

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 1961

Vragen van het lid **Huizing** (VVD) aan de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *het bericht «NPO 1 wordt nieuwe naam voor Nederland 1»* (ingezonden 13 maart 2013).

Antwoord van staatssecretaris **Dekker** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) (ontvangen 10 april 2013).

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «NPO 1 wordt nieuwe naam voor Nederland 1»?<sup>1</sup>

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Klopt dit bericht? Zo ja, welk besluit van de Kamer ligt hieraan ten grondslag?

Antwoord 2

Dit bericht is juist. De voorgestelde naamswijziging is aan de publieke omroep zelf. De politiek gaat niet over de vorm en inhoud van de programma's, ook niet over de merknamen van de publieke omroep. Het gaat hier om de onafhankelijkheid van de publieke omroep; het is niet wenselijk dat de politiek hier invloed op heeft.

Vraag 3

Deelt u de mening dat deze naamswijziging wat voorbarig is gezien het feit dat:

- de nieuwe mediawet nog door de Kamer behandeld moet worden;
- op dit moment, in samenspraak met alle betrokken partijen, een verkenning over de vorm van de Publieke Omroep in de toekomst nog in volle gang is?

Antwoord 3

Zoals onder vraag 2 aangegeven gaat de politiek niet over de namen van de publieke zenders. In algemene zin vind ik het goed dat de publieke omroep werkt aan een sterk profiel. De publieke omroep is immers van iedereen en

<sup>1</sup> Volkskrant, 12 maart 2013

voor iedereen. In een sterk veranderend medialandschap waarin vele (internationale)mediamerken actief zijn is het belangrijk dat de publieke omroep goed vindbaar en herkenbaar blijft.

Vraag 4

Hoe kwalificeert u het bericht dat voor de domeinnaam npo1.nl een ton betaald zou zijn?

Antwoord 4

Ik verwijs u graag naar het antwoord dat mijn ambtsvoorganger op 27 april 2012 naar uw Kamer heeft gestuurd over dit onderwerp.<sup>2</sup> Dit antwoord komt er in het kort op neer dat de NPO eigen verantwoordelijkheid draagt over de inzet van zijn budget, en hier jaarlijks verantwoording over aflegt.

Vraag 5

Heeft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) een marketingbudget? Zo ja, hoe groot is dit? Zo nee, waaruit zijn deze kosten gefinancierd?

Antwoord 5

Het marketingbudget maakt onderdeel uit van het Marketing & Communicatie budget van de NPO. Uit dit budget wordt de promotie van de gehele landelijke publieke omroep bekostigd, worden campagnes gefinancierd voor alle zenders, platformen en voor afzonderlijke programma's. In 2011 heeft BCG de hoogte van het Marketing & Communicatie budget beoordeeld in het kader van het onderzoek naar efficiëntiemaatregelen bij de landelijke publieke omroep. Op basis van (benchmark)analyses stelde BCG vast dat er fors bespaard kon worden op deze kosten. Er is inmiddels een besparing van 27% op dit budget gerealiseerd. Het marketingbudget bedraagt in 2013 circa 6,4 miljoen euro. De NPO legt jaarlijks verantwoording af over de middelen in de (financiële) Terugblik en het Jaarverslag. Het Commissariaat voor de Media ziet hier op toe.

Vraag 6

Kunt u aan de Kamer toezeggen dat er verder geen marketinggelden worden uitgegeven aan het promoten van de merknaam «NPO», voordat de Kamer een mogelijke beslissing neemt over de rol van de NPO en welke rol de merknaam NPO hierin speelt?

Antwoord 6

Nee, zoals ik in antwoord op vraag 2 heb geschreven gaat de politiek niet over de merknaam van de publieke omroep en de marketingkosten.

---

<sup>2</sup> Kamerstukken // 2011–2012, Aangangsel Handelingen, nr. 2408.