

Plannen moeten voldoen aan de beleidsmatige kaders van de NPO. De volgende beleidsdocumenten vormen samen het beleidsmatige kader voor het plaatsen en verspreiden van media-aanbod online:

Wat	Regels
Beleidsregel OCW <a href="https://wetten.overheid.nl/BWBR0042172/2019-10-01">https://wetten.overheid.nl/BWBR0042172/2019-10-01</a>	Wat er binnen de bestaande instemming van een aanbodkanaal kan en wanneer er opnieuw instemming moet worden gevraagd;
Beleidslijn Platformselectie <a href="https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten/besluiten-en-publicaties/regelingen-en-besluiten#content">https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten/besluiten-en-publicaties/regelingen-en-besluiten#content</a>	Welke platformen we <u>kunnen inzetten</u> voor de verspreiding van aanbodkanalen en separaat media-aanbod en wanneer omroepen de verspreiding zelf kunnen verzorgen;
Programmatische strategie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• CBP, begroting</li> </ul> <a href="https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten">https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaarplannen/briefingsdossier (beschikbaar via de omroepen, intern document)</li> </ul>	Hoe en op welke wijze we de verschillende online platformen <u>gaan inzetten</u> om onze programmatische doelen te realiseren;
Coördinatiereglement aanbodkanalen <a href="https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten/besluiten-en-publicaties/regelingen-en-besluiten#content">https://over.npo.nl/organisatie/openbare-documenten/besluiten-en-publicaties/regelingen-en-besluiten#content</a>	Het proces van plaatsing en toekenning van media-aanbod.

Belangrijke elementen hieruit zijn o.a.:

- Promotie die voldoet aan de voorwaarden in de beleidslijn Platformselectie (o.a. lengte fragment is max. 2 minuten en is tijdelijk van aard) wordt generiek gecoördineerd en 'kan dus altijd'.
- Promotie langer dan 2 minuten kan nog steeds, maar zal worden ingetekend bij het desbetreffende net of zender waar het programma voor is ingetekend. Online media-aanbod horende bij een lineaire documentaire op NPO 2 zal dus moeten worden ingetekend bij de online coördinator NPO 2, dit moet gedaan worden door een omroep.

### **Wat is er precies veranderd sinds de invoering van de nieuwe beleidsregel op 1 oktober?**

Antwoord: Op 1 oktober jongstleden trad de beleidsregel van OCW in werking die onder meer helderheid geeft over de mogelijkheden van de publieke omroep op platformen van derden, zoals YouTube. Onder bepaalde voorwaarden kan de publieke omroep met media-aanbod aanwezig zijn op deze platformen, waarbij deze aanwezigheid onder de hoofdtaak valt. Een van deze voorwaarden is dat de NPO dit aanbod coördineert, maar deze voorwaarde is niet nieuw want heeft betrekking op al het aanbod van de publieke omroep. De manier waarop NPO dit aanbod coördineert, blijkt uit de beleidsdocumenten die hierboven zijn benoemd.

### **Wat zijn de belangrijkste uitgangspunten van de online strategie van de NPO:**

Belangrijkste uitgangspunt van de online strategie van de NPO is dat sociale media platformen en videoplatformen in worden gezet ter versterking van het eigen platform van de NPO (o.a. NPO Start, npo3.nl en titelwebsites zoals 2doc.nl).