws en dat de NOS van alle nieuwsmedia het meeste vertrouwen geniet.

Daar waar de tegenstellingen in de maatschappij groter lijken te worden, beschouwen wij het als onze maatschappelijke verantwoordelijkheid die verbindende factor in de samenleving te blijven en deze waar mogelijk te versterken. Het belang voor de samenleving van onafhankelijke (publieke) journalistiek, als waakhond en controleur van de macht, mag niet worden onderschat, net zomin als het belang van het live verslag doen van gebeurtenissen en van sport- en (inter)nationale evenementen, die mensen raken en belangrijk vinden. De NOS verplicht zichzelf om die reden dit belang iedere dag weer waar te maken en uit te dragen.

De NOS heeft als wettelijke taak een zo breed mogelijk publiek aan te spreken, jong en oud, laag en hoog opgeleid, cultureel divers. Daar is inmiddels ook de doelgroep laaggeletterden aan toegevoegd. Elke dag weer zijn de NOS-ers bezig om aan deze doelstellingen invulling te geven. Dat is geen geringe uitdaging, ook al omdat, zoals gezegd, de concurrentie steeds mondialer wordt (ESPN, Netflix, Disney, Amazon, Viaplay et cetera). Het antwoord van de NOS is blijven inzetten op kwaliteit, bereik, imago en innovatie én … daar te zijn waar ons publiek is.

NTR

De NTR is als taakorganisatie, met een bijzondere wettelijk geborgde opdracht op het gebied van Achtergrondinformatie, Educatie, Kunst & Cultuur en Diversiteit, gepositioneerd in het hart van de publieke omroep. De NTR is onafhankelijk en ongebonden. Wij maken inspirerende programma's en verhalen die bijdragen aan verdieping, persoonlijke groei én onderlinge verbinding in de samenleving. Ons aanbod is breed en divers, met speciaal oog voor specifieke thema's, perspectieven en publieksgroepen die anders onderbelicht dreigen te blijven.

In 2027 versterken we deze publieke waarde verder door verhalen vanuit een integrale, platformoverstijgende benadering te ontwikkelen en het publiek te bereiken op de plek, in de vorm en op het moment waarop deze de meeste betekenis en impact hebben. Daarbij benutten we bewust de kracht van lineaire televisie en radio, on demand, online en social. Vanuit een altijd aanwezige nieuwsgierigheid blijven we vernieuwen in vorm en bereik, zonder onze publieke taak uit het oog te verliezen. Dat maakt de NTR 'speciaal voor iedereen'.

Programmatische ambities voor 2027

Informatie

Nieuwsuur en onze NPO Radio 1 programmering in nauwe samenwerking met de NOS zijn de ruggengraat van de actuele informatieve content van de NTR. Nieuwsuur heeft naast de lineaire uitzending ook succesvolle online-activiteiten, met name op YouTube, LinkedIn en Instagram waar een jonger publiek wordt bereikt. Onderzoeksjournalistiek blijft een speerpunt.

Kennis en Educatie

Het uitgangspunt is en blijft verdieping, maatschappelijke bewustwording en het bijdragen aan de persoonlijke groei van alle Nederlanders. We vertellen niet wát je moet denken, maar zetten op basis van feiten, (achtergrond)informatie en ervaringen aán tot denken. De jarenlange expertise van de NTR in het maken van hoogwaardige, educatieve programma's vertaalt zich in succesvolle series zowel op tv als in de online omgeving. Titels voor 2027: Project Rembrandt, Gewoon lastig of neurodivers, Het echte leven in de dierentuin, De erfenis van Erdogan, Dreamschool en Nadia voorbij de grens.

NPO Kennis is hét online kennisplatform voor iedereen die wil weten hoe het zit, door aantrekkelijke, educatieve verdiepingslagen toe te voegen aan het rijke archief van het bestel.

Geschiedenis

Om de wereld van nu te begrijpen zijn kennis en begrip van het verleden onmisbaar. Met verschillende nieuwe geschiedenis series zoals Heksen in Nederland, Summer of love en Aidscrisis in Nederland en bekende titels als Verborgen Verleden op NPO2, Het Verhaal van Nederland op NPO1 en Andere Tijden online wordt een groot en divers publiek bereikt. De reeks Welkom in…. voor jong en oud is een vaste waarde.

Wetenschap
Wetenschap is de basis voor vooruitgang en innovatie. Zowel op TV als Radio (lineair en podcast) als online zijn wetenschappelijke programma's van de NTR te vinden. In 2027 brengen we een aantal nieuwe series prime time op NPO2 met daarbij een sterke online aanwezigheid, zoals: Hormonen, De eeuw van Ozempic, ADHD explosie en AI-het begin van de toekomst.

Schooltv
Schooltv blijft met rond de miljoen unieke bezoekers per maand het meest succesvolle educatieplatform voor primair onderwijs van de publieke omroep en van Nederland.

Muziek
NTR Klassiek is op NPO Klassiek één van de grote leveranciers van programma's en live concerten. De NTR ZaterdagMatinee is een al jaren hooggewaardeerde concertserie vanuit het Concertgebouw. En ook Het Koningsdagconcert is een vaste waarde in de programmering. Het bekende en gewaardeerde programma Podium Klassiek verhuist in 2027 naar primetime op NPO 2 en wordt, mede door doorontwikkeling van het format en een versterkte online aanwezigheid, op nieuwe manieren toegankelijk voor een breder publiek.

De NTR maakt daarnaast programma's op het gebied van Soul, Jazz en Wereldmuziek, genres die elders nog maar weinig aan bod komen. Ook hierbij zetten we in op online programmering voor het bereiken van diverse en jongere doelgroepen.

Cultuur
Kunst en Cultuur verbindt, onderscheidt en biedt andere en aanvullende perspectieven. De NTR streeft ernaar programma's te maken die iets met je doen als kijker of luisteraar. Dat doen we graag, met al onze expertise binnen de NTR, met titels als Uur van de Wolf, de Top 2000, audiodocumentaires op NPO Luister onder de titel DOCS en de reguliere podcast Kunststof.

Van verschillende (muziek)festivals zoals Pinkpop, Lowlands en North Sea Jazz wordt verslag gedaan en de registraties worden zowel lineair en via streaming en online aangeboden.

Documentaire en Fictie
Het Uur van de Wolf geeft al meer dan 30 jaar ruimte aan tal van inspirerende en eigenzinnige kunstenaars. Om ons te onderscheiden en relevant te blijven houden we binnen fictie oog voor innovatie en talentontwikkeling, dicht bij de kernwaarden van de NTR: kwalitatief, impact en inclusief. In 2027 onder andere de dramaserie Hemelrijk.

Jeugd
De NTR is onmisbare leverancier van ongebonden en originele programmering voor de jeugd met toonaangevende vaste titels als PatsBoemKledder, Binnenvet, Vlogmania, Het Klokhuis, het Sinterklaasjournaal en de ontwikkeling van de nieuwe kleuterserie De Wondergrot.

Diversiteit en Levensbeschouwing
Diversiteit en inclusie heeft binnen alle domeinen van de NTR een plek. Speciaal programma-aanbod rondom nieuwkomers vanuit de titel Net in Nederland en de programmering (audio en online) rondom de titel Het Caribisch Netwerk dragen bij aan diversiteit en inclusie.

Daarnaast heeft de NTR een specifieke taak voor (lineaire en online) programmering rondom levensbeschouwelijke Moslim en Hindoe onderwerpen. Onder andere Culture Bites, Ramadan Bites en Iedereen Verlicht worden ook in 2027 geprogrammeerd.

Ongehoord Nederland

Ongehoord Nederland vertegenwoordigt met haar programmering een grote en groeiende groep Nederlanders die zich in het bestaande media-aanbod onvoldoende herkent. ON! geeft juist een stem aan burgers wier opvattingen in het publieke bestel structureel onderbelicht blijven: mensen die kritisch staan tegenover de heersende consensus over klimaat en over het migratie- en asielbeleid, en die zich sterk maken voor het behoud van de Nederlandse cultuur en identiteit. Door deze perspectieven journalistiek te belichten en waar nodig bespreekbaar te maken, versterkt ON! de pluriformiteit van de publieke omroep.

In 2027 zet ON! deze lijn voort met een herkenbaar aanbod van actualiteiten, duiding en debat. Daarin komen onderwerpen aan bod die een substantieel deel van het publiek raken, maar die te weinig ruimte krijgen. ON! blijft daarbij nadrukkelijk investeren in een groeiend bereik op sociale media en online platforms, zodat ook jongeren en 'afgehaakten' bij traditionele media opnieuw betrokken raken bij de publieke omroep (die er immers voor ons allemaal is).

Juist in een tijd waarin het vertrouwen in de gevestigde media onder druk staat, is de bijdrage van ON! onmisbaar. ON! houdt het publieke bestel scherp, verbreedt het maatschappelijk debat en zorgt ervoor dat uiteenlopende maatschappelijke stromingen zich in de publieke omroep vertegenwoordigd weten. Daarmee blijft ON! Ook in 2027 een noodzakelijke aanvulling op een pluriform medialandschap.

PowNed

Missie en identiteit

PowNed wil als publiek mediabedrijf alle technologie en mediaplatforms inzetten om de netwerkgeneratie naar het publieke bestel te lokken. PowNed doet dit met een geheel eigen stijl: uitdagend, dwars als het moet, humoristisch, intelligent en ongecensureerd. Stelling nemen, aanpakken, confronteren, soms choqueren, juichen als 'we' winnen, satirisch of met zelfspot wanneer nodig. Onze liberaal-kritische levenshouding verschilt van de waardengemeenschappen van de ledengebonden omroepen; geen binding met links of rechts, rebels, vrijheid centraal stellen, niets voor lief nemen en een allergie hebben voor betutteling en macht. Ons perspectief is daarmee van toegevoegde waarde voor het publieke bestel.

De netwerkgeneratie

PowNed richt zich op de netwerkgeneratie, een generatie die veelal bestaat uit millennials en Gen Z: jonge mensen die continu online zijn, veel interesse hebben in nieuws en informatie en deze vooral online zoeken, kritisch zijn op de macht en graag hun stem laten horen. De netwerkgeneratie is op zoek naar echte, ongepolijste informatie, waarbij de confrontatie niet wordt geschuwd en macht per definitie in twijfel wordt getrokken.

Programma's

Van kleine rebellenclub is PowNed uitgegroeid tot een volwaardige omroep met ditoprogrammering. Onze programma's kenmerken zich door vragen die anderen niet durven stellen en echte, ruwe verhalen van echte mensen. Ook laten we werelden zien waar veel mensen normaal nauwelijks mee in aanraking komen. Hoodfights, Motorbendes, Uitsmijters en de kijkcijferhit Meiden die rijden zijn hier mooie voorbeelden van. Maar ook Rutger's Lobby, het wekelijkse politieke programma onder leiding van Rutger Castricum – inmiddels een vaste waarde op NPO 2. Daarnaast bereiken we digitaal met PowNews een grote groep mensen online die andere omroepen niet bereiken. Tot slot is het PowNed-geluid prominent te horen op radio. Sterker nog: in de avondspits is er met Ruud de Wild, Barend en Benner en Eddy Keur geen ontkomen aan en is het PowNed wat de klok slaat op zowel NPO Radio 2 als 3FM.

Dicht bij ons publiek

Omroep PowNed heeft een sterk journalistiek DNA. Onze kracht is dat wij nieuws, actualiteiten en opinie vanuit de online cultuur van de netwerkgeneraties laten zien: ongepolijst, transparant, direct laten zien wat er speelt door zonder filter het gesprek aan te gaan. Om dit perspectief te kunnen bieden hebben we een eigen makerscultuur ontwikkeld met bijbehorende manier van werken. Hierbij staat altijd ons publiek centraal. Wij willen dicht bij onze doelgroep staan, hun taal spreken en opduiken in het gehele land. Dit betekent dat een groot deel van onze makers uit onze doelgroep komt en we dus continu nieuw talent opleiden.

Onze doelgroep eist van ons betrokkenheid, continue interactie en invloed op inhoud. In ons aanbod zoeken we dan ook altijd naar manieren om het publiek te laten interacteren. Dit helpt ons om te weten welke vraagstukken er leven en welke content en mediavormen door de doelgroep worden gewaardeerd. Keuzes voor vorm en stijl moeten passen bij de netwerkgeneraties: ongepolijst, echt, scherp gesneden, korte items, confronterend met een dosis humor en uitnodigend tot discussie.

VPRO

De VPRO is binnen het Nederlandse medialandschap de vrijplaats voor vrijdenken, verbeelding en vernieuwing. We nodigen mensen uit om anders te kijken, denken en voelen door nieuwe perspectieven, creatieve vormen en ongemakkelijke vragen te introduceren. Dit doen we vanuit de overtuiging dat een andere kijk op de wereld, verwondering, twijfel en ontroering van wezenlijk belang zijn voor een sterke samenleving.

De VPRO werkt in verschillende genres en domeinen; van buitenlandjournalistiek tot satire, van documentaires tot maatschappelijke series, kunst en cultuur, reisseries en jeugdprogrammering. Het publiek is bekend met vaste titels zoals OVT, Buitenhof, Bureau Buitenland, 3voor12, 100 dagen, Nooit meer slapen, Club Lees en VPRO Boeken.

Met het verder uitbouwen van de geopolitieke vloer, en Bureau Buitenland het hele jaar door op radio, tv en online, bieden we mensen zoveel mogelijk grip op de wereld, in deze tijd waarin internationale veranderingen sneller gaan dan menselijkerwijs is bij te houden. Ruben Terlou gaat op zoek naar de eigenheid van Taiwan, dichter bij huis duiken we in de stad Brussel en gaat Stef Biemans kijken naar de overwinteraars op de Costa del Sol. In de serie Lang en gelukkig volgen we van binnenuit wat erbij komt kijken om oud te worden en afhankelijk van je omgeving. We bouwen de Nationale Leesmarathon verder uit en binnen de jeugdprogrammering gaat Stephanie Louwrier als Don Stephanie op zoek naar de aantrekkingskracht van criminaliteit en misdaad voor kinderen.

Sinds 2022 werkt de VPRO in een samenwerkingsomroep samen met HUMAN. VPRO en HUMAN werken als zelfstandige omroepverenigingen met een eigen identiteit, programmering en achterban. Dit betekent dat beide omroepen eigen media en daarbij behorende activiteiten rondom publiek en marketing ontwikkelen. Zo houden we beide merken sterk. De ondersteunende diensten zoals productie, financiën, ICT, juridische zaken en personeel en organisatie zijn geïntegreerd. VPRO en HUMAN hebben de intentie uitgesproken om – wanneer de publieke omroep op een andere manier georganiseerd wordt – een omroephuis te vormen met de EO.

De VPRO loopt binnen het bestel voorop in innovatie en creativiteit en is een kweekvijver voor talent. Dit doen we onder meer met het VPRO Medialab dat nieuwe technologie verkent voor het vertellen van verhalen en het bereiken van nieuwe doelgroepen; kansen en risico's van AI spelen daarbij een belangrijke rol. VPRO Dorst, de VPRO School en de documentairereeks Ongeschreven regels zijn talentprogramma's die jonge makers kansen biedt in het vinden van hun eigen stem, begeleid en geïnspireerd door VPRO-makers.

WNL

Omroep WNL is een overwegend journalistieke omroep die de hartslag van liberaal-conservatief Nederland tot uiting laat komen in zijn programma's. Programma's voor mensen die nuchter in het leven staan. Mensen die hechten aan vrijheid, die hechten aan de identiteit en tradities van ons land. Die willen dat Nederland veilig is, dat we een bloeiende economie hebben, maar die zich ook zorgen maken over de toekomst in een steeds complexere wereld. Programma's, kortom, voor gewone mensen die ons land draaiend houden.

Wie scherpe journalistieke programma's wil zien die de vragen van gewone Nederlanders adresseren, is bij WNL aan het juiste adres. Je zou de omroep kunnen omschrijven als gematigd rechts. De politieke flanken worden met belangstelling bezien, de overtuiging bestaat echter bij WNL dat het brede politieke midden uiteindelijk de oplossingen moet brengen.

De legitimering van de publieke omroep rust op externe pluriformiteit en onafhankelijke journalistiek met rijke perspectieven. WNL verankert de journalistiek als cruciale waarde op het hoogste niveau.

De omroep heeft vier thema's geformuleerd die vanuit de liberaal-conservatieve stroming belangrijk zijn: politiek, economie, veiligheid en onze nationale identiteit. Die thema's keren terug in toegankelijke live-programma's als Goedemorgen Nederland, WNL Op Zondag, de politieke talkshow Café Kockelmann, Sven op 1 en de dagelijkse zomertalkshow Goedenavond Nederland. In het wekelijkse NPO Radio 1 programma Stand van Nederland bespreken we economische kwesties die iedereen raken. Komend jaar zullen we dit uitbreiden met een wekelijkse chatcast over personal financiën en meteen wekelijkse politieke podcast Haagse Hindernissen.

Ook in 2027 zal WNL zich richten op kwalitatief hoogwaardige ENG programma's en documentaires. Producties als de internationale documentaire 'De Non en haar Wegwerpkinderen', maar ook een nieuw seizoen van het veelgeprezen en verbindende Mocronado's. Daarnaast is WNL vol aan het transformeren naar een omroep die verhalen vertelt op meerdere platformen en op zoek gaat naar nieuwe doelgroepen. Dit heeft komend jaar de hoogste prioriteit en dat zal zich zichtbaar zijn in verschillende vernieuwende formats. Zowel online als on demand.

WNL zal in 2027 verder doorgaan op de ingeslagen weg: een omroep die (onderzoekende) journalistiek bedrijft op het hoogste niveau met programma's die verdiepen, informeren en de kijker aan het denken zetten. En als ze ook nog amuseren of ontroeren, dan is dat alleen maar mooi.

Omroep ZWART

Omroep ZWART maakt programma's die de Nederlandse samenleving weerspiegelen in al haar perspectieven, ervaringen en verhalen — en zet daarmee recht wat scheef zit. Vanuit de overtuiging dat de publieke omroep een plek moet zijn waar verschillende stemmen zichtbaar en hoorbaar zijn, ontwikkelen wij journalistieke, culturele en maatschappelijke programma's die bijdragen aan begrip, verbinding en betrokkenheid. Onze verhalen zijn relevant voor het dagelijks leven van Nederlanders en leggen verbanden tussen actuele ontwikkelingen, cultuur, identiteit, generatievraagstukken en verandering.

In 2027 zet Omroep ZWART in op verdere versterking van haar journalistieke en culturele programmering. Wij bouwen aan een omroep die midden in de samenleving staat, maatschappelijke ontwikkelingen duidt en ruimte biedt aan nieuwe makers, nieuwe verhalen en vernieuwende vertelvormen. Programma's als Pointer: Het Verkiezingsdebat — vorig jaar een van onze best bekeken producties — laten zien dat dit werkt: actuele journalistiek die aanslaat bij een breed en jong publiek.

Onze ambitie is om met kwalitatief hoogwaardige programmering bij te dragen aan het publieke debat, culturele ontwikkeling en maatschappelijke samenhang. We combineren actualiteit met verdieping, cultuur met reflectie en entertainment met betekenis. Via televisie, online platforms, podcasts en documentaire producties bereiken wij diverse publieksgroepen met verhalen die ertoe doen.

Belangrijkste speerpunten

1. Journalistieke verdieping en maatschappelijke duiding

Met Dossier NAV, Met Mandy en NAV geeft Omroep ZWART ruimte aan gesprekken, onderzoeksjournalistiek en persoonlijke verhalen rond thema's als bestaanszekerheid, onderwijs, arbeidsmarkt, identiteit, mentale gezondheid en maatschappelijke kansen — programma's die inzichtelijk maken hoe maatschappelijke ontwikkelingen mensen daadwerkelijk raken.

Daarnaast ontwikkelen wij documentaires en journalistieke specials over actuele vraagstukken die van invloed zijn op het dagelijks leven van Nederlanders, met de vraag centraal welke ontwikkelingen bepalend zijn voor de toekomst van Nederland.

2. Cultuur als motor van maatschappelijke ontwikkeling

Sinds 2022 biedt Podium ZWART een platform aan artiesten, muzikanten, schrijvers en andere makers — en heeft daarmee culturele ontwikkelingen zichtbaar gemaakt op een manier die tot dan toe ongezien was binnen de publieke omroep. Het programma laat zien hoe kunst, muziek en creativiteit bijdragen aan maatschappelijke verbeeldingskracht en verbinding.

Ook investeren wij in culturele documentaires en registraties — zoals de liveregistraties van Frenna en Jonas Fraser — die nieuwe creatieve stromingen, jonge makers en maatschappelijke thema's vanuit cultureel perspectief belichten en bijdragen aan de toegankelijkheid van cultuur binnen het publieke bestel.

3. Nieuwe generaties en talentontwikkeling

De Nacht is ZWART positioneren wij als talentenkweekvijver: een podium waar jonge journalisten, presentatoren, documentairemakers en creatieven zich daadwerkelijk kunnen ontwikkelen. Nieuwe makers een podium bieden zien wij als kerntaak, niet als bijzaak.

Door nieuwe talenten actief te betrekken bij onze programmering ontstaat ruimte voor innovatieve vertelvormen en actuele onderwerpen die aansluiten bij veranderend mediagebruik — waardoor de publieke omroep relevant blijft voor nieuwe generaties kijkers en luisteraars.

4. Verbinding en maatschappelijke dialoog

Met De Afhaalchinees: De Thuisbezorgd brengen wij uiteenlopende perspectieven samen rond het thema adoptie. Pointer: Het Verkiezingsdebat, de stem van jongeren was vorig jaar een van onze best bekeken programma's — het bewijs een politiek debat op een andere manier kan en een ander bereik heeft dan het reguliere aanbod.

Dit resultaat is voor ons reden om hierin te blijven investeren: in 2027 ontwikkelen wij nieuwe producties waarin ontmoeting, debat en persoonlijke verhalen centraal staan, en die de rol van de publieke omroep als plek voor gezamenlijke reflectie verder versterken.

5. Vernieuwing van publieke storytelling

Omroep ZWART investeert in innovatieve manieren van verhalen vertellen die aansluiten bij het hedendaagse mediagebruik. Naast televisieprogramma's ontwikkelen wij podcasts, online series, korte journalistieke formats en documentaire-content die publiek bereiken via verschillende platformen.

Programma's als Podium ZWART en nieuwe digitale formats zoals Dossier NAV en NAV vormen samen een geïntegreerd aanbod waarin actualiteit, cultuur en maatschappelijke relevantie elkaar versterken — en waarmee wij de toegankelijkheid van publieke content en actieve betrokkenheid van het publiek vergroten.

Bijdrage aan de samenleving

Met haar programmering levert Omroep ZWART in 2027 een bijdrage aan een goed geïnformeerde, betrokken en verbonden samenleving. Van Date on Stage en De Nieuwe Generaties van Suriname tot 5 Jaar na Black Lives Matter en Keti Koti: wij bieden ruimte aan nieuwe perspectieven, duiden maatschappelijke ontwikkelingen en maken cultuur zichtbaar. Daarmee laten wij op onderscheidende wijze zien waarom wij bestaan als omroep — en dat de koers die wij varen de juiste is.

Financiële bijdrage aan programmering

Omroep ZWART heeft in het begrotingsjaar 2027 scherp geprioriteerd: door de beperkte omvang van het beschikbare eigen vermogen is gekozen voor een solide en duurzame bedrijfsvoering boven aanvullende financiële bijdragen aan programma's. Deze keuze waarborgt de continuïteit van ons publieke media-aanbod en legt de basis voor gerichte investeringen zodra de financiële ruimte dat toelaat.

Bijlage B: Overzicht Prestatieafspraken 2027-2028

In overleg met het ministerie van OCW is een addendum op de prestatieovereenkomst opgesteld, waarin voor de periode 2027–2028 vijf prestatieafspraken zijn aangepast en de prestatieovereenkomst voor het overige gelijk is gebleven. In de jaarlijkse Terugblik zal de NPO rapporteren over de realisering van onderstaande prestatieafspraken

Aanbodmix

P01 De NPO classificeert jaarlijks zijn radio- en televisieaanbodmix, inclusief de kinderprogrammering in genres, en rapporteert hierover.

Publieke waarden en kwaliteit

P02 NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de publieke waardentoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.

P03 NPO rapporteert jaarlijks over de uitkomsten van de kwaliteitstoets voor zowel de radiozenders als de televisietitels van de NPO.

P04 NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de betrouwbaarheid van zijn nieuws-, actualiteiten- en opinieaanbod.

Diversiteit

P05 De NPO rapporteert jaarlijks over doelstellingen en resultaten op het gebied van diversiteit voor de geprioriteerde (sub)genres.

P06 De NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de weerspiegeling van vrouwen, mensen met een biculturele achtergrond en met een beperking voor de geprioriteerde (sub)genres

Toegankelijkheid

P07 De NPO biedt het NOS Journaal in de avond en het NOS Jeugdjournaal aan met een tolk in de Nederlandse gebarentaal.

P08 De NPO voorziet jaarlijks ten minste acht nieuwe titels of nieuwe seizoenen van titels van audiodescriptie.

P09 De NPO voorziet jaarlijks acht evenementen van een tolk Nederlandse gebarentaal.

P10 De NPO voorziet het wekelijkse gesprek met de minister-president van een tolk gebarentaal.

Programmavernieuwing

P11 De NPO realiseert jaarlijks minstens 10 videopilots.

P12 De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe videotitels.

P13 De NPO programmeert jaarlijks minstens 30 nieuwe podcasttitels.

Talentontwikkeling

P14 NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties binnen de gehele NPO voor de talentontwikkeling van programmamakers.

Genrebeleid

P15 De NPO rapporteert jaarlijks over de voortgang van de implementatie van het genrebeleid.

Nieuws & Actualiteiten en Opinie

P16 NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de impact van het nieuws-, actualiteiten- en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.

P17 NPO rapporteert jaarlijks wat het publiek vindt van de kwaliteit van het nieuws-, actualiteiten- en opinie televisie- en radioaanbod van de NPO.

P18 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.

P19 NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste voorbeelden van onderzoeksjournalistiek.

Kunst & Expressie

P20 NPO programmeert jaarlijks minimaal 15 videoregistraties van podiumkunsten.

Drama, film, documentaire

P21 NPO programmeert jaarlijks minimaal 10 nieuwe eigen Nederlandse dramaproducties of nieuwe seizoenen van Nederlandse dramaproducties.

P22 NPO borgt in vergelijkbare budgetomvang als in de afgelopen concessieperiode de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama, documentaires en talentontwikkeling.

P23 NPO programmeert jaarlijks onder de voorwaarde van een overeenkomst tussen NPO en de koepel Nederlandse filmproducenten 18 Nederlandse filmproducties.

Muziek

P24 De NPO registreert wekelijks voor zijn muziekkanalen gemiddeld minimaal 5 liveoptredens en minimaal 2 concerten of festivals.

Levensbeschouwing

P25 NPO borgt jaarlijks een budget van 12,5 miljoen euro voor levensbeschouwelijk aanbod naar rato van de omvang van de stromingen die voorheen werden gerepresenteerd door de zogenoemde 2.42-omroepen.

Publieksbereik en betrokkenheid

P26 NPO rapporteert jaarlijks over de resultaten van de impactbelevingsmeter.

P27 NPO realiseert jaarlijks de bereikdoelstellingen voor de verschillende leeftijdsgroepen zoals die zijn geformuleerd in de begroting.

P28 NPO rapporteert jaarlijks over de belangrijkste acties gericht op het bedienen van jongeren.

P29 Omroepen rapporteren jaarlijks over hun acties gericht op interactie met en participatie door het publiek.

Nederlands product

P30 Jaarlijks bestaat minimaal 75 procent van de duur van het televisieaanbod uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.

Regio

P31 De NPO programmeert op werkdagen in de vooravond een regiojournaal.

P32 NPO rapporteert jaarlijks over de aard en omvang van de regionale programmering op de lineaire televisienetten.

Bijlage C: Overzicht aanbodkanalen

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
On-demandkanalen		
NPO Start – on demand	NPO Start – on demand is een gratis dienst op aanvraag die zeven dagen lang zoveel mogelijk gemiste programma's van NPO 1, NPO 2 en NPO 3 en van de overige lineaire videokanalen aanbiedt. Programma's die gepland staan voor lineaire uitzending kunnen alvast eerder via dit kanaal beschikbaar worden gesteld. Het aanbodkanaal heeft een breed programmatisch profiel en biedt ook programma's die enkel op dit kanaal beschikbaar worden gesteld. Verder wordt op dit kanaal een selectie van programma's uit het archief, fragmenten en webseries afkomstig van de andere aanbodkanalen van de NPO aangeboden. Geeft daarnaast toegang tot tijdelijke livestreams die worden aangeboden bij speciale gebeurtenissen en/of rondom speciale programmering. Binnen het aanbodkanaal is het gidsen van het publiek, al dan niet op gepersonaliseerde wijze een belangrijke functionaliteit. Is eventueel aanwezig op sociale media/videoplatformen voor het uitlichten van de catalogus.[22]	Overig aanbodkanaal
NPO Luister – on demand	NPO Luister - on demand is een kanaal dat het audio-ondemandaanbod van de NPO gebundeld aanbiedt. Hiervoor heeft het aanbodkanaal een breed programmatisch profiel. Het betreft zowel audio-ondemandaanbod afkomstig van andere aanbodkanalen van de NPO als aanbod dat specifiek voor het aanbodkanaal verzorgd wordt. Verder is het ook mogelijk om een selectie van programma's uit het archief en audiofragmenten aan te bieden. Binnen het aanbodkanaal worden (persoonlijke) aanbevelingen gedaan om het publiek te gidsen. Het aanbodkanaal is aanwezig op sociale media platformen met als doel de programmering van dit aanbodkanaal uit te lichten.	Overig aanbodkanaal
NPO Plus	Betaaldienst voor gemiste programma's met extra faciliteiten als de mogelijkheid tot preview en het langer kunnen terugkijken van het aanbod waarvan de NPO niet zelf de eigenaar van de rechten is.	Overig aanbodkanaal

Lineaire kanalen

Hoofdkanalen Televisie		
NPO 1	Kanaal met een brede programmamix met actuele en betrouwbare informatie en programma's die ervoor zorgen dat alle publieksgroepen zich op dit net thuisvoelen.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 2	Verdiepend en informatief journalistiek kanaal voor een publiek dat geïnspireerd en breder geïnformeerd wil worden.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 3	Een kanaal dat aansluit op de leefwereld van een jongere doelgroep met inspirerende, eigentijdse en originele, verrassende programma's.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zapp (subprofiel van NPO 3)	Kanaal dat kinderen serieus neemt met aanbod dat hen raakt, dat ertoe doet en waar je iets van kan leren.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zappelin (subprofiel van NPO Zapp)	Breed en vrolijk kanaal waar kinderen in een veilige omgeving spelenderwijs leren ontdekken en kunnen ontspannen.	Algemeen televisie programmakanaal
Hoofdkanalen Radio		
NPO Radio 1	Nieuws- en sportzender die luisteraars betrouwbaar, actueel en gevarieerd informeert en op pluriforme wijze achtergronden en duiding brengt.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 2	Volwassen popmuziekzender die luisteraars aangesloten houdt bij het nieuws, supporter is van de Nederlandse muziekcultuur en als venster op de maatschappelijke en culturele agenda van Nederland fungeert.	Algemeen radio programmakanaal
NPO 3FM	Vernieuwende jongerenzender die luisteraars aangesloten en op de hoogte houdt rondom muziek en thema's die in hun dagelijks leven een rol spelen.	Algemeen radio programmakanaal

Hoofdkanalen Radio		
NPO Klassiek	Initiatiefrijke zender die midden in de samenleving staat met uitnodigend aanbod van en informatie over klassieke muziek en kunst en een spil en gids is in het klassieke muziekleven.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 5	Toegankelijke zender dichtbij oudere luisteraar die gedurende de dag fungeert als informatiebron en gids over muziek, cultuur, nieuws en maatschappelijke ontwikkelingen.	Algemeen radio programmakanaal
NPO FunX	Urban zender die door muziekformat, nieuws, cultuur en aandacht voor maatschappelijke onderwerpen een impactvolle rol vervult in dagelijks leven van stadsjongeren.	Overig radio programmakanaal
NPO BLEND	Volwassen cultureel diverse muziekzender die luisteraars aangesloten houdt bij nieuws en cultuur, met aandacht voor maatschappelijke onderwerpen vanuit een inclusief perspectief.	Overig radio programmakanaal
Themakanalen Televisie		
NPO Politiek en Nieuws	Kanaal met laatste nieuws, actualiteiten, live persconferenties en politiek nieuws en parlementaire debatten, waarmee de werking van de democratie zichtbaar wordt. Extra ruimte voor de sport in de breedte tijdens de recessen.	Overig televisie programmakanaal
NPO 1 extra	Kanaal met programma's uit het rijke archief van de NPO met een accent op films en series.	Overig televisie programmakanaal
Themakanalen Radio		
NPO Sterren NL	Extensie van hoofdzender NPO Radio 5 met muzikale programmering van Nederlandse artiesten. Stimuleert de Nederlandse populaire volkscultuur in de breedte.	Overig radio programmakanaal

Online kanalen

Algemeen		
npo.nl	Centrale portal van de NPO op internet. Hier komt online al het aanbod van de NPO samen. De portal geeft toegang tot alle aanbodkanalen van de NPO waaronder de livestreams van de lineaire radio- en tv-kanalen en de ondemandkanalen (incl. catch up van de programma's die zijn uitgezonden op de algemene programmakanalen). Binnen de portal zijn het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context en de marketing van kanalen, programma's en activiteiten van de NPO belangrijke functionaliteiten. Daarnaast biedt de portal informatie over de NPO.	Overig aanbodkanaal
Netkanalen / zenderkanalen		
NPO Start Next	Online kanaal specifiek gericht op jongeren, dat inspeelt op het verschuivend kijkgedrag van jongeren. Met NPO 3 livestream, speciaal voor jongeren geproduceerde en geselecteerde video's on demand en veel interactiemogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
NPO Zappelin online	Online kanaal, specifiek gericht op kinderen (2 tot 5 jaar) en hun ouders, dat een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep met veel interactiemogelijkheden, waaronder deelname aan acties en spelletjes. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO en het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Het kanaal is beschikbaar via het NPO-online platform als - op onderdelen – ook via sociale media/ videoplatformen.	Overig aanbodkanaal
NPO Zapp online	Online kanaal specifiek gericht op kinderen (6 tot 12 jaar), dat een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel interactie mogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal

Netkanalen / zenderkanalen		
NPO Radio 1 online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO Radio 2 online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO 3FM online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO Klassiek online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal

Netkanalen / zenderkanalen		
NPO Radio 5 online	Online kanaal met live audiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO FunX online	Online kanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO BLEND online	Onlinekanaal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen het kanaal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal

Thematische kanalen		
NPO Schooltv	Online kanaal specifiek gericht op schoolkinderen (4 tot 18 jaar), dat een educatieve plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel opzoekmogelijkheden. Fragmenten van educatieve kinderprogramma's als ook bredere programma's en hermontages voor in de klas en innovatieve overdracht van extra kennis d.m.v. verdiepende interactieve elementen. De content is zo gerubriceerd, dat ze zowel thuis als in het onderwijs te gebruiken is.	Overig aanbodkanaal
NPO Kennis	Online kanaal specifiek gericht op volwassenen, waarop het educatieve deel van het audio- en videomateriaal van de gehele publieke omroep op één centrale plek gebundeld, ontsloten en verrijkt wordt ter bevordering van informeel leren. In een educatieve context wordt het geselecteerde aanbod toegankelijk gemaakt via onder andere thematische filtering, kennisvragen en educatieve lagen, zoals een quiz of infographic. Het publiek wordt op verschillende manieren uitgenodigd tot participatie, interactie en verdieping gericht op gebruik in een informele setting zoals thuis of onderweg.	Overig aanbodkanaal
NOS online	De ingang voor het laatste nieuws en om NOS-uitzendingen terug te kijken, met losse nieuwsreportages van alle NOS-programma's. Ook bij belangrijke nieuws- of sportgebeurtenissen tijdelijke livestreams via NPO-player.	Overig aanbodkanaal
Omroepkanalen		
· AVROTROS online · BNNVARA online · EO online · HUMAN online · KRO-NCRV online · Maxvandaag online · NTR online · Ongehoord Nederland online · PowNed online · VPRO online · WNL online · Omroep ZWART online	Online kanaal op het online NPO-platform en eventueel ook op sociale media/videoplatformen, bedoeld om het omroepprofiel te verduidelijken en de binding met publiek dat interesse heeft in de programma's, thema's missie en identiteit van de betreffende omroep te versterken door het aanbieden van mogelijkheden tot interactie met en participatie van het publiek. Het aanbod kan bestaan uit typerende fragmenten uit ofwel hele afleveringen van programmatitels gerealiseerd voor de gezamenlijke aanbodkanalen. Daarnaast kan het aanbod bestaan uit speciaal voor het kanaal gerealiseerde web only titels die zich door het specifieke karakter niet, of nog niet, lenen voor plaatsing op de gezamenlijke online aanbodkanalen. Binnen het kanaal zijn het gidsen van publiek dat interesse heeft in de programma's, thema's missie en identiteit van de betreffende omroep naar andere kanalen en sites binnen de NPO-omgeving en marketing van programma's op gezamenlijke kanalen belangrijke functionaliteiten. Het kanaal kan tevens op het NPO platform verdieping en duiding van titels afkomstig van aanbodkanalen zonder non-lineaire extensie bevatten alsmede op tijdelijke basis niet-actueel media-aanbod afkomstig uit het archief van de omroep dat niet elders op het online NPO-platform on demand wordt aangeboden.	Overig aanbodkanaal

Colofon

September 2026

Redactie NPO
Productie en vormgeving CF Report & F19
Fotografie Frits de Beer, Sheridan Flipse, Ben Houdijk, Ton Kastermans, Elmer van der Marel, Annemieke van der Togt, Chris & Marjan, Nikkie van Toorn

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.