



>Retouradres Postbus 16375 2500 BJ Den Haag

Nederlandse Publieke Omroep  
T.a.v. de Raad van Bestuur  
Bart de Graaffweg 2  
Postbus 26444  
1202 JJ HILVERSUM

**Media en Creatieve Industrie**  
Rijnstraat 50  
Den Haag  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag  
www.rijksoverheid.nl

**Contactpersoon**

1 - 5.1.2.e

1 - 5.1.2.e

**Onze referentie**  
52309417

**Bijlagen**

Datum

Betreft Ontwerpbesluit aanvraag nieuw aanbodkanaal NPO BLEND

Geachte Raad van Bestuur,

In de begroting voor 2025 heeft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) een aanvraag gedaan voor ministeriële instemming met het verspreiden van twee nieuwe aanbodkanalen: het radioprogrammakanaal NPO BLEND en het overige aanbodkanaal NPO Blend Online.

Hierbij stuur ik u mijn besluit op uw aanvraag.

### 1. Besluit tot instemming

NPO BLEND en NPO Blend Online zijn nieuwe aanbodkanalen in de zin van artikel 1.1. van de Mediawet 2008 die net als de overige aanbodkanalen, bedoeld in artikel 2.20, tweede lid, onderdeel c, van de Mediawet 2008 dienen ter uitvoering van de publieke taakopdracht. Voor het starten van een nieuw aanbodkanaal is voorafgaande instemming van de minister nodig op basis van artikel 2.21, eerste tot en met derde lid, van de Mediawet 2008.

Met toepassing van artikel 2.21, derde lid van de Mediawet 2008 verleen ik hierbij instemming met de verzorging en verspreiding van de aanbodkanalen NPO BLEND en NPO BLEND Online.

Hierna ga ik in op de aanvraag van de NPO, de adviezen van de Raad en het Commissariaat respectievelijk de analyse van de ACM, en de overwegingen die hebben geleid tot dit besluit. Bijlage 1 geeft uitleg over het wettelijke kader, de procedure en het toetsingskader. In bijlage 2 reageer ik op de ingebrachte zienswijzen van belanghebbende partijen voor zover die betrekking hebben op de aanvraag van de NPO. De marktanalyse van de Autoriteit Consument en Markt (ACM), het advies van de Raad voor Cultuur (de Raad), het advies van het Commissariaat voor de Media (het Commissariaat) en een brief van de NPO met aanvullende informatie over de aanvraag zijn te raadplegen via de onderscheiden websites en op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

## O-N-T-W-E-R-P

### 2. Beschrijving van NPO BLEND

NPO BLEND is een nieuw audioplatform dat op 9 november 2023 is gestart als experiment. Het platform bestaat uit twee aanbodkanalen: het radioprogrammakanaal NPO Blend en het overige aanbodkanaal NPO Blend Online. De NPO is positief over het verloop en de aanvangsbelangstelling van het experiment en vraagt daarom instemming met het omzetten van beide aanbodkanalen van experiment naar definitief onderdeel van de publieke taak. De gevraagde instemming ziet dus op het radioprogrammakanaal (NPO BLEND) en het overig aanbodkanaal NPO BLEND Online. In het vervolg zullen beide aanbodkanalen onder de noemer NPO Blend aangeduid worden, tenzij anders vermeld.

De NPO geeft in de aanvraag aan dat NPO BLEND zich richt op Nederlanders met een diverse culturele achtergrond in de leeftijdscategorie van 35 tot 44 jaar. Het gaat om de doelgroep die publieke zender FunX inmiddels is ontgroeid. Binnen deze doelgroep focust NPO BLEND zich in het bijzonder op Nederlanders met een Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische achtergrond. Het aanbod bestaat uit een muziekformat met een mix variërend van R&B, Afro, (neo-)soul tot hiphop, met veel classics uit de jaren 1990 tot 2010. Daarnaast heeft NPO BLEND een informatieve en journalistieke insteek, zowel met nieuws en actualiteiten uit Nederland als uit de landen waarmee een deel van de luisteraars daarnaast een binding heeft.

Het experiment NPO Blend startte als non-stop muziekformat en sinds februari 2024 zijn er in toenemende mate gepresenteerde programma's te beluisteren. De programma's worden gemaakt door verschillende redacties van omroepen. presentatie.

Vanwege het veranderende mediagedrag beoogt de NPO met NPO BLEND naast het lineaire kanaal in te zetten op on-demand mediavormen en het bereiken van het publiek via onlinekanalen. NPO Luister is daarbij de belangrijkste vindplaats, waarmee toegang kan worden verschaft tot NPO BLEND. Daarnaast zullen er mogelijkheden tot interactie worden vormgegeven.

De NPO geeft aan dat het de kosten van NPO BLEND zal financieren vanuit de bestaande middelen en doet geen additionele budgetaanvraag. De programmering wordt momenteel gefinancierd uit de Omroepbrede Middelen. Na instemming zal NPO BLEND worden gefinancierd binnen het beschikbare mediabudget voor Audio. De NPO geeft aan dat het toevoegen van NPO BLEND aan het audioportfolio betekent dat hij keuzes zal maken op andere plekken.

## O-N-T-W-E-R-P

### 3. Onderbouwing van de aanvraag door de NPO

In de begroting 2025 heeft de NPO een pro forma aanvraag gedaan voor NPO BLEND. In die aanvraag ontbrak daardoor de nadere uitwerking en onderbouwing.

Ik heb de NPO op 7 oktober 2024 gevraagd de nadere onderbouwing toe te sturen. Deze heb ik op 7 november 2024 ontvangen. Vervolgens heb ik de adviseurs gevraagd deze nadere onderbouwing te betrekken bij hun adviezen en marktanalyse. Op basis van de adviezen en de ontvangen analyse heb ik nadere vragen aan de NPO gesteld over de aanvraag. Deze nadere informatie heb ik op 26 maart 2025 ontvangen. Ik heb de nadere onderbouwing, de adviezen en marktanalyse en de nadere informatie van de NPO betrokken bij mijn besluit.

#### *Taakopdracht*

De NPO heeft in het concessiebeleidsplan voor de periode 2022-2026 beschreven dat het in lijn met de taakopdracht een breed gedragen publieke omroep wil zijn en onder andere wil voorzien in de behoeften van Nederlanders met verschillende etnische achtergronden. De NPO verwacht met NPO BLEND een bijdrage te leveren aan de taakopdracht om alle Nederlanders te bereiken met pluriform, betrouwbaar en hoogwaardig media-aanbod. In het bijzonder wijst de NPO op de taakopdracht om aandacht te hebben voor kleinere doelgroepen. De NPO heeft een kwalitatief onderzoek laten uitvoeren naar NPO BLEND door Labyrint Onderzoek en Advies.<sup>1</sup> Uit het onderzoek blijkt onder andere dat er een positieve aanvangsbelangstelling bestaat en dat de respondenten zich herkennen in de muziek en de presentatie.

#### *Bereiken bi-culturele Nederlanders*

De NPO constateert dat er een lancune is in het aanbod voor volwassenen met een biculturele achtergrond en dat deze groep het minst wordt bediend door de publieke omroep. Onder verwijzing naar een onderzoek van onderzoeksbureau Motivaction, geeft de NPO aan dat het dit deel van de luisteraars slecht bereikt.<sup>2</sup> Zo zou één op de drie 35-44 jarigen en twee op de vijf 45 – 55 jarigen aangeven dat ze niet naar de radiozenders van de NPO luisteren omdat het aanbod hen onvoldoende aanspreekt. De NPO richt zich op de doelgroep Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders en kiest hier voor omdat deze doelgroep op basis van CBS-cijfers significant genoeg zou zijn om te kunnen identificeren en onderzoeken. Dit betekent volgens de NPO niet dat NPO BLEND zich enkel richt op deze groep.

#### *Relatie aanbodkanaal FunX*

Uit onderzoek van Motivaction volgt dat 32 procent van de doelgroep die de NPO beoogt te bereiken met NPO BLEND momenteel luistert naar de zender NPO FunX, het aanbodkanaal dat zich specifiek richt op een jonge stedelijke doelgroep.<sup>3</sup> De NPO constateert dat er dus een grote groep - veelal oudere luisteraars - is die

<sup>1</sup>L. Straver & S. Ayvat, *Eindrapportage NPO BLEND. Muziekvoorkeuren en contentbehoeften onder FunX- ontgroeide volwassenen uit de G4 steden*, Utrecht: Labyrint Onderzoek & Advies 2024.

<sup>2</sup>A. Ait Moha et al., *Mediabereiksonderzoek Biculturele Nederlanders 2022. Bereik van reguliere en cultuurgebonden media onder Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders*. Amsterdam: Motivaction 2022.

<sup>3</sup>A. Ait Moha et al., *Mediabereiksonderzoek Biculturele Nederlanders 2022. Bereik van reguliere en cultuurgebonden media onder Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders*. Amsterdam: Motivaction 2022.

## O-N-T-W-E-R-P

niet meer luistert naar FunX, omdat de onderwerpen en muziek niet meer aansluiten bij de behoeften. Het verbreden van de doelgroep van NPO FunX ziet de NPO niet als mogelijkheid, omdat het aanbod van NPO FunX dan minder aantrekkelijk wordt voor de jongere doelgroep en dit het profiel van de zender in gevaar zou brengen. De NPO wil de oudere doelgroep daarom een nieuwe plek bieden in het Nederlandse radiolandschap, door met NPO BLEND te voorzien in een logische vervolg op NPO FunX.

De NPO ziet NPO BLEND als entree naar de publieke omroep en heeft de ambitie om op het aanbodkanaal een kruisbestuiving tussen audio en video te bewerkstelligen, met als doel de doelgroep beter te binden aan de publieke omroep. Hiermee wordt een verbinding gelegd met de rest van het portfolio van de NPO. Tot slot ziet de NPO het aanbodkanaal als broedplaats voor divers talent, dat vervolgens ook op andere plekken bij de publieke omroep aan de slag kan.

### *Positionering in de markt*

De NPO geeft aan dat NPO BLEND onderscheidend is door een unieke mix van muziekstijlen, een diverse doelgroep en een verrijkende benadering van nieuws en cultuur. NPO BLEND zal een integraal onderdeel worden van de online NPO Luister-omgeving en de NPO Luister-app. Hiermee verschaft NPO Luister toegang tot NPO BLEND.

De NPO stelt op basis van onderzoek door marketingbedrijf TransCity dat er onder grote mediapartijen geen vergelijkbare zender wordt aangeboden, maar dat er wel kleinere (online) zenders zijn die zich richten op een vergelijkbare doelgroep.<sup>4</sup> De NPO is van mening dat deze zenders zich met name richten op nieuw Nederlands talent en een jongere doelgroep.

Volgens de NPO zal NPO BLEND enige impact hebben op de commerciële markt. Uit het onderzoek van TransCity volgt dat de combinatie FunX en NPO BLEND potentieel interessant is voor adverteerders.<sup>5</sup> De NPO heeft de ambitie om met NPO BLEND initieel een luisteraandeel van 0,5% - 1% te behalen. Dit betekent dat er wekelijks rond de 400.000 – 500.000 luisteraars bereikt moeten worden.

## **4. Zienswijzen belanghebbenden**

Belanghebbende marktpartijen zijn rechtstreeks en via publicaties in de Staatscourant en op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl) op de hoogte gesteld van de aanvraag van de NPO en over de aanvraagprocedure.<sup>6</sup> Naar aanleiding hiervan hebben de Vereniging Commerciële Radio (VCR) en de vereniging Niet- Landelijke Commerciële Radio (NLCR) een zienswijze ingediend. Deze zienswijze is aan de Raad, het Commissariaat en aan de ACM gestuurd met het verzoek deze in hun advisering respectievelijk marktanalyse te betrekken. In bijlage 2 bij dit besluit ga ik in op de zienswijzen van de VCR de NLCR.

---

<sup>4</sup> R. Romer & M. Tanyau, Validatie van de plannen voor NPO BLEND. Schiedam/Rotterdam: TransCity/Dreamers Inc. 2024.

<sup>5</sup> R. Romer & M. Tanyau, Validatie van de plannen voor NPO BLEND. Schiedam/Rotterdam: TransCity/Dreamers Inc. 2024.

<sup>6</sup> [Aankondiging procedure aanvraag aanbodkanaal landelijke publieke omroep, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap \(Stcrt, 2024, 33170\).](#)

## O-N-T-W-E-R-P

### 5. Adviezen Raad voor Cultuur en Commissariaat voor de Media

#### *Commissariaat voor de Media*

Het Commissariaat heeft zich gericht op de vraag in hoeverre NPO Blend van toegevoegde waarde is voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht van de NPO en of het aanbodkanaal past bij de invulling van de publieke taakopdracht zoals de NPO deze voor ogen heeft. Op 11 februari 2025 heeft het Commissariaat een positief advies uitgebracht over de aanvraag voor NPO BLEND.

Het Commissariaat wenste echter op bepaalde onderdelen extra onderbouwing van de NPO, zoals bij de keuze voor de doelgroep Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders en de keuze om deze doelgroep te bedienen via nieuwe aanbodkanalen. Mede naar aanleiding van de adviezen van de Raad en het Commissariaat heb ik op 17 maart 2025 aanvullende vragen gesteld aan de NPO over NPO BLEND. De vragen gingen over de doelgroep die de NPO beoogt te bereiken, de relatie tot de doelgroep van NPO FunX en de wijze waarop de NPO de doelgroep wil binden aan de NPO. De NPO heeft deze vragen per brief van 26 maart beantwoord. Het Commissariaat heeft de zienswijzen van de belanghebbenden betrokken bij zijn advisering.

#### *Raad voor Cultuur*

Op 5 februari 2025 heeft de Raad voor Cultuur een positief advies uitgebracht voor aanbodkanaal NPO BLEND. De Raad ziet de toegevoegde waarde van het aanbodkanaal, met name door het brengen van maatschappelijke onderwerpen vanuit verschillende perspectieven en die relevant zijn voor de doelgroep. Daarbij geeft de Raad aan dat het erop vertrouwt dat de NPO de resultaten uit de verschillende onderzoeken betreft bij de verdere ontwikkeling van NPO BLEND. Bij de advisering heeft de Raad voor Cultuur de zienswijzen van de belanghebbenden betrokken.

Ik heb bij het nemen van mijn besluit acht geslagen op de adviezen van de Raad en het Commissariaat. Ik stel vast dat deze adviezen op zorgvuldige wijze tot stand zijn gekomen.

### 6. Afwegingen

#### *6.1 Overwegingen met betrekking tot het publieke belang van NPO BLEND*

##### *Publieke mediaopdracht en aandacht voor kleine doelgroepen.*

Om tot een besluit te komen dien ik af te wegen of de NPO met NPO BLEND vanuit de brede taakopdracht invulling geeft aan de democratische, sociale en culturele behoeften in de samenleving. Daarbij wil ik onderschrijven dat het aanbod van de NPO niet als aanvullend beschouwd dient te worden en dat daarom niet wordt meegewogen of commerciële partijen in een vergelijkbaar aanbod voorzien.

De NPO beoogt met NPO BLEND te voorzien in een aanbodkanaal voor de doelgroep bi-culturele Nederlanders in de leeftijdscategorie 35-44 jaar, met daarbinnen een focus op Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders. Tegelijkertijd zal het aanbod zich niet slechts beperken tot deze groep. NPO BLEND zal volgens de NPO voorzien in een unieke aanbodmix bestaande uit een muziekformat en programma's met een informatieve en journalistieke insteek, afgestemd op de behoeften van de doelgroep. Veel

## O-N-T-W-E-R-P

aandacht zal uitgaan naar maatschappelijke verdieping vanuit een inclusief perspectief.

Uit het onderzoek van Motivaction blijkt dat de beoogde doelgroep momenteel onvoldoende wordt bediend door het bestaande aanbod van de NPO.<sup>7</sup> Daarnaast is geconstateerd dat de doelgroep Nederlanders met een bi-culturele achtergrond in de toekomst enkel toe zal nemen. De NPO geeft aan dat kwalitatief onderzoek naar het experiment NPO BLEND uitwijst dat het aanbodkanaal voorziet in de audiobehoeftes van de beoogde doelgroep.

Daarnaast biedt de NPO het bredere publiek via NPO BLEND de mogelijkheid om in aanraking te komen met nieuwe stemmen en perspectieven. Hiermee draagt NPO BLEND bij aan pluriform aanbod en geeft het invulling aan de taak om in het media-aanbod aandacht te hebben voor kleine doelgroepen, zoals is opgenomen in de publieke mediaopdracht in de Mediawet 2008, artikel 2.1, tweede lid, onder c. Daarmee sluit de NPO met NPO BLEND aan bij de doelstellingen op het gebied van het bereiken van nieuwe doelgroepen zoals gepresenteerd in de begroting 2025 en voorziet het in de behoeften van Nederlanders met verschillende etnische achtergronden zoals beschreven in het Concessiebeleidsplan 2022-2026.<sup>8</sup>

NPO BLEND kan een middel zijn om de beoogde doelgroep en ook makers te binden aan de publieke omroep en hen een vaste plek te bieden binnen het bestel. Daarbij kan NPO BLEND volgens de NPO ook functioneren als toegang naar aanbod op NPO Luister en NPO Start.

### *Nieuw lineair aanbodkanaal*

Hoewel het medium radio een dalende trend laat zien in luistercijfers, is het volgens de NPO nog steeds een belangrijk medium met een breed bereik, zeker bij de wat oudere doelgroepen. Uit het onderzoek van Motivaction volgt dat een deel van de beoogde doelgroep op dit moment al luistert naar het aanbod van aanbodkanaal NPO FunX, maar dat het aantal luisteraars afneemt naarmate de doelgroep ouder wordt en in een andere levensfase terechtkomt.<sup>9</sup> Een verdere verbreding van de doelgroep van FunX ziet de NPO niet als optie, omdat het aanbodkanaal zich richt op een jonge stedelijke doelgroep. De huidige doelgroep is al redelijk breed. Daarmee heeft de NPO de keuze voor een nieuw aanbodkanaal inzichtelijk gemaakt.

### *Toegankelijkheid*

Het is van belang dat de NPO inspeelt op het veranderende mediagedrag door in te zetten op bereiken van publiek via onlinekanalen. NPO Luister zal hiervoor het voornaamste platform zijn. NPO BLEND is gratis beschikbaar via DAB+, onlinekanalen en via de eigen website en NPO Luister.

## 6.2 Overwegingen met betrekking tot de markt.

---

<sup>7</sup> L. Straver & S. Ayvat, *Eindrapportage NPO BLEND. Muziekvoorkeuren en contentbehoeften onder FunX-ontgroeide volwassenen uit de G4 steden*, Utrecht: Labyrinth Onderzoek & Advies 2024.

<sup>8</sup> NPO, *Begroting 2025*, [www.npo.nl](http://www.npo.nl); NPO, *Concessiebeleidsplan 2022 – 2026*, [www.npo.nl](http://www.npo.nl)

<sup>9</sup> L. Straver & S. Ayvat, *Eindrapportage NPO BLEND. Muziekvoorkeuren en contentbehoeften onder FunX-ontgroeide volwassenen uit de G4 steden*, Utrecht: Labyrinth Onderzoek & Advies 2024.

## O-N-T-W-E-R-P

De ACM heeft op 12 februari 2025 geconcludeerd dat de introductie van het nieuwe aanbodkanaal geen significante effecten veroorzaakt op de marktstructuur van de radioluistermarkt en de radioadvertentiemarkt. Ik stel vast dat de analyse door de ACM op een zorgvuldige wijze tot stand is gekomen. Voor de volledige analyse van de ACM verwijs ik naar [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl).

Volgens de ACM gaat NPO BLEND concurreren met andere radiostations. Dit gebeurt enerzijds door het trekken van zo veel mogelijk luisteraars en anderzijds door radioadvertentieruimte te verkopen aan adverteerders. De ACM gaat ervan uit dat de NPO met NPO BLEND een bredere groep zal aanspreken dan enkel de beoogde doelgroep, en dat het luisteraandeel afkomstig zal zijn van grote en kleine bestaande zenders die zich richten op een vergelijkbare doelgroep.

De ACM concludeert dat de introductie van NPO BLEND geen merkbare impact zal hebben op de marktstructuur van de radiomarkt en merkt daarbij op dat de meeste radiostations weinig tot niets zullen merken van deze nieuwe speler. Tegelijkertijd ziet de ACM zorgen over de effecten voor kleine radiostations die zich op dezelfde doelgroep richten als NPO BLEND en mogelijk consequenties ervaren bij een afname van een klein deel van de luisteraars. Volgens de ACM is het dan niet onaannemelijk dat een kleine radiozenders met de introductie van NPO BLEND besluiten te stoppen. Dit laat onverlet dat de ACM niet verwacht dat de introductie van NPO BLEND de marktstructuur op de gehele radioluistermarkt aantast.

De ACM kwalificeert het effect op de radioadvertentiemarkt als afgeleide van het effect op de radioluistermarkt. De mate van aantrekkelijkheid voor adverteerders wordt in belangrijke mate bepaald door het aantal luisteraars. Volgens de ACM zal de impact op de radioadvertentiemarkt eveneens gering zijn, vanwege het beperkte verwachte marktaandeel van NPO BLEND.

### 6.3 Afweging publieke belang en mogelijke markteffecten

#### *Publieke belang*

Met NPO BLEND kan de publieke omroep een nieuwe doelgroep aanspreken die hij tot nu toe onvoldoende weet te bereiken. Ter onderbouwing hiervan heeft de NPO verschillende onderzoeken gebruikt.

De NPO geeft met de introductie van het aanbodkanaal uitdrukking aan zijn wettelijke taak om ook kleinere doelgroepen aan te spreken en te voorzien in een waardevolle toevoeging aan het pluriforme aanbod ten behoeve van de gehele Nederlandse samenleving. Daarnaast past het aanbodkanaal goed bij de doelstellingen die de NPO heeft gesteld met betrekking tot de beoogde doelgroep. Indien de NPO de beoogde doelgroep op lange termijn niet voldoende weet te bereiken, kan het zijn dat een steeds groter deel van de Nederlandse samenleving zich niet aangesproken voelt door het aanbod van de NPO. Daarmee bestaat een risico dat de NPO op lange termijn de publieke mediaopdracht niet in de volle breedte kan uitvoeren en daardoor aan relevantie zal verliezen, niet alleen voor een breder publiek, maar juist onder specifieke doelgroepen.

#### *Toegevoegde waarde nieuw aanbodkanaal*

De NPO heeft voldoende onderbouwd waarom is gekozen voor een nieuw aanbodkanaal in plaats van uitbreiding van een bestaand aanbodkanaal, zoals

## **O-N-T-W-E-R-P**

NPO FunX. Daarbij vind ik het aannemelijk dat de NPO in de volle breedte wil voorzien in de behoeftes van de doelgroep en dat een los programma op een bestaand aanbodkanaal daar onvoldoende in voorziet.

Daarnaast heb ik begrip voor de opvattingen die zijn gedeeld door de belanghebbenden. Zij voorzien consequenties voor bestaande partijen die een vergelijkbare doelgroep beogen te bedienen en zijn kritisch op het bestel waarin zij concurreren met een publieke partij die met behulp van overheidsfinanciering media-aanbod maakt. Ik wil echter benadrukken dat de NPO een eigenstandige taak heeft om vanuit een brede taakopdracht te voorzien in de democratische, sociale en culturele behoeften in de samenleving. Het is de wettelijke taak van de NPO om niet alleen een aansprekend aanbod voor een breed en algemeen publiek te verzorgen, maar juist ook voor specifieke doelgroepen. Vanuit die diversiteit in het aanbod kan de NPO een belangrijke maatschappelijk verbindende rol spelen. Zoals eerder aangegeven is het aanbod van de NPO niet aanvullend op het aanbod van commerciële partijen. Het aanbod van de NPO wordt zelfstandig getoetst op publieke waarde. De mogelijke overlap met commercieel aanbod is daarbij een gegeven dat op zich niet in de weg staat aan instemming.

Ik acht de publieke waarde van NPO BLEND voldoende onderbouwd. De Raad en het Commissariaat hebben positief geadviseerd. De ACM heeft geconcludeerd dat er geringe markteffecten zijn. Ik concludeer dat er geen zodanig onevenredig nadelige gevolgen voor de markt zijn dat deze opwegen tegen het publieke belang dat is gemoeid met NPO BLEND.

### **7. Conclusie**

Met toepassing van artikel 2.21, derde lid, van de Mediawet 2008 verleen ik instemming met NPO BLEND. De instemming ziet op het radioprogrammakanaal NPO BLEND en het overig aanbodkanaal NPO BLEND Online. Daarmee maken beide aanbodkanalen onderdeel uit van de publieke taakopdracht van de landelijke publieke mediadienst

Met vriendelijke groet,

de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,

1 - 5.1.2.e

Eppo Bruins

## O-N-T-W-E-R-P

### BIJLAGE 1 bij Besluit nr. 52309417 tot instemming met aanbodkanaal NPO BLEND en NPO BLEND Online

#### 1. Wettelijk kader en procedure

##### 1.1 Wettelijke kader

Volgens de Europese regels inzake staatssteun bij de publieke omroep moeten de aard en omvang van de publieke taak van de publieke omroep volgens een transparante procedure worden vastgesteld. Aanbodkanalen zijn onderdeel van de publieke taak van de landelijke publieke omroep. Voor de verzorging van nieuwe aanbodkanalen, het doorvoeren van significante wijzigingen van bestaande aanbodkanalen en het beëindigen van aanbodkanalen is op grond van artikel 2.21, derde lid, Mediawet 2008 voorafgaande instemming van de minister vereist. De landelijke publieke omroep geeft in het Concessiebeleidsplan (hierna: CBP) of in de jaarlijkse meerjarenbegroting onderbouwd aan welke nieuwe aanbodkanalen hij wil toevoegen aan het aanbod en welke bestaande aanbodkanalen significant worden gewijzigd of beëindigd en vraagt daarvoor de instemming van de minister (artikel 2.21, derde lid, Mediawet 2008).

De instemmingsprocedure waarborgt dat de aard en omvang van de taak van de publieke omroep op transparante wijze wordt vastgesteld en toebedeeld, in overeenstemming met de Europeesrechtelijke kaders voor staatssteun en de toepassing daarvan op de financiering van de publieke omroep, in het bijzonder kan hierbij verwezen worden naar het besluit van de Europese Commissie van 26 januari 2010.<sup>10</sup> Onderdeel van dit besluit is de toepassing van de uniforme openbare voorbereidingsprocedure van afdeling 3.4 van de Algemene wet bestuursrecht bij de besluitvorming over instemming met publieke mediadiensten.

In de begroting 2025 heeft de NPO een pro forma aanvraag gedaan voor NPO BLEND. Op 7 november 2024 heeft de NPO de aanvraag voorzien van een nadere onderbouwing. Tot slot heeft op de NPO op 26 maart 2025 aanvullende informatie aangeleverd over de aanvraag, op verzoek van het ministerie. Op grond van de Mediawet 2008 en de wetsgeschiedenis betreft de aanvraag een introductie van een nieuw aanbodkanaal. Het gaat in de aanvraag om een kanaal dat nog niet eerder bestond.<sup>11</sup>

##### 1.2 Procedure

De gevolgde procedure is als volgt:

###### *Aanvraag*

In de begroting voor 2025 heeft de NPO een pro forma aanvraag gedaan om het experiment NPO BLEND om te zetten in een nieuw aanbodkanaal. Op 7 november 2024 heeft de NPO hiervoor aanvullende informatie verschaft en op 26 maart 2024 heeft de NPO op verzoek van het ministerie nogmaals aanvullende informatie verschaft. De begroting 2025 is op grond van artikel 2.148 van de Mediawet 2008 openbaar gemaakt via publicatie op [www.npo.nl](http://www.npo.nl). De aanvullende onderbouwing op de aanvraag is ook op deze website te vinden. De informatie die de NPO heeft aangeleverd op verzoek van het ministerie zal gelijktijdig met de publicatie van het ontwerpbesluit, beschikbaar worden gesteld op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl).

###### *Informeren belanghebbende partijen*

Op 14 oktober 2024 is een mededeling in de Staatscourant geplaatst met

<sup>10</sup> Beschikking van de Europese Commissie, nr. c (2010) 132, inzake steunmaatregel E (ex BB 17b/2003), "Jaarlijkse financiering van de Nederlandse publieke omroep".

<sup>11</sup> Kamerstukken II, vergaderjaar 2009-2010, 21 501-34, nr. 142.

## O-N-T-W-E-R-P

vermelding van de aanvraag en aankondiging van de start van de procedure. Daarbij is vermeld dat als belanghebbenden dat wensen zij hun eerste inbreng kunnen opsturen naar het Ministerie van OCW, binnen vier weken na aanvulling van de aanvraag door de NPO. Het ministerie heeft de inbreng vervolgens gedeeld met de Raad, het Commissariaat en de ACM die de inbreng betrokken hebben bij het opstellen van hun adviezen respectievelijk marktimpactanalyse, op voorwaarde dat de inbreng uiterlijk op 20 december 2024 is ontvangen voor het ministerie.

Voorafgaand aan de mededeling in de Staatscourant zijn de volgende belanghebbenden bij brief van 8 september 2024 actief op de hoogte gesteld van de aanvraag en de te volgen procedure: DeltaFiber, KPN, NDP Nieuwsmedia, NLconnect, NLCR, VCR, Odido en VodafoneZiggo.

### *Advisering Raad voor Cultuur en Commissariaat voor de Media*

Op grond van artikel 2.21, tweede lid van de Mediawet 2008 adviseren de Raad en het

Commissariaat over aanvragen voor nieuwe aanbodkanalen en significante wijziging of beëindiging van bestaande aanbodkanalen. Het Commissariaat en de Raad hebben op respectievelijk 11 februari 2025 en 3 februari 2025 advies uitgebracht over de aanvraag van de NPO.

### *Eerste inbreng belanghebbenden*

Met een brief van 12 december 2024 hebben de VCR en de NLCR gebruik gemaakt van de mogelijkheid om een eerste zienswijze in te dienen bij de Raad en het Commissariaat. Beide adviseurs hebben de inbreng van de VCR in hun advisering betrokken.

### *Marktanalyse door Autoriteit Consument en Markt (ACM)*

Onderdeel van de procedure is de beoordeling van de aanvraag op de gevolgen voor de markt. De ACM heeft een onderzoek uitgevoerd naar de te verwachten effecten van de voorgenomen introductie van NPO BLEND. Op 12 februari 2025 heeft de ACM zijn analyse uitgebracht.

### *Ontwerpbesluit*

De minister stelt vervolgens mede op basis van de adviezen en de marktanalyse een ontwerpbesluit op. Het ontwerpbesluit en de daarop betrekking hebbende relevante stukken worden openbaar gemaakt door deze ter inzage te leggen via plaatsing op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl). Daaraan voorafgaand wordt van het ontwerpbesluit kennis gegeven in de Staatscourant. Op [...] is in de Staatscourant kennis gegeven van de zakelijke inhoud van het ontwerpbesluit. Op [...] zijn het ontwerpbesluit en de daarop betrekking hebbende relevante stukken gepubliceerd op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl). Met een brief van [...] is het ontwerpbesluit aan de hiervoor genoemde belanghebbenden toegezonden en is nadere uitleg gegeven over de procedure, waaronder de wijze waarop zienswijzen kunnen worden ingediend.

### *Zienswijzen belanghebbende partijen*

Belanghebbenden kunnen binnen zes weken na terinzagelegging van het ontwerpbesluit schriftelijk of mondeling een onderbouwde zienswijze geven over het ontwerpbesluit. In deze periode wordt ook een hoorzitting gehouden als daar naar het oordeel van de minister voldoende behoefte aan bestaat. [...] hebben schriftelijke zienswijzen ingediend. [Op ... Is een hoorzitting gehouden, waarbij ... aanwezig waren. Van de hoorzitting is een onafhankelijk verslag gemaakt.]

### *Definitief besluit*

Na afloop van de zienswijzetermijn neemt de minister een definitief besluit. De minister weegt de door belanghebbenden ingediende onderbouwde zienswijzen op zorgvuldige en evenwichtige wijze mee. De schriftelijke zienswijzen, met

## **O-N-T-W-E-R-P**

uitzondering van de delen die door partijen als vertrouwelijk zijn aangemerkt, [en het verslag van de hoorzitting] worden tegelijk met het definitieve besluit ter inzage gelegd via publicatie op [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl).

### *Beroep*

Bij toepassing van de uniforme openbare voorbereidingsprocedure kunnen belanghebbenden die het niet eens zijn met het besluit van de minister binnen zes weken na de terinzageléging rechtstreeks beroep instellen bij de bestuursrechter.

### **1.3 Het toetsingskader**

De publieke omroep geeft elke vijf jaar in het CBP en zo nodig in de jaarlijkse begroting aan welke nieuwe aanbodkanalen hij wil toevoegen aan zijn aanbod en welke bestaande aanbodkanalen significant wijzigen of worden beëindigd. De NPO vraagt hiervoor instemming van de minister (artikel 2.21 van de Mediawet 2008). De publieke omroep moet onderbouwen waarom nieuwe aanbodkanalen of significante wijzigingen van bestaande aanbodkanalen passen binnen de publieke taak. Daarbij moet aandacht besteed worden aan de beoogde doelgroep en het beoogde publieksbereik, de behoefte van het publiek, de relatie met het andere media-aanbod, het bestaande aanbod op de markt, de wijze van distributie en financiering. Het inhoudelijke beoordelingskader voor instemming met aangevraagde aanbodkanalen ligt besloten in de publieke taak zoals die bepaald is in artikel 2.1 van de Mediawet 2008.

Mede op basis van de adviezen en marktanalyse weegt de minister onevenredig nadelige gevolgen voor de markt af tegen het publieke belang van een nieuw of significant gewijzigd aanbodkanaal. De minister weegt de onderbouwde zienswijzen die naar aanleiding van het ontwerpbesluit door belanghebbende partijen zijn ingediend op een zorgvuldige en evenwichtige wijze mee bij het nemen van een definitief besluit.

## O-N-T-W-E-R-P

### Bijlage 2 bij Besluit nr. 52309417 tot instemming van NPO BLEND

#### A. Eerste ronde ingekomen zienswijzen

##### I. Ingekomen zienswijzen

1. De Vereniging Commerciële Radio (VCR) en de vereniging Niet-Landelijke Commerciële Radio (NLCR) hebben op 12 december 2024 een zienswijze ingediend per brief. Onderstaand ga ik in op de genoemde bezwaren.

##### II. Reactie op de ingekomen zienswijzen.

###### II.1 Zienswijze VCR en NLCR

Volgens de **VCR** en de **NLCR** dient de aanvraag voor aanbodkanaal NPO BLEND te worden afgewezen, omdat partijen van mening zijn dat NPO BLEND geen wezenlijke toevoeging vormt voor de pluriformiteit van het media-aanbod.

###### Reactie

2. Getoetst is of de introductie van NPO BLEND voorziet in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving en daardoor bijdraagt aan de publieke taakopdracht. Deze behoefte is naar mijn oordeel voldoende onderbouwd. De NPO heeft door middel onderzoeken aangetoond dat er onder de beoogde doelgroep behoefte is aan het aanbod van NPO BLEND en dat de NPO momenteel nog niet in die behoefte voorziet. Daarnaast heeft de NPO een kwalitatief onderzoek laten uitvoeren onder de doelgroep naar het experiment van NPO BLEND. Met NPO BLEND geeft de NPO uitvoering aan de publieke taakopdracht, in het bijzonder door zich te richten op aanbod voor een kleinere doelgroep, die bestaat uit de doelgroep Turkse-, Marokkaanse-, Surinaamse- en Caribische Nederlanders. Daarnaast past het aanbodkanaal bij de doelstellingen die de NPO gesteld heeft ten aanzien van bereiken van biculturele Nederlanders via het aanbod. De NPO ziet voor NPO BLEND een belangrijke functie weggelegd om een brug te slaan met het bredere aanbod van de publieke omroep.

3. Daarnaast hebben zowel het Commissariaat en de Raad positief geadviseerd over de toegevoegde waarde die NPO BLEND heeft voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht.

Volgens de **VCR** en de **NLCR** is het aanbod van het nieuwe aanbodkanaal ook op grote commerciële zenders te beluisteren en luistert er een groot en gevarieerd publiek naar. Dit zou ook gelden voor de doelgroep die de NPO beoogt te bereiken.

###### Reactie

4. Het gaat er niet om of in het type aanbod op NPO BLEND al voldoende is voorzien via kanalen van commerciële zenders. Het enkele feit dat commerciële partijen zoals Sublime en GLXY zich richten op vergelijkbare muziekgenres, betekent niet dat deze genres geen onderdeel zouden kunnen uitmaken van de programmering van de landelijke publieke omroep. Zoals reeds is benoemd, wordt getoetst of NPO BLEND voorziet in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving en daardoor bijdraagt aan de publieke taakopdracht.

5. In de aanvraag heeft de NPO duidelijk gemaakt dat het de doelgroep niet slechts wil bereiken met een aansprekend muziekformat, maar ook door maatschappelijke onderwerpen te behandelen vanuit een journalistieke insteek en het bieden van nieuwe perspectieven. Uit het onderzoek dat de NPO naar aanleiding van het experiment heeft laten uitvoeren, volgt dat zowel het

## O-N-T-W-E-R-P

muziekformat als de inhoudelijke focus op leefwereld van de doelgroep positief wordt ontvangen.<sup>12</sup> Ik verwacht dat de NPO de aandachtspunten uit het onderzoek en de validatie van de plannen meeneemt in de verdere invulling van het aanbodkanaal.

De **VCR** en **NLCR** betwisten de noodzaak van een volledig met belastinggeld gefinancierd muziekstation in de markt, ongeacht het aanbod dat op deze stations wordt aangeboden. Mocht de NPO dan toch een specifieke doelgroep willen bedienen met een muziekformat op DAB+, dan stellen partijen dat het voor de hand ligt om het aanbod van NPO FunX te verbreden. Daarnaast geven de partijen aan dat binnen de doelgroep grote verschillen bestaan in leefstijl, interesses en muzieksmaak.

### Reactie

6. De publieke omroep heeft een eigenstandige taak om uitvoering te geven aan de publieke mediaopdracht die is vastgelegd in artikel 2.1. van de Mediawet 2008 en daarmee te voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Binnen deze taak valt ook het verzorgen van radioprogramma-aanbod, niet alleen voor een breed publiek, maar ook voor specifieke doelgroepen. Ik vind het van groot belang dat de publieke omroep deze taakopdracht op een goede manier kan blijven uitvoeren en dat hiervoor middelen beschikbaar zijn. Daarnaast is onvermijdelijk dat de publieke omroep zich bevindt in een markt waarin ook commerciële spelers aanwezig zijn. Daarom hecht ik waarde aan een zorgvuldige procedure waarin de zienswijzen van belanghebbenden en de analyse van de ACM over de markteffecten belangrijke elementen zijn voor het besluit dat ik neem.

7. De NPO heeft voldoende heeft onderbouwd waarom hij ervoor heeft gekozen om de doelgroep te bedienen via nieuwe aanbodkanalen en niet via een bestaand muziekformat zoals NPO FunX. Daarnaast heeft de NPO, zoals ik eerder al toelichtte, middels onderzoek kunnen aantonen dat er binnen de beoogde doelgroep behoefte is aan het aanbod van NPO BLEND.

De **VCR** en de **NLCR** achten de voorspelde bereikcijfers op basis van de inschatting van de NPO, realiseerbaar. Volgens hen betekent dit dat dit ten koste gaat van NPO Soul en Jazz en van commerciële stations, zoals Sublime, GLXY Radio en Vibe Radio. De **VCR** en de **NLCR** stellen dat de markt in dit segment te klein is om de zenders ongestoord naast elkaar te laten bestaan. Volgens de partijen zullen kleine zenders door toekenning van de aanvraag verdwijnen. Daarbij stellen zij dat de huidige diversiteit in het commerciële aanbod gekoesterd moet worden.

### Reactie

8. Het is niet ondenkbaar dat de introductie van NPO BLEND gevolgen zal hebben voor kleinere radiostations, zoals de partijen stellen. Uit de analyse van de ACM volgt ook dat het niet onaannemelijk is dat kleine radiostations mogelijk consequenties ervaren bij een afname van luisteraars. Volgens de ACM zal een luisteraandeel van NPO BLEND afkomstig zijn van grote en kleine bestaande zenders. Tegelijkertijd merkt de ACM op dat de meeste radiostations weinig tot niets zullen merken van deze nieuwe speler. Hij verwacht dan ook niet dat de introductie van NPO BLEND de marktstructuur op de gehele radioluistermarkt aantast. De ACM trekt een vergelijkbare conclusie wat betreft de effecten op de radioadvertentiemarkt. Het effect hierop wordt gekwalificeerd als afgeleide van het effect op de radioluistermarkt. De ACM verwacht dat de impact op de

## O-N-T-W-E-R-P

radioadvertentiemarkt eveneens gering zal zijn, vanwege het beperkte verwachte marktaandeel van NPO BLEND. Mede door de analyse door de ACM kom ik daarom tot de conclusie dat de nadelige gevolgen voor de markt niet zodanig zijn dat deze opwegen tegen het publieke belang dat met NPO BLEND wordt bediend.

De **VCR** en de **NLCR** betogen dat de NPO geen objectiveerbare gegevens deelt over het huidige of het te verwachten bereik van NPO BLEND, of van de impact van de zender op het weekbereik van publieke of commerciële zenders met een vergelijkbaar aanbod. Ter onderbouwing wijzen de partijen op het feit dat NPO FunX – dat gelijkenissen vertoont in het muziekformat en de doelgroep – niet wordt meegenomen in het NMO luisteronderzoek.

### Reactie

9. De NPO heeft in de aanvraag inzicht gegeven in de streamingdata via de eigen platforms. Daarbij geeft de NPO aan dat NPO BLEND vanwege de experiment status nog niet is meegenomen in de radiometingen van het Nationaal Media Onderzoek (NMO). Ik merk op dat de VCR en de NLCR zich bij de onderbouwing van bovenstaand argument voor een groot deel richten op de bereikcijfers van NPO FunX en niet op die van NPO BLEND, terwijl de aanvraag op laatstgenoemde is gericht.

10. Uit de analyse van de ACM blijkt dat de partijen de schatting van de NPO ten aanzien van het aantal luisteraars per week aannemelijk achten. Zoals reeds aangegeven verwacht de ACM wel dat het luisteraandeel afkomstig zal zijn van een groot aantal bestaande marktpartijen, waar de NPO verwacht dat een deel van de beoogde luisteraars momenteel niet van de traditionele mediakanalen komt. Dit laat onverlet dat de ACM tot de conclusie komt dat de NPO BLEND de marktstructuur op de gehele radiomarkt niet zal aantasten.

De **VCR** en de **NLCR** betogen dat NPO BLEND geen experiment is zoals bedoeld in de Mediawet 2008 omdat het aanbod vrijwel geheel bestaat uit muziekaanbod uit populaire muziekgenres. Het aanbodkanaal biedt daarmee weinig nieuws of innovatiefs, onder andere omdat muziek op DAB/DAB+ al sinds lange tijd wordt uitgezonden en de NPO al een online-muziekkanaal heeft met een vergelijkbaar muzikaal aanbod. Daarnaast geven de partijen aan dat de huidige schaal van het experiment zich niet verhoudt tot de kleinschaligheid die daarmee gepaard hoort te gaan.

### Reactie

11. De Mediawet 2008 staat het toe dat er onder voorwaarden zonder voorafgaande instemming experimenten met nieuwe of significante wijzigingen van bestaande aanbodkanalen kunnen worden uitgevoerd. In de Mediawet 2008 staat ook dat een experiment dient om te onderzoeken of aanbodkanalen een bijdrage kunnen leveren aan de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. In het Mediabesluit 2008 staan nadere regels waaraan een experiment moet voldoen. Beperking tot bepaald aanbod is daarbij geen criterium. De beperking in publieksbereik van een experiment is weliswaar uitgangspunt, tenzij dat vanwege hoge kosten of technische beperkingen niet kan. De NPO moet beschrijven wat de positie van het experiment is binnen de publieke mediaopdracht en wat de relatie is tot het andere media-aanbod.

**O-N-T-W-E-R-P**

**B. Tweede ronde ingekomen zienswijzen**

**I. Ingekomen zienswijzen**

ONTWERP

redacted on: 06/17/25

- Redaction ( 4 redactions )

---

1 Privilege / Exemption reason used:

1 -- "5.1.2.e" ( 4 instances )

Redacted pages:

Page 1, 5.1.2.e, 3 instances

Page 8, 5.1.2.e, 1 instance