



PRESTATIEOVEREENKOMST 2010 - 2015



RADIO
NEDERLAND
WERELDOMROEP

Prestatieovereenkomst 2010 – 2015 als bedoeld in artikel 2.86 van de Mediawet 2008

Partijen:

De **Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap**, handelend als bestuursorgaan, hierna te noemen: minister van OCW, ter zake vertegenwoordigd door de staatssecretaris van OCW, mevrouw Marja van Bijsterveldt-Vliegenthart;

de **Stichting Radio Nederland Wereldomroep**, genoemd in artikel 2.72 Mediawet 2008, bij afkorting genaamd Wereldomroep, statutair gevestigd te Hilversum en hierbij vertegenwoordigd door de algemeen directeur, de heer J.C. Hoek, MBA, hierna te noemen Wereldomroep;

en

het **Commissariaat voor de Media**, genoemd in artikel 7.1 Mediawet 2008, hierna: Commissariaat, ter zake vertegenwoordigd door de voorzitter, mevrouw prof. dr. J.P. Bahlmann;

OVERWEGENDE DAT:

- a. de Mediawet 2008 onder andere de bestuurlijke en financiële verhouding regelt tussen de minister van OCW en de Wereldomroep en dat hierin tevens de onafhankelijkheid van de Wereldomroep is neergelegd;
- b. op grond van artikel 2.86, eerste en tweede lid, Mediawet 2008 op basis van het beleidsplan, bedoeld in artikel 2.84 Mediawet 2008, de kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen met betrekking tot het media-aanbod van de Wereldomroep worden vastgelegd in een prestatieovereenkomst tussen de minister van OCW en de Wereldomroep;
- c. deze prestatieovereenkomst, voor zover mogelijk binnen het bepaalde bij of krachtens de Mediawet 2008, in maatregelen bij niet naleving voorziet en afspraken bevat over tussentijdse wijziging in verband met veranderde inzichten of omstandigheden;
- d. deze prestatieovereenkomst wordt gesloten met in achtneming van het vastgestelde budgettaire kader van de Wereldomroep zoals vastgesteld in de brief van de minister van OCW aan de Wereldomroep van 30 november 2009;
- e. de minister van OCW niet in de programmatische autonomie van de Wereldomroep kan en zal treden;
- f. voor het eerst met de Wereldomroep een prestatieovereenkomst wordt gesloten, partijen met deze prestatieafspraken ervaring willen opdoen en om die reden voorzien is in een procedure voor overleg tussen partijen.

KOMEN HET VOLGENDE OVEREEN:

Artikel 1 Onderwerpen prestatieovereenkomst

1. De prestatieafspraken zoals bedoeld in artikel 2.86 Mediawet 2008, betreffen de volgende onderwerpen:
 - a. relevantie;
 - b. bereik en distributie;
 - c. innovatie en ontwikkeling.

2. De Wereldomroep spant zich in om de prestatieafspraken zoals deze in de bijlage zijn uitgewerkt, te realiseren.

3. De minister van OCW spant zich ervoor in dat het de Wereldomroep mogelijk wordt gemaakt de in de bijlage bij deze prestatieovereenkomst opgenomen doelstellingen te realiseren.

4. Verplichtingen die op grond van de Mediawet 2008 of andere wettelijke maatregelen gelden voor de minister van OCW en de Wereldomroep, blijven onverkort van kracht.

5. Deze prestatieovereenkomst heeft geen betrekking op de inhoud van het media-aanbod en respecteert de redactionele onafhankelijkheid van de Wereldomroep en vorm en inhoud van het media-aanbod.

Artikel 2 Rapportage

De Wereldomroep rapporteert jaarlijks, voor het eerst in 2011, over de realisatie van de prestatieafspraken, bedoeld in artikel 1. Dit geschiedt als onderdeel van het jaarverslag dat de Wereldomroep op grond van artikel 2.82 Mediawet 2008 jaarlijks vóór 1 juni vaststelt. De Wereldomroep zendt dit jaarverslag tevens naar het Commissariaat.

Artikel 3 Looptijd

Deze prestatieovereenkomst komt tot stand door ondertekening door alle partijen, werkt terug tot 1 januari 2010 en eindigt krachtens artikel 2.86, eerste lid, Mediawet 2008, met ingang van 1 januari 2015.

Artikel 4 Wijziging

1. Van veranderde inzichten of omstandigheden die een tussentijdse wijziging van deze prestatieovereenkomst wenselijk kunnen maken, is sprake indien één of meer van de volgende omstandigheden zich voordoen:

- a. een (voorstel tot) verlaging van het krachtens artikel 2.143 Mediawet 2008 beschikbaar gestelde bedrag (rijksmediabijdrage);
- b. een verlaging van de krachtens artikel 2.163 Mediawet 2008 beschikbaar gestelde budgetten of een aanzienlijke verlaging van additionele inkomsten van de Wereldomroep, waardoor de kwantitatieve en kwalitatieve prestaties aanzienlijk achterblijven;
- c. een ingrijpende wijziging van:
 - i. de regelgeving of organisatiestructuur, of
 - ii. het financieringsprogramma van de Wereldomroep;
- d. een ingrijpende wijziging van marktomstandigheden;
- e. andere omstandigheden die gevolgen hebben voor de uitvoering van deze prestatieovereenkomst.

2. Indien één of meer van de omstandigheden, bedoeld in het eerste lid, zich voordoen, treden partijen over een eventuele noodzaak van wijziging van deze prestatieovereenkomst binnen drie weken met elkaar in overleg, zodra een partij de wens daartoe aan de andere partijen schriftelijk heeft meegedeeld. Een uit dit overleg eventueel resulterende wijziging van deze prestatieovereenkomst behoeft de schriftelijke instemming van alle partijen.

3. De door alle partijen ondertekende wijziging wordt als bijlage aan deze prestatieovereenkomst gehecht.

4. De wijziging wordt binnen vijf dagen na ondertekening gepubliceerd in de Staatscourant en geplaatst op de internetsite van het Rijk, de internetsite van de Wereldomroep en de internetsite van het Commissariaat.

5. Indien het in het tweede lid van dit artikel bedoelde overleg niet binnen zes weken na aanvang tot overeenstemming heeft geleid, mag elke partij deze prestatieovereenkomst, met inachtneming van een opzegtermijn van zes weken, schriftelijk opzeggen, onverminderd artikel 2.86 Mediawet 2008. Wanneer een partij opzegt, blijft de prestatieovereenkomst voor de overige partijen in stand voor zover de inhoud en strekking ervan zich daar niet tegen verzetten.

Artikel 5 Afdwingbaarheid

1. Naar aanleiding van de rapportage, bedoeld in artikel 2, zendt het Commissariaat vóór 1 juli zijn opmerkingen met betrekking tot naleving van deze prestatieovereenkomst aan de minister van OCW.

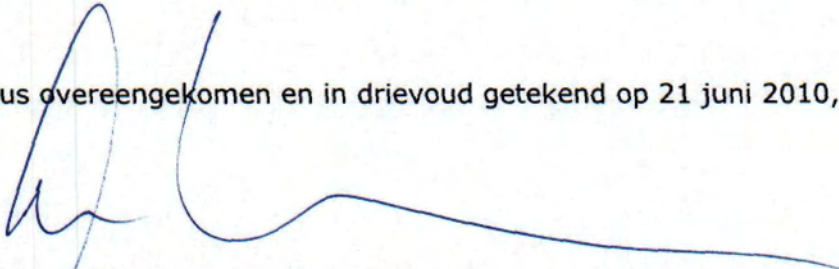
2. De Wereldomroep verstrekt desgevraagd aan het Commissariaat alle inlichtingen voor zover dat voor de uitvoering van de werkzaamheden van het Commissariaat in het kader van deze prestatieovereenkomst redelijkerwijs nodig is.

3. Als de Wereldomroep toerekenbaar tekort schiet in de nakoming van zijn verplichtingen dan treden partijen zo spoedig mogelijk met elkaar in overleg.


Artikel 6 Publicatie

De prestatieovereenkomst inclusief de bijlage wordt binnen vijf dagen na ondertekening gepubliceerd in de Staatscourant en geplaatst op de internetsite van het Rijk, de internetsite van de Wereldomroep en de internetsite van het Commissariaat.

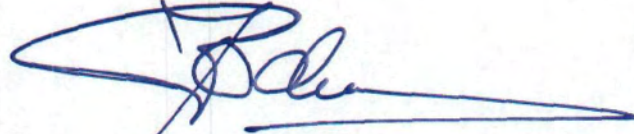
Aldus overeengekomen en in drievoud getekend op 21 juni 2010, te Den Haag.



De staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
mevrouw Marja van Bijsterveldt-Vliegenthart



Stichting Radio Nederland Wereldomroep,
de heer J.C. Hoek MBA,
algemeen directeur



Het Commissariaat voor de Media,
mevrouw prof. dr. J.P. Bahlmann,
voorzitter

Bijlage met prestatieafspraken Prestatieovereenkomst 2010 – 2015

De periode 2010–2015 is de eerste waarin een prestatieovereenkomst wordt gesloten tussen de minister van OCW en de Wereldomroep. In deze overeenkomst worden afspraken vastgelegd over kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen voor het media-aanbod en het publieksbereik van de Wereldomroep. Net zoals eerder bij de NPO het geval was, zal tijdens de looptijd van deze eerste prestatieovereenkomst ervaring moeten worden opgedaan en kennis en kunde moeten worden opgebouwd met betrekking tot zowel de bruikbaarheid en relevantie van specifieke resultaatafspraken als de monitoring en evaluatie daarvan. Gezien de internationale context waarin de Wereldomroep opereert zijn de ervaringen die door en met de NPO zijn opgedaan en het door de NPO ontwikkelde instrumentarium slechts in zeer beperkte mate toepasbaar. De Wereldomroep zal daarom in belangrijke mate zelf een (nieuw) instrumentarium moeten ontwerpen, ontwikkelen, implementeren en toetsen. Hierbij werkt de Wereldomroep nauw samen met andere internationale omroepen zoals de BBC World Service, Deutsche Welle en Radio France Internationale.

In relatie tot de wettelijke taken en strategische keuzes heeft de Wereldomroep voor de periode 2010–2015 drie kwaliteitsdimensies onderscheiden waarbinnen zij zich wil profileren als Nederlandse internationale publieke omroep: relevantie, bereik & distributie en innovatie & ontwikkeling. In totaal zijn binnen deze dimensies vijftien clusters met in totaal zesenzeventig prestatieafspraken geformuleerd. Het hoge ambitieniveau van de prestaties brengt met zich mee dat niet kan worden gegarandeerd dat alle prestatieafspraken zullen worden gerealiseerd. Dit brengt met zich mee dat bij de monitoring en evaluatie van de prestaties niet alleen sprake kan blijken te zijn van voldoende of onvoldoende presteren, maar ook ruimte is voor excellent presteren.

Dimensie 1 – Relevantie

1. De Wereldomroep onderscheidt zich met haar aanbod van service-informatie – informatie die voor de verschillende doelgroepen direct toepasbaar en bruikbaar is in hun dagelijkse leven.
 - 1.1 In 2014 is minimaal 40% van de Nederlandstalige *content* gericht op het bieden van service-informatie aan specifieke *communities of interest* en/of doelgroepen.
 - 1.2 In 2014 bevat de anderstalige *content* van de Wereldomroep minimaal 15% service-informatie over Nederland of aan Nederland gerelateerde onderwerpen.
 - 1.3 Minimaal 50% van de webreacties wijst uit dat de service-informatie bruikbaar en toepasbaar is.

2. De Wereldomroep biedt in haar *content* voor niet-Nederlandstaligen actuele en aansprekende (achtergrond)informatie over Nederland of aan Nederland gerelateerde *topics*.
 - 2.1 In 2014 is 35% van de anderstalige *content* gerelateerd aan Nederland of voor Nederland relevante *topics*.
 - 2.2 Dagelijks produceert de Wereldomroep minimaal één centraal verhaal dat aansluit bij een van deze *topics*. Dit 'rompverhaal' wordt voor ieder doelgebied bewerkt zodat het voor doelgroepen in de regio relevant is.
3. De algemene nieuwsberichtgeving over Nederland voor Nederlandstaligen wordt op alle platforms van de Wereldomroep in steeds nauwere samenwerking met de Nederlandse Publieke Omroep uitgevoerd.
 - 3.1 Van de algemene nieuwsberichtgeving over Nederland voor Nederlandstaligen wordt in 2010 minimaal 50% betrokken van de NPO, oplopend naar minimaal 85% in 2014.
4. De Wereldomroep rapporteert jaarlijks op transparante wijze over de mate van relevantie van haar *content*.
 - 4.1 De Wereldomroep maakt in 2010 een actueel overzicht van de gewenste *content* mix, uitgesplitst per taalafdeling.
 - 4.2 Vanaf 2011 is er jaarlijks per taalafdeling van de Wereldomroep een actuele kwantitatieve zelfrapportage over de *content* mix beschikbaar.
 - 4.3 Uiterlijk vanaf 2013 wordt voor alle *content* van de Wereldomroep op periodieke basis een inhoudsanalyse uitgevoerd.
5. De Wereldomroep speelt een spraakmakende rol als bron voor relevante informatie en als *facilitator* van betekenisvolle uitwisseling door betrokken wereldburgers.
 - 5.1 De Wereldomroep ontwikkelt minimaal twee maal per jaar in meerdere talen voor meerdere doelgroepen (crossmediale) producties rond actuele maatschappelijke onderwerpen die *agenda-setting* zijn.
 - 5.2 Gemiddeld 30% van de op informatie gerichte mediapartners neemt (onderdelen van) deze producties over van de Wereldomroep.
 - 5.3 Het onderwerp van deze producties wordt overgenomen door opinieleiders en krijgt aandacht in relevante (internationale) media.
 - 5.4 Via web en evenementen bereikt de Wereldomroep met deze producties een vooraf vastgesteld percentage van de beoogde doelgroep(en).
6. De Wereldomroep is in 2014 de primaire service-informatiebron voor Nederlandstaligen als zich ergens ter wereld calamiteiten voordoen waarbij Nederlandstaligen betrokken zijn.
 - 6.1 Relevante informatie is binnen een uur na het bekend worden van een calamiteit beschikbaar via het web en binnen twee uur op minimaal een van de andere platforms van de Wereldomroep.

- 6.2 In 2014 geeft een kwart van de Nederlanders in het buitenland die bekend is met de Wereldomroep aan dat men op de hoogte is van de calamiteitenvoorziening van de Wereldomroep.
 - 6.3 Betrokkenen geven bij evaluatie aan dat de informatie relevant en bruikbaar is (geweest).
7. Gebruikers en doelgroepen worden nauwer betrokken bij de totstandkoming van relevante *content*, zowel direct (waarbij bijvoorbeeld een onderwerp wordt uitgewerkt op verzoek van gebruikers en met een bijdrage van de doelgroep) als indirect, in de vorm van coproducties met mediapartners uit de doelgebieden.
- 7.1 In 2012 is 95% van de Nederlandstalige *content* voor kinderen van *expats* tot stand gekomen met input van de gebruikers.
 - 7.2 In 2014 heeft iedere taalafdeling minimaal twee formats uitgewerkt waarin de input van gebruikers op alle platforms een centrale rol speelt.
 - 7.3 In 2014 is 25% van de achtergrondproducties van de taalafdelingen tot stand gekomen met input van de mediapartners en/of gebruikers in de doelgebieden.
8. De Wereldomroep streeft naar een hoogwaardig en onderscheidend aanbod in doelgebieden dat ook als zodanig door de mediapartners in de betreffende gebieden wordt aangemerkt.
- 8.1 Vanaf 2010 is per taalafdeling van de Wereldomroep jaarlijks een actuele kwalitatieve zelfrapportage beschikbaar met betrekking tot de kenmerken waarop de Wereldomroep onderscheidend is van andere internationale aanbieders.
 - 8.2 In 2014 is in alle doelgebieden onderzoek verricht naar het onderscheidend vermogen van de Wereldomroep.

Dimensie 2 – Bereik en distributie

9. De Wereldomroep bedient via een doelgroepgerichte aanpak een substantieel aantal Nederlanders en Nederlandstaligen in het buitenland.
- 9.1 De Wereldomroep stabiliseert het bereik onder vakantiegangers in Europa middels korte golf radio, internet, televisie en WereldKrant op minimaal 20%.
 - 9.2 De Wereldomroep bereikt minimaal 50% van de Nederlandse vrachtwagenchauffeurs die op het buitenland rijden met speciaal voor hen gemaakte producties.
 - 9.3 De Wereldomroep bereikt minimaal 50% van de mensen die betrokken zijn bij de maritieme sector met speciaal voor hen gemaakte producties.
 - 9.4 De Wereldomroep bereikt minimaal 50% van de militairen die betrokken zijn bij buitenlandse missies met speciaal voor hen gemaakte producties.
 - 9.5 De Wereldomroep bereikt middels alle platforms minimaal 20% van de Nederlanders die voor langere tijd voor werk in het buitenland verblijven (*expats*).

- 9.6 Het aantal bezoeken aan de Nederlandstalige website voor kinderen van *expats* is in 2014 toegenomen met 20% in vergelijking met 2010.
 - 9.7 Het aantal bezoeken aan de Nederlandstalige websites vanuit het buitenland is in 2014 toegenomen met 25% in vergelijking met 2010.
 - 9.8 In landen met een substantiële groep Nederlandse immigranten heeft de Wereldomroep een overeenkomst met minimaal 1 mediapartner die zich speciaal richt tot deze doelgroep.
10. De Wereldomroep bedient via verschillende platforms een substantieel aantal anderstaligen in het buitenland.
- 10.1 Het bereik van de Wereldomroep onder anderstaligen is in 2014 over het geheel genomen (in alle doelgebieden en middels alle platforms) 10% hoger dan in 2010.
 - 10.2 10% van de mediapartners plaatst Wereldomroep-*content* op een prominente plaats in hun aanbod.
 - 10.3 In China, waar samenwerking met mediapartners niet mogelijk is om een substantieel bereik te behalen en de eigen website het centrale distributieplatform is, worden in 2014 jaarlijks 1 miljoen bezoeken op de website gerealiseerd.
11. De Wereldomroep rapporteert op transparante wijze over het bereik van doelgroepen middels de verschillende platforms.
- 11.1 De Wereldomroep maakt in 2010 voor elke afdeling een actueel overzicht van de gewenste distributiemix en het beoogde bereik onder relevante doelgroepen.
 - 11.2 De Wereldomroep ontwerpt een eenduidige systematiek voor het verzamelen van bereiksgegevens en verzorgt op basis hiervan vanaf 2013 een jaarlijkse zelfrapportage over het bereik.
 - 11.3 De Wereldomroep evalueert jaarlijks in minimaal één land of regio de distributiemix aan de hand van het door TNO voor RNW ontwikkelde onderzoeksmodel.
12. De reeds ingezette afbouw van de korte golf als distributieplatform zal in de komende jaren stapsgewijs worden voortgezet. Om te kunnen inspelen op calamiteiten en op specifieke behoeften in relevante doelgebieden wordt een basisaantal zenderuren behouden.
- 12.1 In 2014 is het totaal aantal zenderuren via korte golf en middengolf in de Nederlandse taal met minstens 50% gedaald ten opzichte van 2009.
 - 12.2 In 2013 is het aantal zenderuren via korte golf voor Indonesië met minstens 75% gedaald ten opzichte van 2009.

Dimensie 3 – Innovatie & ontwikkeling

13. De Wereldomroep breidt de mogelijkheden voor *on demand* gebruik van *content* uit, zowel voor individuele gebruikers als voor mediapartners.

- 13.1 In 2011 is voor alle taalafdelingen een menukaart van journalistieke onderwerpen operationeel, aan de hand waarvan individuele gebruikers hun eigen 'programma' kunnen samenstellen.
 - 13.2 In 2010 wordt de *partner portal*, waar via een afgeschermd internetomgeving van audio, video, foto's en tekstmodules aan mediapartners van de Wereldomroep beschikbaar worden gesteld, actief in gebruik genomen. In 2012 is deze *partner portal* volledig ingericht en van alle benodigde faciliteiten voorzien.
 - 13.3 In 2010 neemt het aandeel van video in de mix audio/video/foto's/tekst toe met 50% in vergelijking met 2009.
14. De Wereldomroep breidt de nieuws- en informatievoorziening middels nieuwe platforms uit.
 - 14.1 In 2010 is er een iPhone-applicatie beschikbaar van de nieuws- en informatievoorziening per mobiele telefoon in het Nederlands, Engels, Spaans en Indonesisch (hetnieuws.nl).
 - 14.2 In 2010 wordt een *pilot* uitgevoerd waarbij een radiokanaal op de satelliet wordt verpakt als televisiekanaal.
 - 14.3 In 2014 is de nieuws- en informatievoorziening per mobiele telefoon beschikbaar in het Frans en Engels speciaal voor Afrika.
 15. De Wereldomroep investeert structureel in de ontwikkeling van de medewerkers.
 - 15.1 De Wereldomroep investeert jaarlijks minimaal 2,5% van de loonsom in de capaciteitsversterking van de vaste medewerkers.
 - 15.2 In 2014 is minimaal 75% van de vaste redactionele medewerkers in staat om multimediale content te produceren.
 - 15.3 In 2011 zijn 20 redacteuren inzetbaar als *camjo*.