



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

t.a.v. OGB

**Dienst Publiek en
Communicatie**

Contactpersoon
5.1.2e
5.1.2e@minaz.nl

Datum
27 januari 2021

Onze referentie
4184445

Auteur
5.1.2e

Kopie aan

memo

Ontwikkelingen zendtijd rijksoverheid in 2021

Inleiding

Voor campagnes, die gebruik maken van programmazendtijd rijksoverheid zijn per jaar circa 20.000 grp's op televisie en 30.000 grp's op radio beschikbaar.

Programmazendtijd rijksoverheid bestaat uit zendtijd buiten de reclameblokken (= programmazendtijd), die DPC gratis krijgt bij de NPO en die ze tegen een sterk gereduceerd tarief ten opzichte van reclamezendtijd bijkoopt bij RTL en Talpa/SBS. Dat maakt deze programmazendtijd in vergelijking tot reclamezendtijd goedkoop.

Van de 20.000 grp's op televisie levert de publieke omroep er circa 4.000 grp's (20%). Voor radio geldt dat de publieke omroep circa 5.000 grp's (17%) levert van de 30.000 grp's.

Het aantal door de publieke omroep te leveren grp's is op radio en televisie niet uit te breiden omdat het aantal grp's bij de publieke omroep is gebaseerd op het aantal uur zendtijd dat DPC is toegewezen in 2021 op radio en televisie (mediawet).

Voor zowel RTL als Talpa/SBS geldt op televisie dat ze vanaf half september geen extra programmazendtijd wil inzetten/verkoopen. De lengte van de reclameblokken, waaraan de zendtijd rijksoverheid vrijwel altijd gekoppeld is, wordt dan volgens deze exploitanten te lang. Kijkers haken af en dan dalen de inkomsten uit reclameblokken. Tot half september zijn er bij deze exploitanten wel mogelijkheden voor enige uitbreiding van de programmazendtijd. Voor radio geldt dat er nog wel uitbreidingsmogelijkheden zijn bij de commerciële exploitanten (Talpa, DPG, E-power) gedurende het hele jaar.

Inzet eerste kwartaal 2021

In het eerste kwartaal worden naar verwachting 8.500 grp's op televisie ingezet, waarvan 4.500 grp's voor de Coronacampagnes. Voor radio geldt dat er bijna 14.000 grp's zijn gepland, waarvan ruim 4.000 grp's voor de Coronacampagnes.

In onderstaande tabel wordt dit weergegeven

Dienst Publiek en
Communicatie

Datum
27 januari 2021

Onze referentie
4184445

Mediumtype zendtijd	Jaartotaal In grp's	Inzet 1 ^e kwartaal	Nog beschikbaar
Televisie	20.000	8.500	11.500
waarvan Corona		4.550	
Radio	30.000	13.800	16.200
waarvan Corona		4.050	

Conclusie: In het eerste kwartaal is bijna de helft van de beschikbare capaciteit ingezet!

Verwachting inzet

Coronacampagnes zullen naar verwachting ook in het tweede en derde kwartaal gevoerd gaan worden. Daarnaast zijn er ook niet-Corona campagnes aangemeld, die gebruik willen maken van de programmazendtijd.

Wanneer wordt aangenomen dat de mediadruk voor de Corona campagnes de komende twee kwartalen wordt gecontinueerd, dan zijn de beschikbare radio en televisie grp's in augustus uitgeput en kunnen er geen campagnes meer gevoerd worden met gebruik van programmazendtijd rijksoverheid.

Oplossingsrichtingen

Er zijn m.i. een aantal oplossingsrichtingen te bedenken voor dit probleem, t.w.

- Capaciteit commerciële exploitanten voor zendtijdcampagnes proberen te verhogen voor de periode tot half september

Mochten de commerciële exploitanten het toestaan, dan moet rekening gehouden worden met hogere kosten voor campagnes (15%) en een beperkt aantal extra beschikbare grp's in de zomer (schatting maximaal 2000).

Kans op succes: 50/50

- Aan de coronacampagnes een maximaal aantal grp's toekennen in programmazendtijd vanaf het 2e kwartaal. De overige benodigde grp's voor deze campagnes kunnen worden ingekocht in de reclameblokken op alle zenders (ook NPO/Ster). De resterende grp's in programmatijd kunnen dan aan de niet-Corona gerelateerde campagnes worden toegewezen. Met name de inzetkosten voor de Coronacampagnes zullen dan fors stijgen (schatting 40% tot 50%).

**Dienst Publiek en
Communicatie**

Datum
27 januari 2021

Onze referentie
4184445

In het verleden zijn regelmatig campagnes uitgezonden in reclameblokken bij gebrek aan programmazendtijd (o.a. Donorcampagne, NIX18-campagne).

Kans op succes: Afhankelijk van instemming OGB

- De Coronacampagnes vanaf het 2^e kwartaal geheel in reclamezendtijd uitzenden en alle programmazendtijd grp's inzetten voor niet-Corona gerelateerde campagnes. De uitzendkosten voor Coronacampagnes zullen dan naar verwachting verdubbelen.

Kans op succes: Afhankelijk van instemming OGB

- Alle zendtijdcampagnes stop zetten en alle grp's inzetten voor Coronacommunicatie.

Kans op succes: Klein, omdat departementen regelmatig verplicht moeten communiceren.

Voorstel

Op korte termijn (voor 1 maart) onderzoeken of er mogelijkheden zijn om het aantal grp's tot half september bij met name de commerciële exploitanten uit te breiden in dit bijzondere jaar.

En

Een maximum aantal programmazendtijd grp's toekennen aan de Coronacampagne per kwartaal.

Vraag aan OGB

In te stemmen met dit voorstel.