NPO kijkt terug op 2017

30-04-2018 10:24



2017 is een buitengewoon goed jaar geweest voor de publieke omroep, zowel qua waardering als qua publieke waarden als qua bereik.

NPO-voorzitter Shula Rijxman: "De NPO wil de Nederlandse cultuur en identiteit uitdragen in een wereld die steeds internationaler wordt. We hebben de afgelopen jaren keihard gewerkt aan het versterken van de publieke waarde van onze programma's met behoud van hun brede toegankelijkheid. Wij willen voorzien in de grote behoefte aan spraakmakende en mooie programma's van eigen bodem. Aan verhalen van en over Nederland, aan gedegen en betrouwbare journalistiek. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat Nederlanders zich het meest één voelen tijdens nationale gebeurtenissen. We besteden steeds meer aandacht aan die momenten van nationale verbondenheid, met NPO1 als de belangrijkste zender. Dat is onze missie en ik ben er trots op hoe goed we daarin slagen."

Publieke waarde en kwaliteit uitstekend
NPO wil dat al haar televisieprogramma's en radiozenders publieke waarde hebben. Dus dat ze onafhankelijk, betrouwbaar, pluriform, divers, met impact, geëngageerd, authentiek en eigenzinnig zijn. Het Nederlandse publiek beoordeelde in 2017 de publieke waarde van de televisieprogramma's van de NPO gemiddeld met een 8.2. De kwaliteit van de programma's werd gemiddeld nog hoger gewaardeerd met een 8.7. Een vergelijkbaar beeld leverden de radiozenders op.

Van eigen bodem
De NPO is de belangrijkste waarborg voor niet alleen de productie van kwalitatief hoogwaardig Nederlands media-aanbod, maar zorgt er eveneens voor dat er ook daadwerkelijk naar deze producties van eigen bodem wordt gekeken. Afgelopen jaar was het aandeel oorspronkelijk Nederlandstalige producties 85%.

Journalistiek
Journalistiek is een van de kerntaken van de publieke omroep. De NPO heeft ingezet op initiatieven die het journalistieke pakket gevarieerder en aansprekender maken voor meer bevolkingsgroepen. Zo zijn er in aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen van maart 2017 kortlopende series gemaakt als Bolwerk (EO) of de thema-uitzending Het Jeugdjournaal Verkiezingen (NOS), dat ruim 1 miljoen kijkers trok.

Goed begin NPO Start
De vernieuwde on demand dienst NPO Start laat met dagelijks meer dan een miljoen streamstarts zien dat het niet alleen moet, maar dat het ook gewoon kan: een mooie eigen, Nederlandse etalage bouwen voor het Nederlands product en daar mensen warm voor maken.

Lees hier de gehele terugblik