



beleidsplan 2010-2015

behorende bij de erkenningsaanvraag van de NCRV d.d. 24-07-2009

Inhoud

1. De Nederlandse Publieke Omroep	4
2. NCRV binnen de Nederlandse Publieke Omroep	6
3. NCRV-meerjarenbeleid	8
3.1. Identiteit c.q. de stroming die wij vertegenwoordigen	
3.2. Missie, waarden en visie	
3.3. Strategische keuzen	
4. NCRV-programmabeleid	12
4.1. Algemene uitgangspunten	
4.2. Opinie & debat	
4.3. Levensbeschouwing	
4.4. Human interest	
4.5. Combinatie van aandachtsgebieden	
5. NCRV in samenwerking met anderen	17
6. NCRV als vereniging	19
7. NCRV en overige erkenningsvoorwaarden	21

**van
inzicht
naar
uitzicht**



1. De Nederlandse Publieke Omroep

De publieke omroep in Nederland is teamwork. De programmering ontstaat door een samenspel van zelfstandige omroepen die ieder vanuit hun specifieke missie of taakopdracht bijdragen aan het bestel. De unieke samenstelling van de Nederlandse publieke omroep daagt uit tot creatieve competitie en staat garant voor een aanbod dat pluriform en divers is. De bestuurlijke verhoudingen in Hilversum zijn na vele jaren uitgekristalliseerd in een gezond evenwicht en samenspel.

De opdracht van de publieke omroep is om zoveel mogelijk mensen te bereiken met relevante audiovisuele content: programma's die de kwaliteit hebben om burgers met elkaar te verbinden en hun leven te verrijken.

Het concessiebeleidsplan 2010-2015 is ten tijde van het schrijven van deze erkenningsaanvraag nog niet beschikbaar. Tot die tijd zijn de NPO-beleidsuitgangspunten, zoals uitgewerkt in de Meerjarenbegroting 2009-2013, leidend voor het denken van de NCRV over (programma)beleid voor de komende erkenningsperiode.



**als je
echt naar
mensen
luistert**



2. NCRV binnen de Nederlandse Publieke Omroep

Wij zijn een loyale deelnemer aan het Nederlandse publieke omroepbestel. Wij dragen actief bij en werken aan het realiseren van de doelstellingen en speerpunten die in gezamenlijkheid door de verschillende bespelers van de NPO worden vastgesteld.

Ten aanzien van de in de NPO-meerjarenbegroting 2009-2013 opgenomen hoofdcategorieën van programmabeleid, dragen wij primair bij aan de categorieën 'opinie' en 'cultuur'¹. Met dramaproducties en een radioprogramma over kleinkunst hebben wij tevens onze inbreng in de categorie 'expressie'. Omdat veel van onze human interest programma's een vermakelijk karakter hebben, kan de NPO ook rekenen op ons aandeel in de categorie 'amusement'.

Wij delen de basiswaarden² die de NPO verbindt aan het aanbod van de publieke omroep, waarbij wij de komende erkenningsperiode extra aandacht zullen besteden aan kwaliteit. Voor wat betreft de basiscriteria die de NPO hanteert³, hebben wij een grote staat van dienst op het gebied van 'interactie en invloed'. Met deze kennis en ervaring dragen wij de komende periode uiteraard ook weer bij aan de door de NPO gewenste kwaliteit van het aanbod. Met betrekking tot het bereik hebben wij de ambitie om in de komende erkenningsperiode een jongere en meer divers samengestelde doelgroep te bereiken dan tot dusver. De prioritaire beleidsthema's uit de NPO-meerjarenbegroting, te weten 'crossmedia-liteit, diversiteit en vernieuwing', krijgen ook in ons programmabeleid voor de komende periode bijzondere aandacht.

Als constructieve deelnemer aan het bestel zullen wij de komende periode ook onze inbreng hebben bij het verder formuleren en uitwerken van overkoepelend beleid, zoals dat door de Visitatiecommissie onder leiding van mevr. mr. Brouwer-Korf is aanbevolen. Wij ervaren het als een uitdaging om daaraan vanuit onze eigen identiteit bij te dragen. Uiteraard is daarbij een belangrijke voorwaarde dat het overkoepelende beleid ruimte biedt aan de missie van de NCRV. Gezien de brede steun voor de externe pluriformiteit van ons publieke bestel, niet alleen in maatschappij en politiek maar ook binnen de Raad van Bestuur van de NPO, zien wij de komende erkenningsperiode in dit opzicht met vertrouwen tegemoet.

¹ Als stelsel van normen, waarden en overtuigingen en daarmee verbonden levensstijlen en tradities.

² De basiswaarden zijn: kwaliteit, betrouwbaarheid, onafhankelijkheid en pluriformiteit.

³ De basiscriteria zijn: voor iedereen, innovatie, variatie, interactie en invloed.



**respect,
inspiratie
en samen
leven**



3. NCRV-meerjarenbeleid

3.1. Identiteit c.q. de stroming die wij vertegenwoordigen

Nederland leeft in een spannend tijdsgewricht. Sommigen zien het als een tijd van ontwrichting en ontworteling. Als NCRV-ers zien wij het als een tijd waarin we spannende en nieuwe verbanden met elkaar aangaan en elkaar vinden vanuit een verschillende achtergrond en afkomst. Een tijd waarin een andere religieuze herkomst en een andere opvatting aanleiding is om met elkaar in contact te komen in plaats van elkaar uit de weg te gaan. Er is immers veel meer dat ons mensen bindt dan dat ons scheidt.

Wij zijn altijd een maatschappelijk betrokken en open organisatie geweest. Waar vroeger woorden als 'barmhartigheid', 'zingeving' en 'naastenliefde' ons gedachtegoed het beste verwoordden, hebben we het nu over 'respect', 'inspiratie' en 'samen leven'. Wij willen er zijn voor een groeiende groep mensen die zich realiseert dat de oplossing niet ligt in soundbites, oneliners en populisme. We schuwen het debat niet, maar zoeken vooral de dialoog: luisteren naar elkaar en van elkaar leren. Op die manier vinden we de nuance die de kern is voor een succesvolle samenleving.

NCRV. Samen op de wereld.

Een organisatie die wil inspireren tot samen leven, die stelt dat we niet alléén maar sámen op de wereld zijn, kan zich niet anders opstellen dan als een organisatie die open staat voor iedereen. Wij bewegen ons dan ook van een vereniging van mensen die hetzelfde inzicht deelden (lees: de protestants-christelijke levensovertuiging – overigens ook al zeer pluriform in zichzelf) naar een vereniging van mensen die hetzelfde uitzicht delen: een samenleving waarin we met respect voor elkaar goed samen kunnen leven.

Prof. George Harinck⁴ geeft tijdens een vergadering van de NCRV-verenigingsraad helder aan hoe de uitwerking die de NCRV heden ten dagen geeft aan haar identiteit, naadloos past in haar inmiddels 85-jarige traditie:

“De functie van de NCRV in de huidige samenleving is in het licht van haar geschiedenis niet voorbij, maar actueel. Opgekomen in een tijd die levensbeschouwing vooropzette, de veelheid daarvan als een nationale eigenheid beklemtoonde en het recht daarop verdedigde, ligt hier voor de NCRV nog steeds een taak. De traditie belemmert hier niet, maar voedt. Dat kan ze doen, juist in relatie tot de opkomst van nieuwe levensbeschouwingen, zoals de islam. De ontmoeting met die andere levensbeschouwingen stelt ons ook voor de vraag wat de ‘C’ in NCRV eigenlijk betekent. Die ‘C’ kon wel eens een heel belangrijke bijdrage bevatten voor onze huidige samenleving. De kunst is dan wel de juiste vragen aan de NCRV-traditie te stellen en ook om open te staan voor de reflectie achter de antwoorden van destijds.

Van belang is in elk geval om te beseffen dat de NCRV haar kracht nooit heeft gezocht in de preek of de evangelisatie, maar in de vormgeving van de christelijke overtuiging op elk gebied ten overstaan van de actuele situatie. Wat de NCRV vandaag doet is niet iets nieuws; het is wat haar eigen traditie haar leert. Er zijn tijden dat de actualiteit de doorslag geeft, er zijn tijden dat de vraag naar de betekenis van het christelijke voor die actualiteit de nadruk krijgt en er zijn tijden dat die traditie juist hindert. Accentverschuivingen binnen een traditie zijn echter geen afscheid van bepaalde accenten.

⁴ George Harinck studeerde geschiedenis te Leiden en promoveerde in 1993 aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Sinds 1997 is hij directeur van het Archief- en Documentatiecentrum van de Gereformeerde Kerken in Nederland en sinds 2003 bijzonder hoogleraar geschiedenis op de ADC-leerstoel aan de Theologische Universiteit te Kampen. Daarnaast is hij hoogleraar geschiedenis aan de Vrije Universiteit Amsterdam en directeur van het Historisch Documentatiecentrum voor het Nederlands protestantisme (1800-heden) aldaar. In 2001 was hij 'visiting scholar' aan Princeton Theological Seminary, VS.

‘Waarden, verscheidenheid en verantwoordelijkheid’ zijn blijvende thema’s waarin de NCRV sterk is: ze is geïnteresseerd in haar programma’s in wat mensen beweegt, ze verzet zich tegen het uitsluiten van levensbeschouwingen, maar bevordert het gesprek daarbinnen en daartussen. Dit karakter in haar programma’s is verbonden met het christelijke karakter van deze omroep en de traditie waarin ze staat en sluit direct aan bij een samenleving die zoekt naar een balans tussen waarden, verscheidenheid en verbondenheid. De relatie met het verleden is open; de NCRV zou pas stoffig zijn als ze die deur toesloot.’

3.2. Missie, waarden en visie

Missie

De NCRV is een maatschappelijk betrokken mediaorganisatie die zich laat inspireren door het protestants-christelijke gedachtegoed en zich inzet voor de kwaliteit van de samenleving. Daarbij is haar kernbelofte: ‘inspireren tot samen leven’. Vanuit deze kernbelofte ontwikkelen wij programma’s en andere activiteiten met een kwalitatief hoogwaardige inhoud. Doel is om mensen te raken, te ontroeren en aan te zetten tot beweging en zelfonderzoek. Dichtbij mensen staan, echtheid, begrip en respect kenmerken onze content.

Waarden

De NCRV stelt drie waarden centraal: ‘eigen verantwoordelijkheid, betrokkenheid en gelijkwaardigheid’.

Visie

De NCRV heeft een samenleving voor ogen waarin mensen in wederzijdse verbondenheid met elkaar leven. Dat is een samenleving waarin verschillen worden geaccepteerd en gewaardeerd, en waarin mensen interesse hebben in de ander, diens omstandigheden en beweegredenen. Het gaat ons om een pluriforme maatschappij die ruimte biedt aan verschillende opvattingen en leefstijlen. Alleen zo kunnen mensen zinvol samen leven en samen werken met behoud van ieders eigenheid.

De NCRV ziet dat de samenleving zich niet zo ontwikkelt als zij zou wensen. Wij vinden een maatschappelijke verandering noodzakelijk en daaraan willen wij een wezenlijke en erkende bijdrage leveren. Dit betekent in de praktijk dat wij willen laten zien en laten horen wat mensen bindt en beweegt. Maar ook wat mensen verdeelt, wat er nog mis is en hoe wij daarover denken. Wij willen onze media en positie gebruiken om de verdraagzaamheid en samenhang in de samenleving te vergroten.

3.3. Strategische keuzen

Om nu en in de toekomst relevant, herkenbaar en succesvol te kunnen blijven, laten wij vanuit onze kernbelofte ‘inspireren tot samenleven’, onze identiteit doorklinken in al onze programma’s. Dit door het op eigentijdse manier aan de orde stellen van relevante maatschappelijke en persoonlijke thema’s. ‘Inspireren tot samen leven’ betekent verder kijken dan alleen de eigen vertrouwde kring van de NCRV zelf. Wij zullen nieuwe doelgroepen aanspreken met de inhoud van onze programma’s en andere activiteiten. Het programmeermodel biedt mogelijkheden om zowel onze traditionele als nieuwe doelgroepen op de verschillende netten te bereiken. Als NCRV blijken wij goed in staat om binnen de kaders van de NPO succesvol te zijn.

Tegen deze achtergrond hebben wij voor de komende erkenningsperiode dan ook de volgende strategische keuzen geformuleerd:

Maatschappelijke betrokkenheid

Maatschappelijke betrokkenheid wordt onze belangrijkste focus. Hierop baseren wij onze nieuwe merkpositionering gericht op een nieuw, eigentijds imago. Wij zetten een transformatie in gang van een primair religieus beleefde omroep naar een organisatie die primair herkenbaar is aan haar maatschappelijke betrokkenheid.

Betekenisvolle programma's

Wij willen nieuwe en jongere doelgroepen aan ons binden door betekenisvolle programma's te maken. Deze programmering geeft enerzijds invulling aan onze missie en positionering en sluit anderzijds goed aan bij de profielen en tone-of-voice van de verschillende netten en zenders.

Onmiskenbare aanwezigheid

Wij willen met een duidelijk eigen gezicht en een herkenbaar eigen geluid aanwezig zijn in de samenleving. Daarom kiezen we voor een heldere merkpositionering met de pay-off 'samen op de wereld'. Wij dragen met onze activiteiten bij aan de sociale cohesie in Nederland. Daarbij maken wij ook gebruik van andere kanalen⁵ dan de reguliere media.

⁵ Zoals mobiel, narrowcasting, evenementen e.d.



**zelfde
grondslag,
nieuwe
taal**

4. NCRV-programmabeleid

4.1. Algemene uitgangspunten

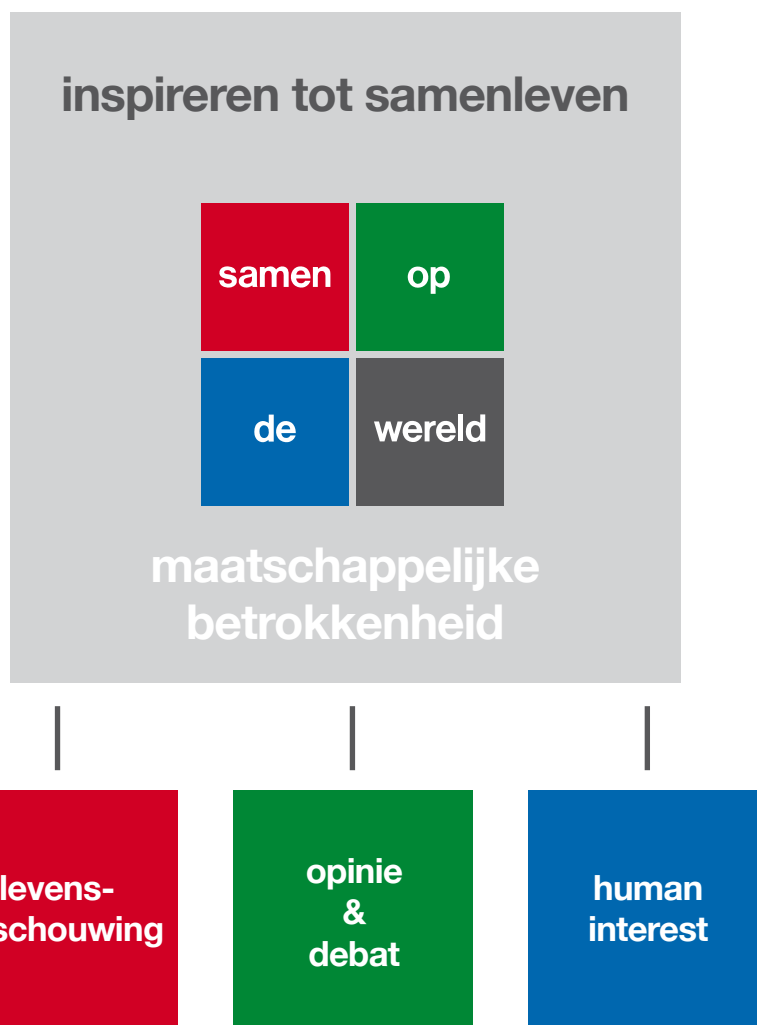
De invoering van het programmeermodel in 2006 heeft de NCRV voor een bijzondere uitdaging gesteld. Konden wij vanaf het oude 'thuisnet' Nederland 1 maar een beperkte doelgroep bereiken, binnen het programmeermodel kregen wij de gelegenheid om via verschillende netten een breder scala aan doelgroepen te bedienen. Daartoe hebben wij de afgelopen periode een meer divers samengesteld portfolio aan programma's ontwikkeld, waarmee aan de eisen van de netprofielen van het nieuwe Nederland 1, 2, 3 en Z@pp(elin) en de behoeftes van de verschillende doelgroepen kon worden voldaan. De NCRV heeft hierdoor (zoals dat al eerder het geval was bij radio) nu op alle televisienetten haar inbreng.

In de komende erkenningsperiode zal de aandacht vooral uitgaan naar de verdere verhoging van de kwaliteit van onze programma's. Hierbij zal het accent liggen op de ontwikkeling van hoogwaardige content, die crossmediaal uitgespeeld kan worden over alle platforms die ons ter beschikking staan en nog ter beschikking zullen komen. Om hierbij als afzender helder en herkenbaar te blijven, positioneren wij ons als een 'merk' dat wil 'inspireren tot samen leven'. Onze uitdaging is om – uitgaande van de gekozen merkpositionering 'samen op de wereld' – meer focus aan te brengen in onze programma's en andere (audiovisuele) uitingen. Het figuur op pagina 13 laat zien hoe wij dat gaan doen: wij vertalen onze kernbelofte en merkpositionering naar drie aandachtsgebieden, namelijk 'opinie & debat', 'levensbeschouwing' en 'human interest'.

In de volgende paragrafen geven wij per aandachtsgebied aan welke ambities wij hebben voor de komende erkenningsperiode. Sterke troef die wij in handen hebben bij het realiseren van die ambities, is ons vermogen goed aan te voelen wat het publiek bezighoudt: in onze programma's staan wij dichtbij mensen. Bij de contentontwikkeling bekijken wij onze onderwerpen door de bril van 'gewone' mensen. Hun ervaringen en verhalen staan centraal in onze programma's. Dit geldt voor alle aandachtsgebieden.

'Dicht bij mensen staan' krijgt ook vorm en inhoud door samen te werken met onze kijkers, luisteraars, lezers, vrijwilligers en zeker ook met organisaties waarmee wij ons verwant voelen. Hiermee bevestigen wij onze positie als maatschappelijke organisatie. Wij willen de burger een platform bieden om zich te presenteren. Een voorbeeld hiervan is *Nederland P*, het internetconcept waarbinnen iedereen een eigen omroep kan beginnen. Interactie met, en participatie van kijkers en luisteraars vinden wij een groot goed. Veel van onze radioprogramma's hebben een reactie telefoon. Veel van onze internetsites hebben forums waarop gereageerd kan worden. In dit kader zal ook de expertise die wij in de loop van de jaren hebben opgebouwd op het gebied van user created content, in de komende planperiode blijvend worden ingezet.

Tenslotte zullen wij al onze media de komende periode inzetten voor het bereiken van een jonger en meer divers samengesteld publiek. Gezien ons gewenste imago zal de toon van de NCRV-uitingen jonger, brutaler en eigentijds zijn. Daarbij zijn we niet uit op effectbejag: respect is en blijft ons handelsmerk.



4.2. Opinie & debat

Met *Netwerk*, *Rondom Tien* en *Dokument* heeft de NCRV op televisie een enorme staat van dienst opgebouwd binnen het aandachtsgebied 'opinie & debat'. Datzelfde kan gezegd worden van de programma's *Stand.nl* en *Stand.café*, die behalve een radiovariant ook een bekende en succesvolle internetcomponent hebben.

De komende erkenningsperiode blijven we met deze (of vergelijkbare) programma's⁶ het publiek een venster op de wereld bieden. Wij willen de ogen van mensen openen en laten zien dat er meerdere kanten aan een medaille zitten, waarbij de ene kant niet per se beter is dan de andere. De ervaringen van mensen – en niet de analyses van deskundigen of uit rapporten – staan centraal in onze programma's. Bij de keuze van onderwerpen, gasten en de samenstelling van de redactie wordt rekening gehouden met de toenemende veelkleurigheid van de samenleving.

⁶ Daar waar in dit beleidsplan programmatitels worden genoemd, is dat bedoeld als illustratie. De periode tussen nu en 2015 is te lang om te kunnen garanderen dat specifiek deze programma's zullen worden uitgezonden. In de loop van de komende erkenningsperiode kan in overleg met net-, zender- en internetcoördinatoren besloten worden dat andere formats moeten worden ontwikkeld. Deze opvolgende formats zullen wel blijven bijdragen aan de ambities van de NCRV binnen elk van de door haar gedefinieerde aandachtsgebieden.

Veel werk wordt gemaakt van de 'crossmedialisering' van de programma's binnen dit aandachtsgebied. Zo is de 'maatschappelijke barometer' – een regelmatig terugkerend onderdeel van *Netwerk* – omgedoopt tot *Stand.tv*. Dit is de eerste stap naar het tot stand brengen van een platformafhankelijk merk 'Standpunt'. Onder deze noemer zal het publiek via alle beschikbare media worden geïnformeerd over relevante actuele thema's, en in de gelegenheid gesteld worden daarover van gedachten te wisselen.

Om meer samenhang en focus in het informatief/journalistieke aanbod te krijgen, zal intensiever worden samengewerkt door alle betrokken redacties.

4.3. Levensbeschouwing

In ons levensbeschouwelijk pakket⁷ verschuift het accent verder van religie naar zingeving, waarbij het multireligieuze perspectief nadrukkelijk aan de orde komt. Het programma *Schepper & Co* leent zich goed voor een crossmediale aanpak. Deze kans wordt in de komende erkenningsperiode verder benut. De samenwerking tussen televisie, radio en de NCRV-gidsredactie binnen dit genre wordt uitgebreid door gezamenlijke projecten op te zetten en door meer gebruik te maken van onderlinge en inhoudelijke verwijzingen.

Op radio 5 hopen wij op zondag in de gelegenheid te blijven onze traditionele achterban (standvastige gelovigen) te bereiken met religieuze muziek, Schriftlezing en achtergronden.

De NCRV beheert *Spirit24*, de levensbeschouwelijke themazender van Nederland en onderdeel van het pakket themakanalen van de NPO. Het themakanaal wil de kijker een programmering bieden die het brede religieuze karakter van onze maatschappij weerspiegelt. Wij werken hierbij samen met BOS, EO, IKON, Joodse Omroep, KRO, NIO, NMO, OHM, RKK, en ZvK. Doelstelling voor de komende erkenningsperiode is het themakanaal te laten uitgroeien tot een herkenbare, multireligieuze televisiezender waarin alle levensbeschouwelijke omroepen actief participeren.

Onder 'levensbeschouwing' verstaan wij niet alleen religieuze programma's. Ook programma's over de consequentie die levensbeschouwing heeft voor het praktisch handelen van mensen, vallen wat ons betreft onder deze categorie.

Met internetconcepten als *Doe maar duurzaam.nl* en *Mambapoint* willen wij mensen inspireren zelf bij te dragen aan een betere wereld.

Doemaarduurzaam.nl is samen met Llink ontwikkeld en biedt een platform aan alle publieke omroepen, overheden, maatschappelijke organisaties, stichtingen en particulieren die hun initiatieven op het gebied van duurzame ontwikkeling voor het voetlicht willen brengen. Met een toegankelijk aanbod richt de website zich op een breed publiek dat op eenvoudige, laagdrempelige en inspirerende wijze geïnformeerd wil worden over duurzaamheid. Doelstelling is om herkend te worden als dé centrale portal over duurzaamheid binnen de NPO.

Mambapoint is een journalistiek en onafhankelijk multimediaconcept over internationale samenwerking met veel ruimte en aandacht voor kleine, particuliere initiatieven ter verbetering van de leefsituatie van mensen in ontwikkelingslanden. *Mambapoint* wil haar uniciteit versterken door de aanwezigheid op de verschillende mediaplatforms te versterken. Ook willen wij samenwerking met verwante organisaties⁸ intensiveren om op die manier bij te dragen aan een maximale synergie tussen de verschillende initiatieven in Nederland op het gebied van ontwikkelingshulp.

⁷ Ons levensbeschouwelijke portfolio bestaat momenteel uit programma's als *Schepper & Co*, *Hoogste woord*, *Hart & Ziel*, *30 Hoog*, *Derde testament*, *Te Deum laudamus* en de internetconcepten *Mambapoint* en *Doe maar duurzaam*.

⁸ Voorbereidende gesprekken zijn gevoerd met *1%Club*, *Bid Network*, *Cordaid*, *Linkis*, *One World*, *Lokaal mondiaal*, *Play it formword*, *Trouw*, *Wings of Support*

4.4. Human interest

Programma's waarin mensen op een persoonlijke en authentieke manier geportretteerd worden, zijn kenmerkend voor de NCRV. Vroeger waren dat *Rozegeur & Prikkeldraad*, *Showroom*, *De stoel* en *Taxi*. Tegenwoordig zijn dat *Man bijt hond*, *Hello Goodbye*, *Plein5*, *Cappuccino*, *Casa Luna*, *Volgspot*, *Plaza*, *Praatjesmakers*, *Joris' Showroom*, *Willem Wever*, *Rijdende Rechter*, *Family Matters*, bepaalde afleveringen van *Dokument* en binnenkort *Zo vader, zo puberzoon*.

Het zijn programma's waarin de kijker zijn eigen levensverhaal, keuzes en dilemma's kan 'spiegelen' aan die van anderen, en zich daardoor kan laten inspireren. Soms ligt het accent binnen het programma op informatie (*Rijdende Rechter*, *Family Matters*); een andere keer domineert het amuserende karakter (*Praatjesmakers*, *Zo vader zo puberzoon*). Maar altijd zijn het programma's die liefde voor mensen uitstralen, onderling begrip kweken en perspectief bieden. Dit zijn belangrijke voorwaarden voor het creëren van meer onderling vertrouwen en samenhang in onze samenleving; iets waarvoor wij ons, zoals blijkt uit onze missie, graag inzetten.

4.5. Combinatie van aandachtsgebieden

Natuurlijk is er ook content die in meerdere aandachtsgebieden is onder te brengen. In het cross-mediale concept *SpangaS* – bestaande uit een elkaar versterkende dramaserie, internetsite, tijdschrift en film – komen human interest en levensbeschouwing samen, terwijl ook aan meningsvorming wordt gedaan en het onderlinge gesprek daarover wordt gestimuleerd. Hetzelfde kan gezegd worden van het crossmediale concept *Future Express* dat uitgaat van een documentaireserie met inspirerende levensverhalen en hoopvolle toekomstverwachtingen, verzameld op treinreizen door alle continenten.

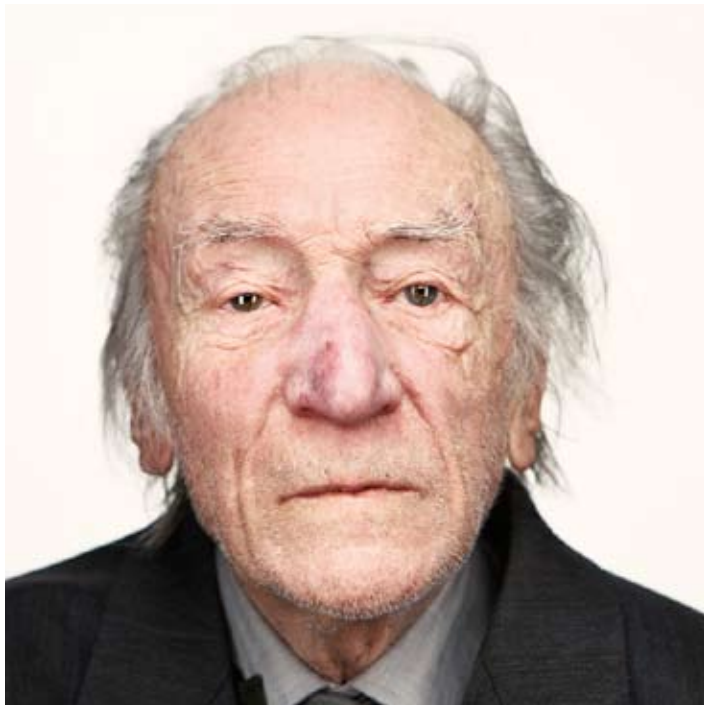
Ook andere documentaires of programmaonderdelen van *Netwerk*, *Man bijt Hond* of een levensbeschouwelijk programma kunnen, afhankelijk van de inhoud, de ene keer onder het ene, de andere keer onder het andere, en soms ook onder meerdere aandachtsgebieden tegelijk vallen.

Dit geldt ook voor de speciale multimediale projecten rond een op de samenleving gerichte thematiek, die wij gewend zijn regelmatig uit te voeren. In 2007 was dat *Durf te geloven in je wijk* vanuit de Arnhemse wijk Klarendal en in 2008 *Het beste buurtplan*. Dit blijven wij in de komende erkenningsperiode doen, waarbij wij onze nieuwe pay-off 'samen op de wereld' gaan laden.

Met *MediaTrain* creëren we een nieuwe vorm van content en doelgroepbinding. Wij zetten *MediaTrain* in bij onderwijsinstellingen en andere organisaties die behoefte hebben aan begeleiding op het gebied van mediawijsheid en op zoek zijn naar hedendaagse communicatievormen binnen de eigen organisatie. Door het geven van intensieve begeleiding in de vorm van trainingen en workshops leren wij de deelnemers om binnen de formats van *MediaTrain* programmamateriaal te maken. De uitgewerkte formats worden binnen de organisatie gedistribueerd via bijvoorbeeld narrowcasting of intranet, en dragen bij aan de communicatie binnen het domein van de klant.

Het themakanaal *HilversumBest* biedt de kijker 'feel good' programma's. Ook deze zender maakt deel uit van het pakket themakanalen van de NPO en wordt door ons beheerd. De belangrijkste bron van *HilversumBest* is de schatkamer van de publieke omroep. Op een lichtvoetige en onderhoudende wijze draagt de zender bij aan het vastleggen van de geschiedenis van de Nederlandse televisie. In 2009 is een redactieraad voor dit kanaal ingesteld. Naar verwachting zal dit resulteren in een ruimere beschikbaarstelling van programma's binnen de missie van *HilversumBest* en in projecten waarbij de mogelijkheden van het open net, internet en het digitale themakanaal optimaal worden benut. Daarnaast is de NCRV altijd bereid programma's te ontwikkelen die de net- en zendercoördinatoren nodig hebben om de programmering van het publieke bestel te versterken.

**dichtbij
mensen**



5. NCRV in samenwerking met anderen

Zoals eerder vermeld, hechten wij aan een helder overkoepelend beleid ten behoeve van de publieke omroep in het algemeen. Op het niveau van de NPO dragen wij op constructieve wijze bij aan het formuleren van dit, ook door de Visitatiecommissie aanbevolen algemene beleid, en spannen wij ons in voor het behalen van de geformuleerde doelstellingen. Op net-, zender-, internet- en themakanalen-niveau werken wij hiertoe in diverse gremia nauw samen met de andere publieke omroepen.

Ten aanzien van programmatische samenwerking waait er, ook vanuit de politieke hoek, weer een iets andere wind dan een aantal jaren geleden. Omroepen moeten zich programmatisch meer gaan profileren en teveel programmatische samenwerking (bijvoorbeeld op het gebied van actualiteiten en opiniërende programma's) zou daarmee in strijd zijn. Ook het programmeermodel stimuleert (creatieve) concurrentie tussen de verschillende omroepen meer dan dat samenwerking wordt bevorderd. Dit in aanmerking nemend, blijft de NCRV openstaan voor programmatische samenwerking met andere (al dan niet landelijke) publieke omroepen wanneer dat win-winsituaties met zich meebrengt voor betrokken organisaties en het publieke bestel.

Op televisie is dit vooral nog het geval bij actualiteiten: *Netwerk* (NCRV/EO), levensbeschouwing: *Nationale Bijbeltest* (NCRV/EO) en de aankoop van buitenlandse films en series (in NPO-verband). Met BOS, OHM en NMO werken wij momenteel samen in het crossmediale project *Future Express*. Radio werkt samen in het kader van themaweken als *De week van de jaren 60*, *de Top-2000* en *Serious Request*. Samenwerking op het themakanaal *Spirit24* vindt plaats met BOS, EO, IKON, Joodse Omroep, KRO, NIO, NMO, OHM, RKK, en ZvK, terwijl de NCRV als beherende omroep van themakanaal *HilversumBest* samenwerkt met KRO, MAX, NPS, VARA en AVRO. Deze of vergelijkbare samenwerkingsprojecten worden, als het aan de NCRV ligt, de komende erkenningsperiode voortgezet.

Daarnaast wordt de samenwerking met KRO en AVRO op het gebied van ondersteunende diensten gecontinueerd in de Stichting AKN. Hetzelfde geldt voor de samenwerking met KRO, AVRO en Sanoma op het gebied van de exploitatie van programmabladen in het verband van de BV Programmabladen AKN.

Maar wij zijn ook gemotiveerd om buiten de kringen van de publieke omroep samenwerkingsverbanden aan te gaan. Juist in de verbinding met andere maatschappelijke organisaties kan de NCRV bouwen aan de versterking van haar imago als maatschappelijk betrokken organisatie. Momenteel werken wij samen met organisaties als Aedes, Chr. Sociaal Congres, Edukans, ICCO, KWF Kankerbestrijding, Nationale Postcodeloterij, Orange Babies, Oranjefonds, Stichting Christelijke Pers en diverse Regionale Opleidingscentra en Hogescholen. Onze maatschappelijke betrokkenheid kan in de samenwerking met deze en vergelijkbare organisaties herkenbaar worden gemaakt, en zodoende kan maatschappelijk draagvlak worden gecreëerd. De samenwerking met andere organisaties verruimt tevens de mogelijkheden van de NCRV om zich te profileren buiten haar eigen kanalen. Dit is niet alleen profijtelijk voor het imago en de maatschappelijke verankering van de NCRV, maar ook voor die van de publieke omroep in het algemeen.



met
gevoel



6. NCRV als vereniging

Wij zijn een vereniging; niet alleen uit mediawettelijke verplichting, maar ook uit overtuiging. Op 1 april 2009 hebben wij 365.909 – door het Commissariaat voor de Media geverifieerde – betalende leden die in Nederland woonachtig zijn. De contributie bedraagt € 5,72 per jaar.

Conform de aanbevelingen uit de Code Goed Bestuur en Integriteit van de Publieke Omroep hebben wij per 1 januari 2009 een zogenaamd Raad van Toezichtmodel ingevoerd. Daartoe keurde de Verenigingsraad in november 2008 een statutenwijziging goed.

Wij hechten zeer aan de inbreng van onze leden. Jaarlijks zijn de NCRV-leden in de gelegenheid vertegenwoordigers te benoemen in de verenigingsraad. Dit orgaan keurt de meerjarenbeleidsplannen van de bestuurder/algemeen directeur goed en verleent decharge aan de bestuurder/algemeen directeur voor het gevoerde beleid en aan de raad van toezicht voor het gevoerde toezicht. Dit laatste gebeurt op basis van het jaarverslag en de jaarrekening die ook de goedkeuring van de verenigingsraad behoeven.

De verenigingsraad kent twee vaste commissies: de commissie van overleg en de financiële commissie. De commissie van overleg (het communicatieplatform tussen de verenigingsraad, de bestuurder/algemeen directeur en de raad van toezicht) heeft als bijzondere opdracht het formuleren van een preadvies ten behoeve van de verenigingsraad ten aanzien van het gevoerde programmabeleid. De financiële commissie bespreekt jaarlijks de begroting en de jaarrekening met de bestuurder/algemeen directeur en het lid van de raad van toezicht dat belast is met controlling. Ten aanzien van de jaarrekening c.q. het door de bestuurder/algemeen directeur gevoerde financiële beleid brengt deze commissie een preadvies uit aan de verenigingsraad. Ook keurt deze commissie de vergoedingen voor de leden van de raad van toezicht goed.

Rond bijzondere onderwerpen worden ad hoc commissies ingesteld. Zo is momenteel een ad hoc commissie actief, bestaande uit leden van de raad van toezicht en de verenigingsraad, die discussie in de verenigingsraad voorbereidt over het gewenste profiel van deze raad. De beraadslagingen en de besluitvorming over mogelijk daaruit voortvloeiende wijzigingen in de samenstelling/werkwijze/omvang van de verenigingsraad, worden in de loop van de komende erkenningsperiode verwacht.

Wij onderhouden verder een actief contact met onze leden, door middel van publicaties (waaronder *NCRV-gids* voor ledenabonnees en *NCRV-ledenmagazine* voor leden die geen gidsabonnement hebben) en speciaal op leden gerichte activiteiten die veelal met inzet van vrijwilligers worden georganiseerd.



opent
ogen



7. NCRV en overige erkenningsvoorwaarden

De structuur voor bestuur en toezicht van de NCRV is neergelegd in haar statuten. Deze statuten voldoen aan de eisen die de Richtlijnen en regelingen 'Goed Bestuur en Integriteit' daaraan stelt. Voor de raad van toezicht is een profiel met gewenste competenties opgesteld. De taakverdeling van de leden van de raad van toezicht is, evenals de werkwijze van deze raad, opgenomen in een reglement.

Hetzelfde geldt voor de bestuurder/algemeen directeur.

De raad van toezicht bespreekt een keer per jaar zijn eigen functioneren en het functioneren van de bestuurder/algemeen directeur. In de jaarrekening wordt de totale bezoldiging van de bestuurder/algemeen directeur en de raad van toezichtleden vermeld. De financiële commissie van de verenigingsraad verleent haar goedkeuring aan de vergoedingen aan de raad van toezicht. Op internet staat een overzicht van de nevenfuncties van bestuurder/algemeen directeur en de leden van de raad van toezicht. Voor wat betreft nevenfuncties van medewerkers fungeert binnen de NCRV de 'Regeling Nevenwerkzaamheden', die in lijn is met de Richtlijn Integriteit. Vanaf 2006 heeft de NCRV een register van financiële belangen van medewerkers en/of hun partners in ondernemingen of organisaties die directe of indirecte relaties hebben met de NCRV. Om richtlijn 2 – Integriteit meer bekendheid te geven binnen onze organisatie, werken wij momenteel aan een interne gedragscode.

Richtlijn 4 – Cofinanciering (ideële sponsoring) bevat bepalingen waaraan de NCRV voldoet. De redactionele onafhankelijkheid van programmamedewerkers is vastgelegd in het (platformafhankelijke) mediastatuut. Uiteraard houdt de NCRV zich ook aan de bepalingen van de richtlijnen 5 en 6, die betrekking hebben op interactieve telefoondiensten, sms, 0900-lijnen, mobiel internet en e-mailmarketing.

Wij houden ons verder aan alle overige mediawettelijke bepalingen, zoals bescherming van minderjarigen, nevenactiviteiten, rechtmatige besteding van publieke middelen en dergelijke. Wij hebben een stevige financiële basis met een positieve algemene reserve. Een en ander blijkt ook uit de beoordeling van ons functioneren door zowel de Algemene Rekenkamer als de Visitatiecommissie in 2008 respectievelijk 2009. De Visitatiecommissie heeft geconcludeerd dat wij onze identiteit en missie goed vertalen in programmatische keuzes. Wij ondernemen voldoende om verankering in de Nederlandse samenleving te bewerkstelligen en spannen ons in om – ook al is dat moeilijk – de diversiteit binnen onze organisatie en in ons aanbod te vergroten. Doelstellingen qua marktaandeel, bereik en doelgroepen (zowel eigen doelstellingen als die van de publieke omroep in het totaal) realiseren wij over het algemeen. Wij besteden veel (en volgens de Rekenkamer ook adequate) aandacht aan de doelmatigheid van onze uitgaven. Daarbij was de Algemene Rekenkamer in het bijzonder onder de indruk van de wijze waarop wij onze administratieve processen en interne controle geregeld hebben.

Hilversum, juli 2009

samen

op

de

wereld