

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

t.a.v. 1 - 5.1.2.e

Postbus 16375

2500 BJ DEN HAAG

Vereniging Commerciële Radio VCR

t.a.v. 1 - 5.1.2.e

Basisweg 30

1043 AP AMSTERDAM

Betreft: reactie VCR&NLCR op NPO-aanvraag NPO Blend.

Amsterdam, donderdag 12 december 2024

Geachte 1 - 5.1.2.e

1. Wij verwijzen naar uw brief van 11 november jl. Dank voor de gelegenheid die daarin is geboden aan de Vereniging Commerciële Radio (VCR) en de Niet Landelijke Commerciële Radio (NLCR) om alvast hun eerste inbreng te geven over de aanvraag van de NPO met betrekking tot NPO Blend. Wij waarderen dat wij dit reeds in dit stadium kunnen doen, zodat deze inbreng wordt meegestuurd naar de Raad voor Cultuur, het Commissariaat voor Media en de Autoriteit Consument en Markt en zij dit kunnen meenemen in hun wettelijke beoordeling van de aanvraag.
2. In deze zienswijze komen achtereenvolgens de volgende punten aan bod:
 - Juridisch kader
 - De lancering van NPO Blend als ‘experiment’
 - De huidige aanvraag
 - Markteffecten

Juridisch kader

3. De aanvraag van de NPO is gebaseerd op artikel 2.21 jo. Mediawet 2008. Deze regeling moet worden gezien tegen de achtergrond van de Europese staatssteunregels. De wijze waarop de publieke omroep in Nederland wordt gefinancierd, moet voldoen aan deze regels. Wij roepen in herinnering dat genoemde bepaling in de Mediawet 2008 het resultaat is van een langlopend staatssteunonderzoek van de Europese Commissie. Dat eindigde uiteindelijk in 2010 met een besluit waarin de Commissie eisen heeft gesteld aan de vaststelling en de toewijzing van de taakopdracht van de Nederlandse publieke omroep, en daarnaast voorwaarden heeft gesteld gericht op de kenbaarheid voor derden en het meewegen van de belangen van derde (markt)partijen in de goedkeuringsprocedure voor nieuwe mediadiensten.
4. In dat besluit over de publieke omroep gaf de Commissie voor het eerst toepassing aan de in 2009 herziene Omroepmededeling, dat de beginselen uiteenzet die de Commissie aanhoudt bij de toepassing van de Europese staatssteunregels op de financiering van de publieke omroep door lidstaten.

5. In de Omroepmededeling is opgenomen dat nieuwe mediadiensten van de publieke omroep in een voorafgaande evaluatieprocedure onder meer beoordeeld moeten worden op markteffecten:

Ten einde te garanderen dat de overheidsfinanciering van significant nieuwe audiovisuele diensten de voorwaarden inzake het handelsverkeer en de mededingingsvoorwaarden niet zodanig verandert dat het gemeenschappelijk belang wordt geschaad, beoordelen de lidstaten, aan de hand van de uitkomsten van de open raadpleging, de totale impact van een nieuwe dienst op de markt door de situatie met de geplande nieuwe dienst af te zetten tegen die zonder de nieuwe dienst. Bij de beoordeling van de impact op de markt zijn relevante aspecten bijvoorbeeld het bestaan van een vergelijkbaar of substitueerbaar aanbod, concurrentie tussen redacties, de marktstructuur, de marktpositie van de publieke omroep, de mate van concurrentie en de mogelijke effecten op particuliere initiatieven.

(Omroepmededeling, punt 88)

6. Het advies van de Autoriteit Consument & Markt (ACM) dient op grond van artikel 2.21 lid 4 sub b van de Mediawet 2008 te zien op deze zogeheten markteffectentoets. Deze weg is voor het eerst bewandeld toen de programmering van NPO Radio 6 als subkanaal onder de naam NPO Soul & Jazz op de analoge kabel werd (voort)gezet.¹
7. Het advies van de Raad voor Cultuur en het Commissariaat voor de Media moet krachtens artikel 2.21, tweede lid, Mediawet 2008 in elk geval betrekking hebben op de wijze waarop vorm wordt gegeven aan de pluriformiteit van het media-aanbod.

De lancering van NPO Blend als experiment onder de Mediawet 2008

8. De aanvraag tot instemming volgt op de lancering van NPO Blend als experiment in november 2023.
9. Uitgangspunt onder de Mediawet 2008 is dat de NPO alleen nieuwe aanbodkanalen mag aanbieden met instemming van de Minister, waarbij deze dus de effecten moet meenemen die nieuw aanbod op de markt heeft. Voor experimenten kent de Mediawet een uitzondering op deze instemmingsplicht. Een experiment is in dat kader gedefinieerd als ander dan het bestaande aanbod dat van beperkte omvang of duur is. Het moet een beperkt publieksbereik hebben en de kosten van experimenten mogen niet meer dan 2 % van de NPO begroting beslaan. De experimenteermogelijkheid is bedoeld om snel te kunnen inspelen op nieuwe kansen en onverwachte mogelijkheden in een zich snel ontwikkelend digitaal medialandschap. Uit de wetsgeschiedenis blijkt dat de wetgever daarbij vooral nieuwe diensten en distributiemogelijkheden op het oog heeft gehad die door technologische innovatie opkomen. Uit het systeem en de aard van de regeling volgt dat de experimenteermogelijkheid beperkt moet worden uitgelegd.

NPO Blend is geen experiment

10. In de huidige vorm, waarbij wordt uitgezonden op een DAB+ kanaal en waarbij het aanbod vrijwel geheel bestaat uit muziekaanbod uit populaire muziekgenres, die overigens een groter publiek aanspreken dan mensen met een TMSC achtergrond, is er weinig tot niets nieuws of innovatiefs aan NPO Blend. Muziek op DAB/DAB+ wordt al sinds medio jaren negentig uitgezonden.

¹ Zie hierover ECLI:NL:RBMNE:2019:2905 en ECLI:NL:RBMNE:2020:712.

11. De programmering bestaat buiten nonstop muziek uit gepresenteerde muziekprogramma's tijdens de ochtend- en avondspits. Dit is ook zeer standaard in radioland.
Dat geldt temeer nu de NPO met het op NPOBlend gehanteerde muziekformat (een 'urban' muziek-selectie al dan niet met gesproken woord) al zeer veel ervaring heeft opgedaan. Daarbij kan niet alleen gedacht worden aan de kanalen die de NPO zelf al noemt in haar bekendmaking, maar ook aan de voorloper van NPO Soul & Jazz, NPO Radio 6, dat zich immers voornamelijk van haar opvolger onderscheidde door gesproken woord. Ook is het de bedoeling om luisteraars van FunX aan zich te binden die FunX zijn ontgroeid. Luisteraars vasthouden op een nieuw kanaal kan geen experiment worden genoemd.
12. Bovendien opereert de NPO al sinds vele jaren een online-muziekkanaal dat zich nagenoeg exclusief toelegt op Amerikaanse R&B-muziek in de vorm van "FunX Slow Jamz". In 2022 heeft de NPO de toenmalige staatssecretaris van OCW verzocht om dit kanaal te mogen beëindigen, waarmee staatssecretaris Uslu bij besluit van 11 oktober 2022 heeft ingestemd. Dit heeft echter niet geleid tot een daadwerkelijke beëindiging van FunX Slow Jamz waardoor de NPO momenteel dus twee programmakanalen exploiteert met (vrijwel uitsluitend) Amerikaanse R&B.
13. Daarnaast lijkt de NPO zich niet te laten beperken door de kleinschaligheid die een experiment behoort te kenmerken. Het programma wordt vanaf de lancering doorgegeven via DAB+ met een bitrate van 112 kb/s, en gebruikt daarmee zo'n 10 % van de capaciteit van het betreffende landelijke multiplex.
14. Nu de NPO zowel jarenlange ervaring heeft met het programmeren van R&B-muziekkkanalen (hetgeen NPO Blend ook is) als ook met het uitzenden via DAB+ was en is er dus niks experimenteels aan NPO Blend en daarom roept dit de vraag op of hier geen misbruik is gemaakt van de experimenteerregeling. De wet schrijft voor dat nieuwe aanbodkanalen in de regel toestemming van de Minister nodig hebben die pas kan worden verkregen na het doorlopen van een transparante uniforme voorbereidingsprocedure waarin ook belanghebbende marktpartijen hun zegje hebben kunnen doen. Het staatssteunkader vergt dat een nieuw kanaal van de publieke omroep eerst een dergelijke procedure doorloopt voordat het aanvangt met de uitzendingen. Zoals in het juridisch kader hiervoor beschreven, is dat klip en klaar de bedoeling van de wet- en regelgeving.
15. Maar de ervaringen tot nu toe wijzen uit dat NPO zich ook hier weinig aan gelegen laat en de steevast de strategie toepast dat een nieuwe zender het eerste jaar als experiment wordt aangemerkt. Op deze wijze begonnen NPO SterrenNL, NPO Soul en Jazz en nu dan ook weer NPO Blend. Dit, terwijl er op programmatisch of op technisch vlak werkelijk niets experimenteels is aan te merken aan het uitzenden op de radio van muziek in de digitale ether (DAB+).
16. En zo kon het gebeuren dat op 9 november 2023 NPO Blend ineens in de lucht was. Onaangekondigd.
17. Technisch was dat mogelijk omdat de NPO is overbedeeld in de digitale ether. Al sinds jaar en dag beschikt de NPO namelijk over eigen digitale etherruimte ('multiplex') waarop tot wel twintig landelijke radiozenders zouden kunnen uitzenden. Dat staat in schril contrast tot alle andere (lokale en regionale, publieke en commerciële) radiostations die de aan hen toegewezen ruimte met elkaar moeten delen, en - voorzover het commerciële radio betreft - voor het gebruiksrecht moeten betalen omdat dit via een veiling is verdeeld. Deze realiteit geeft de NPO een groot financieel voordeel, omdat de exploitatiekosten van een multiplex gelijk blijven, of je er nu tien of twintig programma's mee uitzendt.

18. De NPO geniet ook nog een ander financieel voordeel. Commerciële radiostations moeten - verplicht- per afzonderlijk programmakanaal muziekroyalties (BUMA/SENA) afdragen. De NPO heeft daarentegen een all-in deal met beide collectieve beheersorganisaties. Dit houdt in dat NPO Blend ook geen additionele kosten met zich meebrengt als het gaat om het uitzenden van muziek.
19. Hoewel de NPO haar vrije ruimte in de digitale ether tegen marktconforme tarieven ook zou kunnen verhuren aan andere radiostations, kiest zij er voor om die op te vullen met eigen kanalen. Naast de vijf hoofdkanalen zijn dat momenteel naast NPO Blend; NPO Funx; NPO Soul en Jazz; NPO Campus Radio en NPO SterrenNL. Omdat er dan nog aardig wat ruimte overblijft, zenden al deze radiostations in hogere bitrates uit, en behalen daarmee een aanzienlijk betere geluidskwaliteit, dan de commerciële zenders aankunnen op de hen beschikbare ruimte. Dat stelt de NPO in staat ook een kwalitatief voordeel te behalen ten opzichte van andere radiostations.

Timing van het 'experiment'

20. Nog maar twee maanden voor de onaangekondigde en niet getoetste lancering van NPO Blend verloor Sublime haar landelijke FM-dekking.
21. Dit landelijke commerciële radiostation had haar plek in de FM te danken aan de keuze die de wetgever in 2003 gemaakt heeft om voor te schrijven dat een aantal van de landelijke FM-frequentiekavels voor commerciële omroep gereserveerd was voor programma's die naar aard en omvang een (relatief klein) doelgroep publiek zouden aanspreken. Op deze wijze kon de diversiteit op de FM worden gewaarborgd en zouden er ook commerciële radiostations op FM kunnen uitzenden die normaal gezien geen kans zouden hebben kunnen krijgen. Ook Sublime (met een soul/jazz formule) maakte van dergelijke FM-frequentieruimte gebruik.
22. Het Ministerie van Economische Zaken besloot vorig jaar, daartoe aangespoord door het Ministerie van Financiën en met goedkeuring van het Ministerie van OC&W, voor opbrengstmaximalisatie te gaan. Programmatische voorschriften die golden voor de landelijke FM/DAB+ vergunningen werden grotendeels afgeschaft. In plaats daarvan werd er gekozen voor een veilingmethode die voor de verkopende partij (lees: de overheid) altijd de hoogst mogelijke opbrengst zou realiseren. Ook moest het veilingbod uitgebracht worden voor een record-vergunningsduur van twaalf jaar, maar wel binnen maximaal één jaar volledig te zijn betaald (in tegenstelling tot bij de eerdere verlengingen waarbij een betalingsregeling werd geboden).
23. In een dergelijk scenario had Sublime, dat ook al in de digitale ether moest concurreren met het geheel reclamevrije NPO Soul en Jazz, geen enkele kans haar FM-frequentie te kunnen behouden met uitzicht op ook maar enige vorm van winstgevendheid. De FM-frequenties gaan in een dergelijk veilingscenario immers naar radiostations met een beter uitzicht op winstgevendheid.
24. Sublime verloor dus haar landelijke FM-frequentie per 1 september 2023 alsmede de daaraan gekoppelde DAB+ frequentieruimte. Maar eigenaar Mediahuis beschikte nog wel over landelijke digitale etherruimte binnen een andere multiplex en ging wel voor een toekomst voor Sublime in de digitale landelijke ether op DAB+.

25. Dit ondanks de aanwezigheid op DAB+ van NPO Soul en Jazz dat sinds 2016 een deel van het door Sublime beoogde publiek naar zich toe trekt. NPO Soul en Jazz zendt al jarenlang uit via DAB+. Het gemiddelde marktaandeel onder de luisteraars van dertien jaar en ouder van Sublime dit jaar tot en met week 46 is 0,37%; dat van NPO Soul en Jazz is 0,44%. Dat is ook logisch. Met haar volledig reclamevrije programmering en - als gevolg van de overbedeling aan de NPO in de digitale ether - iets betere geluidskwaliteit is NPO Soul en Jazz een aantrekkelijk alternatief voor Sublime.
26. Op dat al volle speelveld binnen deze niche in de landelijke digitale ether diende zich dus per 9 november 2023 NPO Blend als nieuwe speler aan. Feitelijk wordt Sublime daarmee geheel ingekapseld door NPO Soul en Jazz enerzijds en NPO Blend anderzijds. Sublime is namelijk een station met soul, jazz, hiphop en R&B; NPO Soul en Jazz is soul en jazz en NPO Blend is vooral hiphop en R&B.
27. Zoals hierna wordt toegelicht, is Sublime niet de enige commerciële zender in de digitale ether die zich richt op vergelijkbare muziekgenres als NPO Blend, NPO Soul en Jazz en FunX. SLAM! Juize, GLXY en Vibe Radio spelen evenzeer muziek die binnen dezelfde muzikale bloedgroep valt. Daarnaast heeft de NPO online met FunX Slow Jamz al een vergelijkbaar aanbod ten opzichte van NPO Blend. Dit ondanks de intrekking van de toestemming voor dit kanaal door de toenmalige staatssecretaris van OC&W in 2022.

NPO Blend voegt niets wezenlijks toe aan de pluriformiteit van het media-aanbod

28. Op 15 november 2023 - NPO Blend is dan al een kleine week in de lucht - volgde er een "Bekendmaking experiment nieuw aanbodkanaal NPO Blend". Terwijl de feitelijke programmering vooral bestond en bestaat uit Amerikaanse hiphop- en R&B-classics (oftewel: muziek die ook veelvuldig op Radio 538 te horen is geweest en een groot en gevarieerd publiek aanspreekt) stond daarin:

"We beogen met dit aanbodkanaal een publieksgroep aan te spreken en te bereiken die zich nu nog onvoldoende herkent in het audio-aanbod van de NPO. Dat is een groep met een veelal niet-westerse achtergrond (primair Turks, Marokkaans, Surinaams & Caribisch; hierna TSMC)."

29. Maar ook:

'De publieke omroep wil in het radiolandschap onderscheidende kanalen brengen. NPO Blend doet dat door een unieke muziekmix te laten horen. NPO Blend heeft een gevarieerde mix van r&b, afro, (neo) soul en hiphop, met veel classics uit de jaren 1990 tot 2010. De vergelijking met bijvoorbeeld NPO FunX, NPO Soul & Jazz en Sublime (Mediahuis) dient zich aan, maar NPO Blend heeft nadrukkelijk een eigen profiel. Dit betekent dat de luisteraars van de zender een breed scala aan muzikale stijlen kunnen verwachten, en dus ook een verrassende en verfrissende luisterervaring. NPO FunX heeft de focus op (Nederlandstalig) hiphop en richt zich primair op 15-25 jarigen. Bij NPO Soul & Jazz gaat de aandacht vooral uit naar soul, het profiel is relaxt en herkenbaar en er is een vaste schare luisteraars, waarvan het merendeel ouder is dan 55 jaar. Sublime sluit qua geluid behoorlijk aan bij laatstgenoemde zender en richt zich op kapitaalkrachtige luisteraars in de commercieel relevante doelgroep 20-49 jaar.'

30. Zoals hierna wordt toegelicht, vindt de VCR dit een gekunstelde en politiek wenselijke dekmantel. Het betreft hier een populair nicheformat dat al in verschillende vormen beschikbaar is en dat een veel breder publiek aanspreekt dan alleen de TSMC-groepen. Omgekeerd geldt dat (sommige) TSMC-groepen minstens zo effectief bereikt kunnen worden door de publieke omroep met programmering die niet al breed beschikbaar is.

De aanvraag voor NPO Blend

Inleiding

31. Naar het oordeel van de VCR en NLCR geeft de NPO met haar aanvraag ook nu weer een sterk geïdealiseerde weergave van zaken, terwijl de praktijk anders is. De NPO sprak al bij de aankondiging van “het experiment” (dat geen experiment was) van *“het aanbieden van een audioplatform waar de juiste toon en taal wordt gehanteerd voor een publieksgroep van 35-54 jaar, die behoefte heeft aan inspiratie door een grote variatie aan culturele invloeden in muzikaal en journalistiek aanbod, aansluitend bij hun (culturele) achtergrond en leefwereld”*.
32. In werkelijkheid bestaat de programmering van NPO Blend uit hoofdzakelijk Amerikaanse hiphop en R&B classics. Oftewel oudere hits die bekend zijn bij een groot publiek en in het verleden ook veelvuldig op bijvoorbeeld Radio 538 werden gedraaid. Deze muziek zal zeker populair zijn bij een deel van de radioluisteraars met een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse of Caribische achtergrond. Maar net zozeer zal een deel van het autochtone volksdeel deze muziek kunnen waarderen, zoals die dat ook deden toen deze muziek op hitstations werd gespeeld.
33. Er is in ieder geval geen sprake van “een grote variatie aan culturele invloeden in muzikaal en journalistiek aanbod”. U kunt dit zelf controleren door gewoonweg enkele uren naar NPO Blend te luisteren. Ook qua presentatie en vormgeving wijken de gepresenteerde ochtend- en middagshows op NPO Blend niet heel veel af van hetgeen op andere radiostations te horen is.

Opmerkingen over aanvraag

34. De voorvraag die eerst moet beantwoord is deze: wat is anno 2025 nog de noodzaak om een volledig met belastinggeld gefinancierd muziekradiostation in de markt te zetten, daargelaten wat precies de inhoud is die daarop wordt aangeboden? Van alle Nederlanders heeft maar liefst 96% een smartphone bij zich waarmee alle gewenste muziek kan worden beluisterd. Via platforms als YouTube, Spotify, Apple Music of Deezer is ieder liedje op ieder moment op te vragen en te beluisteren. Wil je liever gesproken woord? Dan zijn er enorm veel podcasts te beluisteren over zeer veel verschillende onderwerpen.
35. En als het dan toch te rechtvaardigen zou zijn om maar liefst 2,5 miljoen euro jaarlijks aan belastinggeld te gaan spenderen aan een muziekradiostation; waarom moet dat dan zijn aan een station dat momenteel hoofdzakelijk Amerikaanse R&B en hiphop uitzendt; zogenaamd gericht op luisteraars met een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse of Caribische achtergrond? Dit klemmt te meer nu de NPO op DAB+ met NPO Soul en Jazz ook al een muziekstation biedt met hoofdzakelijk Amerikaanse rythmische klanken. En dat online doet met FunX Slow Jamz en FunX Hiphop.
36. Heeft de wens voor NPO Blend niet gewoon te maken met het gegeven dat deze veelal Amerikaanse muziek (hiphop/ R&B) toevallig ook de favoriete muziek is van de initiatiefnemers van NPO Blend binnen de NPO die toevallig vooraanstaande posities hebben? En dat - naast een deel van de autochtone Nederlanders - toevallig ook een deel van de Turkse, Marokkaanse en in het bijzonder Surinaamse en Caribische bevolkingsgroepen deze muziek pleegt te waarderen wat wordt aangegrepen als gelegenheidsargument dat het zou bijdragen aan de pluriformiteit van het aanbod van de NPO?

37. Als de NPO anno 2025 dan toch het publiek zou moeten bereiken door inzet van op doelgroepen toegespitste muziekformats op DAB+, dan zou het meer voor de hand liggen om FunX verder te verbreden voor de TSMC-doelgroepen, en daarnaast bijvoorbeeld iets te doen voor de enorme Aziatische gemeenschappen in Nederland. Of voor de honderdduizenden Oost-Europeanen en Oekraïners die zich in ons land bevinden. Maar daarover hoor je de NPO niet, omdat de NPO daar zelf geen affiniteit mee heeft.
38. De NPO schrijft dat uit onderzoek van Motivaction (alweer uit 2022) onder de Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische doelgroep blijkt dat 37% van de 35-44 jarigen en 42% van de 45-54 jarigen uit deze groep niet naar NPO-radiozenders luisteren omdat ze deze niet aansprekend vinden.
39. Waaraan voorbij wordt gegaan is dat substantiële delen van deze doelgroepen gewoon naar Sky Radio of andere commerciële radiozenders luisteren. De NPO wekt de indruk dat indien NPO Blend zou mogen doorgaan, deze hoge percentages binnen de TSMC-gemeenschap dan wél naar dit NPO-kanaal zullen gaan luisteren. Maar daarvoor levert de NPO op geen enkele wijze een deugdelijke motivering. Terwijl die verwachting op het eerste gezicht al niet reëel is: net als bij autochtone Nederlanders zijn er bij de TSMC-doelgroepen enorme verschillen te vinden qua leefstijl, interesses en muziekstijlen. Er zijn niet alleen enorme verschillen qua cultuur en beleving tussen Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Caribische Nederlanders, maar ook binnen deze afzonderlijke groepen. Een voorbeeld: dansbare Rai-muziek uit Marokko is redelijk populair onder Nederlanders met een Marokkaanse achtergrond. Maar als FunX deze muziek draait haken de luisteraars met een Turkse, Surinaamse of Caribische achtergrond veelal af. NPO Blend draait Rai-muziek übehaupt niet want dat past niet in de Amerikaanse R&B-sound van dit station.
40. De NPO schrijft op bladzijde 4 van haar aanvraag:
- “NPO Blend wil Nederlanders met een diverse (culturele) achtergrond een thuis en plek geven in het radiolandschap, met een breed aansprekend muziekformat waar daarnaast ruimte voor verdieping en interactie is. Het is een unieke mix, variërend van r&b, afro, (neo)soul tot hiphop, met veel classics uit de jaren 1990 tot 2010. Het aanbodkanaal gaat niet voor een specifieke niche, maar voor een breder spectrum, dat resoneert met de diversiteit en het enthousiasme van de luisteraars.”*
41. Ook hier is de vraag of de aanvraag de zaken niet mooier voorstelt dan ze zijn met de stelling dat NPO Blend kiest voor een breder spectrum in plaats van de specifieke niche, teneinde de diversiteit van haar TSMC-doelgroep te bedienen. De focus ligt op r&b classics uit de jaren 1990 tot 2010, wat toch kwalificeert als een behoorlijke niche, zij het één die een breed en gevarieerd publiek aanspreekt. Feitelijk spreken we hier over een aanvraag om nog meer belastinggeld te steken in de muzikale hobby van enkele invloedrijke medewerkers binnen de NPO. FunX, NPO Soul en Jazz en dan nu ook NPO Blend vallen allemaal binnen dezelfde muzikale bloedgroep. Net zoals bij de commerciële partijen Sublime, SLAM! Juize, GLXY en Vibe Radio binnen deze muzikale bloedgroep vallen. En ook bij deze commerciële partijen is het vooral de liefde voor deze muziekstromingen en het produceren van radioprogramma's met deze muziek die deze stations in de lucht houdt.

42. Ten overvloede: de muziekanalen die de NPO onder de FunX-vlag online exploiteert zijn: FunX Arab, FunX Fissa, FunX Hiphop, FunX Latin, FunX Afro en FunX Slow Jamz (R&B).

Huidig en verwacht weekbereik niet objectiveerbaar en niet steeds reëel

43. De aanvraag bevat geen objectieerbare gegevens over het huidige of te verwachten weekbereik van NPO Blend, of van de impact van deze zender op het weekbereik van andere hiervoor genoemde publieke of commerciële zenders die vergelijkbare muziek uitzenden. Het enige dat de aanvraag hierover bevat, is ontleend aan onderzoek dat de NPO zelf heeft laten uitvoeren.
44. Kijken we naar het weekbereik van de huidige stations (publiek en commercieel) die binnen deze muzikale bloedgroep vallen, dan moeten we vaststellen dat NPO FunX niet meedoet aan het Nationaal Media Onderzoek (NMO). Dit terwijl het NMO ook door de NPO zelf wordt erkend als het enige onafhankelijke onderzoek naar radiobeluistering dat er in Nederland is.
45. Dat de NPO FunX niet laat meedraaien in het NMO-luisteronderzoek is opmerkelijk. Immers, uit het FunX bereiksonderzoek 2023 dat Motivaction in opdracht van de NPO heeft uitgevoerd, zou blijken dat FunX de populairste radiozender is onder biculturele Nederlanders in de vier grote steden. Als dat (niet onafhankelijke) onderzoek zou kloppen, dan zou dat juist een reden moeten zijn voor NPO om deze zender wel in het NMO te laten meelopen.
46. De werkelijkheid is vermoedelijk dat FunX helemaal niet zo goed wordt beluisterd als de NPO doet voorkomen. Dit komt mede door de structuur van FunX. Op DAB+ is FunX een landelijke radiozender van de NPO. Maar in de vier grote steden valt FunX onder de lokale omroep van iedere grote stad. In Amsterdam is dat SALTO, in Rotterdam "Open Rotterdam", in Den Haag Stichting Stadsomroep Den Haag en in Utrecht de Stichting Omroep Utrecht. De Mediawet schrijft voor dat een lokale omroep op ieder kanaal dat men exploiteert tenminste 50% van de zendtijd dient te besteden aan informatie, cultuur en educatie gericht op het eigen gebied. Zo is FunX Rotterdam verplicht om - naast het uitzenden van muziek - de helft van de zendtijd te besteden aan Rotterdamse aangelegenheden en dit geldt ook respectievelijk voor de andere steden. Er zijn in de vier grote steden dus afzonderlijke programma's te beluisteren met veel gesproken woord over die grote steden en die programma's wijken daarmee af van hetgeen de NPO onder de naam "FunX" landelijk op DAB+ uitzendt.
47. FunX heeft in het verleden enkele malen als proef wél meegedaan aan de voorloper van het huidige luisteronderzoek; het NLO (dat tot 1 januari 2023 werd uitgevoerd door GfK Intomart). Maar telkens mochten de resultaten daarvan niet worden gepubliceerd. De conclusie kan dan niet anders zijn dan dat de resultaten van die deelname aan het NLO (eveneens een door de NPO zelf mede-onderschreven onderzoeksmethodiek) voor de NPO dusdanig teleurstellend waren dat ze afbreuk zouden doen aan het "FunX-succesverhaal" van de NPO.
48. Over FunX zijn er dus geen betrouwbare onafhankelijk geverifieerde gegevens te vinden. Het bereiksonderzoek van Motivaction is dat zeker niet. Het algemeen geaccepteerde luisteronderzoek van Ipsos zou dat wel zijn, maar de NPO weigert FunX daaraan deel te laten nemen. De NPO stelde in het verleden ten aanzien van FunX dat er te weinig multiculturele respondenten meedoen aan het NMO maar deze informatie is onjuist. De deelnemers aan het NMO worden immers gespiegeld aan de bevolkingscijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek en dat houdt in dat Nederlanders met een TMSC-achtergrond in de luistercijfers net zo vertegenwoordigd zijn als binnen de Nederlandse bevolking. Wat wél zal kloppen is dat er te weinig FunX-luisteraars aan het NMO meedoen naar de zin van de NPO.

49. NPO Soul en Jazz heeft volgens het NMO-luisteronderzoek van Ipsos een weekbereik (t/m week 46 in dit jaar 2024) van 168.000 mensen. Dit terwijl volgens Motivaction de programmering van NPO Soul & Jazz bij een groot deel (40%) van de biculturele Nederlanders aansluit bij hun wensen en muzieksmaak (Omnibus biculturele Nederlanders 2022 / NPO). Maar er is ook - aldus Motivaction - een aanzienlijke groep (30%) die aangeeft dat de programmering onvoldoende aansluit.

50. Zoals gezegd zitten NPO Soul & Jazz en NPO Blend beiden in dezelfde muzikale bloedgroep van soul/R&B/hiphop. Stel dat NPO Blend er in zou slagen om die 30% die aangeeft dat de programmering van NPO Soul en Jazz onvoldoende aansluit binnen te hengelen als luisteraar; zou het weekbereik van NPO Blend dan werkelijk hoger worden dan 150.000 luisteraars?

Voor zover luisteraandelen wel gehaald worden, zijn negatieve markteffecten onvermijdelijk

51. NPO Blend zelf stelt in hoofdstuk 5 van haar aanvraag de ambitie te hebben met NPO Blend om initieel 0.5%-1% luistertijdaandeel te behalen. Hiervoor zullen wekelijks tussen de 400.000 en 500.000 luisteraars moeten worden bereikt. Dit is op zich haalbaar met een programmering hoofdzakelijk bestaande uit R&B Classics tussen de jaren 1990 en 2010. Immers, wat NPO Blend primair uitzendt zijn Amerikaanse populaire rythmische Top 40 hits van onder meer artiesten als Prince, Missy Elliott, Bruno Mars, Mary J. Blige e.d. Maar daarbij moet dan wel onder ogen gezien worden dat er naast luisteraars met een TMSC-achtergrond dan ook veel luisteraars uit andere bevolkingsgroepen zullen zijn.

52. De NPO schrijft zelf dat een bereik van tegen een half miljoen luisteraars per week op basis van de totale omvang van de beoogde doelgroep haalbaar zou moeten zijn. En dat het niet te verwachten valt dat dit weekbereik hoger uit zal vallen.

53. De VCR en NLCR achten deze informatie van de NPO realiseerbaar. Als alles meezit voor de NPO dan is het aannemelijk dat de NPO tussen 400.000-500.000 luisteraars wekelijks zou kunnen gaan bereiken met NPO Blend en daarmee een luistertijdaandeel van 0.5-1% weet te realiseren. Maar deze cijfers kunnen alleen worden gerealiseerd door NPO Blend als NPO Blend fors kannibaliseert op NPO Soul en Jazz (met dus momenteel 168.000 wekelijkse luisteraars); en ook het volledige publiek van de commerciële stations Sublime en GLXY overneemt. Sublime heeft een gemiddeld weekbereik van 217.000 mensen. GLXY doet - net als het publieke FunX - niet mee in de luistercijfers. De markt in dit segment is in ieder geval hoe dan ook te klein om al deze stations met een hiphop/soul/R&B inslag ongestoord naast elkaar te laten bestaan.

54. Het bovenstaande maakt klip en klaar duidelijk dat het door laten gaan van NPO Blend zonder 'experimentele' status, waarna NPO Blend ook mag uitpakken met marketing e.d., tot de totale vernietiging zal leiden van de gehele commerciële radiomarkt binnen deze muzikale doelgroep. En dan gaat het om radiostations die al vele jaren bestaan en waarbij mensen met liefde voor deze doelgroepmuziek radio maken.

55. De stelling dat de commerciële markt niet of nauwelijks hinder zal ondervinden van NPO Blend is dan ook zeer onjuist. Het lot van kleinere commerciële stations die de muziek uitzenden die NPO Blend ook uitzendt, zal door een toekenning aan NPO Blend zijn beslist. De Nederlandse overheid zou niet moeten faciliteren dat met belastinggeld kleinschalige commerciële radiospelers volledig uit de markt worden gedrukt.

56. Op pagina 4 van de aanvraag staat:

“Van de eerdergenoemde focusdoelgroepen worden biculturele Nederlanders het minste bediend in het audiolandschap in het algemeen en bij de NPO in het bijzonder. Commercieel gezien lijkt het nog geen aantrekkelijke doelgroep te zijn. NPO wil met NPO Blend deze belangrijke groep in onze samenleving in hun behoefte aan media-aanbod kunnen voorzien.”

57. Ten eerste, buiten radio om, luisteren ook biculturele Nederlanders naar muziek op bijvoorbeeld YouTube of Spotify en wordt er geluisterd naar podcasts. Biculturele Nederlanders worden zo net zo goed bediend als autochtone Nederlanders. Bovendien hebben biculturele Nederlanders online volledig toegang tot muziek, podcasts en radiostations uit het land van herkomst. Het maakt daarbij qua cultuur en achtergrond nogal uit of je van Aruba komt of uit Marokko. En ook binnen bijvoorbeeld de Marokkaans Nederlandse gemeenschap zijn er werelden van verschil. Aan al die verschillen gaat de aanvraag voorbij, die iedereen met een TMSC-achtergrond over één kam scheert en één gezamenlijke niche-muziekvoorkeur toeschrijft.

Opmerkingen over validatie van de plannen voor NPO Blend

58. Aan samenwerkingspartners van Motivaction, TransCity en Dreamers Inc, is gevraagd als second opinion de plannen voor NPO Blend te valideren. Het gaat hier om partijen die traditioneel nauw samenwerken met Motivaction en dus kun je ook hier weer vraagtekens bij zetten. Ze zullen Motivaction immers niet in een kwaad daglicht willen stellen.

59. Op bladzijde 5 staat:

“Als NPO Blend de biculturele 35-plusser daadwerkelijk weet te raken, zal de potentiële luisteraar vooral afkomstig zijn van NPO FunX, Spotify, buitenlandse radiozenders en uit de groep die nergens naar luistert. De potentiële luisteraar zal naar verwachting in geringere mate afkomstig zijn van andere radiozenders. Dat komt omdat de andere radiozenders worden gemaakt vanuit het perspectief van autochtone Nederlanders, een perspectief waar veel mensen uit onze gemixte samenleving zich niet of onvoldoende in herkennen. Van een marktversturende werking is daarom nauwelijks sprake, vooral ook al omdat de grote commerciële mediabedrijven tot op heden niet van plan zijn geweest op biculturele doelgroepen gerichte kanalen te ontwikkelen.”

60. De landelijke commerciële zenders Sublime en GLXY worden niet gemaakt vanuit het perspectief van autochtone Nederlanders. Sterker nog, zelfs 100% NL richt zich niet op de autochtone Nederlander met de van de Antillen afkomstige DJ van de ochtendshow Giorgio Hokstam. Dat “andere radiozenders worden gemaakt vanuit het perspectief van autochtone Nederlanders” is niet iets dat je ook maar welke commerciële zender zult horen zeggen. Eenvoudigweg omdat dit niet klopt.

61. En dat zien we ook in dat Motivaction onderzoek uit 2022. Bij dit niet onafhankelijk uitgevoerde onderzoek kunnen vraagtekens worden gezet, maar op de vraag “Naar welke van de volgende radiozenders luister je wel eens?” wordt door de ondervraagden met een TMSC-achtergrond door 33% FunX aangegeven. Echter, 15% geeft Radio 538 aan, 11% Sky Radio, 9% SLAM!, 9% 3FM, 9% Qmusic en 7% Sublime. Volgens Motivaction/Transcity/Dreamers zijn dus al deze stations gemaakt vanuit het perspectief van de autochtone Nederlander. Maar als dat al zo zou zijn dan doen ze het toch best heel erg goed nu het totaalbereik van deze volgens de onderzoekers louter op autochtone Nederlanders gerichte stations dat van het wel op de TMSC-doelgroep gerichte FunX in dit onderzoek fors overschrijft.

62. De werkelijkheid is dat de grote commerciële radiostations een algemeen publiek in Nederland willen aanspreken. En daarbij ook luisteraars met een TMSC-achtergrond. Er wordt gewoonweg geen onderscheid gemaakt en luisteraars met een TMSC-achtergrond zijn net zo welkom bij Radio 538, 100% NL of Qmusic als ieder ander. En dat merken deze stations ook.

63. En dan schrijft deze “second-opinion” organisatie iets interessants:

“Wel moet een belangrijke kanttekening bij het voorgaande worden gemaakt. Het tot nu toe gekozen muziekformat van NPO Blend heeft als ‘gevaar’ in zich dat het ook aansprekend is voor veel autochtone Nederlanders. En omdat autochtone Nederlanders veel vaker dan biculturele Nederlanders de verschillende NPO-kanalen al gebruiken, is de kans reëel dat autochtone Nederlanders BLEND eerder weten te vinden dan de biculturele doelgroep. Met als ongewenst gevolg dat interactie met de luisteraar maakt dat biculturele doelgroepen zich onvoldoende in de zender kunnen gaan herkennen.”

64. De VCR en NLCR gaan niet uit van hoe de NPO het “experiment” NPO Blend op papier omschrijft, maar om wat er nu op dit moment feitelijk uit de luidsprekers klinkt. Dat is immers het radiostation waarvoor de NPO vraagt om “het experiment” te mogen omzetten in een permanente status. En dat is een muziekradiostation met primair Amerikaanse R&B en hiphop die ook in Nederland enorm populair was in de jaren 1990-2010. Deze muziekstroming was en is inderdaad erg populair bij een deel van de luisteraars met een TMSC-achtergrond maar dat geldt evengoed voor een deel van de luisteraars met een autochtone achtergrond. Oftewel: net zoals Radio 538 ook mensen aanspreekt met een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse of Caribische achtergrond doet deze muziekstroming dat ook bij mensen met deze achtergrond net zozeer als bij mensen van autochtone komaf.

65. Onder de kop “Muzieksamenstelling” schrijft Motivaction/TransCity/Dreamers:

“Maar hoe groot is het onderscheidend vermogen van zo’n format?”

Elke radiozender, elk audiokanaal heeft wel onderscheidende elementen ten opzichte van concurrenten of collegazenders. Dat geldt uiteraard ook voor NPO Blend. Blijven we binnen de grenzen van Nederland, dan is BLEND zonder meer onderscheidend; er zijn weinig alternatieven. Het commerciële maar kleine GLXY komt het dichtstbij, waarbij zij wel een zwaardere nadruk legt op hiphop. Bovendien wil GLXY een platform zijn voor hiphoptalenten. Tegelijkertijd zou je op basis van het beschreven muziekformat van NPO Blend ook Spotify als concurrent kunnen beschouwen: als je er op Spotify voor kiest classic r&b en hiphop te beluisteren, zorgt het algoritme er wel voor dat je als vanzelf veel andere tracks uit hetzelfde genre krijgt voorgesteld. Zo heb je qua muziekformat al heel eenvoudig je eigen NPO Blend.

Biculturele Nederlanders gaan vaker dan autochtone Nederlanders online op zoek naar buitenlandse media. En wie online zoekt naar audiokanalen met een muziekformat dat hoofdzakelijk bestaat uit (veelal Amerikaanse) r&b, hiphop en soul, kan z’n vingers aflikken, zo groot is het internationale aanbod. Natuurlijk zijn er daarbij variaties. De een legt een wat zwaarder accent op de jaren zeventig en tachtig, de ander weer op de jaren negentig en zeroes, een derde voegt wat meer afro toe, een vierde legt weer nadruk op hiphop. Maar de essentie is: binnen de internationale (online) context is de wijze waarop NPO Blend het eigen muziekformat omschrijft, niet super onderscheidend. Geredeneerd vanuit het in de plannen beschreven muziekformat, dreigt het onderscheidend vermogen van NPO Blend niet sterk genoeg te zijn.”

“Het dilemma is dat op basis van de omschrijving in de plannen en het beluisteren van NPO Blend de gekozen muziekmix voor een groot deel aanvoelt als een “Amerikaanse zender”. Er is weinig “Nederlands” aan, die muziekmix lijkt onvoldoende te worden samengesteld vanuit de gevarieerde perspectieven binnen onze Nederlands gemixte samenleving.

BLEND voelt daarmee aan als een veilige, behoudende, conservatieve zender zónder lef.

Tegelijkertijd sluit de merknaam niet aan op de “Anglo-Amerikaans” aanvoelende zender die BLEND volgens de plannen is: er wordt immers maar weinig “geblend”.

66. Let wel: deze terechte constatering van de second-opinion onderzoekers hierboven, mede op grond van de daadwerkelijke beluistering van NPO Blend, wordt door de NPO zelf dus naar het Ministerie gestuurd bij de aanvraag om “het experiment” om te zetten naar een definitieve vorm.
67. Dat “experiment” is dus vooral een R&B/hiphop muziekstation gebleken met veelal Amerikaanse r&b classics uit de afgelopen 35 jaar. Wie kan uitleggen dat hier een maatschappelijk nut bestaat? Wat is de maatschappelijke noodzaak van het met twee-en-een-half-miljoen euro aan belastinggeld opnieuw onder de aandacht brengen van populaire classic hits uit de Verenigde Staten die toen ze een actuele hit waren, veelvuldig zijn gedraaid op grote commerciële radiostations als Radio 538? De VCR en NLCR vinden het getuigen van misplaatste prioriteiten dat de publieke omroep voorstelt om hier permanent jaarlijks miljoenen euro’s aan te mogen spenderen.
68. En wat is de maatschappelijke noodzaak om met een nieuw muziekradiostation luisteraars weg te halen bij Spotify? De NPO stelt immers dat ook daar de luisteraars vandaan zullen komen. Op Spotify hebben liefhebbers van Amerikaanse R&B classics álle aanbod dat er maar bestaat. En krijgen ze als gevolg van het algoritme ook allerlei tracks te horen die ze nog nooit eerder hebben gehoord maar wél mogelijk aantrekkelijk vinden klinken. Zoals de onderzoekers al schreven: de luisteraars creëren daarmee hun eigen NPO Blend.
69. Ook volgens de second-opinion onderzoekers luisteren biculturele Nederlanders meer naar buitenlandse media dan autochtone Nederlanders.
70. Het is onwaarschijnlijk dat biculturele Nederlanders die nu naar buitenlandse media luisteren (veelal uit land herkomst) dat zullen inruilen voor NPO Blend zodra NPO Blend een definitieve status heeft. En 95% van de Nederlanders, dus ook die met een TMSC-achtergrond, heeft een smartphone op zak waarmee zowel buitenlandse streamingkanalen en ook Spotify en andere muziekstreamingdiensten kunnen worden beluisterd. Diegenen die behoefte hebben aan Amerikaanse r&b en hiphop, hetgeen hoofdzakelijk te horen is op NPO Blend, kunnen bij die streamingdiensten hun hart ophalen: ze krijgen meer voorgeschoteld dan ze ooit zullen kunnen beluisteren.
71. Dat blijkt ook uit de Eindrapportage NPO Blend van Labyrinth van 21 juni 2024. Onder kopje 3.1 wordt geschreven:

“Vrijwel alle deelnemers (aan het onderzoek, red) maken gebruik van streamingdiensten voor hun dagelijkse portie muziek. Ze streamen meestal als ze onderweg zijn of tijdens het sporten. Spotify, Youtube Music en Soundcloud zijn hierbij het populairst. Hiernaast luisteren de deelnemers vaak naar de radio. Ze kiezen voor de radio als ze zelf geen zin hebben om zelf een nummer te kiezen en zich graag willen verrassen door een dj. De radio gaat aan zodra men in de auto stapt, aan het werk is of thuis bezig is (bijvoorbeeld met de schoonmaak). Een enkeling luistert de hele dag door naar de radio.”

72. En alhoewel uit het bovenstaande ook blijkt dat het medium radio nog altijd relevant is; is het dan echt noodzakelijk om met jaarlijks 2,5 miljoen euro belastinggeld NPO Blend in leven te houden opdat er een muziekmix kan worden voorgeschoteld waartoe de volledige doelgroep al toegang heeft, en die via streamingdiensten een gedifferentieerder aanbod realiseert dan NPO Blend zou kunnen bieden? En al helemaal tegen de achtergrond dat NPO Blend primair Amerikaanse R&B classics uitzendt? Op geen enkele wijze kan NPO Blend worden gezien als een verrijking van de Nederlandse muziekcultuur.

73. De second-opinion onderzoekers melden ook nog een andere noodzaak voor NPO Blend:

“Wat we vooral zien is dat een fors deel van de 35+ doelgroep zich vervreemd voelt van het grove en soms seksistische taalgebruik dat is te vinden in veel hedendaagse tracks binnen onder meer Nederlandstalige en Amerikaanse urbane muziekgenres. En dat geldt niet alleen voor het gelovige deel van de doelgroep. Zo durven veel ouders in de auto niet met hun jonge kinderen naar NPO FunX te luisteren, uit angst voor het soms expliciete taalgebruik van Nordin en Vonneke en de eveneens explicit lyrics van songs die op de FunX-playlist staan. Op alle niveaus kan BLEND zich dus qua muziek en tone-of-voice onderscheiden van FunX: volwassener, serieuzer, normatiever.”

74. Oftewel: omdat het eveneens volledig met belastinggeld gefinancierde FunX grof en seksistisch is, moet er een eveneens volledig met belastinggeld gefinancierde radiozender bij komen met muziek uit dezelfde muzikale bloedgroep (alleen iets ouder) die dat niet is.

75. Wat in ieder geval duidelijk wordt uit deze second-opinions is dat deze onderzoekers ook van oordeel zijn dat NPO Blend een station is met hoofdzakelijk Amerikaanse muziek. De schrijvers van deze second-opinion doen ook suggesties om dit te wijzigen en “de zender daarmee meer Nederlands en minder Amerikaans te maken”. Met die suggesties heeft de NPO niets gedaan, zo leiden we af uit zowel de daadwerkelijke beluistering van NPO Blend als ook uit het feit dat de aanvraag is gericht op omzetting van “het experiment” NPO Blend naar een definitieve status. De NPO heeft dus geen originele ideeën hoe de luisteraars met een TMSC-achtergrond echt gericht kunnen worden bereikt, anders dan door hen een muziekmix met mainstream Amerikaanse r&b classics voor te schotelen.

76. Tenslotte, wat opvalt is dat de onderzoekers van Motivaction/TransCity/Dreamers wel met een aantal experts heeft gesproken, maar met werkelijk niemand uit de commerciële radiosector. Terwijl juist deze branche bij uitstek geschikt is om de effecten op de commerciële radiosector door NPO Blend aan het licht te brengen.

Markteffecten

77. Zoals uit het voorgaande blijkt, is het klip en klaar dat de NPO Sublime letterlijk uit de markt aan het drukken is. Waar Sublime als commercieel station genoodzaakt is om per uur 12 minuten reclame uit te zenden, zijn zowel NPO Soul en Jazz als NPO Blend geheel reclamevrij. Maar ook al zou NPO Blend wel reclame gaan uitzenden; dan nog zal Sublime deze concurrentie uiteindelijk niet kunnen overleven. Idem voor niet-landelijke commerciële stations als GLXY en Vibe Radio.
78. Daar waar Sublime het moet doen met een budget van een half miljoen euro per jaar waarvan ook nog de landelijke ether-distributiekosten moeten worden betaald alsmede de muziekroyalties, heeft NPO Blend die laatste kosten niet (zie randnr. 18). En de NPO stelt voor louter de programmering van NPO Blend een jaarlijks bedrag voor van maar liefst twee-en-een-half-miljoen euro. Aldus staat nu al vast dat de Minister door het geven van toestemming voor NPO Blend, bewerkstelligt dat Sublime het Nederlandse radiolandschap gedwongen zal moeten verlaten.
79. De komst van NPO Soul en Jazz maakte de toekomst voor Sublime al moeilijk; het mogen doorgaan van NPO Blend zal de forse duw zijn die Sublime zal doen omvallen. Immers, NPO Blend hoeft niet het volledige luisterpubliek van Sublime over te nemen; een klein deel ervan is al voldoende. Net als bij popconcerten de winst zit in de laatste duizend kaartjes en niet de eerste, is dat bij radio net zo. Nadat al een substantieel deel van de luisteraars ofwel is vertrokken ofwel Sublime afwisselt met NPO Soul en Jazz, zal een verdere verlaging van het marktaandeel van Sublime door NPO Blend funest zijn voor Sublime.
80. Ten overvloede: Sublime richt zich niet op een kapitaalkrachtige groep luisteraars in de leeftijdsgroep 20-49 jaar. Sublime richt zich op een algemeen publiek dat de door Sublime uitgezonden muziek kan waarderen in de leeftijdsgroep 20-59 jaar.
81. Dat NPO Blend “nadrukkelijk een eigen profiel” heeft zegt niets. De Burger King heeft ook “nadrukkelijk een eigen profiel” vergeleken met de McDonalds maar bij allebei kun je een hamburger kopen.
82. De reden waarom hierboven de focus is gelegd op marktverstoring door NPO Blend voor Sublime, is omdat NPO Blend al zelf de vergelijking met Sublime heeft gemaakt in haar aankondiging van “het experiment” op 15 november vorig jaar. Maar het gaat niet louter om Sublime. Het zusterstation van Sublime, SLAM! (ook van Mediahuis) exploiteert onder de naam SLAM! Juize een online themakanaal met afrobeats, nederlandstalige hiphop en R&B.
83. Daarnaast heeft (zoals al opgemerkt) de branchevereniging van niet-landelijke commerciële radio NLCR twee relatief kleine organisaties als lid die respectievelijk GLXY Radio en Vibe radio exploiteren. Deze stations maken gebruik van regionale FM-frequenties maar zijn in de digitale ether landelijk te ontvangen op DAB+ op kanaal 7D. GLXY zendt een mix uit van hiphop, rap, R&B en afro-beats. Vibe Radio richt zich meer op nederlandstalige hiphop.
84. Juist deze stations, gerund door relatief kleine organisaties, ondervinden onevenredig veel last van NPO Blend dat volledig gesubsidieerd en reclamevrij haar programma’s ten gehore brengt via hetzelfde digitale etherplatform (DAB+) als waar deze stations ook landelijk te vinden zijn.

85. Tegelijkertijd kan worden gesteld dat in muzikaal opzicht de landelijke digitale ontvangst in de DAB+ ether van Sublime, GLXY en Vibe Radio gecombineerd een groter en breder aanbod realiseert in het HipHop/R&B/Afro-beats genre dan NPO Blend momenteel doet. NPO Blend is dus bij voorbaat al geheel overbodig. De hierboven genoemde commerciële stations zitten allemaal in hetzelfde muzieksegment als NPO Blend; richten zich allemaal op een beperkt niche-publiek en hebben een bereik van enkele tienden van een procent marktaandeel of aanzienlijk minder dan dat.
86. Voor Sublime, GLXY en Vibe Radio is het continueren van NPO Blend funest. Bovendien heeft Sublime nog maar vorig jaar bij de FM-veiling van de landelijke commerciële radio haar frequenties verloren en moet nu digitaal zien te overleven; terwijl juist in die digitale ether er een staatssteun-concurrent van jewelste bij wordt geplaatst, vlak na het verliezen van de FM-ether.
87. Voor GLXY en Vibe Radio geldt juist dat deze stations binnenkort met de regionale FM/DAB+ veiling te maken krijgen. Hun huidige FM-vergunningen lopen af per 1 september 2025; voor de landelijke DAB+ zender 7D geldt dat deze vergunning afloopt per 1 september 2028. Met NPO Blend als definitieve concurrent is het overduidelijk dat na die aanstaande veiling ook deze formats niet langer zullen kunnen worden gecontinueerd. Economisch zijn ze dan immers niet meer levensvatbaar.
88. Voortzetting van NPO Blend vernietigt de landelijke commerciële DAB+ stations Sublime, GLXY en Vibe. Dat is des te onwenselijk nu ongewis is hoe lang er voldoende draagvlak blijft bestaan voor de keuze van de NPO om een zender als NPO Blend met belastinggeld te blijven voortzetten, naast FunX en NPO Soul en Jazz. De bestaande diversiteit in het huidige commerciële aanbod zou gekoesterd moeten worden. De luisteraars die prijs stellen op deze muziek, of die nu tot de TMSG-groepen behoren of niet, zijn niet gebaat bij een nieuwe NPO-initiatief dat alle commerciële concurrentie finaal de das omdoet, maar vervolgens zelf ook misschien geen lang leven beschoren blijkt.
89. Opnieuw stellen VCR en NLCR hierbij aan de orde dat het online-muziekkanaal van de NPO FunX Slow Jamz een volledig vergelijkbaar muziekaanbod heeft als NPO Blend (R&B). Maar de NPO heeft de staatssecretaris van Cultuur in 2022 verzocht dit kanaal te mogen beëindigen; daar bij Besluit van 11 oktober 2022 ook toestemming voor verkregen, waarna het kanaal tot op de dag van vandaag gewoon is voortgezet. Sinds 5 november 2023 is NPO Blend feitelijk ook een rechtstreekse concurrent van FunX Slow Jamz geworden.

Conclusie

90. De VCR & NLCR kunnen niet anders dan concluderen dat NPO Blend een volstrekt overbodige radiozender is zonder enige maatschappelijke noodzaak. De door de NPO meegestuurde rapporten geven meer redenen waarom NPO Blend géén vervolg zou moeten krijgen, dan wel. En voor zover NPO Blend toch een vervolg zou moeten krijgen, zou het dan moeten gaan om een ander radiostation dan wat het nu is (namelijk: een muziekzender met hoofdzakelijk Amerikaanse R&B). Uit eerdere rechtspraak volgt echter dat het de Minister niet vrij staat om aan instemming van de aanvraag inhoudelijke voorwaarden te verbinden.² In dat geval is dus de enige juridisch aanvaardbare optie dat de aanvraag wordt afgewezen.
91. Tevens kan worden gesteld dat de markteffecten veel groter zullen zijn dan in de aanvraag gesuggereerd voor de commerciële kleine doelgroepzenders met hiphop/r&b/soul, zoals

² ECLI:NL:RBMNE:2019:2905, r.o. 17.

Sublime, GLXY en Vibe Radio die ook landelijk via DAB+ te ontvangen zijn (net als NPO Blend dat zelf ook is). NPO Blend zal in staat zijn met het huidige format om van deze stations dusdanig veel luisteraars af te snoepen dat doorgaan voor deze commerciële zenders niet langer levensvatbaar zal zijn. Daarnaast zal NPO Blend kannibaliseren op NPO Soul & Jazz en FunX/FunX Slow Jamz, terwijl veel op NPO Blend gedraaide nummers eveneens met enige regelmaat voorbijkomen op NPO Radio 2 en 3FM.

Namens de Nederlandse Vereniging van Commerciële Radio VCR:

Robert Bernink, voorzitter
David Baum, secretaris
Herbert Visser, penningmeester

Namens de Niet-Landelijke Commerciële Radio NLCR:

Michael Bartelet, voorzitter

redacted on: 06/16/25

- Redaction (3 redactions)

1 Privilege / Exemption reason used:

1 -- "5.1.2.e" (3 instances)

Redacted pages:

Page 1, 5.1.2.e, 3 instances