

**Andersson Elffers Felix**

Radio Nederland  
Wereldomroep

Evaluatie programma-aanbod

Utrecht, 31 oktober 2006

GO51/rapport/001\_def

# Inhoud

## Samenvatting 3

### 1 Opdracht en werkwijze 11

### 2 Analyse huidig aanbod RNW 13

- 2.1 Basisprocessen en kosten 13
- 2.2 Programmering 15
  - 2.2.1 Typering programma-aanbod 15
  - 2.2.2 Uitzenduren en kosten 17
  - 2.2.3 Programmering en productgroepen 18
  - 2.2.4 Programmering en doelgroepen 20
  - 2.2.5 Programmering en wettelijke taken 21
- 2.3 Distributie 22
  - 2.3.1 Overwegingen bij keuzes in distributie 22
  - 2.3.2 Distributiekkanalen en kosten 24
- 2.4 Bereik en waardering RNW 25
  - 2.4.1 Bereik radiouitzendingen 25
  - 2.4.2 Lokale partners 27
  - 2.4.3 Bezoek internet RNW 28
  - 2.4.4 Waardering 29
- 2.5 Bereik en kosten per redactie 30

### 3 Externe ontwikkelingen 33

- 3.1 Institutionele ontwikkelingen 33
- 3.2 Andere aanbieders 33
- 3.3 Ontwikkeling internet 35

### 4 Beantwoording vragen 38

### Bijlage 1 Samenstelling begeleidingscommissie 41

### Bijlage 2 Literatuurlijst 42

### Bijlage 3 Gehanteerd kostenmodel RNW 2005 46

### Bijlage 4 Overzicht wereldomroepen per regio 47

## Samenvatting

### Vraagstelling

Het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft op 8 juni 2006 Andersson Elffers Felix (AEF) opdracht gegeven om onderzoek te doen naar de effectiviteit en efficiency van de radio-uitzendingen van Radio Nederland Wereldomroep (RNW).

Daarbij heeft het ministerie als opdrachtgever de volgende drie vragen geformuleerd:

- 1 Waarin onderscheidt het buitenlandstalige programma-aanbod zich van anderen?
- 2 Worden doelen efficiënt geoperationaliseerd in de distributiemix?
- 3 Wat zijn de activiteiten per regio en welke kosten zijn daaraan verbonden?

Het onderzoek van AEF heeft betrekking op de radio-uitzendingen in buitenlandse talen. Op dit moment verzorgt RNW in 8 buitenlandse talen radio-uitzendingen. Daarnaast verzorgt RNW radio-uitzendingen in het Nederlands gericht op Nederlanders in het buitenland. Deze uitzendingen zijn gericht op emigranten, ex-pats, reizigers, vakantiegangers en specifieke doelgroepen als schippers en vrachtwagenchauffeurs. Daarnaast verzorgt RNW in samenwerking met de binnenlandse Publieke Omroep en de VRT televisie-uitzendingen in het Nederlands onder het 'label' BVN (Beste van Vlaanderen en Nederland). De radio- en televisie-uitzendingen in het Nederlands vallen buiten de scope van het onderzoek.<sup>1</sup>

### Reikwijdte en context onderzoek

Naar het oordeel van Andersson Elffers Felix (AEF) kunnen de gestelde vragen op basis van het voorliggende onderzoek in beperkte mate worden beantwoord. Dit heeft twee oorzaken: de vraagstelling van OCW is te breed, de beschikbare informatie is te beperkt.

Bij beoordeling van de positie van wereldomroepen zoals RNW dient bedacht te worden dat het werkterrein van deze omroepen omvangrijk en uiteenlopend is. Zij hebben als doelstelling over de hele wereld luisteraars te bereiken in verschillende talen. Om uitspraken te doen over de herkenbaarheid van RNW is een gedetailleerde analyse per regio nodig. Daarbij hebben - in tegenstelling tot de binnenlandse omroep - luisteronderzoeken maar beperkte waarde. De vraagstelling behoeft derhalve toespitsing naar regio's in een relatie met toetsbare doelstellingen van de organisatie. De beschikbare informatie is op dit moment ontoereikend. Hierin lijkt RNW niet uniek, ook andere 'global players' worstelen hiermee.

Tegelijkertijd is de omgeving waarbinnen deze omroepen functioneren ingrijpend aan het veranderen. De 'global players' waar RNW in de mediawereld mee wordt vergeleken zijn BBC World Service, Voice of America (VOA), Radio France Internationale (RFI) en Deutsche Welle (DW). RNW is klein ten opzichte van deze grote spelers.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> In een aantal vergelijkingen zijn de kengetallen van de Nederlandse redactie wel meegenomen

<sup>2</sup> Naast genoemde spelers zijn er nog tientallen andere internationale omroepen die niet tot de top van de 'global players' worden gerekend.

<i>Omroep</i>	<i>Aantal buitenlandse talen</i>	<i>Aantal medewerkers</i>	<i>Jaarbudget (€ mln)</i>
RNW	8	350	51
BBC World Service	33	2.347	343
Voice of America	44	1.149	115
RFI	19	ca. 1.000	ca. 130
Deutsche Welle	30	1.562	299

De wereldomroepen voorzien van oudsher wereldburgers via de kortegolf van nieuws en achtergronden. Het speelveld waarin ze opereren is echter radicaal veranderd. Voorbij zijn de dagen dat een wereldomroep, BBC World Service voorop, konden vertrouwen op een ijzersterke reputatie als degelijke, gezaghebbende - en misschien ook moreel superieure - bron. De tegenwoordige sociale en politieke omgeving kenmerkt zich in hoge mate door veranderlijkheid en complexiteit. Politiek en sociaal gezien wordt de wereld hoe langer hoe meer een netwerk. Het besef van de onderlinge afhankelijkheid van wereldburgers neemt toe. De wereld is groter geworden, maar ook kleiner. Mogelijk gemaakt door de opkomst van netwerken; telefoon -vast, tegenwoordig vooral mobiel-, internet -vast, soms ook al mobiel. Door het verschijnen van meer en meer aanbieders op regionale markten, door de komst van nieuwe media, zoals televisie en internet, is het voor wereldomroepen een kunst hoorbaar en zichtbaar te blijven. Daarnaast verwachten luisteraars meer mogelijkheden tot participatie, ze willen als actieve burgers een bijdrage leveren. Geen eenrichtingsverkeer meer in opinie, nieuws en achtergronden. Multimedia strategieën van omroepen maken het mogelijk als initiator te fungeren van wereldwijde discussie en dialoog. Alle 'global players' worstelen met de vraag hoe met deze ontwikkelingen om te gaan. Strategische keuzes vragen om systematische informatieverzameling en scherpe analyses. Alle 'global players' streven ernaar bij te dragen aan de pluriformiteit van de media, met name in gebieden waar de pers aan grote restricties gebonden is, en waar betrouwbare informatie een schaars goed is.

In dit rapport wordt een aanzet gegeven om in de toekomst op een meer systematische manier informatie over RNW en de 'markt' te verzamelen om zo bij te dragen aan de strategische besluitvorming. Deze informatie vormt tevens de basis om verantwoording af te leggen aan het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen (OCW). De informatiebehoefte van het ministerie wordt ingegeven door de plicht zich te verantwoorden over rechtmatigheid en doelmatigheid van de verstrekte subsidies. Hierin passen de voornemens van OCW om met RNW prestatieafspraken te maken. Prestatieafspraken hebben alleen zin als prestaties ook verifieerbaar zijn. Het tot stand brengen van een model dat de hiervoor benodigde informatievoorziening genereert vraagt om inspanning en tijd. Dit zal met elkaar enige jaren vergen.

## Bevindingen

### *Bevindingen onderscheidend vermogen programma-aanbod*

Waarin onderscheidt het buitenlandstalige programma-aanbod zich van andere wereldomroepen? Onderscheidende kenmerken van de RNW kunnen tot uiting komen in het programma-aanbod, het opgebouwde imago van RNW, en strategische samenwerkingsverbanden. De vraag richt zich specifiek op het programmabeleid, hiervan is het onderscheidend vermogen op basis van de beschikbare lastig vast te stellen.

Om een uitspraak te doen over het onderscheidende programma-aanbod ten opzichte van anderen is een systematisch en meer gedetailleerd onderzoek op programmaniveau per regio bij de andere aanbieders nodig.

Het onderhavige onderzoek levert wel de volgende eerste inzichten op:

- De RNW zelf geeft aan zich van de andere aanbieders te onderscheiden door de positie van de Nederlandse overheid als subsidiegever, die minder dominant is in de internationale verhoudingen dan de 'sponsors' van de andere 'global players'. Nederland is een klein land met een goede reputatie. Dit bepaalt ook mede het imago van RNW
- RNW zoekt nadrukkelijk samenwerking met partners om haar programma's via lokale FM-stations en landelijke netwerken uit te zenden. Voor RNW is deze samenwerking meer dan een alternatief distributiekanaal.
- Uit de gepubliceerde jaarverslagen blijkt dat de andere 'global players' een vergelijkbare doelstellingen hebben en op een vergelijkbare manier met ontwikkelingen als internet en samenwerking met lokale partners bezig zijn. RNW onderscheidt zich niet in de formulering van dit beleid. Misschien wel bij de realisatie daarvan maar dit kan binnen de aan AEF verstrekte opdracht niet worden geverifieerd
- In de programmering wil RNW zich meer richten op duiding van het nieuws vanuit Nederlands/Europees perspectief. Binnen het nieuws- en actualiteiten deel van de programmering ligt de nadruk op analyse en duiding, de achtergrondprogramma's richten zich volledig op achtergrond, context en inkleuring. In de programmering heeft circa 2/3 betrekking op nieuws en actualiteiten en 1/3 op achtergronden en 'specials'

product redactie				Totaal
	<i>nieuws en actualiteiten</i>	<i>achtergronden</i>	<i>specials</i>	
Engels	89%	7%	4%	100%
Caribische redactie	41%	18%	41%	100%
Spaans	61%	12%	27%	100%
Portugees	64%	0%	36%	100%
Indonesisch	50%	34%	16%	100%
Bureau Afrique	0%	40%	60%	100%
<i>totaal</i>	67%	14%	19%	100%

- De programma's van RNW richten zich op middelbaar en hoger opgeleiden. Daarbinnen is circa 1/7 van programma's van RNW gericht op specifieke doelgroepen
- De uitzendingen in buitenlandse talen komen in gelijke mate tegemoet aan de tweede en derde wettelijke taak, resp. het informeren van buitenlanders over Nederland en het verkleinen van de informatiescheefheid in de wereld

taak	1	2	3	Totaal
<b>redactie</b>				
Engels	0,5%	21,3%	20,3%	42,1%
Caribische redactie	3,5%	2,9%	7,9%	14,3%
Spaans	0%	10,2%	9,6%	19,7%
Portugees	0%	6,5%	0,6%	7,1%
Indonesisch	0%	6,9%	8,5%	15,4%
Bureau Afrique	0%	0,8%	0,5%	1,3%
<i>totaal</i>	<i>4,0%</i>	<i>48,5%</i>	<i>47,5%</i>	<i>100%</i>

- Ervan uitgaande dat de uitzendingen in het Nederlands louter betrekking hebben op de eerste wettelijke taak - het informeren van Nederlanders in het buitenland - dan gaat circa de helft van de kosten op aan de eerste wettelijke taak en een kwart aan de tweede en de derde wettelijke taak.

#### *Bevindingen inzet distributiemix*

Worden doelen efficiënt geoperationaliseerd in de distributiemix? Voor de analyse van de distributiemix is door RNW gedetailleerde informatie ter beschikking gesteld.

Het onderzoek levert de volgende inzichten op:

- De kosten van de korte golf zijn relatief hoog, de kosten voor andere distributiekanaalen vallen daarbij in het niet. Korte golf is echter ook een zeer robuust distributiekanaal, zowel technisch als politiek. Indien daar grote waarde aan wordt gehecht dienen ook de kosten voor lief te worden genomen

Distributie	Kosten (€ 1.000)		
	<i>Korte Golf</i>	<i>Overige kanalen</i>	<i>Totaal</i>
<i>Redactie</i>			
Nederlands	7.026	549	7.576
Engels	2.131	445	2.578
Caribische redactie	70	7	78
Spaans	1.153	411	1.566
Portugees	-	81	81
Indonesisch	643	62	707
Bureau Afrique	-	41	41
<i>Subtotaal</i>	<i>3.998</i>	<i>1.045</i>	<i>5.043</i>
<b>Totaal</b>	<b>11.024</b>	<b>1.603</b>	<b>12.629</b>

- Het bereik via de korte golf is relatief beperkt. Verreweg de meeste luisteraars worden bereikt via partnerstations. Het ontbreekt bij RNW echter aan een systematisch overzicht van de partnerstations. Inzicht in partnerstations is van grootste belang, niet alleen ter beoordeling van de distributiekosten maar ook om inzicht te krijgen in het bereik en de waardering van de RNW-programma's

#### Bereik distributiekkanalen (x 1.000 Weekly Listeners)

<i>Redactie</i>	<i>Korte Golf</i>	<i>Overige kanalen</i>	<i>Totaal</i>
Nederlands	750	300	1.050
Engels	4.750	4.250	9.000
Caribisch	200	200	400
Spaans	800	21.550	22.350
Portugees	-	2.000	2.000
Indonesisch	350	7.700	8.050
Afrique	-	n.a.	n.a.
<b>Totaal</b>	<b>6.850</b>	<b>36.000</b>	<b>42.850</b>
<b>%</b>	<b>16%</b>	<b>84%</b>	

- Met betrekking tot Internet wordt met name breedbandinternet als alternatief distributiekanaal voor radio gezien. Wereldwijd is echter nog steeds sprake van digitale ongelijkheid. De OECD Communications Outlook 2005 wijst op de grote verschillen in internetconnectiviteit tussen de verschillende landen in de wereld. Internet ruikt op, maar is nog zeker nog niet overal een volwaardig alternatief voor de radio
- RNW investeert veel in internet. Internet is voor RNW meer dan een alternatief distributiekanaal. Ook andere 'global players' - met uitzondering van RFI - investeren veel in de ontwikkeling van internet.

#### *Bevindingen activiteiten en kosten per regio*

Wat zijn de verschillen in activiteiten per regio? Groepering van de gegevens naar regio is maar beperkt mogelijk op basis van de beschikbare informatie maar een analyse op het niveau van redacties geeft een eerste indicatie.

Het onderzoek levert de volgende inzichten op:

- Op de redactie Engels na zijn de buitenlandse redacties op duidelijk te identificeren regio's gericht. Per regio en taal is de marktpositie van RNW verschillend. In alle regio's waar naast RNW ook andere 'global players' actief zijn, is de BBC een dominante 'global player'.

<i>Redacties</i>	<i>Regio</i>	<i>Marktpositie RNW</i>	<i>Dominante 'global players'</i>
Nederlands	wereldwijd	'monopolist'	nvt
Engels	wereldwijd	bescheiden	BBC, VOA
Cariben	Suriname/Ned. Antillen	'monopolist'	nvt
Spaans	Latijns Amerika	groot	BBC, RNW
Portugees	Brazilië	klein	BBC, VOA
Indonesisch	Indonesië	middelgroot	BBC, VOA
Frans	Francofoon Afrika	klein	RFI, BBC
Arabisch	Midden Oosten/ Noord Afrika	klein	BBC, DW, VOA

- De kosten voor productie en distributie tezamen zijn per redactie uiteenlopend. De kosten per uitzenduur zijn voor de Engelse redactie bijna 3 maal zo hoog dan voor de Nederlandse redactie. Bij de kosten per luisteraar zijn de verschillen nog groter. De kosten per luisteraar in de Nederlandse taal zijn ruim 60 maal hoger dan de luisteraar voor de Spaanstalige uitzendingen.

<b>Kosten</b>		
<b>redactie</b>	<i>per uitzenduur (€)</i>	<i>per luisteraar (€)</i>
Nederlands	1.665	15,36
Engels	4.675	0,99
Caribische redactie	2.512	5,24
Spaans	2.737	0,24
Portugees	1.897	0,45
Indonesisch	2.130	0,40
Bureau Afrique	1.708	n.a.
<i>Totaal</i>	<i>2.237</i>	<i>0,86</i>



Op basis van de analyses op redactieniveau kunnen samenvattend de volgende waarnemingen worden gemeld:

- de totale productiekosten van de uitzendingen in het Nederlands - vooral gericht op Europa en de koninkrijksdelen in het Caribische gebied - zijn relatief laag, de kosten per luisteraar zijn als gevolg van het beperkte aantal luisteraars echter het hoogste. RNW is voor deze luisteraars wel marktleider
- de uitzendingen in de Engelse taal kennen een brede regionale spreiding: Europa, Noord-Amerika, Azië, Australië/Nieuw Zeeland en delen van Afrika. In het Engels wordt voor iedere zendrichting (en dus iedere tijdzone) een vers nieuws- en actualiteitenblok gemaakt. De achtergrond programma's, die ook de hele wereld over gaan, zijn vanuit hun aard minder actualiteitgevoelig en kunnen meer herhaald worden. Het aandeel van de korte golf in de distributie is relatief hoog. Dit gaat gepaard met hoge kosten, niet alleen voor de distributie maar ook voor de programmering. Het marktaandeel van RNW is per regio verschillend, maar is over het geheel genomen bescheiden voor de uitzendingen in de Engelse taal
- de Franstalige uitzendingen gericht op Afrika en Portugese uitzendingen gericht op Brazilië vormen het andere uiterste. Door het ontbreken van korte golf als distributiemiddel richten de programma's, die verspreid worden via lokale partners, zich sterk op het geven van achtergronden gericht op specifieke doelgroepen. De totale productiekosten zijn verhoudingsgewijs laag. Het marktaandeel van RNW in beide regio's is klein.
- de uitzendingen in de Spaanse taal gericht op overig Latijns Amerika en Indonesisch zitten daar tussen in wat betreft programmering en kosten. De programma's worden uitgezonden via de korte golf, maar het grootste bereik gaat via lokale partners. Het beeld bestaat dat de Spaanstalige redactie verder is dan de Indonesische redactie wat betreft de profilering in de programmering en de samenwerking met lokale partners. De totale productiekosten bewegen zich rond het gemiddelde, de kosten per luisteraar zijn de laagste binnen RNW-verband. Naar het oordeel van RNW is de eigen marktpositie in Latijns Amerika groot en in Indonesië middelgroot.
- De internetactiviteiten in het Arabisch staan nog in de kinderschoenen. De informatie is beperkt en in deze ontwikkelingsfase nog niet te beoordelen. BBC en Deutsche Welle investeren veel in Arabischtalige televisie.

### **Aanbevelingen**

Naar het oordeel van Andersson Elffers Felix (AEF) is de belangrijkste winst van het onderzoek dat het aanknopingspunten geeft voor een structurele verbetering in de informatievoorziening richting OCW. AEF adviseert om bij de uitbouw van de informatievoorziening speerpunten te kiezen. Op basis van het uitgevoerde onderzoek komt AEF tot de volgende drie speerpunten:

1

Het concreet formuleren van doelstellingen in de programmering door RNW en de daarbij horende kosten vaststellen. De in dit onderzoek aangebrachte relatie tussen programmering en kosten biedt het kader om per redactie en regio doelstellingen naar producten en doelgroepen te formuleren en de daarbij kosten vast te stellen. De door RNW zelf geformuleerde doelstellingen kunnen dan vervolgens door OCW worden getoetst op rechtmatigheid en doelmatigheid. Het verdient aanbeveling hieraan een te ontwikkelen kostenmodel te koppelen.

Bij de uitwerking zijn de volgende stappen aan de orde:

- per redactie programma's koppelen aan uitzendingen, producten, doelgroepen en kosten
- per redactie doelstellingen formuleren in uitzendingen, producten, doelgroepen en kosten
- budgetten toedelen op basis van intern vast te stellen normkosten
- meten van resultaten en vergelijken met geformuleerde doelstellingen

## 2

Luisteronderzoeken geven onvoldoende informatie om een beeld te krijgen van het onderscheidende vermogen van RNW. De lokale partners van RNW vormen het beste aanknopingspunt om wel inzicht te krijgen in het onderscheidende vermogen van RNW. Dit vraagt om een systematisch inzicht in de oordelen van de strategische partners over de programmering van RNW en omgekeerd van RNW over de kwaliteit van haar partners. Het in ontwikkeling zijnde informatiesysteem dient hiervoor de basis te vormen.

De volgende stappen zijn bij de uitwerking van belang:

- aanbrengen differentiatie in partnerstations door vaststellen van criteria van A-,B- en C-lijst van partnerstations<sup>3</sup>
- per redactie of regio toedelen van bestaande partners aan A,B, en C-lijst
- vaststellen informatiebehoefte per lijst
- vergaren en verwerken van informatie
- audit van RNW-programma's door lokale partners (A- en B-lijst)
- audit van lokale partners door stakeholders van RNW (A-lijst)
- periodieke rapportage per redactie of regio

## 3

Bij de allocatie van de budgetten voor de distributiefunctie is de centrale vraag hoe de verhouding tussen distributie via korte golf, satelliet, partners, internet, et cetera moet zijn. Het hoge aandeel van kosten voor korte golf in de distributiekosten vraagt om een diepgaande analyse van de meerwaarde en kosten van dit distributiekanaal door verschillende opties naast elkaar te zetten. Daarbij dienen de totale kosten en baten van uitzendingen via de korte golf in de volle omvang in kaart te worden gebracht. Een beperkte kostenafweging volstaat daarbij niet. Van belang is om daarbij de resultaten van aanbesteding van het Nozema-pakket bij te betrekken.

Bij de uitwerking dienen de volgende stappen te worden uitgevoerd:

- nadere operationalisering van kenmerk robuustheid
- criteria van robuustheid toetsen aan kenmerken van landen/regio's
- vaststelling opties voor substitutie van korte golf door andere distributiekanaalen per regio
- vaststellen van effecten van substitutie in termen van kosten en dienstverleningsniveau per regio
- integrale afweging van de waarde van korte golf als distributiekanaal

Het realiseren van bovenstaande verbeteringen past in de ambities van RNW zelf. In de aansturing van het werk en de bedrijfsvoering zijn stappen gezet voor verbetering. Het apart organiseren van het accountmanagement bij RNW en stroomlijning van programmering met de centrale redactie zijn hiervan voorbeelden.

Het werken met pilots is een verstandige weg om invulling te geven aan de eerste twee genoemde speerpunten. Dit kan door voor een bepaalde regio of redactie een model uit te werken en te testen voordat de methode RNW-breed wordt toegepast.

<sup>3</sup> Op de A-lijst staan de strategische partners, de B-lijst bestaat uit vaste afnemers van een substantieel aantal programma's van RNW, op de C-lijst staan stations die beperkt of incidenteel programma's van RNW afnemen.

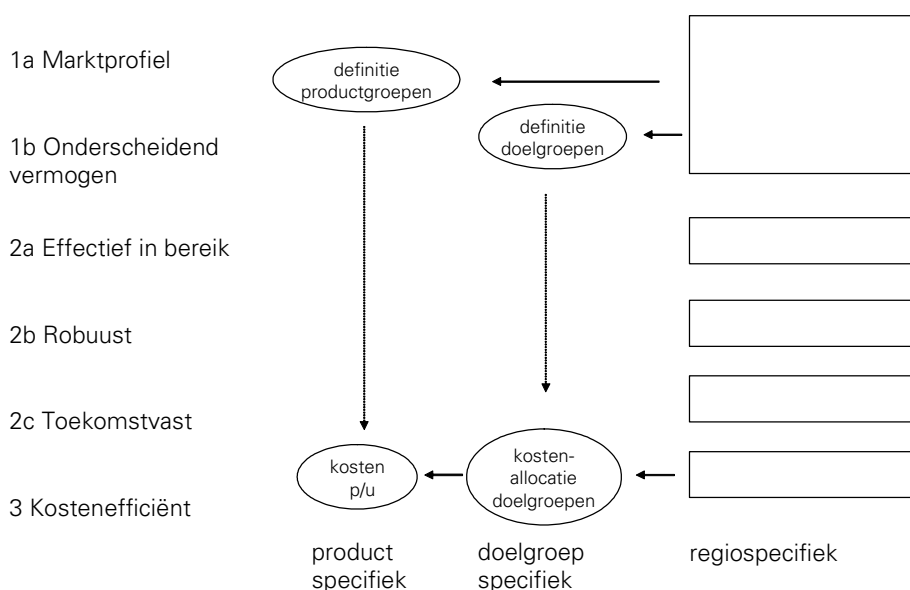
## 1 Opdracht en werkwijze

Het onderzoek is op verzoek van de opdrachtgever uitgevoerd op basis van het bij RNW beschikbare materiaal. Om het beschikbare materiaal te kunnen beoordelen op volledigheid en bruikbaarheid heeft AEF eerst een quick scan uitgevoerd. Daarbij is gebruik gemaakt van een systematisch afwegingskader. Dit afwegingskader toonde een matrix met op de verticale as de gestelde onderzoeksvragen en op de horizontale as drie gangbare invalshoeken voor marktanalyse: doelgroepen, producten en regio's. In de quick scan is geïnventariseerd welke informatie binnen RNW beschikbaar is over elk van de cellen van de matrix. De doel was dat op grond van de te constateren witte (of grijze) vlekken de RNW prioriteiten zou stellen om het materiaal aan te vullen. Detailniveau en de prioriteit van nader onderzoek zouden daarbij per cel kunnen verschillen.

Uit de inventarisatie bleek dat informatie hoofdzakelijk op taal- of regioniveau beschikbaar was (blokjes rechts in schema 1) en geen inzicht gaf in doelgroepen en producten. In bijlage 2 is de door RNW aangereikte informatie opgenomen.

De uitkomsten van de quick scan zijn op 3 juli besproken met de begeleidingscommissie van het onderzoek (zie voor de samenstelling bijlage 1). Met de begeleidingscommissie is afgesproken om het beschikbare materiaal aan te vullen met een nadere analyse van het programma-aanbod. Dit om een meer systematisch overzicht te krijgen van relevante aspecten van het programma-aanbod van RNW en de daarbij horende kosten. In het onderstaande schema is dit gevisualiseerd aan de hand van het eerder vastgestelde afwegingskader. De pijlen geven aan dat verdieping gezocht is naar producten en doelgroepen.

**Schema 1: Beschikbare informatie bij RNW**



In de zomermaanden is het programma-aanbod 2005 van RNW nader onderzocht op basis van de door de RNW aangereikte informatie. AEF heeft de uitkomsten hiervan verwerkt en een koppeling met de kosten aangebracht. Dit is getoetst bij RNW. Op deze wijze is meer zicht gekomen op het programma-aanbod van RNW. De resultaten hebben met name betrekking op specificatie naar producten, de specificatie naar doelgroepen is beperkt van aard.

De analyse levert echter nog geen vergelijking op de andere buitenlandse aanbieders. Dit valt buiten het bereik van het onderzoek. AEF heeft wel op verzoek van de opdrachtgever in de vorm van een bescheiden literatuurstudie gekeken naar de recente beleidsvoornemens van 'concurrerende' stations en de ontwikkeling van nieuwe media. Verder heeft RNW nog aanvullende informatie hieromtrent aangeleverd.

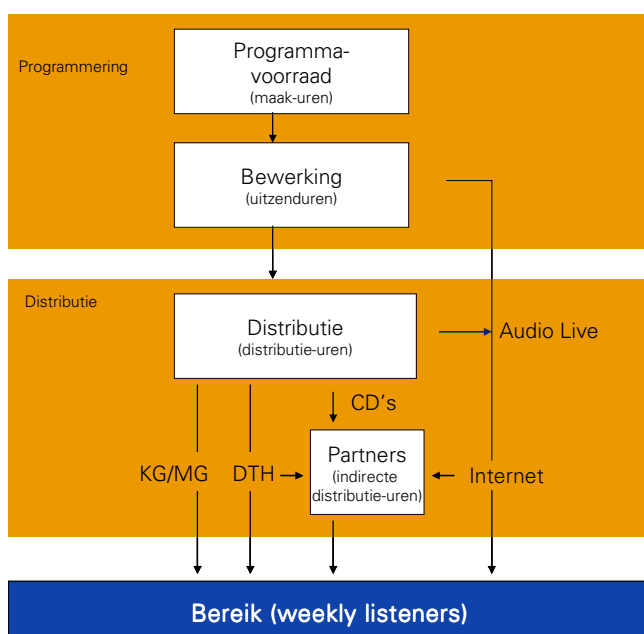
Op 18 september 2006 is de rapportage in conceptvorm besproken met de begeleidingscommissie. Op 18 oktober zijn de uitkomsten gepresenteerd aan vertegenwoordigers van het ministerie van OCW en RNW.

## 2 Analyse huidig aanbod RNW

### 2.1 Basisprocessen en kosten

Het verzorgen van radio-uitzendingen bestaat uit een tweetal basisprocessen: de programmering en de distributie. De programmering is de productie van de 'content', de distributie zorgt voor de overdracht van de programma's naar de luisteraars. Beide processen zijn nodig om de luisteraar te bereiken. In de uitvoering van het werk zijn beide processen wat betreft activiteiten en kosten goed te onderscheiden. In het onderstaande schema staan de belangrijkste stappen weergegeven.

Schema 2: Programmaketen



De programmering kan in een tweetal stappen worden onderscheiden, namelijk de voorbereiding en het uitzendklaar maken van programma's. De voorbereiding laat zich vertalen in *maakuren*, het uitzendklaar maken in *uitzenduren*.

In de voorbereiding van programma's wordt door de redacties het voorwerk gedaan voor de uitzendingen. Het voorwerk is divers. Dat kan uiteenlopen van het vergaren en veredelen van achtergrondinformatie tot het maken van kant- en klare items. Voorafgaande aan de uitzending bewerken de redacties het beschikbare materiaal. Voor een deel is dit een zaak van knippen en plakken, maar er kan ook sprake zijn van hergebruik van materiaal of toevoeging van nieuwe elementen. Voor de redacties zijn de uitzenduren output, de maakuren input. De resultaten van het onderzoek worden voor wat betreft de programmering gekoppeld aan uitzenduren.<sup>4</sup> Het aantal uitzenduren is gemiddeld een factor 1,6 maal groter dan het aantal maakuren. Bij de distributie dient onderscheid gemaakt te worden tussen *directe distributie-uren* en *indirecte distributie-uren*. Directe distributie-uren hebben betrekking op uitzendingen die door

<sup>4</sup> Om een koppeling te kunnen maken tussen activiteiten en kosten is gebruik gemaakt van de maakuren van de redacties, omdat alleen op dat niveau gedetailleerde informatie beschikbaar is over kosten en activiteiten.

RNW zelf naar de ontvanger worden gezonden. Dit gaat via kortegolf, satelliet (direct-to-home), Internet of CD. Dit zijn directe distributie-uren. Het aantal directe distributie-uren van RNW is bekend.

In sommige regio's wordt een belangrijk deel van de luisteraars van RNW-programma's bereikt via de FM-kanalen van lokale partners van RNW. Dit worden indirecte distributie-uren genoemd. Via lokale partners worden de meeste luisteraars bereikt maar de omvang in uitzenduren is onbekend.

Het aantal directe distributie-uren is om die reden de belangrijkste kwantitatieve parameter voor wat betreft de distributie.

Het verschil tussen de parameters directe distributie-uren en uitzenduren wordt bepaald door de herhalingen en dubbels in de distributie. Dubbels in distributie zijn programma's die zowel via de kortegolf als via de satelliet worden verzonden. Daarnaast ontstaan dubbels door het moeten inzetten van meer van dezelfde distributiemiddelen (bijvoorbeeld kortegolfzenders of satelliet) teneinde een doelgebied in voldoende kwaliteit van signaal te kunnen voorzien. Programma's worden in de regel meerdere keren per etmaal en langs verschillende kanalen uitgezonden. Tussen deze twee urendefinities zit gemiddeld een factor 10.

### Kosten

In het budgetsysteem van RNW worden verschillende kostenniveaus onderscheiden. De basis vormen de directe kosten voor de redacties bij de programmering enerzijds en de distributie anderzijds. Daar bovenop komen de kosten van de eigen ondersteuning (secretariaat, management, e.d.) voor zowel programmering als de distributie. Voor wat betreft de redacties dienen ook de kosten voor de centrale redactie te worden toegerekend (dit zijn onder andere kosten voor de nieuwsbulletins en voor de specialisten die werken voor alle talen en worden door RNW beschouwd als directe kosten). Beide kostenposten worden met behulp van een opslag aan de redacties toegerekend. Overblijven de kosten voor algemene ondersteuning. Een deel van deze kosten (huisvesting, automatisering, et cetera) kunnen ook door middel van een opslag worden doorbelast aan programmering en distributie. Een gedeelte van de algemene kosten blijft buiten beschouwing. Deze kosten zijn niet direct toerekenbaar. Ook kosten voor activiteiten die niet betrekking hebben op radio-uitzendingen en incidentele kosten blijven buiten beschouwing (zie voor overzicht bijlage 3).

In het onderstaande schema wordt de kostenopbouw voor programmering en distributie weergegeven.

### Schema 3: Kostenopbouw programmering en distributie

<i>kostenniveau's</i>	<i>programmering</i>	<i>distributie</i>
Directe kosten	34,8%	75,2%
Indirecte kosten	6,9%	-
Centrale redactie	30,7%	8,3%
Algemene ondersteuning	27,6%	16,5%
<i>totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

De kostenopbouw geeft inzicht welke activiteiten in welke mate bijdrage aan de gemaakte kosten. Het uitsplitsen van kosten zegt echter nog niets over kostengedrag bij beleidsveranderingen. Zo zal het wegsnijden van een directe kostenpost niet automatisch leiden tot een wegvallen van indirecte, centrale of algemene kosten. Ook zal het stoppen van bepaalde KG uitzendingen niet rechtstreeks éénzelfde percentage aan directe distributiekosten besparen.

## 2.2 Programmering

### 2.2.1 Typering programma-aanbod

RNW verzorgt radioprogramma's in 8 buitenlandse talen en onderhoudt daarnaast een website in het Arabisch. De programma's worden verzorgd door op talen gebaseerde redacties. Op basis van gesprekken bij RNW en de door hen aangeleverde stukken en informatie ontstaat het volgende profiel van de redacties van buitenlandse talen<sup>5</sup>:

#### *Spaanse Redactie*

De redactie richt zich op Spaanstalige gebieden. Daaronder vallen ook moeilijk bereikbare gebieden (Amazone) en gebieden waarin gebrekkige toegang tot betrouwbare informatie is. De Spaanse redactie ziet het als haar taak om vrije objectieve informatie te verstrekken en de democratische waarden te versterken. Dit via serieuze themaprogramma's, maar ook via bijvoorbeeld hoorspelen. RNW werkt daarvoor onder andere samen met NGO's: UNESCO, UNICEF, de EU. RNW draagt met haar Spaanstalige activiteiten bij aan het instandhouden van een gedeelde waarde en aan een pluriform media-aanbod. De redactie noemt als voornaamste meerwaarde van RNW, de objectiviteit waarmee de Nederlandse bron geassocieerd wordt. De Spaanse redactie richt zich in het algemeen op mensen die middelbaar of hoger onderwijs genoten hebben, in het bijzonder beleidsmakers. Daarnaast richt de RNW zich op jongeren met overwegend muziekprogramma's. Naast de Radio-uitzendingen worden er plaatselijk evenementen georganiseerd ter ondersteuning van het media-aanbod. In Spaanstalig Latijns-Amerika is RNW naast BBC World Service een grote onder de global players.

#### *Redactie NAAS*

De NAAS redactie richt zich op landen die onderdeel uit maken van het Nederlands Koninkrijk, of dat hebben gedaan. De redactie geeft aan een sterke marktpositie te hebben en een belangrijke maatschappelijke rol te vervullen. Er is een sterke behoefte aan een ander geluid naast het Amerikaanse informatieaanbod, daar voorziet de RNW in. Tevens worden gevoelige onderwerpen (zoals homofilie) door partnerstations alleen uitgezonden als de RNW ze maakt. De redactie richt zich met haar aanbod op de verschillende NAAS-bevolkingsgroepen. In het bijzonder worden er ook uitzendingen gemaakt in het Papiamentu, en er zijn programma's gericht op Pensionados (gepensioneerden) en vakantiegangers. De radio-uitzendingen worden ondersteund door een website en BVN-tv. Een groot aandeel van de luisteraars wordt bereikt via partnerstations. Belangstelling voor dergelijke samenwerking vanuit de partners neemt toe. In de Nederlandse Antillen en Suriname is RNW 'marktleider'.

<sup>5</sup> Zie bijlage 4 voor een kwalitatieve vergelijking van de positie van 'global players' per taalgebied en regio.

### *Redactie Portugees*

De Portugese redactie richt zich specifiek op Brazilië als belangrijke handelspartner in Latijns Amerika. De belangrijkste meerwaarde is de aanvulling van het plaatselijk informatieaanbod. De redactie richt zich op de middenklassen en op jongeren. Uitzendingen worden sinds 2005 uitsluitend nog gedistribueerd via partnerstations. Tot 2005 maakte deze redactie dagelijkse nieuws en actua uitzendingen, nu één programma in de week en muziekprogramma's. De positie van RNW in Brazilië is bescheiden, BBC World Services en Voice of America domineren.

### *Redactie Engels*

De Engelse redactie heeft een bijna wereldwijd programma-aanbod en werkt vanuit een Nederlands/Europees perspectief, de redactie stelt zichzelf tot doel een betrouwbaar ('nadenkende'), herkenbare bron ('stem') te zijn. De komende jaren wordt extra geïnvesteerd in Afrika en India, omdat er nieuwe mogelijkheden zijn ontstaan wegens de veranderende media situatie in beide gebieden.

In haar aanbod richt de redactie zich met name op luisteraars in landen waar onafhankelijke nieuwsbronnen ontbreken. Uit reacties van de luisteraars blijkt dat RNW een gewenst alternatief op de BBC World Service en Voice of America (VOA) is. Over het geheel gezien noteert de redactie veel positieve reacties op de programma's. De distributie via partners wordt als cruciaal betiteld. Belangrijke meerwaarde komt uit de relaties met de partnerstations. De positie van de RNW in de Engelstalige gebieden is bescheiden, met uitzondering van Noord-Amerika. De BBC is onbetwist 'marktleider'.

### *Redactie Indonesië*

De Indonesië redactie kent na Soeharto een veranderde situatie, van weinig persvrijheid naar meer openheid. Dat heeft geleid tot een groei van andere aanbieders (25 via KG en 5 via FM). Ook het aanbod van andere media neemt toe, met name TV en kranten; deze zijn niet altijd objectief. De situatie is nog sterk in ontwikkeling. Dit heeft ook tot aanpassingen binnen de redactie geleid. De redactie stelt zich tot doel de bestaande pers aan te vullen. Ze wil een platform zijn voor kunstenaars, studenten en vertegenwoordigers van mensenrechtenorganisaties. De Indonesische RNW-afdeling is tevens van betekenis voor Indonesiërs in Europa. Vooralsnog is de redactie de enige aanbieder van de Indonesische taal. De redactie richt zich daarbij met een ruim programma-aanbod op: senioren, studenten, kritische Indonesiërs, Indonesiërs in Nederland, en Jeugd.

In de distributie zijn de laatste jaren veel veranderingen geconstateerd. Er heeft in de laatste tien jaar een verschuiving van korte golf naar partners (FM) plaatsgevonden. Met name het laatste jaar is daar ook sterk op ingezet. Het huidige aantal stations is 60 (30 in 2005). Het doel is om dit aantal uit te breiden naar 100. De RNW verzorgt ook trainingen om de stations te versterken. De website heeft een belangrijk aanvullend aandeel, maar het Internet is voor een grote groep nog te onbereikbaar, duur en traag. Het inhoudelijk programma-aanbod is veranderd, er worden meer thematische programma's geleverd. In Indonesië zijn BBC en Voice of America grote spelers, RNW ziet zich als middelgrote speler te midden van de andere global players.

### *Redactie Frans*

De Franstalige redactie richt zich op de Franstalige landen in Afrika. Daartoe heeft RNW een kantoor in Benin, Bureau Afrique. Na het stopzetten van de uitzendingen in het Frans via de korte golf heeft RNW zich toegelegd op uitzendingen via lokale FM-stations. RNW heeft daarbij kunnen profiteren van de toenemende pluriformiteit in de media in veel Afrikaanse landen. Deze FM-stations zijn ingebed in lokale gemeenschappen, dit is dan ook de doelgroep waar RNW zich voornamelijk op richt. RNW werkt intensief samen met de lokale community radio stations en onderwerpen en thema's worden in onderling overleg met deze stations bepaald.



De lokale FM-stations worden via CD's van RNW-programma's voorzien. De positie van RNW is bescheiden. RFI domineert in Franstalig Afrika en ook de BBC heeft een sterke positie.

#### *Arabische redactie*

Nederland heeft een redelijk neutrale reputatie in het Midden Oosten. De reputatie is nog gebaseerd op intussen gestaakte uitzendingen uit 1994. Kenmerkend voor de regio is dat mediagedrag van de gebruikers erg is veranderd over de laatste jaren. Het internet en televisie verdringen de radio. Inmiddels biedt RNW alleen een website in het Arabisch.

De redactie heeft tot doel een brug slaan tussen Arabische wereld en Nederlands/Europese wereld. Als belangrijke meerwaarde wordt de onafhankelijke en onpartijdige positie genoemd, waar de Nederlandse visie op Arabische vraagstukken aan bijdraagt.

De redactie richt zich op opinieleiders studenten en vertegenwoordigers van het sociale en maatschappelijke leven. Tegenwoordig ook op jongeren en vrouwen, die steeds meer actief blijken op het Internet. Naast de directe doelgroepen in de Arabische wereld en de Arabische gemeenschap in Nederland, richt de website zich ook op westerse en Arabische media. Het merendeel van de gebruikers komen uit Egypte, Marokko (12%), maar ook Nederland (11%) en Duitsland en Frankrijk. RNW is een kleine speler. BBC is een van de belangrijkste aanbieders, gevolgd door Voice of America, en de Deutsche Welle. BBC en Deutsche Welle investeren veel in Arabischtalige televisie.

### **2.2.2 Uitzenduren en kosten**

De programmering wordt tot stand gebracht door de redacties. Zij worden daarbij sinds enige jaren ondersteund door een centrale redactie. De uitzendingen van de Nederlandse redactie betreft ruim de helft van de uitzenduren (zie schema 4). Van de buitenlandse talen verzorgt de Engelse, de Indonesische en Spaanse redactie de meeste uitzenduren, op afstand gevolgd door de redacties Caribische gebied en Portugees. Het aantal uitzenduren van Bureau Afrique (Frans) is zeer bescheiden.

De kosten per uitzenduur lopen uiteen. De kosten voor de Nederlandse redactie per uur (€ 833) zijn aanmerkelijk lager dan de programmeringskosten voor buitenlandse talen. De lage kosten zijn onder meer het gevolg van samenwerkingsovereenkomsten met de publieke omroep. RNW gebruikt materiaal van de binnenlandse publieke omroep voor haar eigen uitzendingen.<sup>6</sup> Verder is het kostenverschil toe te schrijven aan de omvang in aantal uren en de relatief hoge omzettingfactor van maakuren naar uitzenduren. De verschillen tussen buitenlandse talen kunnen met het laatste niet worden verklaard. De productie van Bureau Afrique is klein, maar ook relatief goedkoop (€ 920).

De productie van de Engelse redactie is relatief duur (€ 3.328). De lage omzettingfactor uitzenduren/maakuren verklaart dit maar ten dele. De hoge kosten van de Engelse redactie worden door betrokkenen bij RNW mede toegeschreven aan het feit dat de Engelse redactie het meest direct met de BBC Worldservice moet concurreren.

Ook de uitzendkosten voor de Caribische redactie (€ 2.420) zijn relatief hoog. Dit is het gevolg van het feit dat RNW voor de koninkrijksgebieden aldaar de belangrijkste onafhankelijk nieuwsbron is en wil blijven.

De kosten van de overige drie redacties - Spaans, Portugees en Indonesisch - liggen dicht bij elkaar, tussen de € 1.666 en € 1.951 per uitzenduur).

<sup>6</sup> Op basis van de Meerjarenbegroting Publieke Omroep 2006-2010 kan een indicatie worden gegeven van de programmakosten voor Radio 1 en Radio 747. Uitgaande van 24 uur uitzenden per dag voor Radio 1 zijn de programmeringskosten per uitzenduur €4.165. Op basis van 17 uur uitzenden per dag bedragen de programmeringskosten per uitzenduur voor Radio 747 €2.800

Schema 4: Kenmerken redacties RNW

<i>redacties</i>	<i>talen en regio's</i>	<i>aantal uitzenduren*</i>	<i>(%)</i>	<i>kosten p.u (€)</i>	<i>factor uitzend-/ maak-uren</i>
Nederlands	Gericht op Europa en verspreiding wereldwijd	9.687	58,7%	883	2,0
Engels	Verzorgt uitzendingen voor West Europa, Noord-Amerika, Azië, Afrika, Australië/NZ	1.914	11,6%	3.328	1,1
Carabische gebied	Verzorgt uitzendingen voor Suriname en Ned. Antillen in Nederlands, Papiamentu en Sarnami	855	5,2%	2.420	1,2
Spaans	Verzorgt uitzendingen voor Midden – en Zuid-Amerika	1.992	12,1%	1.951	1,3
Portugees	Verzorgt uitzendingen voor Brazilië	476	2,9%	1.727	1,0
Indonesisch	Verzorgt uitzendingen voor Indonesië en voor Indonesische expats in o.a. Azië, het Midden Oosten en Europa	1.524	9,2%	1.666	1,3
Bureau Afrique	Verzorgt uitzendingen in Frans voor francophone landen in Afrika	52	0,3%	920	1,0
Arabisch	Onderhoud internetsite gericht op Noord Afrika en Midden Oosten	nvt	nvt	nvt	nvt
<i>totaal</i>		16.500	100%	1.472	1,6

\* = tijdsduur van alle nieuw geproduceerde afleveringen exclusief herhalingen en dubbele verspreiding

In het aanvullende onderzoek van AEF naar de programma's van RNW is nader gekeken naar productgroepen, doelgroepen en de relatie tussen de programmering en de wettelijke taken. Dit onderzoek betreft de buitenlandse talen. De uitzendingen van de Nederlandse redactie zijn daarin niet betrokken.

### 2.2.3 Programmering en productgroepen

Voor de typering van de programma's van RNW zijn 10 productgroepen onderscheiden die naar 3 hoofdgroepen kunnen worden geclassificeerd. De hoofdproductgroepen zijn nieuws, achtergronden en specials. Van het aantal uitzenduren heeft 67,6% betrekking op nieuws, 13,8% op achtergronden en 18,6% betreft specials (zie schema 5). De redacties met de meeste uitzenduren hebben het zwaartepunt wat betreft de programmering in de hoofdproductgroep Nieuws. Nieuws omvat nieuwsbulletins en duiding van het nieuws met onder meer commentaren en vraaggesprekken.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Zo treedt Bertus Hendriks als Midden Oostenspecialist veelvuldig op in actualiteitenprogramma's in verschillende talen voor duiding en context van actuele gebeurtenissen,

Schema 5 Programmering RNW naar productgroepen <sup>8</sup>

product \ redactie	product			totaal
	nieuws	achtergrond	specials	
Engels	89%	7%	4%	100%
Caribische redactie	41%	18%	41%	100%
Spaans	61%	12%	27%	100%
Portugees	64%	0%	36%	100%
Indonesisch	50%	34%	16%	100%
Bureau Afrique	0%	40%	60%	100%
<i>totaal</i>	67,6%	13,8%	18,6%	100%

Voor de Engelse redactie is het aandeel van nieuws het meest pregnant. Het hoge percentage nieuws bij de Engelse redactie kan verklaard worden uit het feit dat het nieuws in meerdere edities over de gehele wereld wordt verspreid. De luisteraars in verschillende tijdzones, dus bijvoorbeeld in Azië of Afrika, krijgen allemaal gemiddeld 50% nieuws en actualiteiten (inclusief duiding en analyse) en 50% achtergronden te horen.<sup>9</sup>

De redacties - met minder uitzenduren - kennen meer spreiding, relatief minder actueel nieuws en meer achtergronden en specials.

### Productgroepen en kosten

De directe programmakosten voor productgroepen zijn verschillend. In schema 6 wordt de verdeling van de directe programmakosten naast die van het aantal maakuren gezet. Door de beide percentages te delen ontstaat een indicatie voor kostenverschillen tussen met maken van programma's. Uit het overzicht blijkt dat de productgroepen onder nieuws en muziek relatief goedkoper te zijn dan de andere productgroepen. Voor die productgroepen is in het onderstaande schema de factor kleiner dan 1. De productgroepen onder achtergronden en specials zijn met uitzondering van muziek duurder in de maakfase.

Redacties met relatief weinig uitzenduren, zoals de Caribische redactie en Bureau Afrique, maken relatief veel programma's die gemiddeld hoger zijn in kosten. Voor de Portugese redactie geldt dit overigens niet.

<sup>8</sup> Bij Engels dient rekening gehouden te worden met de vertekening als gevolg van meerdere edities voor verschillende tijdzones

<sup>9</sup> Achtergrondprogramma's lenen zich in tegenstelling tot actualiteiten voor herhaling.

Schema 6: Maak-uren en programmakosten naar productgroepen

<i>productgroepen</i>	<i>% uitzenduren (1)</i>	<i>% programmakosten (2)</i>	<i>factor (2/1)</i>
Headlines	21,0%	16,2%	0,77
Bullitins	25,8%	20,7%	0,80
Current affairs	20,7%	16,2%	0,78
<i>Subtotaal nieuws</i>	67,6%	53,1%	0,79
Magazines	6,5%	13,0%	1,99
Documentaires	2,5%	3,2%	1,26
Lange interviews	4,7%	8,0%	1,68
<i>Subtotaal achtergrond</i>	13,8%	24,1%	1,75
Muziek	7,7%	5,5%	0,71
Kunst	2,2%	3,8%	1,74
Wetenschap	1,5%	2,6%	1,77
Literatuur	2,2%	3,8%	1,74
Overig	5,0%	7,1%	1,40
<i>Subtotaal specials</i>	18,6%	22,7%	1,22
<i>totaal generaal</i>	100%	100%	

### 2.2.4 Programmering en doelgroepen

In de programmering richt de RNW zich op de middelbare en hoger opgeleiden c.q. op mensen met een gemiddeld of hoger denkniveau. Dit geldt voor de uitzendingen voor alle redacties. Daarnaast kunnen voor een deel van de programma's (13,6%) nog specifieke doelgroepen worden onderscheiden (zie schema 7). De koppeling van de programma's aan doelgroepen laat zien dat het merendeel van de programma's (86,4%) voor een breed publiek toegankelijk moet zijn, binnen de algemene doelgroep van middelbaar en hoger opgeleide mensen.

Schema 7: Programmering RNW naar doelgroepen<sup>10</sup>

	doelgroep algemeen					specifiek	totaal
		jongeren	ouderen	gemeenschap	anders	subtotaal	
<b>redactie</b>							
Engels	37,1%				5,0%	5,0%	42,1%
Caribische redactie	11,8%			2,6%		2,6%	14,3%
Spaans	19,0%	0,7%				0,7%	19,7%
Portugees	4,6%	1,3%			1,3%	2,6%	7,1%
Indonesisch	14,0%	0,3%	1,1%			1,4%	15,4%
Bureau Afrique	0,0%			1,3%		1,3%	1,3%
<i>totaal</i>	86,4%	2,3%	1,1%	3,8%	6,3%	13,6%	100%

<sup>10</sup> Algemeen betekent met focus op middelbaar en hoger opgeleiden

De belangrijkste specifieke doelgroep zijn jongeren (m.n. Portugese redactie), ouderen (m.n. Indonesische redactie) en lokale gemeenschappen (m.n. Bureau Afrique, Cariben) De Engelse redactie onderscheid doelgroepen thematisch. De Arabische website ontbreekt in het overzicht. Het betreft hier alleen een website. Deze is volledig gericht op middel en hoger opgeleide mensen. Er wordt gewerkt aan een rubriek die zich speciaal op vrouwen richt.

### Doelgroepen en kosten

Kijkend naar de directe programmakosten zijn een deel van de op doelgroepen gerichte programma's duurder dan programma's zonder een specifieke doelgroep. In schema 8 zijn dit de programma's met een kosten-urenfactor groter dan 1. Programma's gericht op jongeren en op lokale gemeenschappen zijn daarentegen relatief goedkoop. De relatief lage kosten voor jongeren hangt samen met het product. Veel op jongeren gerichte programma's hebben betrekking op muziek, een relatief goedkoop te produceren programma. In deze beperkte vergelijking is er geen verband tussen kosten van programma's en specifieke doelgroepen.

**Schema 8: Maak-uren en programmakosten naar doelgroepen**

<i>productgroepen</i>	<i>% maak-uren (1)</i>	<i>% programma-kosten (2)</i>	<i>factor (2/1)</i>
Jongeren	2,3%	1,2%	0,52
Ouderen	1,1%	1,2%	1,08
Gemeenschap	3,8%	2,5%	0,65
Anders	6,3%	17,7%	2,81
<i>Subtotaal doelgroepen</i>	<i>13,6%</i>	<i>22,6%</i>	<i>1,66</i>
<i>Subtotaal algemeen</i>	<i>86,4%</i>	<i>77,4%</i>	<i>0,90</i>
<i>totaal generaal</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	

### 2.2.5 Programmering en wettelijke taken

In de Mediawet zijn een drietal taken voor de RNW vastgelegd:

1. het informeren van Nederlanders in het buitenland
2. het informeren van buitenlanders over Nederland
3. het bijdragen aan verkleinen informatieachterstand in de wereld

De uitzendingen in de buitenlandse talen hebben vooral betrekking op de tweede en derde wettelijke taak. Dit komt ook tot uitdrukking in de cijfers. Slechts 4% van de onderzochte programma's heeft betrekking op de eerste wettelijke taak (zie schema 9). De uren van de Nederlandse redactie zijn niet in deze analyse opgenomen, want voor deze redactie is geen analyse op programmaniveau uitgevoerd. Het is vooral de Nederlandse redactie die invulling geeft aan de eerste wettelijke taak.

Voor de programma's in buitenlandse talen geldt dat deze zowel op de tweede als de derde wettelijke taak betrekking hebben. De scores voor beide wettelijk taken lopen niet veel uiteen: resp. 48,5% en 47,5%<sup>11</sup>. Voor ongeveer de helft van de programma's geldt dat er sprake is van een gecombineerde dekking van wettelijke taak 2 en 3.

<sup>11</sup> Indien ervan uitgegaan mag worden dat alle uitzendingen in de Nederlandse redactie betrekking hebben op taak 1, dan ontstaat er een verdeling van het totaal aantal uren van circa: 50%- 25% -25%

Schema 9: Programmering RNW naar wettelijke taken (excl. Nederlandse redactie)

taak	1	2	3	totaal
<b>redactie</b>				
Engels	0,5%	21,3%	20,3%	42,1%
Caribische redactie	3,5%	2,9%	7,9%	14,3%
Spaans	0%	10,2%	9,6%	19,7%
Portugees	0%	6,5%	0,6%	7,1%
Indonesisch	0%	6,9%	8,5%	15,4%
Bureau Afrique	0%	0,8%	0,5%	1,3%
<i>totaal</i>	4,0%	48,5%	47,5%	100%

### 2.3 Distributie

De distributie heeft betrekking op het uitzenden van de gemaakte programma's. Daarvoor zijn verschillende distributiekkanalen beschikbaar. Voor direct-to-home wordt gebruikgemaakt van analoge korte golf, satelliet en internet. Analoge korte golf is het traditionele distributiekanaal voor RNW. Bij sommige doelgroepen zou het gebruik van analoge korte golf afnemen vanwege de lagere kwaliteit ten opzichte van concurrerende distributiekkanalen, aldus RNW. Luisteraars hebben volgens RNW, in veel regio's buiten de grote steden geen toegang tot alternatieven. Ze vallen vaak buiten het bereik van partnerstations. Voor deze laatste doelgroep zijn vaak ook satellietshotels of internetaansluitingen niet beschikbaar of te kostbaar in vergelijking met goedkope kortegolf ontvangers. De satelliet is niet alleen van betekenis voor direct-to-home distributie maar ook voor voeding van lokale partnerstations en de korte golf relay stations. RNW levert partnerstations programma's aan die zij via FM-kanalen uitzenden. De partners kunnen de programma's aftappen van de satelliet. Naast de satelliet kunnen lokale stations met een breedband internet aansluiting gebruik maken van internet om programma's te downloaden. Tenslotte worden CD's als distributiemiddel gebruikt.

Schema 10: Distributiekkanalen RNW

<i>Distributiekkanalen</i>	<i>Direct-to-home</i>	<i>Via lokale partners</i>
Korte golf	x	
Satelliet	x	x
CD's		x
Internet	x	x

#### 2.3.1 Overwegingen bij keuzes in distributie

Het is RNW gevraagd aan te geven wat de overwegingen zijn voor de vaststellen van de distributiemix. Overwegingen op dit punt worden onder andere ingegeven door:

- het bereik van de doelgroep,
- de robuustheid van het distributiekanaal,
- de aanwezigheid van alternatieve kanalen en
- de kosten.

De afwegingen worden per situatie gemaakt.

Per distributiekanaal kunnen een aantal kenmerken gegeven worden die een rol spelen bij deze overweging:

#### *Internet*

RNW heeft veel ervaring met het gebruik van Internet. Zowel, on-demand als streaming worden programma's aangeboden. Voor het internet is RNW afhankelijk van de investeringen in hard en software van de lokale Internet Service Providers (ISP) om grote hoeveelheden gebruikers te kunnen verwerken. In de huidige situatie is lang niet in alle regio's capaciteit beschikbaar. De ontwikkelingen per regio zijn sterk verschillend. Westerse landen hebben zich snel ontwikkeld, Afrika, Azië en Latijns Amerika in geringe mate. De ontwikkelingen in die regio's vinden vaak eerder plaats in steden. Naarmate Internetverbindingen goedkoper en draadloos worden, is het internet een interessanter kanaal.

#### *Satelliet/kabel*

Direct to Home (DTH) satelliet is goedkoop, maar voor directe radio-ontvangst nog niet populair. Satelliet is dan ook vooral belangrijk voor voeding van de partners en van de kortgolf relaystations. Het wint wel aan populariteit onder eindgebruikers (o.a. in Engeland).

#### *Kortegolf*

Via het medium analoge korte golf kunnen grote delen van de wereld worden bereikt (het speelt een belangrijke rol bij het bedienen van Nederlanders op vakantie en op reis en voor luisteraars in veel delen van de wereld die geen toegang hebben tot andere distributiemiddelen). Kortegolf zendstations zijn kostbare installaties waarvoor in het verleden grote investeringen zijn gedaan. Een belangrijk voordeel van korte golf is dat het moeilijk is tegen te houden - er is geen 'gatekeeper'. Verder is korte golf robuust bij rampen. Bij uitval van de infrastructuur blijft korte golf als communicatiemiddel functioneren (zie o.a. de Tsunami-ramp in Indonesië en de wateroverlast in Suriname).

#### *Digital Radio*

Digital Radio met de digitale uitzendnorm (DRM) kunnen met digitale kortegolf zenders met bijna FM kwaliteit zeer grote gebieden met radio worden bediend. Ook kan er extra data worden meegestuurd en kunnen er programma's in een ontvanger digitaal worden opgeslagen voor beluistering wanneer het de luisteraar uitkomt. RNW is met enkele uitzendingen in de lucht maar wacht met uitbreiden totdat er consumenten ontvangers op de markt verschijnen. Dit wordt pas in 2007 verwacht.

#### *Partners*

In die landen waar de media meer vrij worden gelaten is samenwerking met partnerstations een zeer goede manier om de programma's of onderdelen daarvan naar grote groepen luisteraars te distribueren. Het grote voordeel van werken met partnerstations is dat er min of meer gratis kan worden geprofiteerd van de naamsbekendheid en marketing inspanningen van de partnerstations, waardoor het veel makkelijker en goedkoper is om producties actief onder de aandacht van de doelgroepen te brengen. Het vraagt wel om afspraken tussen RNW en de partners over de programmering. De wereldomroep wil de samenwerking met partnerstations sterk gaan uitbreiden. De FM stations van partners dekken vaak de meer stedelijke gebieden. Voor de bediening van het veel uitgestrektere achterland is inzet van kortegolf en/of in mindere mate satelliet dan van belang.

*CD*

CD is naast satelliet en internet een distributiemethode om partners van de RNW programma's te voorzien. Het nadeel van CD's als distributiemiddel is dat de actualiteitswaarde lager is. Distributie naar lokale partners langs andere kanalen (satelliet, internet) heeft dan ook de voorkeur. Voor muziekprogramma's blijven CD's wel aantrekkelijk vanwege de hogere geluidskwaliteit die gerealiseerd kan worden.

**2.3.2 Distributiekkanalen en kosten**

In schema 11 zijn de integrale distributiekosten naar distributiekanaal en redacties weergegeven. Duidelijk is dat de distributiekosten van korte golf verreweg het hoogste is. Liefst 87% van de distributiekosten wordt toegerekend aan de uitzendingen via de korte golf<sup>12</sup>. Behalve in het Nederlands wordt via de korte golf ook in het Engels, Spaans en Indonesisch uitgezonden.

In vergelijking met de distributiekosten voor de korte golf zijn de distributiekosten voor satelliet, partners en internet relatief bescheiden.

Belangrijk argument om te kiezen voor de korte golf is de robuustheid (zowel technisch als politiek) van het kanaal. Via korte golf kunnen luisteraars worden bereikt ongeacht politiek regime. Tevens kunnen afgelegen plaatsen of regio's ten tijden van rampen worden bereikt. De korte golf heeft volgens RNW een relatief groot bereik en is ook voor 'achtergestelde' gebieden toegankelijk (zowel fysiek en financieel). Indien daar grote waarde aan wordt gehecht dienen ook de kosten voor lief te worden genomen.

**Schema 11: kosten per distributiekanaal**

redactie	distributie kosten				totaal
	korte golf	satelliet DTH	partnerstations	internet audio	
Nederlands	7.026.296	140.111	87.598	322.562	7.576.567
Engels	2.131.594	106.756	128.555	211.391	2.578.296
Caribische redactie	70.006	854	7.629	-	78.490
Spaans	1.153.256	89.086	138.945	184.929	1.566.217
Portugees	-	2.271	34.825	44.038	81.133
Indonesisch	643.365	12.955	15.281	35.683	707.284
Bureau Afrique	-	-	41.013	-	41.013
<i>subtotaal</i>	11.024.518	352.034	453.847	798.602	
<i>totaal</i>					12.629.000

Voor uitzendingen via de korte golf beschikt RNW over twee zendstations, te weten: Bonaire en Madagaskar. Daarnaast wordt uitgezonden via het zendstation Flevo dat eigendom is van Nozema Services en via ca. 11 andere zendstations waar wereldwijd zendtijd wordt ingehuurd. De directe kosten voor deze uitzendingen zijn 9 miljoen euro. Het in stand houden van de twee eigen zendstations kost € 3,6 miljoen. De kosten voor inhuur via diverse stations buiten Nederland bedragen ca. 0,6 miljoen. De grootste kostenpost is Flevoland (€ 4,8 miljoen). Volgend jaar wordt de uitzendcapaciteit die nu bij Nozema in Flevoland is ondergebracht door RNW Europees aanbesteed. De verwachting is dat er in Noordwest Europa voldoende zendcapaciteit beschikbaar is om de concurrentieprikkels te laten werken.

Voor korte golf en satelliet direct-to-home kunnen de distributiekosten worden gekoppeld aan de distributie-uren. De kosten per distributie-uur voor de satelliet zijn veel lager dan een distributie-uur per korte golf. (zie schema 12). Dit geeft echter een enigszins vertekend beeld

<sup>12</sup> Door het hanteren van een opslag slaan bijna alle indirecte kosten ( van circa 3 miljoen euro) neer bij de korte golf. Dat kan een vertekend beeld opleveren.



omdat uitzendingen per satelliet mee kunnen liften met andere contracten. Zo kan reeds ingekochte capaciteit voor televisie-uitzendingen van RNW ook worden benut voor radio-uitzendingen. Daarnaast wordt er via de korte golf bijna altijd op de belangrijke "prime time" uren uitgezonden, terwijl de satellietkanalen 24 uur ter beschikking staan dus ook op alle uren met minder potentiële luisteraars.

**Schema 12: kosten per uitzenduur korte golf en satelliet DTH**

<i>redacties</i>	<i>distributie-uren korte golf</i>	<i>distributie-uren satelliet DTH</i>	<i>kosten per uur korte golf (€)</i>	<i>kosten per uur satelliet DTH(€)</i>
Nederlands	22.145	60.060	317	2,3
Engels	10.300	43.680	207	2,4
Caribische gebied	241	364	291	2,3
Spaans	4.305	22.334	268	4,0
Portugees	-	260	-	8,7
Indonesisch	3.856	2.912	167	4,4
Bureau Afrique	-	-	-	-
<i>totaal</i>	40.848	129.610	270	2,7

Bij de beoordeling van de kosten voor korte golf dienen kwaliteitsaspecten te worden meegewogen. Het grote voordeel van korte golf is dat RWN niet afhankelijk is van anderen en dat korte golf robuust is. Dit betekent dat RNW landen waarin er vanwege de politieke situatie geen lokale partners zijn, luisteraars niet beschikken over eigen satelliet of internetverbinding of door rampen de lokale infrastructuur is uitgeschakeld RWN de luisteraars altijd kan bereiken. Daar staat wel tegenover dat de geluidskwaliteit van korte golf ten opzichte van FM - en CD's - relatief slecht is.

Met de toepassing van de digitale uitzendnorm DRM bij korte golf kan hier verandering in komen. DRM heeft bijna de geluidskwaliteit van FM. Naar verwachting komen in 2007 digitale ontvangers geschikt voor DRM op de markt.

## **2.4 Bereik en waardering RNW**

### **2.4.1 Bereik radiouitzendingen**

In 2004 heeft de RNW onderzoek uitgevoerd naar haar bereik. De gepresenteerde cijfers zijn schattingen op basis van verschillende bronnen. Systematisch en gedetailleerd onderzoek vergelijkbaar met binnenlands kijk- en luistergedrag is er niet. Dat geldt niet alleen voor RNW, ook andere 'global broadcasters' kennen dit probleem. De cijfers over bereik van RNW zijn dan ook globaal en vooral indicatief.

Op basis van de gangbare maatstaf van 'weekly listeners'<sup>13</sup> bereikt RNW ruim 40 miljoen luisteraars via de radio (zie schema 13). Dit is exclusief Afrika, waarvoor de schattingen nog lastiger zijn. Via de partnerstations worden naar schatting maandelijks 23 miljoen luisteraars in Afrika bereikt. Een kanttekening moet verder worden geplaatst bij het Nederlands gericht op Europa. De inzet van kortegolf wordt tijdens de belangrijke vakantie periode sterk opgevoerd om de circa 1,8 miljoen vakantiegangers die hiermee in die periode bereikt worden goed te kunnen bedienen.

<sup>13</sup> Een 'weekly listener' luistert minimaal 10 minuten per week naar het genoemde station.

Schema 13: Geschat bereik RNW per taal (Weekly Listeners)

<i>Redacties</i>	<i>aantal luisteraars</i>	<i>toelichting</i>
Nederlands	1,1 mln	
Caribische gebied en Suriname	0,4 mln	
Engels	9,0 mln	
Spaans	22,4 mln	
Portugees	2,0 mln	
Indonesisch	8,1 mln	
Bureau Afrique	n.a.	bereik 23 miljoen per maand
<i>totaal</i>	43,0 mln	

Bron: Audience reach 2004

### Luisterbereik RNW en distributiekanaal

Lang is de korte golf het belangrijkste en soms enige distributiekanaal geweest. Een voordeel van korte golf is dat grote gebieden kunnen worden bediend. Dit zorgt voor een groot potentieel bereik van de programma's. Dit voordeel is in de afgelopen periode voor sommige doelgroepen snel in betekenis afgenomen, doordat voor de luisteraar korte golf minder aantrekkelijk is geworden. De geluidskwaliteit van FM maakt dat de groep luisteraars die afstemt op de korte golf sterk is afgenomen. Toepassing van DRM kan deze trend keren, maar zeker is dat niet. Afgezien van de doelgroep Nederlanders op vakantie of op reis wordt er in toenemende mate gebruik gemaakt van lokale partners die de programma's van RNW uitzenden via FM-kanalen. In schema 14 staat een indicatie van het luisterbereik van radio-uitzendingen via de belangrijkste distributiekanaal. Gemiddeld 16% van de luisteraars wordt bereikt via korte golf. De meeste luisteraars worden bereikt via lokale partners (73,9%) of anderszins (10,2%).

Schema 14: Geschat bereik RNW per distributiekanaal (mln)<sup>14</sup>

<i>Redacties</i>	<i>korte golf</i>	<i>partners<sup>2</sup></i>	<i>overig</i>	<i>totaal</i>
Nederlands	0,76	0,30	-	1,05
Caribisch	0,21	0,21	-	0,41
Engels	4,75	4,26	-	9,00
Spaans	0,80	17,20	4,35	22,35
Portugees	-	2,00	-	2,00
Indonesisch	0,35	7,70	-	8,05
<i>totaal</i>	6,86	31,66	4,35	42,86
%	16,0%	73,9%	10,2%	

Bron: Audience reach 2004

In paragraaf 3.2. is aangegeven dat de kosten per uitzenduur voor korte golf aanzienlijk hoger zijn dan voor doorgifte per satelliet. Bij vergelijking van de kosten per luisteraar komt een vergelijkbaar beeld naar voren (zie schema 15). De gemiddelde kosten luisteraar per via korte golf is € 1,61. Voor distributie via andere kanalen is de kostprijs circa 2 € cent per luisteraar; een factor 72. Per redactie zijn er wel duidelijke verschillen. Voor Nederlands, Cariben en Engels is de factor 8 à 12. Opvallend is het grote kostenverschil voor distributie naar Indonesië. De korte

<sup>14</sup> Cijfers Bureau Afrique ontbreken

golf is relatief duur, de andere distributiekkanalen relatief goedkoop. Hierdoor zijn de kosten voor distributie per korte golf liefst 501 maal hoger dan voor de andere distributiekkanalen. Ook voor Spaans zijn de kostenverschillen voor distributie zeer hoog (factor=136).

**Schema 15: kosten korte golf en overig per luisteraar (€)**

<i>Redacties</i>	<i>korte golf</i>	<i>overig</i>	<i>factor</i>
Nederlands	9,31	0,772	12
Caribisch	0,34	0,041	8
Engels	0,45	0,055	8
Spaans	1,44	0,011	136
Portugees	-	0,019	-
Indonesisch	1,84	0,004	501
<i>totaal</i>	<i>1,61</i>	<i>0,022</i>	<i>72</i>

\*overig = distributiekosten satelliet DTH en partnerstations

## 2.4.2 Lokale partners

De verschuiving van distributie van korte golf naar verspreiding via lokale partners uit oogpunt van directe distributiekosten aantrekkelijk. De programma's kunnen met een betere kwaliteit tegen lagere kosten worden verspreid. Daar staat tegenover dat er kosten en inspanningen nodig zijn om relaties met partners op te bouwen en te onderhouden. Voor de redacties van Bureau Afrique en Portugees is er geen alternatief na het stopzetten van de korte golfuitzendingen in het Frans en Portugees. De Spaanse redactie beschikt wel over korte golf maar zet daarnaast sterk in op de lokale partners in Latijns Amerika.

De Indonesische redactie heeft ook lokale partners maar daar wordt een revitalisering van deze relaties als noodzakelijk gezien. De Engelse redactie werkt ook met lokale partners, maar minder intensief dan de andere redacties. Wel werkt zij samen met enkele grote partners zoals de CBC overnight service in Canada, ABC News radio in Australië, South Africa FM in Zuid Afrika en Word Radio Network wereldwijd. In schema 16 blijkt dat er 1307 partners zijn die via CD van RNW-programma's worden voorzien en 2832 partners via de satelliet.

**Schema 16: Aantal partners per redactie**

<i>redacties</i>	<i>partners via CD</i>	<i>partners via satelliet</i>	<i>totaal partners</i>	<i>gemiddelde kosten per partner</i>
Nederlands	-	5	5	45.542
Engels	158	269	427	551
Caribische gebied	5	27	32	265
Spaans	532	1.406	1.938	118
Portugees	265	1.065	1.330	28
Indonesisch	90	60	150	188
Bureau Afrique	257	-	257	160
<i>totaal</i>	<i>1.307</i>	<i>2.832</i>	<i>4.139</i>	

\* exclusief 2.025 lokale partners die muziek per CD krijgen

Bij RNW ontbreekt het aan een systematisch overzicht van de partnerstations. Er zijn overzichten van partners per redactie alsmede overzichten van partners aan wie uitgezonden wordt. Er is maar fragmentarisch informatie beschikbaar over wat de partners nu precies van RNW uitzenden. Een systematisch overzicht veronderstelt een nadere classificatie van partners

op basis van de intensiteit van de samenwerkingsrelatie. Van strategische partners waar RNW een intensieve samenwerkingsrelatie dient een gedetailleerd overzicht te bestaan van luisterbereik, profilering in de programmering, waardering van de luisteraars en rol van de RNW in de programmering. Bij meer incidentele samenwerkingrelaties volstaat meer globale informatie. Met de recent ingevoerde centrale aansturing van het relatiemanagement is RNW doende langs bovenstaande lijn deze informatie meer systematisch te verzamelen en te ordenen. Onderdeel van de 'partnerstrategie' is om met buitenlandse partners ook programma's gezamenlijk te maken.

### 2.4.3 Bezoek internet RNW

Internet is niet alleen van belang voor voeding van partnerstations, maar is in toenemende mate belangrijk in het directe contact tussen RNW en haar luisteraars. Internet is begonnen als extra distributiekanaal voor bestaande programma's, en heeft nu een zelfstandige betekenis. RNW ziet het als haar rol om informatie te ontsluiten voor haar luisteraars en biedt programma's online aan in zo veel mogelijk verschillende digitale formaten, zoals MP3 en Windows media file. Programma's kunnen tot 7 dagen na uitzending beluisterd worden. Een archieffunctie van documentaires ontbreekt overigens. De website van RNW wordt vanuit de redacties gevoed met artikelen, dossiers, en nieuwsbulletins, daarnaast worden nieuwsbulletins verspreid via e-mail.

In schema 17 staat de jaarlijkse productie aan items per redactie. Bureau Afrique staat nog niet in het overzicht opgenomen. Die redactie heeft pas sinds kort een eigen website waarop ook artikelen worden gepubliceerd. De gemiddelde kosten per item bedragen €. 7,70. Omdat de productie van internet items en de radioproductie sterk zijn geïntegreerd is het lastig om de kosten voor internet te isoleren. Dit bedrag is daarom indicatief.

**Schema 17: Productie items internet per redactie**

<i>Redacties</i>	<i>Productie items</i>
Nederlands	60.994
Engels	40.143
Caribisch gebied	1.976
Spaans	25.179
Portugees	398
Indonesisch	23.042
Bureau Afrique	-
Arabisch	7.262
<i>totaal items</i>	<i>158.884</i>

Het aantal unieke bezoekers van de RNW-sites beweegt zich in 2005-2006 tussen de 80.000 en 120.000 per week. Daarvan is een kleine 20.000 een vaste kern van terugkerende bezoekers. Circa driekwart van het totaal aantal unieke bezoekers wordt geregistreerd bij de Nederlandstalige, Engelse of (in iets mindere mate) Spaanse site. Bezoekers van de Caribische site worden overigens niet afzonderlijk in de tellingen weergegeven.

Een deel van de bezoekers gebruikt de RNW-sites om te luisteren naar audiobestanden of om deze te downloaden. Sinds 1999 wordt getracht om deze groep bezoekers te meten. Daarbij gelden echter diverse beperkingen en trendbreuken. Een trendanalyse is niet eerder dan vanaf

2004 enigszins betrouwbaar<sup>16</sup>. In schema 18 is het aantal unieke bezoekers weergegeven, betrokken bij het downloaden cq afluisteren van audiobestanden. Dit aantal is weergegeven in een weekgemiddelde op basis van 3 meetpunten in het najaar van 2005.

**Schema 18: Internetgebruik voor audiobestanden (aantal unieke bezoekers)**

	<i>Weekgem. najaar 2005</i>	<i>Groei voorjaar 2004 -2005</i>
Alle AV	12.456	1.84
Enkel MP3	3.063	1.97
Enkel live streams	5.425	2.01
. waarvan niet NL	2.427	1,61

Hieruit blijkt een toename van met name de live streams (rechtstreeks afluisteren via het net), en in mindere mate MP3 downloads. De groei van niet-Nederlandse live streams blijft evenwel achter.

Uit een analyse van domeinnamen blijkt dat - voor zover te traceren - dat de bezoekers voor circa 10-15% afkomstig is uit landen buiten Europa en Noord Amerika. Daarbij moet worden aangetekend dat veel domeinnamen ten onrechte aan Noord Amerika worden toegekend (bijvoorbeeld alle dot-com namen).

#### **2.4.4 Waardering**

Inzicht in de waardering van de luisteraars van RNW ontbreekt. De terugkoppeling die RNW geeft komt van stakeholders en relaties. In 2001 heeft AEF in opdracht van de Wereldomroep een onderzoek onder stakeholders uitgevoerd. Naar aanleiding hiervan hebben er een groot aantal veranderingen plaatsgevonden binnen de RNW. De uitkomsten zijn derhalve niet actueel, maar geven een indicatie. De belangrijkste uitkomsten daarvan waren destijds:

- de Wereldomroep wordt gezien als een sterk merk: gedegen en betrouwbaar in inhoud en verspreiding. Alle stakeholders kennen de Wereldomroep, maar het merendeel van de stakeholders zijn niet bekend met het volledige pakket aan activiteiten van de omroep. Het Mission Statement en de invulling van de drie de wettelijke taken worden erkend en belangrijk gevonden.
- onafhankelijkheid en betrouwbaarheid zijn kenmerken waarop de Wereldomroep zich onderscheidt van de meerderheid van de (inter)nationale omroepen. Buitenlandse contactpersonen zijn daarbij van mening dat de Wereldomroep zich niet of nauwelijks onderscheidt van BBC World Service, Deutsche Welle en de Voice of America.
- de relevantie van de Wereldomroep neemt voor Nederlanders in het buitenland af door de opkomst van andere media en ontwikkelingen in de telefonie. De tendens onder de consumenten lijkt in 2001 te zijn dat er minder gebruik van de radio gemaakt wordt en meer van internet en televisie. Desalniettemin wordt de functie van 'navelstreng' met Nederland van belang geacht.
- diegenen die meer dan gemiddeld bekend zijn met de Wereldomroep spreken hun waardering uit over het innovatieve technologische karakter van de Wereldomroep, met name internet. De website wordt regelmatig geraadpleegd en de dagelijkse e-mail berichtenservice wordt zeer gewaardeerd
- het beeld dat men in Nederland van de Wereldomroep heeft is dat van een in zichzelf gekeerde organisatie. Men komt de Wereldomroep onvoldoende tegen, niet als luisteraar, kijker of gebruiker en niet als professional.

<sup>16</sup> Beperkingen zijn ondermeer dat de wekelijkse zogenaamde logfiles niet altijd betrouwbaar c.q. beschikbaar zijn. Luistertijden en downloadtijden worden niet onderscheiden en de eindtijden worden niet altijd goed vastgelegd.

In 2004 is een onderzoek onder Spaanstalige luisteraars uitgevoerd. Onderzocht is of RNW in voldoende mate aandacht besteed aan een waaier aan onderwerpen. Een meerderheid van de ondervraagden zegt tevreden te zijn over de RNW-aandacht voor alle genoemde onderwerpen. De programma's krijgen op een tienpuntsschaal een waardering die varieert van 8,2 tot 9,2. Een grote minderheid mist voldoende aandacht voor de clusters werk, arbeidsmarkt, economie; kinderen, opvoeding; agrarische informatie; sociale wetgeving. Een kwart van de ondervraagden vindt dat er te weinig aandacht wordt besteed aan Nederland.

Het onderzoeksbureau relateert de uitkomsten door op te merken dat persvrijheid en democratie in Latijns-Amerika broze begrippen zijn. Deze waardering is niet zonder meer transposeerbaar naar Nederland.

Het onderzoek lijkt te bevestigen dat de luisteraars vrijwel uitsluitend middelbaar- en hoge opgeleiden zijn, waarbij meer dan de helft meer tussen de 25 en 45 jaar oud is.

In 2005 en 2006 zijn luisteronderzoeken uitgevoerd naar Nederlandse programma's. Ook in die onderzoeken ontbreekt informatie over de waardering van de programma's.

## **2.5 Bereik en kosten per redactie**

In de voorgaande paragrafen zijn programmering en distributie afzonderlijk belicht. In deze paragraaf zullen beide onderdelen van de programmaketen samen worden genomen. Dat wordt het niveau van redacties gedaan. Getracht is om dit nader te specificeren naar regio's, maar dit bleek alleen voor de distributiekosten mogelijk. Het samenvoegen op redactieniveau geeft wel indicaties voor de regionale spreiding. In schema 4 is per redactie het werkgebied aan gegeven. Met uitzondering van de redactie Engels heeft elk van de taalredacties een dominant werkgebied.

In schema 19 zijn de kosten van programmering en distributie per redactie opgeteld. De totale toegerekende kosten bedragen bijna € 37 miljoen.<sup>17</sup> Hiervan gaat circa 50% naar uitzendingen in de Nederlandse taal<sup>18</sup>. Hierbij zijn de toegerekende kosten van de Nederlandse en Caribische redactie opgeteld. Deze uitzendingen vloeien vooral voort uit de eerste wettelijke taak, namelijk Nederlanders in het buitenland informeren. De overige 50% van de kosten hebben betrekking op uitzendingen in buitenlandse talen. Deze uitzendingen zijn vooral te herleiden tot de tweede en derde wettelijke taak, het informeren van buitenlanders over Nederland en het verkleinen van de informatiekloof. In paragraaf 3.2.3 zagen we dat deze beide taken ongeveer een gelijk gewicht hebben. Concluderend: circa de helft van kosten heeft betrekking op wettelijke taak 1, een kwart van de kosten betreft de andere twee wettelijke taken.

<sup>17</sup> Zie voor aansluiting met de begroting bijlage 4

<sup>18</sup> Doordat gewerkt wordt met een vast een opslagpercentage voor de kosten van de centrale redactie kan dit voor de Nederlandse redactie een wat vertekend beeld geven.

Schema 19: Kosten voor programmering en distributie RNW per redactie

<i>redactie</i>	<i>kosten</i>	<i>programma kosten</i>	<i>distributie- kosten*</i>	<i>totale kosten</i>	<i>% totale kosten</i>
Nederlands		8.550.810	7.576.418	16.127.228	43,7%
Engels		6.369.185	2.578.328	8.947.513	24,2%
Caribische redactie		2.069.319	78.469	2.147.788	5,8%
Spaans		3.886.729	1.566.237	5.452.966	14,8%
Portugees		821.893	81.148	903.040	2,4%
Indonesisch		2.538.718	707.386	3.246.104	8,8%
Bureau Afrique		47.815	41.014	88.829	0,2%
<i>totaal</i>		24.284.469	12.629.000	36.913.469	100%

\* ex muziek

De totale kosten per uitzenduur zijn voor de Nederlandse redactie het laagste, € 1.665 per uur (zie schema 20). Voor uitzendingen in de buitenlandse talen liggen de kosten hoger. De kosten voor uitzendingen in de Engelse taal per uitzenduur springen er uit. Zowel de programmakosten als de distributiekosten per uur zijn beduidend hoger dan de rest. De € 4.675 per uitzenduur is meer dan het dubbele van de gemiddelde kosten per uitzenduur (€ 2.237). De kosten per uitzenduur voor de overige buitenlandse talen bevinden zich in de range van € 1.708 en € 2.737 per uitzenduur. Van die groep zijn de uitzendkosten van Bureau Afrique het laagste en van Spaans het hoogste. Bij optelling van de programmeringkosten en distributiekosten lijken de grote kostenverschillen tussen de talen voor distributie als gevolg van korte golf weg te vallen. Uitzondering vormen de kosten voor uitzendingen in de Engelse taal.

Schema 20: Relatieve kosten per uitzenduur en per luisteraar

*per uitzenduur**per luisteraar*

<i>redactie</i>	<i>kosten</i>	<i>programma kosten</i>	<i>distributie- kosten*</i>	<i>totale kosten</i>	<i>programma kosten</i>	<i>distributie- kosten*</i>	<i>totale kosten</i>
Nederlands		883	782	1.665	8,14	7,22	15,36
Engels		3.328	1.347	4.675	0,71	0,29	0,99
Caribische redactie		2.420	92	2.512	5,05	0,19	5,24
Spaans		1.951	786	2.737	0,17	0,07	0,24
Portugees		1.727	170	1.897	0,41	0,04	0,45
Indonesisch		1.666	464	2.130	0,32	0,09	0,40
Bureau Afrique		920	789	1.708	n.a.	n.a.	n.a.
<i>totaal</i>		1.472	765	2.237	0,57	0,29	0,86

\* ex muziek

De kosten voor programmering en distributie kunnen ook gerelateerd worden aan het aantal luisteraars. De uitkomsten daarvan zijn minder hard vanwege de betrekkelijkheid van het geraamde bereik. Desalniettemin geeft het een interessant beeld. Zo zijn de kosten per luisteraar voor uitvoering van de eerste wettelijke taak - informeren van Nederlanders in het buitenland - vele malen hoger dan voor uitvoering van de andere wettelijke taken. De kosten per luisteraar in het Nederlands zijn € 15 per luisteraar, voor het Caribische gebied ruim € 5 per luisteraar. Dit is niet zozeer het gevolg van de hoge productiekosten, maar van het beperkt aantal luisteraars. Veel uitzendingen voor een beperkte groep luisteraars zijn nu eenmaal duur. De uitzendingen in buitenlandse talen zijn vanwege het grotere bereik aanzienlijk goedkoper per luisteraar, minder dan € 1. De variatie daarbinnen is echter groot. De kosten per luisteraar in de Engelse taal (€ 0,99) is 4 keer zo groot dan voor de Spaanse taal (€ 0,24). Portugees en Indonesisch zitten daar met € 0,45 en € 0,40 tussenin.



## 3 Externe ontwikkelingen

### 3.1 Institutionele ontwikkelingen

Voor de radio-uitzendingen wordt RNW in toenemende mate afhankelijk van lokale partners. De mogelijkheden voor verspreiding van programma's zijn in het afgelopen decennium gegroeid. In Latijns Amerika, Afrika en in Azië is het aantal lokale stations sterk toegenomen. De diversiteit en pluriformiteit in het medialandschap is in veel landen groter geworden. De situatie is echter niet stabiel, teruggang is altijd mogelijk. Zo bestaat het risico dat in Latijns Amerika de pluriformiteit onder druk komt te staan. In verschillende Aziatische landen gelden nog altijd restricties voor lokale stations voor het uitzenden van buitenlandse programma's.

### 3.2 Andere aanbieders

De RNW spiegelt zich aan andere grote global players. Dit zijn BBC Worldservice, Voice of America (VOA), Rradio France International (RFI), en Deutsche Welle (DW). Ten opzichte van deze stations is RNW een relatief kleine speler. Het aantal talen waarin wordt uitgezonden is hiervoor een goede indicatie. Bij de andere stations is dit een veelvoud van de 8 talen waarin RNW uitzendt. Hetzelfde geldt voor het jaarbudget en de het aantal medewerkers van de betreffende stations. Naast de 'grote vijf' bestaan er tientallen andere internationale omroepen die niet tot de top van de global players behoren.

**Schema 22: Kerncijfers van 'global players'**

<i>Omroep</i>	<i>Aantal buitenlandse talen</i>	<i>Aantal medewerkers</i>	<i>Jaarbudget (€ mln.)*</i>
RNW	8	350	51
BBC World Service	33	2.347	343**
Voice of America	44	1.149	115***
RFI	19	ca. 1.000	ca. 130
Deutsche Welle	30	1.562	299

\* totale budget 2005, inclusief TV

\*\* exclusief BBC World (TV)

\*\*\* exclusief distributie

De vraag is in hoeverre RNW zich in strategie onderscheidt van de bovengenoemde stations. Bij de vergelijking is gekeken naar geformuleerde visies en doelstellingen in relevante beleidsdocumenten zoals jaarverslagen en strategische nota's.<sup>19</sup>

Gekeken is naar:

- beeld over eigen positie RNW ten opzichte van andere 'global players
- missie en doelstellingen global players in beleidsdocumenten
- geformuleerde strategie ten aanzien van samenwerking met lokale partners
- visie op en toepassing van internet.

<sup>19</sup> In het onderzoek is niet gekeken in hoeverre de betreffende stations ook hun voornemens waarmaken.

### **Beeld RNW over eigen positie**

Het beeld dat de RNW heeft van zichzelf en haar omgeving is als volgt: alle global players besteden aandacht aan het land waar ze vandaan komen. Sommigen dragen volgens RNW duidelijk de ideologie van de regering uit (VOA, RFI), anderen doen dat minder of niet (RNW, BBC en DW). Allen zien het als deeltaak om ontwikkelingen in eigen land te beschrijven en internationale ontwikkelingen in een eigen perspectief te plaatsen. RNW plaatst dus ontwikkelingen in een Nederlands perspectief en snijdt voor Nederland belangrijke thema's aan, zoals internationaal recht, mensenrechten, democratie, Europa, migratie, tolerantie t.o.v. religie, sexuele geaardheid, en dergelijke. RNW ziet zichzelf daarmee als onafhankelijke stem. BBC Worldservice wordt gezien als de grote internationale zender, De laatste jaren heeft de BBC nadrukkelijk gekozen voor nieuws. VOA hoort qua budget bij de grote spelers. Wordt in grote delen van de wereld gezien als de stem van de Amerikaanse regering. RFI heeft gekozen voor Afrika. DW zendt uit 'vanuit het hart van Europa.

### **Missie en doelstellingen in beleidsdocumenten**

Het informeren van landgenoten in den vreemde - wettelijke taak nummer 1 - komt bij de andere omroepen minder expliciet aan de orde dan bij RNW. Deutsche Welle en RFI noemen het wel, maar minder expliciet dan RNW.

Het informeren van buitenlanders over het eigen land en haar cultuur - wettelijke taak nummer 2 - komt vooral bij RFI terug en in mindere mate bij Deutsche Welle en BBC Worldservice. De Voice of America noemt het niet als doelstelling.

Het verkleinen van de informatieachterstand - wettelijke taak nummer 3 - komt bij alle omroepen met uitzondering van de RFI terug. Voor de Voice of America is het de enige doelstelling, voor Deutsche Welle en BBC Worldservice een dominante doelstelling. De BBC Worldservice en Deutsche Welle spreken in dit verband over een platform- en discoursfunctie. De Voice of America en Deutsche Welle spreken in dit verband expliciet over het bevorderen van vrijheid en democratie. BBC en VOA vormen samen een krachtige Angelsaksische stem. RNW, RFI en DW vormen een alternatief voor de Angelsaksische blik op de wereld, ieder met hun eigen invalshoek. Alle global players streven ernaar bij te dragen aan de pluriformiteit van de media, met name in gebieden waar de pers aan grote restricties gebonden is, en waar betrouwbare informatie een schaars goed is.

Ten opzichte van de andere global players onderscheidt RNW zich niet echt wat betreft doelstellingen.

Het lijkt er wel op dat de concurrentie meer een hiërarchie in doelstellingen hanteert, terwijl de doelstellingen voor RNW gelijkwaardig zijn.

In de combinatie van het uitoefenen van wettelijke taken 2 en 3 vindt RNW dat zij zich onderscheidt van anderen, doordat de inhoud van programma's vanuit Nederlands/Europees perspectief worden vormgegeven. Dit draagt bij aan de pluriformiteit in de berichtgeving.

### **Vastgelegde strategie voor lokale samenwerking**

Alle global players zien het toenemende belang van het samenwerken met lokale partners om luiters via FM te bereiken. RFI laat zich hierover in vrij globale termen uit. De andere stations zijn explicieter en zijn van zins hierin volop te investeren. Deutsche Welle noemt daarbij expliciet het maken van programma's met partners. Net als bij RNW gaat het om een groot aantal partners maar ontbreekt het bij de concurrenten aan een systematisch inzicht in het aantal en soort partners. De strategie van RNW om meer met partners samen te werken is niet anders dan wat de concurrentie wil. Het is geen onderscheidende strategie.

Eigen analyses van RNW over Indonesië lijken aan te geven dat BBC Worldservice en Deutsche Welle dit met meer geld en inspanning ter hand nemen en hiermee een voorsprong hebben genomen. Per regio is dit echter verschillend. Zo is Deutsche Welle gestopt met Spaanstalige uitzendingen gericht op Latijns Amerika, mede vanwege de sterke positie van RNW in dit gebied. De Voice of America beschikken over een model met prestatie-indicatoren bij de beoordeling van partners.

### **Internet**

Met uitzondering van RFI besteden de andere global players veel aandacht aan de ontwikkeling van internet. De Voice of America erkent dat het nog in een vroeg stadium van ontwikkeling bevindt. De BBC Worldservice en Deutsche Welle geven er blijk van veel in internet te investeren. Internet wordt daarbij niet als een additioneel distributiekanaal gezien, maar vraagt om een andere benadering. Ook voor wat betreft internet geldt dat de strategie van RNW zich niet onderscheidt van de andere aanbieders. Mogelijk dat BBC Worldservice en Deutsche Welle verder zijn. RFI en mogelijk Voice of America lopen achter.

### **3.3 Ontwikkeling internet**

#### **Opkomst nieuwe media**

Breedbandinternet schept de voorwaarde voor een revolutie in medialand. De revolutie zal zich niet van de ene op de andere dag voltrekken, maar volgens een geleidelijk proces waarvan de uitkomst moeilijk, zo niet onmogelijk te voorspellen is.

Breedbandinternet is de trigger voor de opkomst van termen als burgerjournalistiek, user-generated content, participatory media<sup>20</sup>. Mensen die thuis beschikken over breedbandinternet, besteden meer tijd online en gaan meer doen met internet, ze ontplooiën er meer en verschillende activiteiten (bron: Pew Internet & American Life Project).

Podcasts zijn een loot aan de stam van de nieuwe media, ook wel aangeduid als Web 2.0. Podcasting zal radio veranderen, maar niet om zeep helpen, kopt de Economist in een survey over nieuwe media dit voorjaar. Podcasting maakt het mogelijk offline te luisteren, op een moment dat het je zelf schikt. Daarmee is het ook asynchroon, het laatste nieuws of programma's live beluisteren op het moment dat ze worden uitgezonden is er niet bij. Op een subtieler niveau bekeken, kunnen podcast niet direct gelinkt worden zoals blogs (internetdagboeken). In die zin is het mogelijk een minder sociaal en daarmee minder revolutionair medium.

Succesvolle sites die je kunt rekenen tot de nieuwe media, combineren vaak een individuele ruimte voor creativiteit met een sociaal aspect. Ze combineren een (onweerstaanbare) tool met content. De mogelijkheid werk te delen, te becommentariëren, te waarderen. Ze verlagen de drempel om foto's, verhalen, video's op het web te posten, verlichten je van de sores van het bouwen en onderhouden van een website en bieden tegelijk een contactvorm.

Podcasts en de videovariant vodcasts zijn vaak persoonlijk van aard en hyper-lokaal gericht. Ze brengen nieuws dat nog te klein is voor regionale media. Desalniettemin of juist daardoor, maakt het verschijnsel een stormachtige groei door, twee jaar na het ontstaan biedt de Apple online-winkel iTunes een lijst van 20.000 beschikbare podcasts.

<sup>20</sup> Over internetmarkt in de VS. Sharing a variety of creations online is among the most popular kinds of usergenerated content. Overall, 36 million internet users have shared their own artwork, photos, stories, or videos on the internet. That comes to 26% of internet users. Home broadband users account for about two-thirds of this number. Bron: Broadband Adoption 2006, Pew Internet & American Life Project

Nieuwe media veranderen de markt omdat de scheiding tussen producenten en consumenten van content opgeheven wordt. Voor creatieve types, amateur of professional hebben podcasts dezelfde aantrekkelijkheid, ze reduceren de productiekosten van content tot vrijwel niets. Het enige dat je nodig hebt is een pc, een microfoon en een internetverbinding. Ook voor adverteerders zijn nieuwe media interessant, ze kunnen doelgericht, gepersonaliseerd diensten of producten aan de man brengen. Met meetbare resultaten.

Volgens de Economist migreerde radio met de komst van televisie naar de auto, voor gebruik tijdens woon-werkverkeer. Zo zal podcasting de aanleiding vormen voor een verhuizing naar een plaats en context die nog wacht op nadere bepaling.

Ten tijde van crisissen, oorlogen en natuurrampen komen nieuwe media aan het oppervlak, in de vorm van blogs, foto's, video's. Beelden gemaakt door amateurs van de tsunami en de aanslagen in de Londense ondergrondse, blijken het indrukwekkendste en beste materiaal van deze gebeurtenissen. Journalisten kunnen niet overal tegelijk zijn en alles weten doen ze evenmin. Vruchtbaarder lijkt het, te proberen het creatieve vermogen en kennis van amateurs te benutten.

Nieuwe media lijken vooral te wijzen op de behoefte van gebruikers aan meer mogelijkheden tot interactie en participatie, ze willen een actievere rol.

### **Internetbereik**

Internetconnectiviteit tussen landen is wereldwijd gezien ongelijk verdeeld.

De OECD Communications Outlook 2005 formuleert het probleem van de digitale ongelijkheid als volgt: 'The digital divide is a complex problem that can not be solved simply by building out telecommunication networks and infrastructure. The divide is the result of a wide range of social, economic, political and environmental factors. These factors include, but are not limited to income, literacy, language, physical infrastructure, telecommunication investment, regulatory certainty, political stability, topography and population density. Effective policy discussions about the digital divide must address all key factors'.

Hoewel de digitale tweedeling in ontwikkelingslanden geprononceerder is dan in OECD-landen, is het probleem dat er aan ten grondslag ligt gelijk: hoe kan internettoegang beschikbaar komen voor iedereen. De oplossingsrichting voor ontwikkelingslanden kan dezelfde zijn als in OECD-landen, namelijk liberalisering van de telecommarkt, gepaard aan ferm toezicht, met als doel bevordering van competitie tussen aanbieders.

De digitale ongelijkheid hindert de armste landen het meest, het ontbreken van een basale infrastructuur is er nijpend. Een voorbeeld: de totale connectiviteit van het Afrikaanse land Liberia komt overeen met de bandbreedte van de breedbandverbinding van één consument in een OECD-land. Nog een voorbeeld: een enkele inwoner van Japan met een 100Mbit/s-verbinding heeft de beschikking over een internationale internetconnectiviteit equivalent aan de gecombineerde internationale connectiviteit van de 45 laagst scorende landen.

Het gebrek aan internationale connectiviteit in arme landen is problematisch, temeer daar er in de landen zelf vaak onvoldoende content en diensten beschikbaar zijn.

De ontwikkeling van een telecomsector is niet alleen belangrijk voor de beschikbaarheid van content en diensten voor consumenten. Telecommunicatie speelt een sleutelrol in economische ontwikkeling. Sri Lanka, India en China zijn voorbeelden van landen waar liberalisering en toezicht hebben geleid tot lagere prijzen en meer connectiviteit, mobiel en via vaste lijnen.

### **Betekenis voor RNW**

De betekenis van internet voor RNW is divers. Luisteraars in de ontwikkelde landen stellen hoge eisen die niet anders zijn dan die gelden voor de binnenlandse publieke omroep. Op de langere termijn ligt substitutie in gebruik voor de hand. Dit gaat ook op voor ontwikkelde regio's - vaak de grote steden - binnen ontwikkelingslanden.

Onderontwikkelde landen en regio's zijn echter nog vooral aangewezen op de traditionele media. Dit betekent dat de RNW - net als andere global players - een dubbelstrategie zal moeten voeren. Aan de ene kant volop meedoen in de nieuwe media en tegelijkertijd klassieke werkmethode en distributiekanaal in stand houden. De ontwikkeling van de binnenlandse mediamarkt kan derhalve niet worden getransponeerd naar het werkkterrein van RNW.

## 4 Beantwoording vragen

Op basis van de gegevens en analyses in hoofdstukken 2, 3 en 4 kan worden ingegaan op de in hoofdstuk 1 genoemde vragen. Er worden niet zozeer antwoorden gegeven als wel bouwstenen voor de verdere ontwikkeling van een afwegingskader.

De gestelde vragen zijn:

- waarin onderscheidt het buitenlandstalige programma-aanbod zich van anderen?
- worden doelen efficiënt geoperationaliseerd in de distributiemix?
- wat zijn verschillen en activiteiten per regio?

### **Waarin onderscheidt het buitenlandstalige programma-aanbod zich van anderen?**

Deze vraag is op basis van het onderzoek niet goed te beantwoorden. Het onderzoek van AEF heeft vooral meer inzicht verschaft in de omvang en aard van het programma-aanbod van RNW. Om een uitspraak te doen over het onderscheidende karakter ten opzichte van anderen is een systematisch onderzoek op programmaniveau per regio bij de andere aanbieders nodig. Hiervoor ontbreekt het noodzakelijke basismateriaal en valt daarmee buiten de verstrekte opdracht.

Op basis van de gevoerde gesprekken bij RNW ontstaat het volgende beeld:

- RNW onderscheidt zich van de andere aanbieders, omdat de positie van de Nederlandse overheid als subsidiegever minder dominant is in de internationale verhoudingen dan de 'sponsors' van de andere aanbieders. Nederland is een klein land met een goede reputatie
- in de programmering richt RNW zich meer op duiding dan op de actuele nieuwsvoorziening en op specifieke doelgroepen. RNW hanteert daarbij een Nederlands/Europees perspectief en onderscheidt zich daarmee van anderen
- de attitude van RNW ten opzichte van lokale partners is meer op samenwerking gericht.

Het onderzoek van AEF levert de volgende inzichten op:

- uit de gepubliceerde jaarverslagen van de andere aanbieders blijkt dat de andere 'global players' op een vergelijkbare manier met ontwikkelingen als internet en samenwerking met lokale partners bezig zijn. RNW onderscheidt zich niet in formulering van dit beleid. Misschien wel bij de realisatie daarvan maar dit kan binnen de aan AEF verstrekte opdracht niet worden geverifieerd
- van de programmering richt zich weliswaar 2/3 van de kosten zich op nieuws en actualiteiten, maar daar maakt duiding van het nieuws onderdeel van uit. De overige 1/3 van de programma's betreft achtergrondprogramma's en specials
- circa 1/7 van de programma's heeft betrekking op specifieke doelgroepen. Wel richt RNW zich in het algemeen op middelbaar- en hoger opgeleiden
- niet bekend is hoe de verdeling in producten en doelgroepen zich verhoudt tot de andere aanbieders.

### **Worden doelen efficiënt geoperationaliseerd in de distributiemix?**

Over de distributiemix is door RNW het nodige materiaal aangereikt. Daarbij springen de kostenverschillen tussen korte golf en de overige distributiekkanalen in het oog. De kosten voor uitzendingen in de korte golf zijn dusdanig dominant dat de kosten voor andere distributiekkanalen daarbij in het niet vallen. Niet alleen ten opzichte van kosten voor korte golf maar ook ten opzichte van de programmeringskosten.

Een recht toe recht aan kostenvergelijking tussen korte golf en andere distributiekanaalen zou tot de conclusie kunnen leiden dat de distributie via korte golf inefficiënt is. Daarmee wordt echter voorbij gegaan aan een voor RNW belangrijk kenmerk van korte golf. Met dit distributiemiddel kunnen luisteraars buiten de gebieden waar partners actief zijn worden bereikt. Daarnaast is korte golf een zeer robuust distributiekanaal, zowel technisch als politiek. Via korte golf kunnen luisteraars worden bereikt ongeacht politiek regime en kunnen afgelegen plaatsen of regio's ten tijden van rampen worden bereikt. Korte golf is bij uitstek geschikt voor het bereiken van mobiele luisteraars zoals vakantiegangers en chauffeurs. Indien daar grote waarde aan wordt gehecht dienen ook de kosten voor lief te worden genomen. De beoordeling van het kostenniveau van de korte golf zelf vraagt om een kostenvergelijking die niet beschikbaar is. Wel kan de komende aanbesteding van het huidige Nozema-pakket belangrijke extra informatie hierover genereren.

Het grootste deel van de luisteraars wordt via lokale partners bereikt. Het ontbreekt de RNW nog aan een systematisch overzicht van de partnerstations. Inzicht in partnerstations is van het grootste belang bij beantwoording van de gestelde vragen. Niet zozeer ter beoordeling van de distributiekosten maar wel om inzicht te krijgen in het bereik en de waardering van RNW-programma's. Met een systematische auditing van de strategische partners door RNW en omgekeerd meten van de waardering van RNW-programma's door dezelfde partners kan een goed beeld worden verkregen van het onderscheidende vermogen van RNW. Eerste stappen om dit inzicht te krijgen zijn bij RNW gezet, maar het gewenste overzicht ontbreekt nog.

De vraag in hoeverre radio-uitzendingen worden vervangen door internetgebruik is lastig te beantwoorden. Deze ontwikkeling is zeker gaande, maar er zijn ook duidelijke beperkingen. De mogelijkheden in het buitenland van internet zijn veel minder dan in ons eigen land. Lastig voor RNW is dat de organisatie aan uiteenlopende niveaus van verwachtingen tegemoet moet komen. Luisteraars en internetbezoekers in ontwikkelde landen vragen om de hoogste standaard, terwijl in ontwikkelingslanden de infrastructuur zeer uiteenlopend in kwaliteit is. Er is derhalve een gedifferentieerde strategie nodig. Dit onderscheidt RNW van de binnenlandse publieke omroep, maar niet van de andere 'global players'.

### **Wat zijn verschillen en activiteiten per regio?**

Groepering van de gegevens naar regio is maar beperkt mogelijk maar de verdeling naar redacties geeft een goede indicatie. Op de redactie Engels na zijn de redacties op duidelijk te identificeren regio's gericht.

Op basis van de analyse op redactieniveau kunnen de volgende waarnemingen worden gemeld:

- De totale productiekosten van de uitzendingen (programmering en distributie) in het Nederlands - vooral gericht op Europa en de koninkrijksdelen in het Caribische gebied - zijn relatief laag (€ 1.665 per uitzenduur). De kosten per luisteraar zijn echter als gevolg van het beperkte aantal luisteraars het hoogste van alle redacties (€ 15 per luisteraar). Voor de Nederlandstalige uitzendingen heeft RNW geen concurrentie van de andere global players
- De uitzendingen in de Engels taal kennen een brede regionale spreiding: Europa, Noord-Amerika, Azië, Australië/Nieuw Zeeland en delen van Afrika. De uitzendingen in de Engelse taal richten zich op duiding van de actualiteiten en op achtergrondprogramma's, ze zijn minder gericht op specifieke doelgroepen, anders dan de middelbaar en hoger opgeleide mensen. Het aandeel van de korte golf in de distributie is relatief hoog. Dit gaat gepaard met hoge kosten, niet alleen voor de distributie maar ook voor de programmering.

De kosten per uitzenduur bedragen € 4.675, per luisteraar € 0,99. BBC is marktleider, VOA volgt. De positie van RNW is bescheiden ten opzichte van de andere grote global players, met uitzondering van Noord Amerika.

- De Franstalige uitzendingen gericht op Afrika en Portugese uitzendingen gericht op Brazilië vormen het andere uiterste. Door het ontbreken van korte golf als distributiemiddel richten de programma's, die verspreid worden via lokale partners, zich sterk op het geven van achtergronden gericht op specifieke doelgroepen. De totale productiekosten zijn verhoudingsgewijs laag, respectievelijk € 1.708 en € 1.897 per uitzenduur, € 0,45 per luisteraar in het Portugees. In beide regio's is de positie van RNW bescheiden. In Afrika zijn BBC en RFI de grootste, in Brazilië BBC en in minder mate VOA.
- De uitzendingen in de Spaanse taal gericht op overig Latijns Amerika en Indonesisch zitten daar tussen in wat betreft programmering en kosten. De programma's worden uitgezonden via de korte golf, maar het grootste bereik gaat via lokale partners. Het beeld bestaat dat de Spaanstalige redactie verder is dan de Indonesische redactie wat betreft de profilering in de programmering en de samenwerking met lokale partners. De totale productiekosten bewegen zich rond het gemiddelde, € 2.737 voor Spaans, € 2.130 voor Indonesisch. De kosten per luisteraar zijn de laagste binnen RNW-verband, resp. € 0,24 en € 0,40. De positie van RNW in Latijns Amerika is sterk met BBC als voornaamste concurrent. RNW is in Indonesië duidelijk aanwezig (middelgroot), maar BBC en VOA domineren.
- De internetactiviteiten in het Arabisch staan nog in de kinderschoenen. De informatie is beperkt en in deze ontwikkelingsfase nog niet te beoordelen. Wel is duidelijk dat Deutsche Welle fors investeert in Arabisch en BBC van oudsher de grootste is. De positie van RNW is bescheiden.



## **Bijlage 1 Samenstelling begeleidingscommissie**

Namens het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap:

- mevrouw H.M. van Bockxmeer
- de heer V. Bína
- mevrouw S.B. Ramlakhan
- de heer A.D. Reijnders

Namens Radio Nederland Wereldomroep:

- de heer H. Aris
- mevrouw A. Bouwers
- de heer J.W. Drexhage
- mevrouw K. Farnon

Onafhankelijke deskundige:

- de heer S. Whittle  
(tot december 2005 diverse managementfuncties bij de BBC, nu adviseur van diverse Europese commissies op gebied van media)

## Bijlage 2 Literatuurlijst

### Lijst documenten beschikbaar gesteld door RNW ten behoeve van quick scan

1. BBC World Service, Annual Review 2004 / 2005  
*Prioriteiten voor 2006-2008. Enkele prestatiegegevens, met aandacht voor reputatie.*
2. Bandwidth [handout], bron onbekend.  
*Handout over capaciteit van internetverbinding tussen landen en continenten.*
3. Bouwers, Ardi (Radio Nederland Wereldomroep), Waarom is de Arabische website uniek?  
*Globale schets doelgroepen en brugfunctie Arabische website RNW*
4. Bouwers, Ardi (Radio Nederland Wereldomroep), Waarom is Braziliaans uniek?  
*Globale schets van programma's, doelgroepen en distributie.*
5. Broadcasting Board of Governors (BBG), Strategic Plan 2002 - 2007, marrying the Mission to the Market (text version)  
*Strategisch plan voor Amerikaanse internationale zenders waar ook Voice of America toebehoort. Analyse van problemen die gelijkenis vertonen met die van RNW .*
6. Critical Distance, The role for International Public Broadcasting, 2005  
*Typering van relatie tussen RNW en publieke omroep.*
7. Elzerman, Huub en Rik Rensen (Radio Nederland Wereldomroep), 'Slijpen aan een ruwe diamant' [handout], maart 2005  
*Typering van problemen organisatie, bedrijfscultuur en onderscheidend vermogen RNW*
8. The Choice, Key Findings Imago en effect 0-meting communicatiecampagne Radio Nederland Wereldomroep, Kwantitatief onderzoek onder de Nederlandse bevolking, 28 mei 2004  
*Heeft betrekking op Nederlandstalige uitzendingen. Nulmeting onderzoek naar effect communicatiecampagne ten aanzien van naamsbekendheid, imago, waardering en beluistering RNW.*
9. The Choice, Rapport Imago en effect meting communicatiecampagne Radio Nederland Wereldomroep, Kwantitatief onderzoek onder de Nederlandse bevolking, 27 september 2004  
*Heeft betrekking op Nederlandstalige uitzendingen. Nulmeting onderzoek naar effect communicatiecampagne ten aanzien van naamsbekendheid, imago, waardering en beluistering RNW.*
10. Driessen, Frank (Radio Nederland Wereldomroep), Bekendheid en bereik RNW Indonesië kortegolf [spreadsheet gebaseerd op onderzoek door InterMedia in 2002 en 2004], zonder datum

*Naamsbekendheid internationale radiostations, beluistering internationale radiostations kortegolf.*

11. Driessen, Frank (Radio Nederland Wereldomroep), Bereik Spaanstalig Kortegolf in vier Latijns Amerikaanse landen [spreadsheet gebaseerd op onderzoek door InterMedia in 2002, 2003, 2004], zonder datum

*Naamsbekendheid, weekly audience van RNW en concurrenten. Percentages bandsoort (FM, AM, SW)*

12. OECD Figures Broadband Penetration [spreadsheet]

*Breedbandpenetratie per land, periode 2004-2005*

13. Radio Nederland Wereldomroep, Audience Reach for Radio Netherlands, final draft, 2004  
*Weekly of monthly reach per taal, per regio, voorzien van toelichting / beschrijving van context.*

14. Radio Nederland Wereldomroep, Budget 2006, begrotingen per afdeling [spreadsheet]

*Kostentoedeling naar programma's, budgetten afdelingen 2005.*

15. Radio Nederland Wereldomroep, Distributiekosten 2005 [spreadsheet]

*Kosten per distributiekanaal, kostentoedeling naar distributiekanaalen per regio.*

16. Radio Nederland Wereldomroep, Indonesische Afdeling [handout, bijlage van notitie Indonesische Afdeling van Radio Nederland Wereldomroep, zonder datum]

*Schets van Indonesische afdeling RNW*

17. Radio Nederland Wereldomroep, Jaarverslag 2005 [doosje met boekje en cd]

*Per taalafdeling een terugblik op 2005*

18. Radio Nederland Wereldomroep, Lijst partnerstations Indonesische afdeling [bijlage van notitie Indonesische afdeling van Radio Nederland Wereldomroep], juni 2006

*Lijst partnerstations Indonesische afdeling, vestigingsplaats en geschat aantal luisteraars*

19. Radio Nederland Wereldomroep, Meerjarenplan 2006 – 2010

*Beschrijving van uitzendingen en activiteiten per taal, thema's 2006.*

20. Radio Nederland Wereldomroep, Programma's van de Indonesische Afdeling gedurende 2005, zonder datum

*Beschrijving programma's in 2005.*

21. Radio Nederland Wereldomroep, Radio Nederland Wereldomroep Broadcasting Schedule [spreadsheet]

*Schema van uitzendingen, periode 26 maart – 29 oktober 2006, via korte- en middengolfzenders Flevoland, relaisstations Bonaire en Madagascar en satellieten Hotbird en Astra.*

22. Radio Nederland Wereldomroep, Summary – Radio Netherlands' programmes

*Korte karakterisering van het Engelstalige programma's van RNW*

23. Radio Nederland Wereldomroep, Van ruwe diamant naar 24 karaats station, 2005  
*Interne evaluatie RNW. Beschrijving knelpunten, voornemens veranderingen hoofdstructuur en journalistieke aansturing RNW.*
24. Radio Nederland Wereldomroep, Waarom is NAAS uniek voor de Antillen en Suriname?, juni 2006  
*Rol Wereldomroep in Suriname, Antillen en Aruba. Beschrijving brugfunctie, doelgroepen, programma's, websites, Imago NAAS, rol partnerstations, trends/ontwikkelingen. Rol distributiepartners. Modulair karakter RNW-programma's. Bijlage 1: partnerstations in Suriname. Bijlage 2: matrix programmegebruik per partner op de Antillen en Aruba.*
25. Radio Nederland Wereldomroep, Waarin onderscheiden deze programma's zich van het concurrerende aanbod in dezelfde regio's/landen? Wat zijn de zogenaamde USP's (unique selling points)? [Engelse afdeling]  
*Globale beschrijving Engelse taalafdeling. Beschrijving programma's van Engelse afdeling RNW.*
26. Sandee, Henry (Radio Nederland Wereldomroep), Indonesische Afdeling van Radio Nederland Wereldomroep [notitie], zonder datum  
*Notitie begint met een korte schets van de geschiedenis van de Indonesische afdeling van RNW. Globale vergelijking met concurrerende internationale stations. Persvrijheid en media in Indonesië, met de plaats van RNW daarin. Schets doelgroepen en brugfunctie. Beschrijving van de relatie met partnerstations, typering van het onderscheidend vermogen ten opzichte van concurrentie. Kwalitatieve beschrijving van website Indonesische afdeling. De notitie bevat verwijzingen naar onderzoeken niet in ons bezit, te weten:*  
*. rapport luistercijfers naar Indonesische uitzendingen (2004).*  
*. Onderzoek van de VU naar radiogebruik in drie Indonesische steden,*  
*. analyse verkeersgegevens website.*
27. Sandee, Henry (Radio Nederland Wereldomroep), Van Boek naar Magazine: de noodzaak van nieuw partnerbeleid in Indonesië, 18 april 2006  
*Kwetsbare relatie met partnerstations tegen achtergrond van veranderingen in Indonesische radiolandschap. Voorzet voor een nieuwe partnerstrategie. De notitie bevat verwijzingen naar onderzoeken die niet in ons bezit zijn, te weten:*  
*. Onderzoek van de VU naar radiogebruik in drie Indonesische steden.*  
*. Data van onderzoeksbureaus waarvan alleen Nielsen wordt genoemd.*  
*. BBC-onderzoek naar verschuiving van kortegolfgebruik naar FM*
28. Sleutjes, Martien (Radio Nederlands Wereldomroep), Analyse gebruik van audio-bestanden op de websites en streamserver, juni 2006  
*Kwantitatieve gegevens website RNW: verkeersgegevens per continent. Totalen gebruik live streams en on-demand.*
29. Zepeda Varas, José (Radio Nederland Wereldomroep), Analyse programmering RNW [Spaanse afdeling], zonder datum  
*Doelgroepen Spaanse afdeling, beroep op pluriformiteit. Vergelijking BBC Worldservice en RNW. Beschrijving en onderscheidend vermogen programma's.*

30. Radio Nederland Wereldomroep, Analyse van directe programmakosten 2005 [spreadsheet], 18 augustus 2006.  
*Kosten voor internet, algemeen/specials/projecten, actualiteiten, features, BVN, televisie, muziek.*
31. Radio Nederland Wereldomroep, Topografische weergave bereik en uitzenduren satelliet en kortegolf voor Indonesische, Nederlandse, Spaanse en Engelstalige uitzendingen, zonder datum.
32. Radio Nederland Wereldomroep, afdeling Strategy en Business Development, Samenvatting doelgroepenonderzoek voor AEF, augustus 2006  
*Samenvatting van drie doelgroeponderzoeken: Nederlandstalige vakantiegangers, in het buitenland wonende Nederlanders, luisteraars Spaanstalige uitzendingen.*
33. [Notitie] Enkele overwegingen die hebben geleid tot de radiodistributiemix 2005/2006  
*Kenmerken distributiemiddelen internet, satelliet/kabel, kortegolf, DRM, partnerstations. Distributiemix voor de talen waarin de RNW uitzendt. Financiële gegevens: kosten verspreiding programma's in 2005.*
34. Distributiemix radioprogramma's (per taal, gebied, distributiemiddel) [spreadsheet, bijlage van 'Enkele overwegingen die hebben geleid tot de distributiemix 2005/2006']
35. The Choice, Rapport Luistergedrag Spaanstalige uitzendingen Radio Nederland Wereldomroep/ BVN TV, Inzicht in het luistergedrag, waardering en profiel, 27 april 2004  
*Marktonderzoek naar Spaanstalige RNW-uitzendingen voor Latijns-Amerika. Profiel, mediumgebruik en waardering luisteraars.*

## Bijlage 3 Gehanteerd kostenmodel RNW 2005

Toegerekende kosten Radio

### Programmakosten

directe programmakosten	8.438.978	18,0%	34,8%
indirecte programmakosten	1.678.200	3,6%	6,9%
centrale kosten (direct + indirect)	7.464.291	15,9%	30,7%
toegerekende kosten algemeen	6.703.000	14,3%	27,6%
<i>subtotaal</i>	<i>24.284.469</i>	<i>51,8%</i>	<i>100%</i>

### Distributiekosten

directe distributiekosten	9.498.000	20,3%	75,2%
indirecte distributiekosten	-	0,0%	0,0%
centrale kosten (direct + indirect)	1.049.513	2,2%	8,3%
toegerekende kosten algemeen	2.081.487	4,4%	16,5%
<i>subtotaal</i>	<i>12.629.000</i>	<i>26,9%</i>	<i>100%</i>

### Subtotaal

36.913.469

### Niet toegerekende kosten

kosten overige activiteiten	3.453.509	7,4%	
incidentele kosten	1.246.022	2,7%	
algemeen beheerkosten	5.274.000	11,2%	
<i>subtotaal</i>	<i>9.973.531</i>	<i>21,3%</i>	

### Totaal generaal

46.887.000 100%

## Bijlage 4 Overzicht wereldomroepen per regio

Vergelijking wereldomroepen naar distributiekanaalen en marktpositie per regio en taal op basis van inschattingen van RNW

### Europa (Engels)

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	satelliet, partners	klein
BBC World Service	AM, KG	marktleider
Voice of America	KG	klein
RFI	KG	klein
Deutsche Welle	KG	klein

### Noord Amerika (Engels)

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG, satelliet, partners	middel
BBC World Service	satelliet, partners	groot
Voice of America	Nvt	nvt
RFI	Nvt	nvt
Deutsche Welle	KG, satelliet, partners	klein

### Noord Amerika (Spaans)

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	satelliet, partners	klein
BBC World Service	satelliet, partners	klein
Voice of America	nvt	nvt
RFI	nvt	nvt
Deutsche Welle	nvt	nvt

### Latijns Amerika (Spaans)

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG, partners	groot
BBC World Service	KG, partners	groot
Voice of America	KG, partners	middel
RFI	KG, partners	klein
Deutsche Welle	TV	nvt

**Latijns Amerika (Portugees)**

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	satelliet, partners	klein
BBC World Service	partners	groot
Voice of America	KG, partners	middel
RFI	satelliet	klein
Deutsche Welle	KG	klein

**Caribisch gebied (Nederlands)**

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG, satelliet, partners	marktleider
BBC World Service	nvt	nvt
Voice of America	nvt	nvt
RFI	nvt	nvt
Deutsche Welle	nvt	nvt

**Nieuw Zeeland / Australië (Engels)**

<i>station*</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	Partners	klein
BBC World Service	Partners	groot
Voice of America	KG	klein
RFI	nvt	nvt
Deutsche Welle	partners	klein

\*Ook actief in de regio zijn Radio Australia en Radio New Zeeland

**Verre Oosten / Zuidoost/ Zuid-Azië (Engels)**

<i>station*</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG	klein
BBC World Service	KG, partners	marktleider
Voice of America	KG	middel
RFI	KG**	klein
Deutsche Welle	KG	klein

\*Ook actief in de regio zijn Radio Australia en Radio New Zeeland

\*\*een uur per dag uitzending, gericht op India

**Indonesië (Bahasa Indonesia)**

<i>station*</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG, partners	middel
BBC World Service	KG, partners	groot
Voice of America	KG, partners	groot
RFI	nvt	nvt
Deutsche Welle	KG	klein

\*Radio Australia zendt uit in Indonesisch via KG en partners



**Midden Oosten (Arabisch)**

<i>station*</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	website**	klein
BBC World Service	KG, AM, FM, satelliet, TV	groot
Voice of America	KG, partners	middel
RFI	KG, partners	klein
Deutsche Welle	KG, AM, FM***, satelliet,TV	middel

\*Via TV zijn belangrijke spelers Al Jazeera en Al Arabiya

\*\*In het Arabisch heeft RNW alleen website als distributiemiddel. Alle wereldomroepen , RNW inclusief, hebben websites in verschillende talen.

\*\*\*FM beperkt tot zender in Amman, Jordanië

**Afrika (Frans)**

<i>station*</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	Partners	klein
BBC World Service	KG, FM, partners	groot
Voice of America	KG	klein
RFI	KG, FM	marktleider
Deutsche Welle	KG, FM**	klein

\*Opkomend station is China Radio International

\*\*FM beperkt tot zender in Kigali, Rwanda

**Afrika (Engels)**

<i>station</i>	<i>distributiekanaal</i>	<i>marktpositie</i>
RNW	KG, satelliet, partners	klein
BBC World Service	KG, FM	marktleider
Voice of America	KG, partners	middel
RFI	KG, FM	groot
Deutsche Welle	KG	klein