

# NPO publiceert innovatieagenda 2023-2024

29-03-2023 08:50

## INNOVATIEAGENDA 2023 - 2024

**ASPIRATIE 1: MENSEN ZICH THUIS LATEN VOELEN**

- ...ongeacht welke beperking iemand heeft
- ...waar en in welke stemming iemand is
- ...ook al voelt iemand zich vaak niet gehoord

De wereld is in verandering en onze identiteit beweegt mee. Demografieën verschuiven en we zijn niet meer in een hokje te vangen. Nieuwe gewoontes ontstaan onder invloed van technologie en mobiliteit. Iedereen heeft specifieke behoeftes en interesses, die ook nog eens afhankelijk zijn van context en gezelschap. Hoe willen we aangesproken worden, vanuit welke identiteit en naar wat voor content zijn we dan op zoek? In hoeverre wordt dit bepaald door leeftijds, achtergrond, locatie, stemming, het weer, en...?

Hoe zorgen NPO en omroepen ervoor dat iedereen toegang heeft tot het aanbod, en mee kan doen?

- inclusief
- contextueel
- fluïde identiteit

**ASPIRATIE 2: MENSEN OVERAL ONTMOETEN**

- ...en helpen bij het zoeken van content
- ...offline, online en alles ertussenin
- ...ook in de echte wereld, om de hoek
- ...vanuit onze Europese identiteit

Het medialandschap is overvol en er komen alleen maar platforms, apparaten en content bij. We leunen in deze overvloed op betrouwbare gidsen, en zoeken naar een balans tussen gemak en autonomie. We hechten ons aan bepaalde merken en gezichten, fris of vertrouwd. Tegelijkertijd verweven de fysieke en digitale werelden meer en meer, en zoeken we ontmoeting binnen én buiten onze schermen.

Hoe brengen NPO en omroepen hun aanbodkanalen naar de toekomst - zowel via media als 'in het echt' - en wat is daarbij het onderscheidende profiel?

- gidsen
- verbanden
- hyperlokaal
- buiten de grenzen

**ASPIRATIE 3: PUBLIEKE WAARDE TOEVOEGEN (OP NIEUWE PLATFORMS)**

- ...en werken aan betekenisgeving
- ...op nieuwe (online) plekken
- ...en deze gebruiken om ons te onderscheiden

We leven in een gepolariseerde samenleving - maar we leven óók samen in een democratie. In de echte wereld, én in Web3 met nieuwe standaarden van omgangsvormen en ethiek. Het is belangrijk om vertrouwen te blijven houden in elkaar en in de journalistiek. Want de publieke waarden die het fundament zijn onder ons bestel, zijn ook het fundament van de bredere samenleving. Maar ze voelen soms oubollig en vergen herijking. En er komen ook nieuwe waarden bij, zoals duurzaamheid.

Hoe kunnen NPO en omroepen de publieke waarden nieuw élan geven? Welke (nieuwe) publieke waarden hebben aan belang gewonnen? En hoe borgen we het vertrouwen in de publieke journalistiek?

- betekenis
- nieuwe platformen
- onderscheidend

**ASPIRATIE 4: VERHALEN VERTELLEN OP INNOVATIEVE MANIEREN**

- ...door mensen verhalen te laten beleven
- ...door mensen te betrekken bij creatie van content en te laten participeren
- ...door impact maken bij ons publiek

We willen op een andere manier contact met media en mediamakers, en verwachten ook geregeld een call to action na het consumeren van media. De populariteit van immer-nieuwe vormen van media en games neemt nog altijd toe en er zijn steeds meer manieren om samen met makers aan de slag te gaan. De technologie biedt nieuwe kansen.

Naast de klassieke kanalen zijn er in de loop van de tijd steeds meer (gepersonaliseerde) platformen bij gekomen. Het one-size-fits-all model werkt niet meer en dit stelt hogere eisen aan productiecapaciteit en efficiëntie.

Hoe kunnen NPO en omroepen mediaproducten van de toekomst maken? Hoe zorgen ze ervoor dat ze, samen met het publiek, de meeste impact maken?

- immersief
- participatief
- met impact

**ASPIRATIE 5: GEBRUIKERS DE CONTROLE (TERUG) GEVEN**

- ...door hulp te geven bij het bewuster en gezonder omgaan met media
- ...met meer inzicht in mijn persoonlijke data en zicht op het gebruik ervan

We zijn bewuster in de mediakeuzes die we maken en zoeken naar time well spent. Deze keuzes zijn in toenemende mate individueel. Apparaten zijn in staat ons persoonlijke feedback te geven over ons gedrag, en kunnen zelfs voorspellen waar we behoefte aan hebben. Hierbij is personalisatie fijn, maar privacy en dataveiligheid zijn cruciaal. We weten wat van je, en wat wordt hiermee gedaan? En hoe kan die informatie worden gebruikt om zelf gezonder en gelukkiger te worden?

Hoe geven NPO en omroepen het publiek de controle terug?

- gezondheid
- data

23 januari 2023  
gezamenlijk opgestelde agenda door de NPO en de omroepen

De afdeling innovatie bij NPO heeft een nieuwe innovatieagenda gelanceerd. Dit betekent dat er samen met alle omroepen vijf aspiraties zijn vastgesteld waar de publieke omroep zich met haar innovatieprojecten op zal richten.

David Huijzer