

## Rapport

33839

## Evaluatie FunX

Brassersplein 2  
Postbus 5050  
2600 GB Delft

[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

T 015 285 70 00  
F 015 285 70 57  
[info@telecom.tno.nl](mailto:info@telecom.tno.nl)

Datum	Januari 2006
Auteur(s)	Andra Leurdijk, Mijke Slot
Aantal pagina's	59
Aantal bijlagen	3

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, foto-kopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoekopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belang-hebbenden is toegestaan.

© 2006 TNO

## Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>4</b>
1.1	Achtergrond evaluatieonderzoek .....	4
1.2	Probleemstelling .....	5
1.3	Werkwijze.....	5
1.3.1	Analyse programma-aanbod .....	6
1.3.2	Bereik en Waardering .....	6
1.3.3	Interviews .....	6
1.4	Hoofdstukindeling .....	6
<b>2</b>	<b>Programma's en programmering.....</b>	<b>8</b>
2.1	Inleiding .....	8
2.2	Typering programma-aanbod FunX .....	8
2.2.1	Muziekkeuze .....	8
2.2.2	Tone-of-voice: de luisteraar centraal .....	8
2.2.3	Lokale edities en syndicatie .....	9
2.2.4	Aantal (live) uitzendingen .....	11
2.2.5	Typering programma's en programmaonderdelen FunX.....	11
2.3	Mediawettelijke verplichtingen: informatie, cultuur en educatie.....	12
2.4	Informatie, cultuur en educatie op een jongerenzender .....	13
2.5	Website .....	17
2.6	Nieuw media- en muziektalent .....	20
2.7	Overige evenementen .....	20
2.8	Conclusie .....	21
<b>3</b>	<b>Bereik .....</b>	<b>22</b>
3.1	Inleiding .....	22
3.2	Resultaten publieksonderzoek .....	22
3.2.1	Naamsbekendheid FunX.....	23
3.2.2	Bereik radiozender FunX.....	25
3.2.3	Bereik onder 15-24 jarigen hoger dan onder 25-34 jarigen. ....	26
3.2.4	Bereik onder allochtone jongeren hoger dan onder autochtone jongeren .....	27
3.2.5	Bereik verschilt per stad .....	27
3.2.6	Waardering FunX .....	28
3.3	Bereik website FunX .....	28
3.4	Doelgroep FunX ondervetegenwoordigd in regulier luisteronderzoek .....	31
3.5	Conclusie .....	32
<b>4</b>	<b>Organisatie en Financiën.....</b>	<b>33</b>
4.1	Bestuur.....	33
4.2	Financiën.....	33
4.3	Financiering na 2006 .....	35
4.3.1	Voortzetting huidige financieringsconstructie .....	35
4.3.2	Voortzetting huidige financieringsconstructie, exclusief Den Haag.....	35
4.3.3	FunX breidt uit naar andere steden die ook mee gaan financieren .....	36
4.3.4	FunX als onderdeel van de landelijke omroep.....	36
4.3.5	FunX wordt commercieel .....	36
4.4	Afweging verschillende financieringsconstructies .....	37

4.5	Personeel.....	38
<b>5</b>	<b>Samenwerking.....</b>	<b>40</b>
5.1	... met lokale publieke omroepen .....	40
5.2	... met BNN.....	40
5.3	... met de NOS.....	41
<b>6</b>	<b>Concurrentie en neventaken van publieke omroepen .....</b>	<b>42</b>
6.1	Inleiding.....	42
6.2	Onterechte staatssteun en concurrentievervalsing .....	42
6.3	Neventaken .....	43
6.4	Conclusie .....	44
<b>7</b>	<b>Distributie en digitalisering.....</b>	<b>46</b>
7.1	Distributie .....	46
7.2	Digitalisering .....	46
7.2.1	Internetgebruik.....	47
7.2.2	Internetradio.....	47
7.3	Conclusie .....	49
<b>8</b>	<b>Samenvatting en conclusies.....</b>	<b>50</b>
8.1	Programma's en programmering .....	50
8.2	Internet.....	50
8.3	Bereik.....	51
8.4	Maatschappelijke betekenis .....	51
8.5	Organisatie en personeel.....	51
8.6	Bestuur.....	52
8.7	Financiering .....	52
8.8	Samenwerking .....	53
8.9	Staatssteun, concurrentie en neventaken.....	53
8.10	Distributie en digitalisering .....	54
8.11	Toekomstig model FunX .....	54
<b>A</b>	<b>Bijlage: Programmering per stad.....</b>	<b>56</b>
<b>B</b>	<b>Bijlage: Lijst van geïnterviewden.....</b>	<b>57</b>
<b>C</b>	<b>Bijlage: Geraadpleegde bronnen.....</b>	<b>58</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond evaluatieonderzoek

FunX is een publieke, multiculturele radiozender voor jongeren in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Sinds 2003 is de zender via de ether te beluisteren in de vier grote steden.

FunX is in het leven geroepen omdat er een gat in de programmering van de bestaande radiozenders bestond. Jongeren, en vooral allochtone jongeren, werden onvoldoende bereikt door de radiozenders van de publieke omroep en de muziek die populair is onder deze jongeren werd op de bestaande Nederlandse radiozenders niet of nauwelijks gedraaid. FunX heeft de opdracht om zich met zijn programma-aanbod op de grootstedelijke jeugd richten, waarvan meer dan de helft inmiddels van niet-Nederlandse afkomst is.

FunX is het resultaat van een samenwerkingsverband tussen de lokale omroepen in de vier grote steden én van het beleid van de landelijke overheid. De landelijke overheid besloot om bij de herverdeling van FM etherfrequenties in 2002 een frequentie te reserveren in de vier grote steden voor een radiozender gericht op grootstedelijke jongeren. De overheid en de vier grote steden besloten tevens bij te dragen aan de financiering van deze zender<sup>1</sup>.

De financiering van FunX is gewaarborgd tot 2007. In totaal ontvangt FunX 7,2 miljoen euro voor een periode van vier jaar. Het Ministerie van OCW betaalt de helft van dit bedrag, de vier grote steden gezamenlijk de andere helft. Voor de periode 2003-2006 zijn doelstellingen en afspraken over programmering, samenwerking, verantwoordelijkheden en bedrijfsvoering vastgelegd in een convenant tussen FunX en de lokale en landelijke overheid. In het convenant is tevens afgesproken dat het functioneren van FunX tussentijds moet worden geëvalueerd. TNO heeft van het Ministerie van OCW en de vier grote steden de opdracht gekregen om deze evaluatie uit te voeren. De resultaten van de evaluatie zullen worden betrokken bij de besluitvorming over voortzetting van FunX na 2006.

De programmering van FunX bestaat uit een mix van mainstream urban en crossover muziek (Turkpop, Raï, Indiase Banghra, salsa, reggeaton etc.). Daarnaast brengt FunX nieuws, culturele, educatieve en informatieve programma's. FunX is in korte tijd uitgegroeid tot een populaire zender onder jongeren. In de vier grote steden is hij onder jongeren tussen 15 en 25 jaar zelfs marktleider. Ook politiek en publicitair heeft FunX veel aandacht en - merendeels positieve - waardering gehad. Toch is een tussentijdse evaluatie belangrijk. Ten eerst is het voor de subsidiënten belangrijk om te kunnen vaststellen of FunX aan de convenantafspraken heeft voldaan en welke problemen zich daarbij mogelijk voordoen. Ten tweede hebben de snelle groei en het succes van FunX enkele onvoorziene problemen met zich meegebracht, vooral op organisatorisch en juridisch vlak. Ten derde is belangrijk om na te gaan hoe de overheid de doelstellingen die zij met FunX heeft ook op langere termijn kan realiseren en hoe FunX kan waarborgen dat de zender zijn succes kan bestendigen en ook in de komende jaren een onderscheidende en innovatieve radiozender blijft. Daarom besteden we in de evaluatie

---

<sup>1</sup> Dit voornemen werd aangekondigd in de nota over media en minderheden uit 1999 (Kamerstukken II, 1998-1999, 26597, nr. 1).

ook aandacht aan de uitdagingen waarvoor FunX zich in een veranderend en dynamisch radiolandschap gesteld ziet en aan de ideeën die bij de betrokken partijen leven over de toekomst van FunX.

## 1.2 Probleemstelling

De evaluatie van FunX richt zich op de vraag of FunX heeft voldaan aan de afspraken in het convenant dat bij de start van FunX is gesloten met de vier grote steden en het ministerie van OCW en aan de doelstellingen die daarin zijn geformuleerd voor FunX.

De probleemstelling is uitgewerkt aan de hand van de volgende drie vragen:

1. In hoeverre en op welke wijze heeft FunX zijn doelstellingen gerealiseerd? Deze doelstellingen zijn verwoord in het convenant tussen de vier grote steden en het ministerie van OCW bij aanvang van de zender, en in het bedrijfsplan (2001) voor FunX.
2. Welke problemen doen zich voor in het functioneren van FunX?
3. Welke toekomstmogelijkheden zijn er voor FunX?

Bij elk van deze vragen zijn de volgende vier aspecten van belang:

- Programma-aanbod en programmering
- Bereik
- Organisatie en Financiën
- Samenwerking

## 1.3 Werkwijze

Voor de beantwoording van de onderzoeksvragen zijn verschillende werkwijzen gehanteerd en diverse informatiebronnen geraadpleegd. Tabel 1.1 bevat een overzicht van de verschillende bronnen en methoden die zijn gebruikt.

**Tabel 1.1 Methoden en bronnen**

Aspect	Methode en bron
Programma-aanbod en website	Kwantitatieve gegevens over informatieve, culturele en educatieve programma's (ICE) van Commissariaat voor de Media. (zie §1.3.1)  Programmaoverzichten van website en jaarverslagen  Kwalitatieve analyse programma's en website (zie §1.3.1)  Interviews (zie §1.3.3)
Bereik	Onderzoek naar bereik verricht door bureau Interview NSS in opdracht van FunX (zie §1.3.2)
Organisatie	Jaarverslagen FunX Interviews met betrokkenen (zie §1.3.3)
Samenwerking	Jaarverslagen Interviews met betrokkenen (zie §1.3.3)
Toekomst	Interviews met betrokkenen (zie §1.3.3)

### 1.3.1 *Analyse programma-aanbod*

Voor de analyse van het programma-aanbod van FunX maken we gebruik van de kwantitatieve gegevens die door FunX aan het Commissariaat voor de Media zijn geleverd over de programmering en van overzichten van de programmering uit de jaarverslagen en op de website van FunX. Tevens putten we ter illustratie uit een kwalitatieve analyse waarvoor we steekproefsgewijs uitzendingen van de vier stadszenders hebben beluisterd en discussies op de website hebben bekeken tussen 12 september en 3 oktober.

### 1.3.2 *Bereik en Waardering*

Onderzoeksbureau Interview-NSS heeft in het voorjaar van 2004 en 2005 onderzoek uitgevoerd onder een representatieve steekproef van 2000 jongeren naar bereik en waardering van de programma's van FunX in de vier grote steden. Op basis van de uitkomsten van deze onderzoeken wordt een beeld geschetst van bereik en waardering van FunX.

FunX houdt statistieken bij van het bezoek aan hun website en van de mate waarin via internet en streaming audio naar de zender wordt geluisterd. In hoofdstuk drie vatten we deze cijfers samen.

Het onderzoek van Interview-NSS en de statistieken van website bezoekers geven geen beeld van de populariteit van de zender maar geen antwoord op de vraag welke betekenis FunX voor zijn luisteraars heeft. Dit vereist een ander type onderzoek, waarbij respondenten meer en andere vragen voorgelegd krijgen en waarbij veelal mede van kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruik wordt gemaakt. Voor een dergelijk onderzoek waren echter geen middelen beschikbaar. De beknopte analyse van reacties van bezoekers op de website en gesprekken met medewerkers van FunX over reacties van luisteraars, geven op indirecte wijze wel een indruk van de betekenis van FunX voor luisteraars evenals van de bredere maatschappelijke betekenis van FunX. De weerslag hiervan is in hoofdstuk 2 te vinden.

### 1.3.3 *Interviews*

TNO heeft interviews gehouden met medewerkers, directie en bestuur van FunX, vertegenwoordigers van de vier grote steden en het ministerie van OCW, de OLON, de VCR, het Commissariaat voor de Media en vertegenwoordigers van BNN en NOS als belangrijke samenwerkingspartners van FunX. In totaal gaat het om veertien interviews. Bijlage B bevat een overzicht van de geïnterviewden.

## 1.4 **Hoofdstukindeling**

Het rapport begint in hoofdstuk twee met een analyse van de inhoud van programma's en programmering. In dit hoofdstuk komen ook de wettelijke voorschriften voor lokale publieke programma's en de mate waarin FunX hieraan voldoet aan de orde. In hoofdstuk drie worden de resultaten van onderzoek naar het bereik van FunX besproken. Hoofdstuk vier bevat een evaluatie van organisatie en financiën. In dit hoofdstuk worden ook enkele mogelijke toekomstige financieringsconstructies besproken. In hoofdstuk vijf wordt gekeken naar de samenwerking van FunX met andere omroepen en naar de problemen die er zijn met de juridische status van deze samenwerkingsverbanden. Dit wordt in hoofdstuk zes aangevuld met een weergave van de discussie over overheidssteun aan FunX en de grenzen tussen markt en publieke omroep, naar aanleiding van de klachten van de VCR tegen FunX. In hoofdstuk zeven komt de distributie van FunX aan de orde. We kijken in dit hoofdstuk naar de

consequenties van digitalisering voor de distributie van FunX, maar ook naar de veranderingen die digitalisering teweeg brengt in productie, aanbod en gebruik van radio. Hoofdstuk acht bevat een samenvatting en de conclusies van de evaluatie.

## 2 Programma's en programmering

### 2.1 Inleiding

FunX is een lokale, publieke radiozender voor grootstedelijke jongeren. FunX is in eerste instantie een muziekzender maar is als lokale, publieke zender verplicht om een bepaald aandeel van de zendtijd te vullen met informatie, cultuur en informatie. In dit hoofdstuk wordt een beeld gegeven van de zender FunX. We typeren de programma's, programmering en de website en geven een beeld van de overige activiteiten van FunX.

### 2.2 Typering programma-aanbod FunX

#### 2.2.1 *Muziekkeuze*

Muziek is een belangrijk onderdeel van FunX. De muziekkeuze bepaalt voor een belangrijk deel de identiteit van de zender en daarmee het publiek dat zich tot de zender aangesproken voelt en ernaar luistert. In een verhouding van 1:2 zendt FunX een mix uit van:

- mainstream urban muziek, die óók op andere muziekzenders te horen is, en:
- muziek die níet op andere zenders te horen is: Turkpop, Indiase Banghra, Arabische raï, Frans-Afrikaanse hiphop en andere cross-over stijlen.

FunX bedient op muziekgebied meer smaken dan gewone hitradio. FunX put bij de muziekkeuze grofweg uit vier 'smaken'; urban mainstream, ritmisch (latin caribbean), oriental en Nederlandstalige urban. Hoewel dit resulteert in veel verschillende stijlen, moet de flow (beat/ baseline) de muziek met elkaar verbinden. Daardoor slaagt FunX erin om, tegen de 'wetten' van radio in, uiteenlopende muziekstijlen te mengen. Muziek die te folkloristisch is, past niet binnen deze formule, maar soms kan een folkloristisch getint nummer door er een beat onder te zetten opeens wel passen in het format. FunX slaagt er zo in muziekstijlen te mengen die populair zijn in verschillende subculturen.

FunX fungeert met deze formule als trendwatcher en als katalysator van nieuwe ontwikkelingen. Muziek die eerst bij FunX wordt gedraaid en daar populair blijkt, wordt later ook door andere zenders gedraaid. Er zijn diverse voorbeelden van lokaal talent dat via FunX nationaal is doorgebroken, zoals Ali B, Lange Frans en Baas B, K-liber, Ziggi en The Party Squad. FunX is op zoek naar nieuw talent en draait relatief veel Nederlandstalige urban en rapmuziek. De zender functioneert daarmee als podium voor nieuw talent. Medewerkers van FunX zoeken actief naar nieuw talent op Nederlandse podia en beginnende bands en artiesten worden uitgenodigd om hun muziek naar FunX te sturen. Ook is FunX buiten de programma's om betrokken bij muziekevenementen als het Dunya Festival en organiseert FunX samen met anderen evenementen waar opnames van worden gemaakt voor in de radio-uitzendingen.

#### 2.2.2 *Tone-of-voice: de luisteraar centraal*

FunX onderscheidt zich van andere radiozenders door de luisteraar centraal te stellen. Niet alleen de DJ, vooral de luisteraar bepaalt wat er gedraaid wordt. Zo ontstaat een gevarieerde en lokale mix van muziekstijlen. Luisteraars krijgen in *FunX Talents* bovendien de gelegenheid hun talent te tonen.

FunX heeft een publieke taak: informatie, educatie en cultuur brengen op een manier die jongeren aanspreekt. 'Welkom bij Jezelf' is de slogan: een zender *voor* maar ook



door jongeren. In de filosofie van FunX is 'de straat' de hoofdredactie. De redacteurs van FunX - zelf afkomstig uit de doelgroep - leggen contacten met scholen en praten met scholieren om te weten wat er onder jongeren leeft. Via de website en het FunX Panel kan de luisteraar invloed uitoefenen op de onderwerpkeuze.

FunX wil jongeren aanspreken met verschillende etnische en culturele achtergronden. Volgens de programmadirecteuren zoekt FunX daarbij naar de *common ground*. In muziekkeuze en verslaggeving benadrukken de DJ's en de redacteurs van FunX niet de verschillen, maar zoeken ze naar de overeenkomsten tussen jongeren van diverse afkomst. Uitgangspunt is dat het in de Randstad inmiddels vanzelfsprekend is om samen te leven met jongeren van verschillende achtergronden en culturen.

Belangrijk voor FunX, en volgens velen een verklaring voor het succes, is de *tone of voice* van de zender. Het maatschappelijke debat in de media, onder andere naar aanleiding van de moord op Pim Fortuyn en later op Theo van Gogh verliep (en verloopt) vaak in termen van "wij" en "zij". Bij FunX wordt de luisteraar daarentegen niet als onderdeel van een etnische groep, maar als individu aangesproken, getuige ook de leus: "Welkom bij jezelf!" FunX biedt de luisteraars een alternatief geluid.

Respect voor de luisteraar is de centrale filosofie van de zender. FunX laat vooral jongeren zelf aan het woord en niet of nauwelijks woordvoerders van organisaties, deskundigen of politici. De redactielokalen van FunX bevinden zich in de stad en de redacteurs wonen in de stad. Dit is een verschil met de Hilversumse zenders die vaak zowel letterlijk als figuurlijk een grotere afstand tot hun publiek hebben.

FunX slaagt er beter in dan andere media om jongeren te benaderen. Andere media hebben bij veel (allochtone) jongeren een slechte reputatie. Ook internationaal gezien is FunX uniek. In andere landen zijn multiculturele zenders vaak nog een vergaarbak van programma's voor verschillende etnische en culturele doelgroepen, met veel programma's in de taal van landen van herkomst of zenders die zich specifiek op één etnische of culturele minderheidsgroep richten. De mix die FunX tot stand weet te brengen komt voor zover bekend nergens anders voor.<sup>2</sup>

### 2.2.3 Lokale edities en syndicatie

FunX zendt in iedere stad een aparte editie uit. Een deel van de programma's of programmaonderdelen wordt lokaal geproduceerd en uitgezonden, onder een gemeenschappelijke programmatitel. Dit betekent dat het format overal hetzelfde is, en vaak ook de onderwerpen die worden besproken, maar dat de presentatie en gasten lokaal zijn. Daarnaast wordt een aantal programma's gezamenlijk voorbereid, geproduceerd en overal uitgezonden.

FunX wordt met andere woorden geproduceerd volgens een zogenaamd Syndicatie-Editiestelsel. Syndicatie verwijst naar centraal geproduceerde programma's en programmaonderdelen die in alle vier de grote steden tegelijkertijd live worden uitgezonden. Voorbeelden daarvan zijn: *FunX Start*, *X Chart*, *Love Lounge*, *FunX'tra*, *FunX Challenge* en *FunX WorX*. De term 'editie' verwijst naar lokaal geproduceerde

<sup>2</sup> In Duitsland zijn twee multiculturele radiozenders. In Berlijn zendt de SFB Radio Multikulti uit en de WDR zendt in Noord Rijn Westfalen Funkhaus Europa uit. De programmering van beide zenders bestaat grotendeels uit doelgroepprogramma's voor de verschillende etnische bevolkingsgroepen. Meer met FunX verwante buitenlandse zenders, gericht op jongeren, zijn het Franse Beurre FM en het Engelse One Xtra een radio zender van de BBC met Urban muziek.

programma's en programmaonderdelen die live worden uitgezonden in een eigen stadseditie. Voorbeelden daarvan zijn: *FunX Talk*, de *Poll* en *Welkom bij jezelf*. Presentatoren en gasten in deze programma's zijn afkomstig uit het verzorgingsgebied.

Op het hele uur verzorgt *NOS Headlines*<sup>3</sup> tussen 7 en 19.00 uur de nieuwsbulletins, 's avonds en in het weekend wordt het reguliere NOS radionieuws overgenomen. Vanaf februari 2006 gaat *NOS Headlines* ook de nieuwsuitzendingen in het weekend produceren.

FunX heeft een horizontale programmering die voor alle stadszenders nagenoeg hetzelfde is. FunX Plus is de compilatiezender op internet met 'the best of' de vier lokale edities. Sinds 6 september is er *FunX supported by BNN*, dat speciaal geproduceerd wordt voor jongeren buiten de Randstad en via de kabel wordt gedistribueerd. Alle edities zijn te beluisteren via internet: [www.funx.nl](http://www.funx.nl). De programmering van FunX Plus (de editie van FunX die alleen via internet wordt uitgezonden) en FunX supported by BNN komt grotendeels overeen met die van de vier stadszenders.

Het editiestelsel is een manier om het lokale karakter van FunX te garanderen. Deze lokale edities worden gemaakt door de lokale redacties, met eigen verslaggevers die op pad gaan en proberen een netwerk van scholen, buurthuizen en festivals te onderhouden. De hoofdvestiging van FunX bevindt zich in Rotterdam. In Utrecht zitten redacteurs van FunX op de redactievloer van Radio Utrecht, in Den Haag heeft FunX een ruimte in het gebouw van de Stadsomroep Den Haag en in Amsterdam heeft FunX een aparte locatie. Het totale aanbod van FunX is lokaal in de zin dat het zich op de grootstedelijke jeugd richt, daarbinnen bedraagt het aandeel van de stadsedities ongeveer 25 procent van het totale programma-aanbod in de categorie informatie, cultuur en educatie.

Het lokale gevoel komt volgens de programmadirecteuren ook tot uitdrukking in het accent waarmee mensen praten en de specifieke plaatsen die in de items naar voren komen. Sinds de samenwerking met BNN is er een vijfde reporter in dienst die naar steden buiten de Randstad reist om daar te praten met jongeren. Deze programma's worden uitgezonden op FunX supported by BNN.

Volgens bestuur en directie van FunX blijft het lokale karakter van FunX van belang, ook nu FunX steeds meer landelijke bekendheid krijgt, omdat hierin de kern van het succes van FunX zit: dicht bij de luisteraar. FunX heeft niet de ambitie om een landelijke zender te worden. FunX wil wel uitbreiding van de dekking naar grootstedelijke gebieden buiten de Randstad, maar wil daarbij het editiestelsel handhaven. De vergelijking wordt getrokken met de BBC die via een stelsel van syndicatie en van regionale en lokale edities (BBC-Scotland, BBC-Dublin etc.) invulling geeft aan de zorgplicht van de landelijke omroep voor regionale en lokale publieke omroep.

Bijlage A bevat een overzicht van de programmering en geeft per programmatitel aan tot welke genre het behoort en of het een syndicated programma is of lokale editie.

---

<sup>3</sup> NOS Headlines is een afdeling van de NOS die zich speciaal op jongeren richt. Zij produceren de headlines van het nieuws voor Radio 3 FM en FunX en de website [www.nosheadlines.nl](http://www.nosheadlines.nl).

#### 2.2.4 Aantal (live) uitzendingen

Volgens het FunX-jaarverslag 2004 werden eind 2004 wekelijks per stadseditie (exclusief *Poll*- en *FunX'tra*-items) circa 77 uur live gepresenteerde programma's per week geproduceerd (tussen 7 en 23 uur) op een - zoals door het Commissariaat aangegeven - totaal van 112 uur uitzending. Op jaarbasis komt dat neer op circa 5.824 uitzendingen per editie, waarvan 4.004 uur live gepresenteerd. Globaal was de verhouding tussen live en niet live in 2004 dus 2:3. Per 1 september 2005 is het aantal uren live uitzendingen per dag uitgebreid van 11 naar 14 uur.

#### 2.2.5 Typering programma's en programmaonderdelen FunX

Tabel 2.1 bevat een overzicht van de programma's die FunX uitzendt.

**Tabel 2.1 Programma's en programmaonderdelen van FunX**

<b>FunX Start:</b> live informatief ochtendprogramma, met stadsnieuws, het NOS-nieuws, muziek, interviews en jongereninformatie. Onderdelen zijn onder meer: de Startkreet, de Poll en de ClassX ('raad-een-plaat'-spelletje) en NOS Headlines.
<b>FunX ClassX:</b> muziekprogramma over 'oude' hits met veel informatie over de betreffende muziek en artiesten, waarin ook een tijdsbeeld wordt geschetst.
<b>FunX Music Mix:</b> muziek.
<b>Bits and Beats:</b> naschools programma met muziek, informatie over artiesten, een raadspelletje en een door luisteraars gekozen top 4. Vast onderdeel is ook de File: een stelling over een actueel fenomeen. Bijvoorbeeld hacken.
<b>Welkom bij Jezelf:</b> het accent ligt op muziekkeuze van de luisteraar. Die kan naar de studio bellen om zijn of haar keuze toe te lichten en te vertellen hoe hij of zij in het leven staat.
<b>FunX Talk:</b> lokale talkshow over een maatschappelijk onderwerp dat in de Poll aan de orde is geweest die dag, afgewisseld met muziek.
<b>FunX Chill:</b> muziekprogramma met 'Battle of the cities', waarin luisteraars in de vier grote steden het verbaal tegen elkaar opnemen. In 'Flash je Flasher' wordt een plaaggeest op de korrel genomen door de presentator. In FunX Forum aandacht voor de populairste forumdiscussies op de site. In FunX Talents kunnen muzikmakers hun demo laten horen.
<b>FunX Factor:</b> de winnaar van FunX Talents van die week staat op zondag een uur lang centraal in FunX Factor.
<b>FunX Late Nite:</b> nachtelijk muziekprogramma met aandacht voor het nachtleven en het nieuws van de volgende dag. Luisteraars bellen naar de studio om te vertellen wat hun voornemens voor de volgende dag zijn.
<b>X-Chart:</b> hitlijst met onder andere muziek die nog niet eerder in Nederland is uitgebracht.
<b>Jouw X-Chart:</b> idem, maar gepresenteerd en mede samengesteld door de luisteraars.
<b>FunX Club:</b> veel hits en aandacht voor aanstormend DJ-talent.
<b>FunX Da Mix/DaMiX</b> en <b>Panjabi Hit Squad:</b> muziek met onder meer de uitgaansagenda van de eigen stad.
<b>Love Lounge:</b> talkshow over liefde, seks en relaties .
<b>FunX'tra:</b> cultuurshow op zondag met recensies van boeken, theater en film door luisteraars zelf.
<b>FunX Challenge:</b> presentatietalent krijgt de kans om te laten zien wat hij kan.

Behalve deze programma's kent FunX vaste programmaonderdelen die worden vermengd met de muziek- en andere programma's, zoals *FunX WorX* (IE), *The Poll* (IE) en *FunX'tras* (IE).

### 2.3 Mediawettelijke verplichtingen: informatie, cultuur en educatie

FunX heeft als neventaak van de lokale, publieke omroep op basis van artikel 51f uit de Mediawet de verplichting om te voldoen aan voorgeschreven percentages voor onderdelen van Informatieve, Educatieve en Culturele aard, de zogenaamde ICE-norm. Het Commissariaat heeft in de besluiten uit 2003 de neventaak op grond van de Mediawet toegestaan onder de voorwaarde dat 50% van het programma bestaat uit onderdelen van informatieve, culturele en educatieve aard gericht op multiculturele jongeren en jongvolwassenen in grote steden. Een dergelijk voorschrift maakt tevens deel uit van de voorwaarden die het ministerie van OCW aan het verstrekken van de subsidie verbindt. Deze norm is strikter dan de 'gewone' ICE-norm die inhoudt dat 50% van het programma moet bestaan uit onderdelen van informatieve, educatieve en culturele aard. Het Commissariaat heeft dit voorschrift meer specifiek uitgewerkt. Zo gaat het onder meer om de programma's uitgezonden tussen 7 en 23 uur, moet ten minste 60 procent van de ICE tijd bestaan uit programmaonderdelen met een lokaal informatief of educatief karakter en mag maximaal 40 procent van de ICE tijd bestaan uit programmaonderdelen met een lokaal cultureel karakter.

Het Commissariaat voor de Media toetst als toezichthouder periodiek of lokale omroepen aan deze norm voldoen. Zowel bij de eerste als bij de tweede toets bleek FunX nog niet aan de gestelde norm te voldoen. In de brief van 17 februari 2005 aan Salto, de lokale omroep in Amsterdam, meldt het Commissariaat voor de Media dat het ICE percentage slechts 20,7 bedraagt, gemeten in de week van 24 t/m 30 januari 2005. Enkele maanden later, bij een tweede meting in de week van 14 t/m 20 maart is dit in Amsterdam gestegen naar 35 procent, In Rotterdam idem en in Utrecht en Den Haag naar 34 procent, maar nog steeds onder de verplichte 50 procent<sup>4</sup>. Na de eerste toets volstond het Commissariaat voor de Media met een waarschuwing op grond van het feit dat FunX nog een jonge, beginnende organisatie is. Najaar 2005 voldeed FunX wederom niet aan de norm en heeft het Commissariaat voor de Media de publieke, lokale omroepen in de G4 ieder afzonderlijk beboet met 2700 euro vanwege het niet naleven van de zogenaamde ICE-norm.

---

<sup>4</sup> Zie de brieven van het Commissariaat voor de Media aan de lokale omroepen in de vier grote steden d.d. 17 februari 2005 en brieven van het Commissariaat voor de Media aan G4 omroepen d.d. 22 juli 2005. Onderwerp: sanctievoornemen – ICE voorschrift FunX, Kenmerk: JuZa-004071 t/m 004074-ivs.

#### De ICE-norm: hoe wordt deze gemeten?

- Als de helft van het programma-uur uit IE onderdelen bestaat, telt het hele uur mee voor de IE-norm. Als minder dan de helft van het programma-uur uit IE onderdelen bestaat worden IE minuten geteld;
- Culturele programmaonderdelen tellen in hun geheel mee. Met losse C-minuten wordt niet gerekend.
- Verstooiende programma's (muziek) waarvan het programmabeleidsorgaan van de lokale publieke omroep de lokale binding aangeeft, vallen onder lokale cultuur (C).
- De nieuwsuitzendingen van de NOS vallen níet onder de lokale ICE norm.
- 'Syndicated' programma's vallen daar onder, voor zover ze lokaal zijn

Zie voor de exacte tekst de brochure Publieke Lokale Omroep en de Mediawet, Commissariaat voor de Media.

Het is voor lokale omroepen vaker moeilijk om te voldoen aan de ICE norm, maar FunX is beter gefinancierd dan de meeste lokale omroepen, dus heeft in dat opzicht een streepje voor. FunX heeft naar aanleiding van de waarschuwingen van het Commissariaat voor de Media een aantal veranderingen aangebracht in de programmering waardoor de norm volgens FunX op dit moment wel gehaald wordt (meer informatie, gesproken woord en herhalingen). Het Commissariaat voor de Media zal binnen afzienbare tijd opnieuw een meting verrichten.

## 2.4 Informatie, cultuur en educatie op een jongerenzender

In tegenstelling tot televisie is radio geen zapmedium. Veel mensen hebben een favoriete zender waar ze op vaste momenten op de dag naar luisteren of die de hele dag aanstaat als 'behang' tijdens werk, huiswerk, onderweg in de auto of in het openbaar vervoer. Voor jongeren zijn dit meestal muziekzenders als Radio 538, Sky Radio, 3FM en ook FunX. FunX moet muziek en informatie met elkaar combineren. Om dit zo te doen dat luisteraars niet afhaken moet de informatie passen in de flow van de zender. Voor FunX betekent dit onder andere:

- Veel korte informatieblokken
- Onderwerpen die dicht bij de belevingswereld van jongeren staan
- Geen deskundigen of autoriteiten aan het woord, maar vooral jongeren zelf
- Een losse conversatietoon

De onderwerpkeuze varieert van serieuze politieke zaken (verkiezingen over de Europese Grondwet) tot luchtige en alledaagse onderwerpen (hoeveel geld geef je uit aan kleding?). Ook gevoelige onderwerpen rond seksualiteit en religie komen aan bod. "Wanneer je jongeren met de juiste toon aanspreekt, is er maar weinig waarover ze niet willen praten. Zelfs over intieme onderwerpen als seks en geloof willen ze dan wel praten", aldus de programmadirecteuren.

Seks, uiterlijk en muziek spelen een belangrijke rol in het leven van jongeren. Dat is te horen in onder andere *Love Lounge* (hoe versier ik een jongen die ik leuk vind) en valt te lezen op de site onder het forum op de website 'Liefde en seks'. Diverse vrolijke (wat zijn de voordelen van zwarte condooms), maar ook pijnlijke onderwerpen (een kind van

mijn ex) worden behandeld op de site. Er wordt een keur aan meningen en oplossingen geboden.

Aan nieuws en de actualiteiten wordt ruime aandacht besteed.<sup>5</sup> Veel programma's spelen in meer of mindere mate op de actualiteit in. Maar de toon is altijd luchtig: 'Kijk jij ook naar Prinsjesdag, of vind je er geen fuck aan?' Ook op de site komen politieke onderwerpen duidelijk aan de orde, zowel onder Forum FunX als Forum Politics.

In aanvulling op de muziek bevat de zender veel informatie over muziekstijlen en artiesten. Op de website zijn biografieën van artiesten te vinden, informatie over de DJ's en programma's van FunX, uitnodigingen om demo's in te sturen en om je favoriete tracks aan te geven.

FunX zit, volgens een aantal geïnterviewden, af en toe nog wat teveel aan de luchtige kant. Verslaggevers en presentatoren vragen niet altijd even goed door en beweringen worden soms te gemakkelijk voor 'waar' aangenomen. Mogelijk zal de bijdrage van de NOS-redactie een gunstig effect hebben op de -doorgaans- niet-journalistiek geschoolde presentatoren van FunX. Duidelijk is dat de journalistieke kwaliteit van de zender ook in de toekomst een punt van aandacht moet zijn.

Luisterend naar de gesprekken in de informatieve programmaonderdelen valt op dat de etnische achtergrond van jongeren nauwelijks ter sprake komt. Als dat gebeurt, dan indirect of op een natuurlijke manier, bijvoorbeeld doordat de jongere vertelt dat hij graag Turks kookt. Dat is opmerkelijk in deze tijd waarin etniciteit een factor van maatschappelijke en politieke betekenis is geworden.

Op de site wordt vaker dan op de radio naar etnische achtergrond verwezen. Zo trekt 'het grote Marokkanen/ allochtonentopic' veel lezers. Wordt de discussie op de site door een klein groepje gevoerd, in de radio-uitzendingen laat FunX hoger- en lageropgeleiden, werklozen, werkende vaders, singles, kortom een dwarsdoorsnee van de stadsbevolking aan het woord in verschillende programmaonderdelen.

Van drie populaire programma's met veel talkshoelementen geven we hier enkele sprekende voorbeelden om een indruk te geven van het programma en het verloop van de gesprekken op FunX .

---

<sup>5</sup> Uit een onderzoek naar jongeren en nieuws (Costera Meijer, 2005) bleek dat jongeren geïnteresseerd zijn in nieuws en niet willen dat nieuwslezers op hun knieën gaan om het nieuws voor hen begrijpelijk te maken. Wel willen ze nieuws liefst kort en op hoofdlijnen gepresenteerd en behalve het wereldnieuws ook nieuwtjes dicht bij huis.

*FunX Start*

De ochtend start met *FunX Start*. Presentatoren Sandra en Laila brengen van 7 tot 10 uur nieuws en verkeersinformatie, nieuwtjes uit de stad, afgewisseld met veel muziek en gesprekken met studiogasten en bellers. Onderdeel van het programma is de Startkreet: iedere ochtend vertelt een luisteraar in de uitzending wie hij is, wat hij gaat doen en hoe zijn dag eruit gaat zien. De luisteraar die afsluit met een 'spetterende kreet', een leus voor die dag, wint een 'Goodies pakket'.

*FunX Start* heeft een duidelijke link met de actualiteit. Behalve de *NOS Headlines* is er aandacht voor de lopende zaken. Zo kan het geen enkele luisteraar ontgaan dat het op 20 september Prinsjesdag is. De manier waarop er aandacht aan wordt besteed is er wel een die jongeren moet aanspreken. Bijvoorbeeld door de rap 'Lang leve de koningin; Hou je hoofd boven water; En doe je ding...' te laten horen. Gaan jullie wel of niet kijken naar de tv-uitzending, informeren Laila en Sandra bij de luisteraar. Op de site van FunX onder het kopje Politics vroeg Wappo zich de vorige dag al af:

- 'Weet iemand welk voordeel er voor ons morgen geopenbaard gaat worden.'
- 'Geen idee. Maar ik ga wel ff kijken hoor.... Ik verwacht niks boeiends maar ja... Dan zie ik de Koningin der Nederlanden tenminste...,' antwoordt Bloemetje.

Anderen maken zich bezorgd over de stijgende benzineprijzen of constateren dat de economie groeit en ook al is het maar met 2,5%, dan is dat - jawel - misschien 'net genoeg om My Lady op singel te kopen!'

Dinsdag 27 september is de stijgende jeugdwerkloosheid aan de orde in de Poll en dus ook 's avonds in FunX Talk. Ook hier is een link met de actualiteit: namelijk de werkmakr Amsterdam in de RAI die week en onderzoeksresultaten van de taskforce Jeugdwerkloosheid. Jongeren geven in de Poll een paar tips: niet te sterk leunen op arbeidsbureaus en zorg dat je een brief schrijft zonder spelfouten! Een Marokkaanse jongen vertelt hoe een vacature net vergeven was toen hij opbelde, maar weer vacant werd toen hij zich even later onder een Hollandse naam aanmeldde.

Andere voorbeelden van onderwerpen die in de Poll aan de orde komen: Rond is lekker: over schoonheidsidealen, blunders (vooral op seksueel gebied), roots (afkomst) en tv-kijken.

*Uitzendingen van 20 en 27 september 2005*

*FunX Poll*

Een vast, belangrijk onderdeel van FunX is: *de Poll*, waarin meningen worden gepeild over een bepaald onderwerp. De *Poll* van 12 september 2005 gaat bijvoorbeeld over privacy. Gedurende de dag worden jongeren daarover bevraagd in de verschillende steden en 's avonds in FunX Talk wordt er met gasten over dit thema doorgepraat. Laila en Sandra introduceren een thema als privacy laagdrempelig.

- 'Hoe zou jij het vinden als ik met je meeliep naar het toilet?'
- 'Dat vind ik geen punt. Ik laat zelfs de deur vaak openstaan; dan vergeet ik dat ik visite heb.'

Ook op de site (zie onder) is informatie te vinden over het onderwerp dat in *FunX Talk* centraal staat (onder: Files & Events). De tone of voice is luchtig, doorspekt met straattaal en Engels, maar ook iets serieuzer dan op de radio. Zo wordt privacy hier in relatie gebracht met identificatieplicht. Cijfers op de site tonen aan dat in januari dit jaar 3300 mensen bekeurd zijn, omdat ze geen identificatiebewijs bij zich hadden.

*Uitzending van 12 september 2006*

*Bits and beats:*

'Hét after school-programma op de radio: als je aan het studeren, surfen of chillen bent krijg jij je dagelijkse dosis entertainment van Sharid.' In *Bits and Beats* is veel muziek te horen, afgewisseld met informatie over de artiesten. Net als bij *FunX Start* is er een raadspelletje en een door luisteraars samengestelde top 4. Vast onderdeel is de File - stelling - van de dag. Die van 26 september gaat over jongeren in de VS die zijn aangeklaagd wegens hacken van de schoolcomputer om zo cijfers van klasgenoten wat op te krikken. Sebastiaan van 20 uit Zaandam belt en meldt de aanklacht wat overdreven te vinden, maar vindt ook: 'Ze waren slim genoeg en weten dat het strafbaar is. Dan moeten ze niet zeuren over de gevolgen.' Dorpsgenoot Patrick van 19 stelt: 'Je kunt toch ook gewoon spieken!'

Andere onderwerpen in Files betreffen de ramadan, vrijwilligerswerk, bisexualiteit, liedcompositie, een geldinzamelingsactie voor een Haagse nieuwbouwwijk, het Utrechts filmfestival, leuke seks,...kortom: een combinatie van actualiteit, cultuur en lifestyle.

Op de site onder Files is er altijd een korte uitleg. Vaak worden daar ook onderzoeksgegevens gepresenteerd. Naar aanleiding van de File over 'Leuke seks?' van 13 september wordt het onderzoek van de Rutgers Nisso Groep en SOA Aids Nederland 'Seks onder je 25<sup>ste</sup>' aangehaald. Dat gaat onder meer ook in op veilig vrijen.

*Uitzendingen van 13 en 26 september 2005*

*FunX Talk*

*FunX Talk* van 19 september gaat over tv-kijken en zappen. Op de site staat onder *FunX Talk* de geschiedenis van de publieke en commerciële omroep kort beschreven, inclusief de U-bocht constructie. Presentator Eunice praat met studiegasten Raky en Amed uit Amsterdam over hun favoriete programma en zender. De presentator legt uit dat volgens recente onderzoekcijfers jongeren minder tv kijken en radio luisteren ten gunste van internet: 42% minder tv, 22% minder radio, maar dus meer internet. Voor Amed en Raky blijkt dat niet te kloppen. Beiden zijn zware kijkers: 6 uur per dag.

De presentator vraagt: 'Zijn jullie tv verslaafd?'

Raky: 'Nee.'

Amed met ongeloof in zijn stem: 'Denk je dat iedereen 6 uur kijkt?'

Ilona, 18 jaar uit Almere, in elk geval niet. In een telefonische reactie zegt ze: 'Tv-kijken vind ik tijdverspilling. In mijn vrije tijd ga ik sporten of andere dingen doen. Ik ga niet meteen uit school tv kijken.'

Raky kijkt vooral naar amusement op Net 5 en RTL 4, Amed kijkt naar MTV, Veronica en SBS6, maar ook - 'als er niets op tv is' - naar het beursnieuws op RTL Z. 'Ik vind er niet veel aan, maar je leert er wel van. Over olieprijsen en nieuwe benzine...'

Kun je ook leren van amusement of soaps?, vraagt de presentator.

Amed: 'Je leert wel over relatieproblemen of familieproblemen, op tv zie je hoe ze die oplossen.'

Als de presentator uitlegt dat onderzoeker Joost de Bruin van de Universiteit van Amsterdam kijkgedrag naar populaire series onder jongeren onderzocht en concludeert dat jongeren inderdaad leren van die series, en door te praten over de serie bovendien laten zien wie ze zijn, valt het even stil in de studio.

*Uitzending van 19 september 2005*



## 2.5 Website

Via de site kunnen alle uitzendingen live beluisterd worden in streaming audio. Behalve de audiostreams treffen bezoekers van de site achtergrondinformatie over de programma's en DJ's aan, mogelijkheden tot interactie met de zender en een aantal discussiefora. Tabel 2.2 bevat een overzicht van de verschillende rubrieken op de website.

**Tabel 2.2 Rubrieken op de website van FunX**

<b>Homepage:</b> inhoudsopgave en de NOS-headlines
<b>Music &amp; Chart:</b> alles betreffende muziek: de hitlijst, artiestenbiografieën, muziekinformatie en aankondigingen van muziekevenementen
<b>Files &amp; Events:</b> uitgebreidere informatie over behandelde onderwerpen, aankondigingen van evenementen en een te raadplegen archief .
<b>DJ's &amp; Shows:</b> informatie over de presentatoren , programma's en uitzendtijden.
<b>Create</b> biedt de mogelijkheid om een eigen homepage te maken.
<b>FunX Panel</b> verschaft toegang tot het Panel dat muziek, programmakeuze en dergelijke bepaalt.
<b>FunX:</b> licht missie en achtergrond van FunX toe.
<b>Forum:</b> het discussieforum. Dat is ingedeeld in de rubrieken: <i>FunX</i> (algemeen), <i>Liefde &amp; Seks</i> (en problemen dienaangaande), <i>Music</i> (alles over muziek), <i>Parties</i> (info over feesten en dergelijke), <i>Politics</i> (politiek) en <i>Sport</i> (over sport, transfers, wedstrijden...)

Onder de deelnemers aan de discussiefora op de website van FunX lijkt een vast aantal aanjagers te zijn. De verhouding tussen reply's en pageviews loopt sterk uiteen. Dat wil zeggen dat er veel 'stille' toeschouwers zijn die niet actief participeren in een discussie, maar meelesen.

De onderwerpen die onder het forum *FunX* op de website aan de orde komen variëren. Jongeren brengen zelf onderwerpen in waarop anderen kunnen reageren. Tijdens de uitzending wordt er ook op Forum-uitspraken gereageerd als input voor het programma.

Deels gaat de discussie op het forum het over maatschappelijke problemen zoals werkloosheid (zie kader). Andere onderwerpen op FunX betreffen cultuur en lifestyle en handelen bijvoorbeeld over de ramadan, respect, eenzaamheid, toekomstdromen, de film het Schnitzelparadijs en versiergedrag. Maar ook praktische vragen worden gesteld die betrekking hebben op onderwijs: 'Waar kan ik een samenvatting vinden van de wet 1B...'

Een participant wenst alle studenten in het nieuwe schooljaar sterkte toe. Ook het uitgaansleven komt aan de orde. Nieuws is eveneens een gespreksonderwerp: 'Meisje slaat agent in elkaar', 'Peuter rijdt drie familieleden aan', 'Dief verbergt telefoon in derrière', 'Griek drogeert en verkracht toeristen', 'Hert doodt jager', 'Vrouw bees80 (beestachtig) vermoord!!...' Vaak gaat het om bizarre incidenten, die van sites geplukt worden en afkomstig zijn van bijvoorbeeld de Telegraaf of nieuwsagentschap Reuters. Ook zijn er natuurlijk onzindiscussies, meestal tussen ingewijden die voor buitenstaanders moeilijk te begrijpen zijn en een hoog meligheidgehalte hebben.

*Forum: FunX*

Een van de onderwerpen die op 27 september is gestart gaat over werkloosheid: dat is het onderwerp in de Poll en van FunXTalk die dag. Een impressie van de discussie:

-Ik begrijp niet hoe de werkloosheidscijfers in Nederland zo hoog kunnen zijn. Ik vind dat je als je ECHT wil werken er altijd iets te vinden is. Dan werk je maar onder je stand, so what? Alles beter dan een uitkering!!!' Dit schrijft Tele.

Nanda vindt:

-Ja hoor, sorry, maar ik ben al een tijdje afgestudeerd aan me hbo en kan nog niks vinden.. en ik ga echt geen schoonmaakwerk doen hoor! Ik zit nu in een uitkering jah maar niet omdat ik het leuk vind, ik ben hard op zoek maar er is gewoon geen werk te vinden!'

-Dan heb je pech en zou je moeten werken onder je stand totdat het werk er wel is. Gelukkig gaat de Nederlandse regering nu strenger omgaan met uitkeringen en zal je net als bij vele andere landen in de wereld gewoon moeten werken als je het aangeboden krijgt. Je bent een verwend kutwif net als de meeste hier in Nederland. Niet willen schoonmaken, maar wel een uitkering trekken terwijl je gewoon gezond ben? Get the fuck outta here, werken met je luie reet. Ik moet voor kutmensen als jou allemaal belasting betalen!' schrijft Uroy.

-Nanda, hoe dom kan je zijn, voel je je te goed ofzo? Met schoonmaakwerk heb je nog steeds meer dan een uitkering.' Dit zegt Sheraisely.

Onder het discussieforum *Politics* komen de onderwerpen ter sprake die het politieke debat de voorgaande weken en maanden bepaalden, maar dan vanuit een jongerenoptiek. Prinsjesdag wordt bijvoorbeeld ingeleid met een rap. Nawijn die op Lowlands met jongeren in discussie ging over slavernij wordt bekritiseerd en krijgt een lesje geschiedenis. Ook de radicale islam en wat daartegen te doen, het beleid van de andere politici: Verdonk en Balkenende, Turkije's mogelijke toetreding tot de EU, beschuldigingen aan het adres van Michael Jackson en stopzetting van de subsidie aan de SGP komen aan de orde.

*Forum: Politics*

Onderwerpen die eind september, begin oktober 2005 respectievelijk de meeste bezoekers en viewers trekken zijn: 'het grote Marokkanen/allochtonen topic', de stelling dat 51% van de Marokkaanse meiden seks heeft voor het huwelijk en de angst voor een aanslag in Nederland. In tegenstelling tot de radio-uitzending wordt er op de fora veel meer nadruk gelegd op etniciteit dan in de programma's zelf. Hier bepalen de deelnemers zelf wanneer hun etniciteit relevant is.

In het forum reageren jongeren vaak op wat er elders in de media gebeurt, zoals in 'Het grote Marokkanen/allochtonen topic', wat ook in de algemene media al jarenlang een prominent onderwerp van debat is.

Faycel schrijft met betrekking tot dit 'grote Marokkanen/ allochtonen topic' verbitterd:

-'Elke dag zal ik proberen topics te plaatsen die verband houden met criminele activiteiten van niet-allochtonen.' Daarvoor put hij uit krantenbestanden.

-'Maar Fayc.. niet zo zeiken... je doet alsof Hitler in NL geland is,' antwoordt Burc.

-'Wij allochtonen moeten minimaal 2 coupletten van het Wilhelmus kennen, en de gemiddelde Nederlander kan niet eens aangeven wie Wilhelmus is/was en wat hij voor NL betekend heeft,' luidt Faycals weerwoord.

-'Hou je hoofd er gewoon bij, want ik weet zeker dat de meerderheid in dit land tegen verrechtsing is,' troost Bakabana inc.

*Forum: Liefde & Seks*

Hier draait het om liefde, seks en aanverwante onderwerpen .

-'Zwanger van me ex, hij denkt dat ik lieg... wat nu?,' schrijft de 18-jarige lilchica. Daarop komen veel reacties.

Die reacties verschillen van: 'Heb je al contact opgenomen met een stichting', 'Laat een DNA-test doen, want er bestaat zoiets als alimentatie' tot niet zachtzinnige verwijten omdat er geen condoom is gebruikt. 'Ik heb medelijden met je toekomstige kind... wat een domme moeder heeft die. Je bent nog een kind, en je krijgt een kind...'

Andere onderwerpen gaan over beffen, 'mijn vriend is 13 jaar ouder', verslaafd aan seks, wel of niet samenwonen, Marokkaanse homo's en jaloezie.

Het taalgebruik is niet gekuist, soms is ook hier het taalgebruik grof, maar er is een breed scala aan meningen te lezen, waarmee de lezer of vragensteller zeker zijn voordeel kan doen.

Doorgaans wordt er in het forum aan extreme meningen voldoende tegenwicht geboden. Wel is het taalgebruik hier en daar schunnig, grof en voor sommige bezoekers misschien shockerend. Dit ondanks de waarschuwing het 'netjes' te houden. Volgens de FunX directie liggen onderwerpen als geloof en seks bij sommige jongeren gevoeliger dan anderen. In de uitzending wordt terdege rekening gehouden met de formulering en woordkeuze, op de site is dat duidelijk niet het geval. In hoeverre de moderator hier ingrijpt is onduidelijk.

De website vervult ook een functie bij het aanleveren van programma-items. De programmadirecteuren geven echter aan dat de onderwerpen in de programma's niet geheel door de website worden bepaald, maar dat verslaggevers en redacteuren daarbij een eigen selectie maken, die mede gebaseerd is op wat zij in hun netwerk en op scholen horen over wat er leeft onder jongeren. Op de website is een bepaald type jongere actief, hun bijdragen zijn niet per definitie representatief voor wat jongeren

belangrijk vinden. Daarom laat de redactie van FunX zich wel inspireren door bijdragen op de website, maar is dit niet leidend.

## 2.6 Nieuw media- en muziktalent

FunX moet volgens de doelstellingen van het convenant een podium zijn voor nieuw talent; nieuwe muzikanten en artiesten maar ook jonge, talentvolle DJ's, verslaggevers en presentatoren.

FunX biedt nieuw muziktalent op diverse manieren een podium. Zo is er *The FunX Factor*. Dit is een programma op de zondagavond waarvoor muzikanten hun demo kunnen insturen. Iedere week worden er drie demo's gedraaid in *FunX Chill*. Via het programma en de website van FunX kan het publiek stemmen op de beste demo. In *FunX Factor* staat de winnaar van die week een uur lang centraal. Verder wordt elke dag via de live stream van *FunX Plus* op Internet een nieuw nummer gedraaid dat niet eerder gedraaid is (*FunXClusive*). Ook maakt FunX een programma(onderdeel) dat draait om nieuw talent, *FunX Talents*, eveneens onderdeel van het avondprogramma *FunX Chill*. FunX is actief op zoek naar nieuw talent. Vanuit de urban scene zelf, maar ook via de site en van de straat krijgen de DJ's adviezen over wat ze moeten draaien. Artiesten komen uit alle hoeken van het urban segment. Urban artiesten weten dat FunX een platform is voor talent. Daarnaast gaan reporters van FunX vaak naar optredens om nieuw talent op te sporen.

Er zijn al diverse voorbeelden van oorspronkelijk minder bekende artiesten die doordat ze op FunX werden gedraaid populair zijn geworden in Nederland.

Sinds de komst van FunX zijn ook commerciële zenders meer urban gaan draaien. Zo heeft Radio 538 de nieuwe urban zender Juize FM in de markt gezet, voortbordurend op een al bestaande uitzending met urban muziek op Radio 538 en heeft Slam FM zijn format met urban uitgebreid. In die zin fungeert FunX als een zender die innovatie teweeg brengt in het radioaanbod.

Naast het zoeken naar talent op muziekgebied is FunX ook actief in het aannemen van jonge, onervaren radiomakers. Zij krijgen bij FunX de kans zich verder te ontwikkelen.

## 2.7 Overige evenementen

FunX is betrokken bij verschillende evenementen voor jongeren. Zo organiseerde FunX in opdracht van het Ministerie van Sociale Zaken twee manifestaties over het thema 'man-vrouw-verhoudingen'. Tijdens de debatwedstrijden debatteerden jongeren over de vraag; 'wie doet wat in het huishouden?' De eerste vond plaats in februari 2004 in het Amsterdamse Paradiso onder de naam 'Debattle', de tweede met de titel 'Mediabattle' in november in de Off Corso te Rotterdam.

De 'Debattle' is omgezet naar een televisieformat. De NPS zond het programma uit op Nederland 3 van begin april tot begin juni 2005.

Andere evenementen waar FunX bij betrokken is, zijn bijvoorbeeld het Dunya festival, en Hashiba in Den Haag. Ook op de vooravond van het zomercarnaval programmeerde FunX (samen met The Box) een podium met muziek (urban stage). In januari 2006 ging FunX naar Noorderslag in Groningen.

## 2.8 Conclusie

De programmering van FunX bestaat uit een mix van muziek, informatie en cultuur. De combinatie van muziek die eerder nauwelijks op publieke en commerciële radiozenders te horen was én informatie onderscheidt FunX van andere radiozenders. Commerciële radiozenders als Juize FM en Slam draaien inmiddels meer urban muziek dan voorheen, maar bijvoorbeeld geen Rai of Turkse pop of andere zogenaamde wereldmuziek. Ook hebben commerciële zenders niet of nauwelijks eigen verslaggevers die de straat op gaan en informatieve en culturele programma's maken of live studio gesprekken met jongeren. In die zin is FunX duidelijk onderscheidend ten opzichte van het al bestaande aanbod. Daarbij moet worden aangetekend dat FunX bij de metingen van het Commissariaat voor de Media tot nu toe niet heeft voldaan aan de ICE-norm die stelt dat het programma-aanbod van de zender voor 50 procent uit programmaonderdelen van informatieve, culturele of educatieve aard moet bestaan. FunX heeft sinds september 2005 een aantal veranderingen in de programmering aangebracht waardoor de zender naar eigen zeggen inmiddels wel aan de ICE-norm voldoet. Het Commissariaat blijft de programmering periodiek controleren.

Een belangrijke doelstelling van de overheid was dat FunX moet bijdragen aan integratie en wederzijds begrip. De beknopte kwalitatieve inhoudsanalyse uit dit hoofdstuk leert dat FunX in zijn programma's een brede doelgroep probeert aan te spreken van zowel allochtone als autochtone jongeren. Luisteraars worden als individu aangesproken en niet als lid van een etnische groep. In de uitzendingen en op de website worden tal van onderwerpen besproken; uiterlijk, kleding, familie en relaties, maar ook onderwerpen die aansluiten bij de maatschappelijke en politieke actualiteit, variërend van prinsjesdag tot de moord op Theo van Gogh. Over deze onderwerpen komen jongeren zelf aan het woord en niet de woordvoerders en politici die in veel andere media al een uitgebreid podium hebben. Ook in dit opzicht heeft FunX een duidelijk toegevoegde waarde ten opzichte van het al bestaande commerciële en publieke radioaanbod. FunX voldoet hiermee in overwegende mate aan de afspraken uit het convenant waarin de het ministerie van OCW en de vier grote steden de doelstellingen van FunX verwoordden en die als voorwaarden gelden bij de subsidie aan FunX. Wel blijft toezicht op naleving van de ICE-norm noodzakelijk.

## 3 Bereik

### 3.1 Inleiding

Een belangrijk motief voor de oprichting van FunX was dat de radiozender een gat in de markt zou weten te bedienen. Om te bepalen of FunX in die opzet geslaagd is, zijn gegevens nodig over het bereik van FunX en hoe luisteraars de zender waarden. In dit hoofdstuk bespreken we het bereik van de radiozender en de website van FunX. Voor gegevens over bereik is gebruik gemaakt van de derde publiekmeting van FunX, uitgevoerd door onderzoeksbureau Interview-NSS. Gegevens over het bereik van de website zijn afkomstig van de automatisch door het software programma *Sitestat* gegenereerde bezoekersstatistieken.

### 3.2 Resultaten publieksonderzoek

FunX heeft driemaal een onderzoek laten uitvoeren naar zijn publiek door onderzoeksbureau Interview-NSS. Dit onderzoek vond plaats onder bijna 2000 jongeren uit de vier grote steden in 2004, het voorjaar van 2005 en voor het laatst in het najaar van 2005. Volgens Interview-NSS was het onderzoek representatief voor de etnische samenstelling van de bevolking in de vier grote steden. Uit het bereiksonderzoek van Interview-NSS komen de volgende resultaten naar voren:

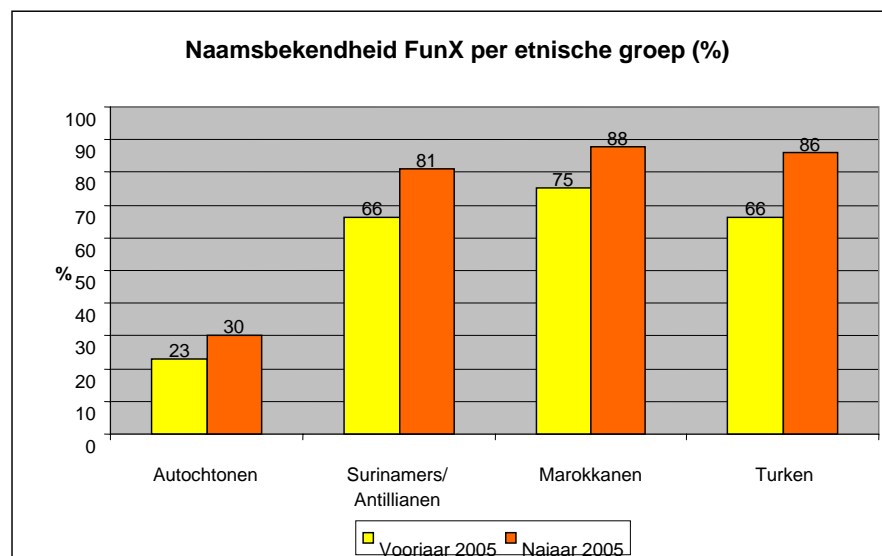
1. Als gekeken wordt naar totaalbereik staat FunX bij jongeren in de G4 tussen de 15 en 35 jaar op de derde plaats na Sky Radio (39 procent) en Radio 538 (56 procent);
2. De populariteit van FunX is tussen het voorjaar van 2004 en het najaar van 2005 gestegen. Dit blijkt zowel uit het toegenomen bereik van de radiozender als uit het toegenomen bereik van de website;
3. FunX is populairder bij de leeftijdsgroep 15-24 dan bij de groep 25-34 jarigen. Als wordt gekeken naar het weekbereik neemt de zender bij de jongste doelgroep de eerste plaats in en bij de oudere doelgroep de derde plaats;
4. Onder allochtone jongeren is FunX populairder dan onder autochtone jongeren. Dit geldt voor naamsbekendheid (73 versus 30 procent), rapportcijfer (7,8 versus 7,2) en bereik (63 versus 14 procent totaalbereik);
5. Onder de onderzochte jongeren met Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse achtergrond scoort FunX in totaal- week- en dagbereik hoger dan Radio 538 en Sky Radio. De zender staat bij hen op de eerste plaats.
6. Onder autochtone jongeren staan Radio 538 en Sky Radio op de eerste en tweede plaats in totaal- week- en dagbereik;
7. Utrecht loopt ten opzichte van de andere steden achter wat betreft naamsbekendheid (26 procent) en bereik (totaalbereik 16 procent, weekbereik 12 procent);
8. De enige commerciële zender die in muziekkeuze enigszins vergelijkbaar is met FunX is Juize FM. Deze zender heeft een aanzienlijk lager bereik dan FunX.

In de volgende paragrafen worden de verschillende onderdelen van het bereiksonderzoek verder uitgewerkt.

### 3.2.1 Naamsbekendheid FunX

Bijna de helft van de stadsjongeren tussen de 15 en 34 jaar kent de naam FunX.<sup>6</sup> In het voorjaar van 2004 was deze bekendheid 40 procent, in het najaar van 2005 is deze gestegen naar 49 procent. De meeste respondenten komen spontaan op de naam FunX. De naamsbekendheid is het grootst onder de leeftijdsgroep 15-24 (66 procent). De naamsbekendheid onder de groep 25-34 is sinds voorjaar 2004 gestegen van 32 naar 38 procent.

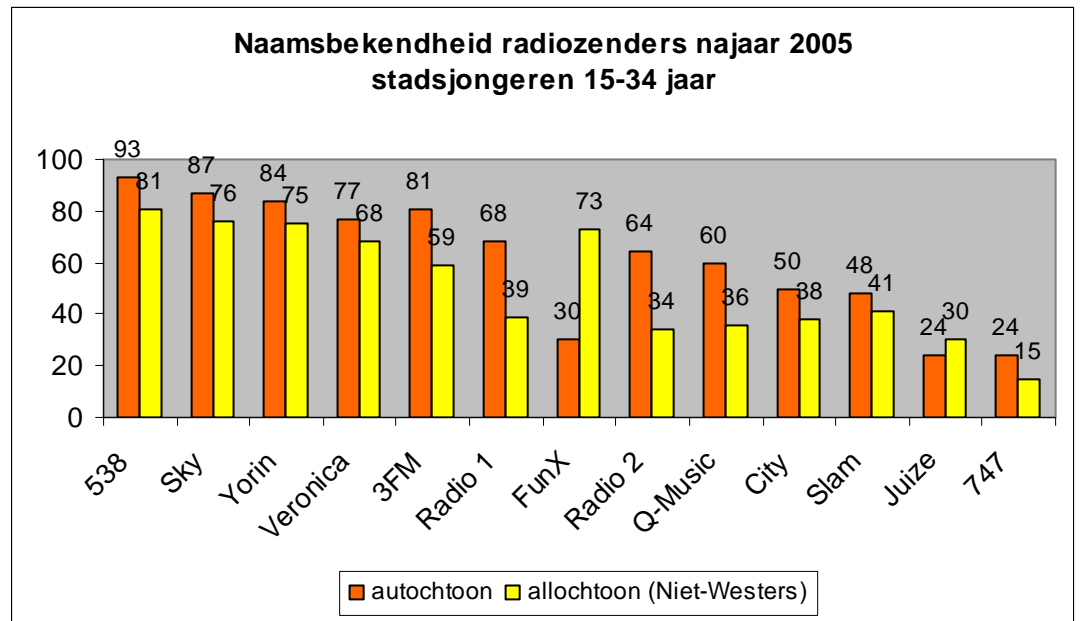
Zoals blijkt uit figuur 1 is de naamsbekendheid van FunX onder allochtone jongeren veel groter (73 procent) dan onder autochtone jongeren (30 procent).



**Figuur 1 Naamsbekendheid FunX per etnische groep**

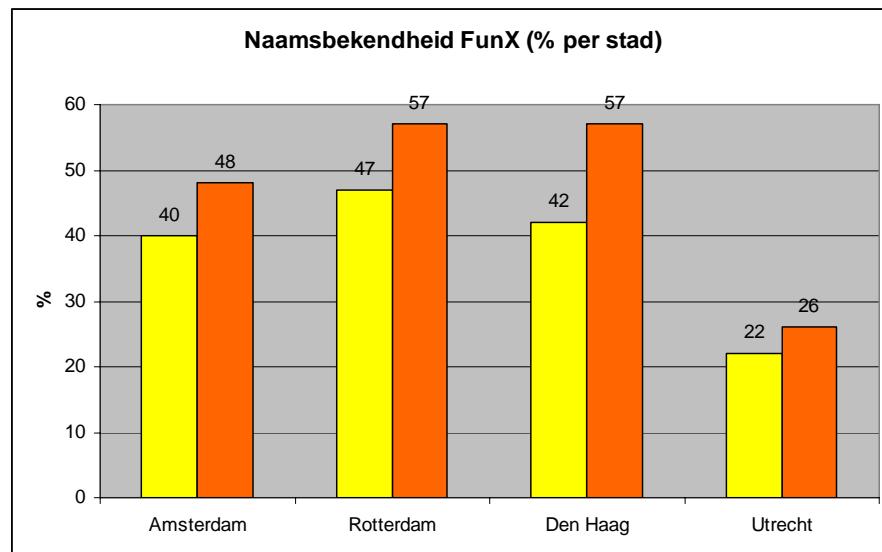
Figuur 2 bevat een overzicht van de verdeling naar etnische afkomst van de luisteraars. Van de 11 radiozenders die zijn meegenomen in het onderzoek is ook de zender Juize FM bekender onder allochtone dan onder autochtone jongeren (30 versus 24 procent naamsbekendheid). Opvallend is verder dat de landelijke publieke zenders aanzienlijk slechter scoren onder allochtone jongeren dan onder autochtone jongeren. Met betrekking tot de commerciële zenders zijn de verschillen minder groot.

<sup>6</sup> Onder naamsbekendheid wordt gemeten welk percentage van de jongeren wel eens van FunX heeft gehoord.



**Figuur 2 Naamsbekendheid radiozenders onder stadsjongeren**

Ook tussen steden is een duidelijk verschil te zien in de naamsbekendheid van FunX (zie Figuur 3) .



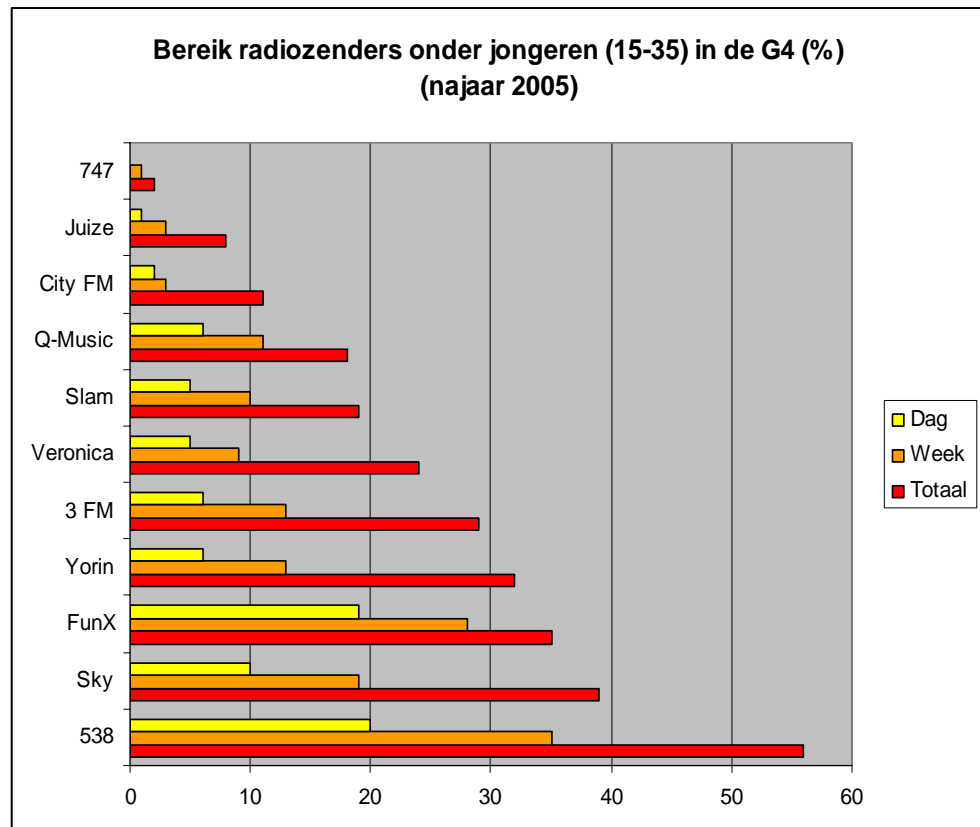
**Figuur 3 Naamsbekendheid FunX per stad**

Uit figuur drie komt naar voren dat in alle steden de naamsbekendheid van FunX is gestegen. Ook in Utrecht is de naamsbekendheid gestegen, maar blijft deze relatief laag in vergelijking met de andere steden (26 procent).



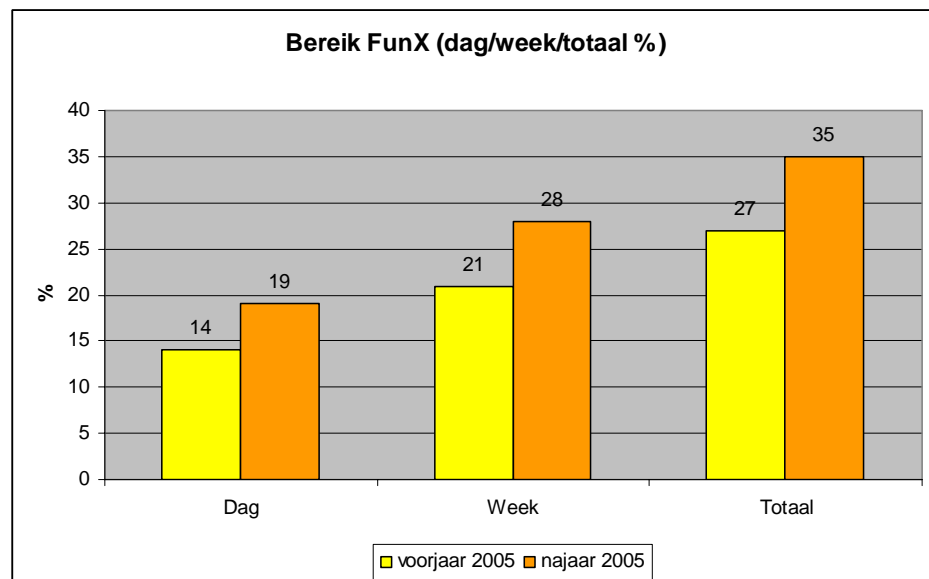
### 3.2.2 Bereik radiozender FunX

Jaarlijks luistert 35 procent van de stadsjongeren wel eens naar FunX<sup>7</sup>. Daarmee staat FunX onder stadsjongeren op de derde plaats na Sky Radio (39 procent) en Radio 538 (56 procent). FunX heeft een weekbereik van 28 procent. Daarmee komt FunX onder stadsjongeren op de tweede plaats, na Radio 538 (35 procent). Dagelijks stemt 19 procent van de stadsjongeren af op FunX. Ook in dat opzicht neemt FunX de tweede plaats in. De zender is Radio 538 (20 procent) heel dicht genaderd. Voor een overzicht zie figuur 4 en 5.



**Figuur 4 Bereik radiozenders onder stadsjongeren, najaar 2005**

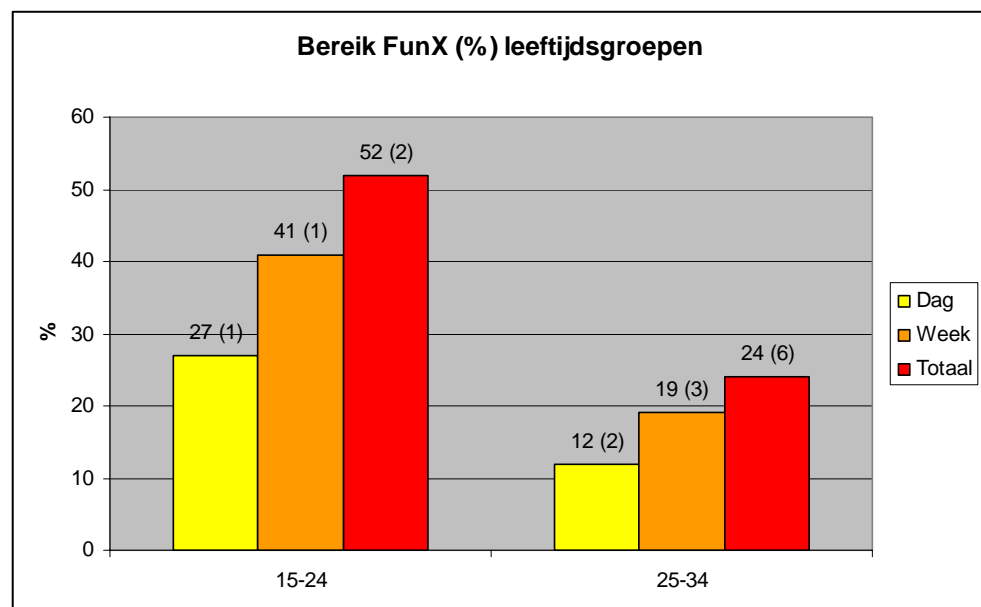
<sup>7</sup> Bij het bereiksonderzoek van FunX wordt onderscheid gemaakt tussen dag- week- en totaalbereik. Het dagbereik geeft aan hoeveel jongeren dagelijks naar FunX luisteren. Dit wordt gemeten door de respondenten te vragen of zij 'gisteren' naar FunX hebben geluisterd. Het wekelijkse bereik geeft een indicatie van het percentage jongeren dat minstens een keer per week afstemt op FunX en het totaalbereik geeft antwoord op de vraag welk percentage jongeren in de afgelopen 12 maanden wel eens naar FunX heeft geluisterd.



**Figuur 5 Bereik FunX**

3.2.3 *Bereik onder 15-24 jarigen hoger dan onder 25-34 jarigen.*

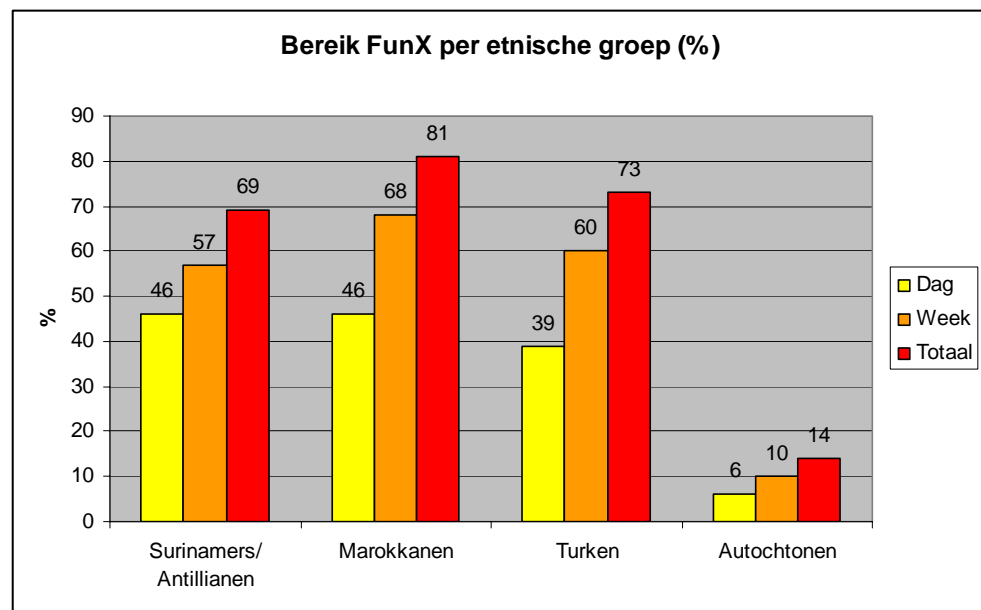
Onder de jongste leeftijdsgroep uit het onderzoek, de 15-24 jarigen, neemt FunX in het totaalbereik de tweede plaats in, maar als gekeken wordt naar weekbereik staat FunX met 41 procent op de eerste plaats. De leeftijdsgroep 25-34 jaar luistert wat minder vaak naar FunX. Het totaalbereik van de zender is bij deze groep 24 procent, een zesde plaats in de ranglijst van radiozenders. Als wordt gekeken naar weekbereik doet FunX het beter. Met 19 procent staat de zender op de derde plaats. Het dagbereik van FunX is bij de doelgroep 15-24 jaar 27 procent. Bij de leeftijdscategorie 25-34 is dit in het najaar van 2005 12 procent (zie figuur 6).



**Figuur 6 Bereik FunX onder de verschillende leeftijdsgroepen (tussen haakjes de rangorde vergeleken met concurrerende zenders)**

### 3.2.4 *Bereik onder allochtone jongeren hoger dan onder autochtone jongeren*

Net als de naamsbekendheid blijkt ook het bereik<sup>8</sup> van FunX onder allochtone stadsjongeren veel hoger dan het bereik onder autochtone jongeren. Het totaalbereik onder allochtone jongeren bedraagt 63 procent, onder autochtone jongeren 14 procent. In de cijfers voor het weekbereik onder allochtone jongeren staat FunX op de eerste plaats van beluisterde radiozenders en bij autochtone jongeren de achtste plaats. Radio 538 is onder autochtone jongeren veruit het populairst, gevolgd door Sky Radio, 3 FM en Yorin FM. Bij het dagbereik staat FunX bij allochtone jongeren ook op de eerste plaats. Bij autochtone jongeren is de eerste plaats nog steeds Radio 538, FunX komt bij deze groep op de zesde plaats. In Figuur 7 is het overzicht te zien van het bereik van FunX per etnische groep voor het dag-, week- en totaalbereik.

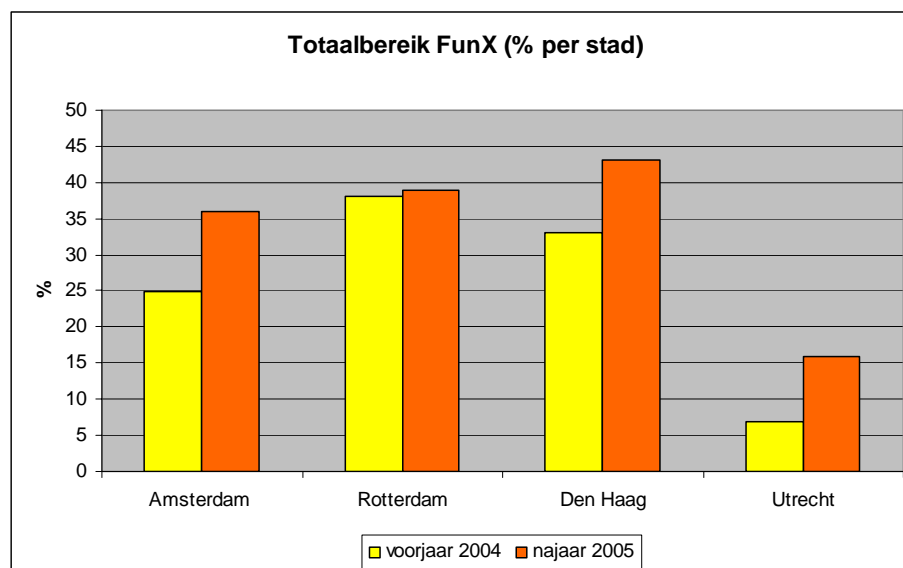


**Figuur 7 Bereik FunX dag, week en totaal ingedeeld naar etniciteit**

### 3.2.5 *Bereik verschilt per stad*

Het percentage luisteraars per jaar varieert per stad. Zo wordt FunX in Den Haag het meest beluisterd (43 procent) en in Utrecht het minst (16 procent). Rotterdam (39 procent) en Amsterdam (36 procent) zitten daar tussenin. In alle steden is het totaalbereik van FunX sinds het voorjaar van 2004 gestegen. In Utrecht bijvoorbeeld steeg het totaalbereik van 7 naar 16 procent (zie figuur 8).

<sup>8</sup> Percentage jongeren tussen de 15 en 34 dat in de afgelopen maanden wel eens FunX heeft beluisterd



**Figuur 8 Totaalbereik FunX per stad**

### 3.2.6 Waardering FunX

In het onderzoek van Interview-NSS is gevraagd wat voor cijfer (tussen de 1 en 10) de respondenten aan FunX zouden geven. Gemiddeld wordt de zender met een 7,6 gewaardeerd. Dat is hoger dan Radio 538 (7,4), Sky Radio (7,3) en 3FM (7,1). Autochtonen beoordelen FunX gemiddeld met een 7,2 en allochtonen met een 7,8. Vrouwen beoordelen FunX iets positiever dan mannen (resp. 7,7 en 7,5) en de jongere doelgroep beoordeelt FunX weer positiever dan de oudere doelgroep (resp. 7,7 en 7,5). Samengevat wordt FunX heel positief beoordeeld, alleen is er een lichte daling opgetreden vergeleken met 2004. Toen waardeerden jongeren de zender gemiddeld met het rapportcijfer acht.<sup>9</sup> Waar deze daling vandaan komt is op basis van de gegevens niet te verklaren.

### 3.3 Bereik website FunX

De website is een essentieel onderdeel van FunX. Deze omvat onder andere de NOS headlines, informatie over programma's, presentatoren, (muziek)evenementen en artiesten. Vooral het discussieforum is populair. Ook wordt de website gebruikt om de verschillende uitzendingen te beluisteren via *streaming audio*. In de leeftijdsgroep 15-25 jaar luistert over het algemeen 16 procent wel eens naar de radio via internet (dus niet specifiek naar FunX). In 2004 lag dat percentage op 6 procent.<sup>10</sup>

In 2003 telde de site 620 duizend bezoekers en 3.5 miljoen pageviews. In 2004 waren dat er respectievelijk 1.4 en 9.6 miljoen.<sup>11</sup> Van januari tot en met september 2005 was

<sup>9</sup> FunX Jaarverslag 2004

<sup>10</sup> Persbericht FunX oktober 2005 'Jongerenradio opnieuw fors gegroeid'

<sup>11</sup> Definities van begrippen in SITESTAT:

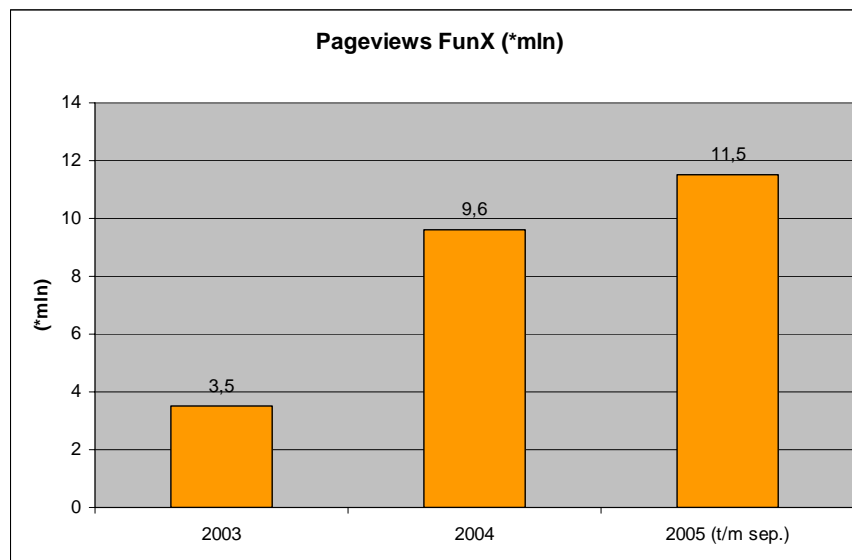
Pageviews: Het aantal keer dat pagina's op de site bezocht zijn, inclusief die pagina's die door middel van back, forward en refresh zijn opgevraagd.

Bezoeken: Een bezoek is een serie van een of meer pageviews en begint bij het eerste paginabezoek (pageview) en eindigt als er 30 minuten geen activiteit van de bezoeker wordt geregistreerd. Komt dezelfde bezoeker na 30 minuten terug op de website, dan zal dat als een nieuw bezoek geregistreerd worden. Bezoeken worden op basis van cookies

het aantal pageviews voor dat gedeelte van het jaar al op 11.5 miljoen en het aantal bezoekers op 1.7 miljoen (zie voor een overzicht Tabel 3.1, Figuur 9 en Figuur 10).

**Tabel 3.1 webstatistieken FunX website (bron: Nedstat Pro)**

	Sept-dec 2002	2003	2004	2005 (t/m sep.)
Bezoeken	42.103	620.000	1.400.000	1.700.000
Page views	160.055	3.500.000	9.600.000	11.500.000

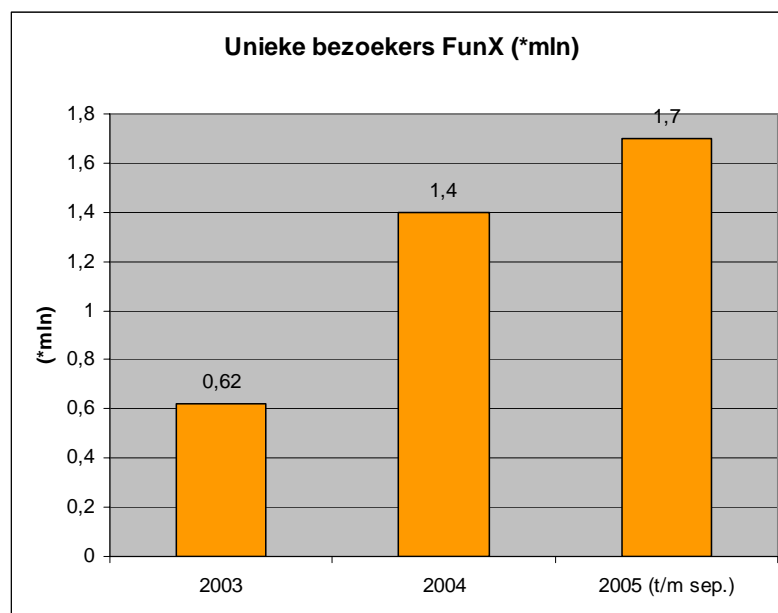


**Figuur 9 Aantal pageviews FunX website 2003-2005**

---

geregistreerd indien de optie 'cookies' geactiveerd is. Is dit niet het geval dan worden bezoeken op basis van IP-nummers geregistreerd.

Unieke bezoekers: Het aantal netto bezoekers die in de geselecteerde periode de FunX website hebben bezocht.



**Figuur 10 Aantal unieke bezoekers FunX website (2003-2005)**

Uit de cijfers wordt duidelijk dat de FunX website, net als de radiozender zelf, in de loop der tijd steeds populairder is geworden. De meeste virtuele bezoekers komen uit Amsterdam, gevolgd door Rotterdam, Helmond, Den Haag, Tilburg, Utrecht, Almere, Enschede, Arnhem en Hilversum. Hieruit blijkt dat de website ook een functie vervult voor luisteraars buiten de Randstad die FunX niet via de etherfrequenties kunnen ontvangen.

91 Procent van de website bezoekers komt uit Nederland, maar de website kent ook bezoekers uit andere landen, zoals België, de Verenigde Staten, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Marokko en Turkije.

**Tabel 3.2 Top tien van de meest bezochte pagina's op de website**

Top tien van meest bezochte pagina's op de website		
<b>1</b>	Forum FunX	30 %
<b>2</b>	Home	15,7%
<b>3</b>	Artistbio (onder Music & Chart)	13,4%
<b>4</b>	Live Stream	11,5%
<b>5</b>	X-Chart (onder Music & Chart)	8,3%
<b>6</b>	Forum Liefde	5,2%
<b>7</b>	Forum Muziek	2,5%
<b>8</b>	Files (onder Files & Events)	2 %
<b>9</b>	Forum Politics	1,7%
<b>10</b>	DJ & Shows	1,6%
<b>Overig</b>		8,1%
<b>Totaal</b>		100%

In Tabel 3.2 is de top tien van de meest bezochte pagina's op de website weergegeven. Het discussieforum van FunX wordt van alle pagina's het meest opgevraagd. De homepage wordt daarna het meest bezocht en er luisteren ook veel jongeren via internet (Live Stream) naar FunX. Het is niet vreemd dat de homepage en het forum vaker

worden opgevraagd dan de livestream. Dit heeft te maken met de manier van meten. Het onderzoek naar de meest bezochte pagina's meet hoeveel keer een pagina wordt opgevraagd. De stream hoef je maar een keer aan te klikken om hem bij wijze van spreken de gehele dat te kunnen te beluisteren. Op het forum ligt het meer voor de hand dat bezoekers heen en weer klikken tussen de verschillende topics. Het is mogelijk dat vooral jongeren die niet uit de Randstad komen en FunX dus niet over de ether kunnen ontvangen, via de website één van de streams beluisteren.

Uit dit overzicht wordt ook duidelijk dat via de site veelvuldig informatie over artiesten wordt opgevraagd. Daarnaast blijkt de X-Chart (de wekelijkse hitlijst) zeer populair. Op de zesde, zevende en negende plaats van meest bezochte pagina's komen de discussieforums Liefde, Muziek en Politics. Uit het overzicht blijkt dat het discussieforum een essentieel onderdeel is van FunX, 39,4 procent van de bezoekers komt hiervoor.

### 3.4 Doelgroep FunX ondervertegenwoordigd in regulier luisteronderzoek

Onderzoeksbureau Intomart doet onderzoek naar het kijk- en luistergedrag van de Nederlandse bevolking en meet de beluistering van de radiozenders in het Continu Luister onderzoek (CLO). Opdrachtgever is de Stichting Platform Radio-Exploitanten (PRE) waarin publieke en commerciële omroepen samenwerken. De cijfers worden door de Stichting PRE beschikbaar gesteld en afgenomen door bijvoorbeeld omroepen, reclameverkoopmaatschappijen, mediabureaus en adverteerders.<sup>12</sup> Intomart selecteert de respondenten voor het onderzoek op basis van provincie, geslacht en leeftijd.<sup>13</sup> Ze proberen hiermee een goede afspiegeling van de Nederlandse bevolking te verkrijgen. Allochtonen zijn echter sinds jaar en dag ondervertegenwoordigd in het kijk- en luisteronderzoek van Intomart. FunX wordt vooral in de vier grote steden beluisterd door een doelgroep (jongeren tussen 15-34) die voor een groot deel bestaat uit allochtone jongeren. De resultaten van het reguliere onderzoek geven daardoor geen betrouwbaar beeld van het aantal luisteraars naar FunX en van de marktaandeelen van de verschillende zenders onder jongeren.

Om toch wat te kunnen zeggen over de populariteit c.q. het bereik van FunX heeft FunX zelf onderzoek laten uitvoeren. De cijfers van Interview-NSS geven globaal weer hoe vaak er naar FunX wordt geluisterd in de vier grote steden, maar er wordt niet (zoals in de landelijke luisteronderzoeken) gemeten hoe lang de zender beluisterd wordt. In het landelijke onderzoek naar luistergedrag wordt het percentage luisteraars gemeten dat minimaal één kwartier naar een radiozender heeft geluisterd.<sup>14</sup> Het landelijke onderzoek van Intomart publiceert de gegevens over een maand verdeeld in weken. Daarbij wordt gekeken naar cumulatief bereik, gemiddelde contactfrequentie

<sup>12</sup> [www.pre-radio.nl](http://www.pre-radio.nl)

<sup>13</sup> C. Camps, 'Bereiksonderzoek Radio' te vinden op:

<http://www.intomartgfk.nl/dbfilestream.asp?id=4> (bekeken; 23-11-2005)

<sup>14</sup> De gegevens van Interview-NSS zijn verzameld in een face-to-face onderzoek waarin werd gevraagd of respondenten de zender dagelijks, wekelijks of in het afgelopen jaar hebben beluisterd. In het onderzoek van Intomart houden respondenten een dagboek bij op grond waarvan per tijdvak de luisterdichtheid en het marktaandeel van een zender bepaald kan worden. Deze laatste informatie is vooral van belang voor adverteerders, omdat deze dan weten wanneer ze met hun reclameboodschappen het best de beoogde doelgroep kunnen bereiken. Voor publieke omroepen zijn echter ook bereikcijfers interessant omdat deze aangeven hoeveel mensen op enig moment geïnteresseerd zijn in hun programma's.  
<http://www.pre-radio.nl/clo/index.html>

(het gemiddelde aantal kwartieren dat de respondenten naar een radiozender hebben geluisterd) en Gross Rating Points (het percentage luisterdichtheid binnen een bepaalde doelgroep). De resultaten uit het onderzoek van FunX, uitgevoerd door Interview-NSS en die uit het onderzoek van Intomart zijn daardoor niet goed vergelijkbaar.

Om bereik en luisterdichtheid van FunX te kunnen vergelijken met andere zenders, volgens een algemene, in de markt geaccepteerde standaard, is het nodig de representativiteit van de steekproeven in het reguliere onderzoek te verbeteren. Daarvoor moet het aandeel van allochtonen in de steekproeven worden verhoogd. Dit is ook nodig om gegevens te kunnen leveren waar adverteerders hun plaatsingsbeleid op baseren. Verbetering van de representativiteit van de steekproeven in het reguliere kijk- en luisteronderzoek is niet alleen in het belang van FunX, maar komt ook de kwaliteit van het onderzoek in het algemeen ten goede. Daarmee is het in het belang van alle omroepen en adverteerders. In het tussentijds Concessiebeidsplan heeft de publieke omroep aangekondigd hier werk van te gaan maken en in de aanbiedingsbrief bij de Mediabegroting voor 2006 aan de Tweede Kamer heeft de Staatssecretaris voor Media en Cultuur hier eveneens op aangedrongen<sup>15</sup>.

### 3.5 Conclusie

Uit het onderzoek blijkt dat FunX er zeker in is geslaagd om te voorzien in een behoefte onder de luisteraars. De zender is in korte tijd populair geworden. Het bereik onder allochtone jongeren is groter dan onder autochtone jongeren, maar ook onder autochtone jongeren is het bereik nog aanzienlijk.

De website wordt eveneens goed bezocht; de aantallen pageviews en bezoekers vertonen een stijgende lijn. Veel bezoekers maken gebruik van de mogelijkheid om FunX via het internet en streaming audio te beluisteren.

De gegevens over luisteraars zijn afkomstig uit door FunX zelf uitgezet onderzoek, omdat hun doelgroep onvoldoende vertegenwoordigd is in het reguliere luister onderzoek (CLO). Om de ontwikkelingen in bereik, luisterdichtheid en marktaandeel goed te kunnen volgen en vergelijken is belangrijk dat de steekproef voor het CLO representatief wordt voor de gehele bevolking, om te beginnen in de grote steden en de Randstad. Dit is tevens van belang om adverteerders informatie te kunnen verschaffen over de samenstelling en het luistergedrag van de doelgroep.

---

<sup>15</sup> Publieke Omroep. Tussentijds Concessiebeidsplan. Zie: [http://pics.portal.omroep.nl/upnos/ZsfnwHsH\\_Tussentijds\\_Concessiebeidsplan.pdf](http://pics.portal.omroep.nl/upnos/ZsfnwHsH_Tussentijds_Concessiebeidsplan.pdf) en de Mediabegrotingsbrief voor het jaar 2006 van 11 november 2005 (Tweede Kamer, vergaderjaar 2005-2006, 3300 VIII, nr. 59).



## 4 Organisatie en Financiën

In dit hoofdstuk komen de bedrijfsmatige aspecten van FunX aan de orde. We bespreken achtereenvolgens het bestuur, de financiën en het personeelsbeleid van FunX.

### 4.1 Bestuur

Voorafgaand aan FunX hebben de vier grote steden en de lokale zendgemachtigden de stichting G4 radio opgericht. Vanuit de stichting G4 radio is een businessplan geschreven voor de zender – later FunX gedoopt - op basis waarvan de subsidie is verleend. De lokale zendgemachtigden zijn licentiehouders van de radiofrequenties in de vier grote steden voor FunX.

De radiozender FunX heeft de vorm gekregen van een werkmaatschappij met een eigen directie. Stichting G4 radio is 100 procent aandeelhouder van de werkmaatschappij FunX BV. Op de directie van FunX wordt toezicht gehouden door een Raad van Commissarissen. In deze Raad van Commissarissen zit een deel van het bestuur van de Stichting G4 radio.

Bij de opzet van FunX is gekozen voor een zakelijke organisatievorm (een BV met een eigen directeur). Daarmee wilde men voorkomen dat de slagkracht van de zender zou veranderen door inspraak vanuit bijvoorbeeld alle lokale (toegangs)omroepen en hun achterbannen. Op deze vorm bestond aanvankelijk enige kritiek vanuit de toegangsomroepen en Mira Media. Zij verlangden een sterkere inbreng van lokale toegangsomroepen. Deze kritiek is, waarschijnlijk mede door het succes van FunX, inmiddels verstomd.

De opzet van een onafhankelijke werkmaatschappij met een eigen directeur, de Stichting G4 als aandeelhouder en de vertegenwoordiging van deze stichting in de Raad van Commissarissen heeft volgens alle betrokkenen goed gefunctioneerd. Een punt van aandacht voor de toekomst is dat FunX een nog steeds groeiend bedrijf is dat moet opereren in complexe bestuurlijke verhoudingen en een zeer competitieve radiomarkt. Dit vraagt om bestuurders met specifieke expertise in bepaalde velden. Op dit moment bestaat het bestuur uit vertegenwoordigers van de deelnemende lokale zendgemachtigden, met daarboven een onafhankelijke voorzitter. Daarmee is niet per definitie gegarandeerd dat in het bestuur alle benodigde kennis en ervaring aanwezig is. Bij voorzetting van FunX zou bekeken moeten worden hoe de professionaliteit van het bestuur beter kan worden gegarandeerd. FunX stelt voor dat de Raad van Commissarissen bestaat uit leden die op grond van hun expertise worden benoemd, terwijl vertegenwoordigers van de lokale zendgemachtigden in het bestuur van G4 Radio op hoofdlijnen het programmabeleid toetsen.

### 4.2 Financiën

FunX wordt door de overheid op basis van artikel 28m van de Mediawet gefinancierd als speciale voorziening voor minderheden. De subsidie voor FunX bedraagt in totaal €7,25 miljoen voor de periode 2003-2006. Daarvan dragen de vier grote steden en de provincie Utrecht de helft. Tussen de vier gemeenten wordt een verdeelsleutel gehanteerd op basis van hun bevolkingsomvang. De gemeente Rotterdam levert daarnaast een bijdrage in natura in de vorm van de huisvesting voor FunX. In Utrecht

verloopt de subsidie via de begroting van RTV Utrecht. De landelijke overheid ‘matcht’ de subsidie van de vier grote steden. De subsidie is verleend voor de periode van vier jaar.

Tabel 4.1 geeft een overzicht van de aan FunX toegekende subsidies voor de periode 2003-2006.

**Tabel 4.1 Subsidies FunX 2003-2005**

Jaar	2003	2004	2005	2006
totaal subsidie (€*1000) *	2.000	1.950	1.700	1.600
Bijdrage OCW (50%)	1.000	975	850	800
Bijdrage OCW aan centrale vestiging (50%)	25	25	25	25
Bijdrage provincie Utrecht	35	35	0	0
Bijdrage provincie Noord-Holland	PM	PM	PM	PM
Bijdrage provincie Zuid-Holland	PM	PM	PM	PM
bijdragen G4 totaal	940	915	825	775
Amsterdam (factor 6:18)	305	297	267	250
Rotterdam (factor 5:18)	254	247	222	208
Rotterdam bijdrage centrale vestiging	25	25	25	25
Den Haag (factor 4:18)	203	198	178	167
Utrecht (factor 3:18)	153	148	133	125

Bron: aangepaste Meerjarenbegroting. \* Genoemde bedragen zijn exclusief indexering.

**Tabel 4.2 Reclame-inkomsten FunX 2003-2005**

	Mei-dec 2003	2004	2005
Reclame	83.000	480.000 doel: 665.000	562.000 (tot sept. 2005) doel: 750.000-800.000

De reclame-inkomsten over 2005 bedragen tot september 2005 €562.000, de prognose voor 2005 is tussen €750.000 en €800.000. De neveninkomsten (verkoop CD's) zijn nihil. Als de metingen van de luistercijfers correct zouden worden uitgevoerd, dat wil zeggen: wanneer allochtonen evenredig in de steekproeven van het reguliere luisteronderzoek zouden zijn vertegenwoordigd, zouden de reclame-inkomsten voor FunX hoger kunnen zijn. Naar verwachting zouden deze dan kunnen oplopen tot zo'n drie à vier miljoen euro. Dit is meer dan nu het geval is, maar onvoldoende om de zender met behoud van de huidige programmering geheel vanuit reclame-inkomsten te financieren. Eind 2005 voert FunX overleg met de Ster om na te gaan of deze organisatie de verkoop van reclamezendtijd kan overnemen van de eigen salesafdeling van FunX om op die wijze de verkoop van reclamezendtijd te professionaliseren.

Directie en bestuur van FunX geven een aantal knelpunten aan in de financiering:

- Sinds de aanvang van FunX zijn diverse juridische procedures gevoerd tegen FunX. Dit legt een groot beslag op de capaciteit en de financiële middelen van de organisatie.
- Er is weinig ruimte om nieuwe initiatieven uit te werken. Een voorbeeld is het internet, waar FunX graag meer zou willen doen voor zijn luisteraars.
- FunX is snel gegroeid en krijgt veel aandacht van de buitenwereld. De snelle groei en populariteit en de verschijnselen waarmee dit gepaard gaat, waren niet voorzien. Deze hebben tot extra kosten voor de organisatie geleid. Zo worden directie en bestuur vaak gevraagd voor allerlei optredens op congressen en bijeenkomsten. En om personeel dat uitblinkt te behouden voor FunX moeten andere financiële afspraken worden gemaakt.

De directeur formuleert het als volgt: “We zijn gefinancierd voor de eerste divisie, maar gepromoveerd naar de eredivisie”

### 4.3 Financiering na 2006

Op dit moment is nog niet duidelijk hoe de financiering van FunX na afloop van de convenantperiode eind 2006 vorm zal krijgen. De besluitvorming over voorzetting van de subsidie moet door het Rijk en de overige steden nog worden genomen. Een beslissing hierover wordt mede genomen op basis van de resultaten van deze evaluatie.

Voor de toekomst zijn verschillende scenario's mogelijk voor de financiering van FunX. Deze worden hieronder kort besproken.

#### 4.3.1 *Voortzetting huidige financieringsconstructie*

In dit scenario wordt de huidige financieringsconstructie van FunX voor de komende vier jaar verlengd. De vier grote steden blijven dan een subsidie verlenen aan de zender, en het ministerie van OCW verdubbelt dit bedrag (matching). Utrecht en Amsterdam staan niet negatief tegenover deze optie en ook Rotterdam zou het overwegen, hoewel de stad ook andere opties de moeite waard vindt om te onderzoeken, zoals financiering vanuit landelijke middelen of FunX commercieel laten worden. De gemeente Den Haag heeft echter al bij aanvang van het convenant aangegeven dat het alleen een eenmalige subsidie zou geven en in 2007 wil stoppen met de subsidie voor FunX. Alleen als de gemeente Den Haag dit besluit herziet, kan het huidige model worden gecontinueerd.

Een voordeel van doorgaan op dezelfde voet is, dat er geen beslissing genomen hoeft te worden over een nieuwe financieringsconstructie. FunX kan zich gaan richten op andere belangrijke doelstellingen, zoals het verbeteren van de programmering en het verder uitwerken van de plannen voor het opleiden van nieuwe onervaren medewerkers.

#### 4.3.2 *Voortzetting huidige financieringsconstructie, exclusief Den Haag*

Een tweede mogelijkheid is dat Den Haag, zoals aangekondigd, niet langer meedeelt in de kosten, maar de overige drie steden FunX wel blijven financieren. De overige partners (OCW en de drie overblijvende steden) zouden dan het subsidiedeel van Den Haag op zich moeten nemen, of het ministerie van OCW zou het aandeel van Den Haag moeten overnemen. Een voordeel hiervan is, net als bij scenario één, dat de financieringsconstructie grotendeels overeind blijft. Een nadeel is dat deze aanpak de logica in de constructie ondermijnt, zeker wanneer er een aparte Haagse redactie blijft bestaan. Opheffen van een eigen redactie in Den Haag zou echter het lokale karakter van de programmering in gevaar brengen en de werkwijze van FunX ondermijnen.

Uitval van de bijdrage vanuit een van de vier grote steden zet de afspraak onder druk dat OCW alleen matcht als de gemeentes het eerste deel van het geld opbrengen. Zodra OCW de financiering van één van de steden overneemt, komt deze regeling op losse schroeven te staan. De andere steden kunnen in dat geval ook makkelijker hun deel van de financiering opzeggen.

#### 4.3.3 *FunX breidt uit naar andere steden die ook mee gaan financieren*

Als de ambitie van de directie van FunX in de toekomst werkelijkheid wordt, gaat FunX in de toekomst naast lokale edities voor Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht ook andere lokale edities van FunX maken in steden als Eindhoven, Arnhem Groningen, Enschede, Nijmegen en andere steden met een multiculturele bevolkingssamenstelling. Nu al is er via de samenwerking met BNN een extra verslaggever die het land intrekt en vanuit verschillende provinciesteden bijdrages levert. De kracht van FunX ligt voor een belangrijk deel in de lokale wortels van de zender. Wanneer ook lokale edities in andere steden worden gemaakt, zou het logisch zijn wanneer deze edities financieel gesteund worden uit de middelen voor lokale omroep in de betreffende gemeente. In dat geval zou de financiering van FunX logischerwijze, volgens de ambtenaren uit de G4, niet langer alleen de verantwoordelijkheid van de vier steden moeten zijn. De kosten zouden dan breder moeten worden gedragen. Voordeel van een dergelijke constructie is dat het versterking van de lokale inbedding van FunX zou betekenen, ook in steden buiten de Randstad met een multiculturele bevolkingssamenstelling. Nadeel van deze constructie is echter dat de organisatie en financiering van FunX door het toegenomen aantal edities, veel complexer wordt. Er gaat veel tijd zitten in overleg met gemeenten en lokale zendgemachtigden, met het risico dat iedere gemeente zijn eigen aanpak en organisatievorm vereist en dat een bijdrage in de financiering gepaard gaat met de wens tot invloed op de programmering en organisatie van de zender. Dit zou tot hoge organisatiekosten kunnen leiden en ten koste kunnen gaan van de slagkracht van FunX.

#### 4.3.4 *FunX als onderdeel van de landelijke omroep*

Een vierde optie is dat FunX onderdeel wordt van de landelijke publieke omroep. Dit hoeft niet te betekenen dat het daarmee een landelijke zender wordt. Ook in een dergelijk model kan met een lokaal editiestelsel worden gewerkt. FunX zou in dit geval gefinancierd worden uit de middelen voor de publieke omroep. Het voordeel van deze regeling is dat het financieringsstelsel efficiënter kan worden ingericht. FunX hoeft niet meer aan verschillende partijen verantwoording af te leggen. Gezien de landelijke populariteit van FunX lijkt dit een logische oplossing. De optie is aantrekkelijk voor de landelijke publieke omroep die hiermee in een klap een doelstelling inlost, het bereiken van jongeren en allochtonen, die het in de afgelopen jaren niet heeft weten te realiseren. Nadeel is dat FunX het risico loopt om als kleine organisatie onderdeel te worden van de Hilversumse bureaucratie. Het wordt hierdoor wellicht moeilijker het lokale karakter en de eigen identiteit te behouden. Daarnaast zou FunX door een inbedding bij de landelijke publieke omroep onder andere regels gaan vallen.

Deze optie betekent een fundamentele wijziging in het beleid. FunX is dan niet langer onderdeel van de infrastructuur voor lokale publieke omroepen. Vraag is tevens hoe een dergelijke constructie zich verhoudt tot het gegeven dat de lokale zendgemachtigden eigenaar zijn van de etherfrequenties voor FunX.

#### 4.3.5 *FunX wordt commerciële*

De groeiende populariteit van FunX en stijgende reclame-inkomsten suggereren dat FunX ook als commerciële zender verder zou kunnen gaan. Het is echter de vraag of FunX als commerciële zender een vergelijkbaar format zal kunnen hanteren met:

- a) ruim aandacht voor nieuw talent en nieuwe muziek
- b) aandacht voor Nederlandstalige rap;
- c) live programma's en eigen verslaggevers;
- d) informatie, cultuur en educatie als belangrijk onderdeel van de programmering.

Juist met deze elementen worden belangrijke publieke doelstellingen van de zender gerealiseerd, zoals het leveren van een bijdrage aan het maatschappelijk debat en het bevorderen van sociale cohesie en integratie. Jongeren herkennen zich in de zender door een combinatie van muziekkeuze en 'tone-of-voice'. In een mix met de muziek worden allerlei maatschappelijke en politieke onderwerpen behandeld, evenals onderwerpen die in de ontwikkeling en het dagelijks leven van jongeren belangrijk zijn (ouders, religie, seksualiteit, vrienden, werk, school etc.). Een dergelijke programmering vergt een forse investering in redactie en live verslaggeving die voor het merendeel van de commerciële radiozenders niet aantrekkelijk is. Eerste doel van een commerciële zender is het maken van winst. Het ligt dan voor de hand om risico's te mijden en kosten te reduceren. Dit leidt al snel tot een format met overwegend muziek en een muziekkeuze gebaseerd op bewezen succes, met andere woorden veel Amerikaanse en Engelse import. Een met FunX vergelijkbare zender als Juize FM draait bijvoorbeeld voornamelijk Engelstalige en Amerikaanse urban muziek (R&B, rap, hip-hop) en heeft geen verslaggevers die de straat opgaan en de stad intrekken om van daaruit (live) programma's te maken. De informatieve onderdelen bij Juize FM zijn kort. Experimenteren met onbekend talent, of met muziek uit Aziatische of Afrikaanse landen is vanuit een commercieel perspectief te duur en te risicovol voor commerciële zenders. Wanneer belang wordt gehecht aan de huidige doelstellingen van FunX, ligt voortzetting van grotendeels publieke financiering voor de hand. De huidige etherfrequenties zijn bovendien in handen van de lokale, publieke zendgemachtigden en kunnen niet zomaar ingezet worden voor een commercieel opererende zender.

#### **4.4 Afweging verschillende financieringsconstructies**

Zoals uit de beschrijving van de opties duidelijk wordt, heeft elk scenario zijn voor- en nadelen. Hoewel de populariteit van FunX suggereert dat de zender ook bestaansrecht zou hebben als commerciële zender, moet worden betwijfeld of FunX als commerciële zender hetzelfde format zou kunnen behouden. De publieke doelstellingen van FunX, zoals bijdragen aan het maatschappelijk debat, sociale cohesie en integratie, zouden in een commerciële variant niet meer gerealiseerd kunnen worden. Dit lijkt daarom geen reële optie, tenzij de overheid de publieke doelstellingen niet meer van belang vindt. Het derde scenario, waarin niet alleen van de vier grote steden, maar ook van andere steden in het land een bijdrage wordt gezocht, is een optie die de lokale inbedding van FunX buiten de Randstad kan versterken. Maar de uitbreiding van het aantal betrokken partijen leidt tot een zware belasting voor de organisatie van FunX en de landelijke overheid, om alle betrokken partijen op één lijn te krijgen en is vanuit dat oogpunt niet erg aantrekkelijk. Optie twee is in principe geen wenselijke optie, omdat zodra één stad de samenwerking opzegt, ook de bijdrage van de andere steden onder druk komt te staan. Optie één lijkt daarom zeker op korte termijn het meest wenselijk. Voor de langere termijn zou onderzocht kunnen worden of en zo ja, hoe FunX vanuit de middelen voor landelijke publieke omroep gefinancierd zou kunnen worden.

In de huidige opzet is de lokale inbreng duidelijk herkenbaar. Een deel van de programma's is bovenlokaal, maar iedere stad heeft zijn eigen edities. Dat is ook voor de gemeenten voorwaarde om bij te dragen in de financiering van FunX. De vier grote steden zijn alleen bereid voor specifiek op die steden gerichte programmering een

bijdrage te leveren. Naarmate FunX meer een landelijke zender zou worden, zal de bereidheid tot financiering van de vier grote steden afnemen. Overigens betekent het verkrijgen van landelijke dekking voor FunX, of het feit dat FunX onderdeel zou worden van de landelijke publieke omroep, niet per definitie dat daarmee ook de programmering in inhoudelijke zin verandert. Door een editiestelsel kan de zender toch een lokaal karakter blijven behouden.

Kortom: de precieze bestuurlijke, financiële, juridische en frequentietechnische consequenties van de verschillende opties, dienen met het oog op de toekomst nader te worden uitgewerkt.

#### 4.5 Personeel

In totaal heeft FunX per 1 december 2005 35,8 formatieplaatsen. Tabel 4.3 bevat een overzicht van de groei tussen 1 januari 2003 toen er nog slechts zes formatieplaatsen waren, naar het huidige aantal en van de verdeling van formatieplaatsen over de verschillende functies.

**Tabel 4.3 Formatieplaatsen FunX**

<b>Formatieplaatsen FunX</b>	<b>per 01-01-03</b>	<b>per 01.12.05</b>	<b>per stadseditie</b>	
Directeur/bestuursadviseur	1	1,7		
Fin. administratie	1	1		
Personeels- en Opleidingszaken	1	0,9		
Communicatie	1	1		
Receptie/Secretariaat	1	2		
Sales	1	3		
<b>subtotaal indirect personeel</b>		9,6		
Programmadirectie		2		
Stationmanager		5	1	Incl. editie FunX supported by BNN
Redactie/presentatie/productie		15,4	2,9	Incl. editie FunX supported by BNN
Muziekprogrammeur		1		
Stageplaatsen		p.m.		
Techniek- en Systeembeheer		2,8		
<b>subtotaal direct personeel</b>		26,2		
<b>Totaal formatieplaatsen</b>		35,8		Incl. editie FunX supported by BNN

Verder werkt FunX met circa 10 freelancers op uurbasis voor redactie-, presentatie- en productiewerkzaamheden.

Een van de doelstellingen van FunX is dat FunX functioneert als een kweekvijver voor mediatalent van verschillende culturele achtergronden. Deze doelstelling is gerealiseerd. FunX heeft voor het aantrekken van personeel bewust buiten de gangbare kanalen gezocht. Dit betekent dat er bij FunX overwegend programmamakers werken die geen professionele journalistieke of andere mediaopleiding hebben.

De snelle groei van FunX en de druk vanuit de buitenwereld (veel aandacht van media, politiek, onderzoekers, juridische procedures etc.) maken het noodzakelijk om personeel en organisatie te professionaliseren. In 2005 zijn daarom ook enkele ervaren medewerkers aangenomen, waaronder een perswoordvoerder, een onderzoeker, audioproducers en ook enkele redacteuren.

De organisatie is niet bang dat professionalisering en het aannemen van meer autochtone medewerkers ten koste gaan van de identiteit en het multiculturele karakter van FunX. Er worden alleen mensen aangenomen die bij de organisatie passen. FunX blijft een multiculturele bedrijfscultuur hebben. Bij FunX werken naast veel allochtonen ook veel vrouwen.

Het personeel moet opgeleid en bijgeschoold worden. Ze moeten de 'tone of voice', de benadering en de doelgroep leren kennen. De FunX redactie heeft daar de eerste paar jaar de kaders voor bepaald, maar in de toekomst moet er verder invulling aan gegeven worden. Zeker wanneer FunX gaat uitbreiden naar andere steden en daar nieuwe redacties worden opgezet, zal de kwaliteitsbewaking veel aandacht vergen.

## 5 Samenwerking

FunX is voortgekomen uit de lokale publieke omroepen en werkt sinds midden 2005 ook samen met de landelijke publieke omroep. In dit hoofdstuk worden de inhoudelijke en organisatorische aspecten van deze samenwerking besproken. Tevens komen kort de juridische en mediawettelijke mogelijkheden en beperkingen aan de orde met betrekking tot deze samenwerking.

### 5.1 ... met lokale publieke omroepen

FunX BV maakt programma's die de lokale publieke omroepen in de vier grote steden uitzenden. De aandelen van FunX BV worden beheerd door de Stichting G4 Radio. Het bestuur van deze stichting wordt gevormd door vertegenwoordigers van de lokale omroepen. De omroepen zenden de programma's van FunX uit als neventaak naast het gewone lokale programma. Daarvoor is van overheidswege een aparte frequentie in de vier grote steden vrijgemaakt. SLOR in Rotterdam, Salto in Amsterdam, Stadsomroep Den Haag en RTV Utrecht hebben het initiatief genomen tot oprichting van FunX. Als zendgemachtigden zijn zij op grond van de Mediawet eindverantwoordelijk voor de programma's van FunX. Zij zijn vertegenwoordigd in het bestuur van G4radio dat op zijn beurt 100 procent aandeelhouder is van de werkmaatschappij FunX BV. FunX functioneert verder als een zelfstandige organisatie, met een eigen directeur, eigen personeel en eigen programmering. Afhankelijk van hoe de lokale omroep georganiseerd is in de vier grote steden wordt in meerdere of mindere mate samengewerkt met (andere onderdelen van) de zendgemachtigde.

De hoofdvesting van FunX is in een verzamelgebouw in Rotterdam, waarin ook SLOR is gehuisvest. Op redactioneel niveau vindt echter weinig samenwerking plaats. De gemeente probeert wel contacten te stimuleren tussen FunX en culturele instellingen in de stad door beide naar elkaar te verwijzen. Ook in de andere steden is weinig redactionele samenwerking. De gemeenten wijten dit aan te grote verschillen in redactiecultuur en werkwijze tussen FunX en de lokale, publieke radiozenders. In Amsterdam zit FunX sinds medio 2004 in een pand aan de Heregracht, samen met AT5. Samenwerking bestaat onder andere uit cross-promotion van programma's. De Amsterdamse locatie is tevens uitvalsbasis voor de salesafdeling, vanwege de nabijheid van reclame- en mediabureaus, waarvan vele in Amsterdam en omstreken zijn gevestigd. Utrecht is uitvalsbasis voor FunX supported by BNN en in Den Haag worden screentests en andere opleidingsactiviteiten georganiseerd.

### 5.2 ... met BNN

FunX produceert sinds september 2005 een editie voor BNN onder de naam 'FunX supported by BNN'. Deze editie wordt verspreid via de kabel (op het Colorful Radio kanaal van de publieke omroep), via de ASTRA satelliet, en evenals de andere edities, via internet in streaming audio. De nieuwe editie richt zich op jongeren buiten de Randstad. Er is een extra verslaggever in dienst die naar steden buiten de Randstad reist om daar met jongeren te praten.

De diensten die FunX voor BNN verricht ('FunX supported by BNN') hebben de juridische status van een nevenactiviteit van de G4 Radio. Andersom is FunX supported by BNN als themakanaal op de kabel ook een neventaak van de landelijke publieke omroep.



De samenwerking heeft verschillende voordelen. Beide omroepen kunnen naar elkaars programma's verwijzen en elkaar betrekken bij evenementen. Met de middelen van BNN kan FunX verschillende nieuwe programma's produceren, waaronder *Bits and Beats* en een late night show *FunX Late Nite*. Daardoor krijgt FunX meer een live karakter. De programma's *FunX Poll*, *FunXtra* en de onderdelen *FunXWorX*, *Jouw XChart* en *Welkom bij Jezelf* krijgen een extra editie voor BNN. Tot slot worden enkele programma's versterkt met presentatie of live interviews.

Door de samenwerking met BNN kan FunX over meer middelen beschikken en kon het aantal fte's groeien. Verspreiding van FunX buiten de Randstad geeft FunX uitgebreidere mogelijkheden om ook meer mensen uit de secundaire doelgroep (autochtone jongeren) aan zich te binden. Voor BNN betekent de samenwerking met FunX dat ze (directer) contact krijgt met een groter deel van haar doelgroep en daarmee multicultureler kan worden.

Eerdere pogingen tot samenwerking met de landelijke publieke omroep (NPS) strandden. Een van de obstakels was dat FunX de eindverantwoordelijkheid over de programma's en de programmering wilde behouden en de zender als geheel wilde blijven presenteren. In de eerdere gesprekken over samenwerking met de Hilversumse omroepen was inzet van de landelijke publieke omroep dat de zendercoördinatoren invloed zouden krijgen op de programmering en dat de zendtijd gedeeld zou moeten worden met andere omroepen. Later kwam de samenwerking met BNN wel van de grond, waarschijnlijk door een meer overeenkomstige werkcultuur en doordat de identiteit van de programma's van FunX in de samenwerking met BNN beter in tact konden blijven.

### 5.3 ... met de NOS

De samenwerking met de NOS dateert van september 2005 en bestaat uit een samenwerking met de afdeling NOS Headlines, die zich speciaal op jongeren richt. NOS Headlines verzorgt voor FunX en Radio 3 FM de nieuwsuitzendingen tussen 7.00 en 19.00 uur. Daarnaast werkt een aantal internetredacteuren van NOS Headlines op de redactie van FunX. Zij maken inhoud voor de website. Ze produceren daarnaast ook af en toe items voor de nieuwsuitzendingen. Andersom kunnen de NOS redacteuren gebruik maken van de netwerken van FunX wanneer zij voor bepaalde items de inbreng van (allochtone) jongeren nodig hebben. Door contacten op de werkvloer draagt de NOS bij aan professionalisering van de journalistieke kwaliteit van FunX en kan de NOS leren van de aanpak waarmee FunX erin slaagt om jongeren te bereiken. Een voorbeeld van een geslaagde samenwerking was de rap over de troonrede (september 2004) die FunX op prinsjesdag uitzond.

## 6 Concurrentie en neventaken van publieke omroepen

### 6.1 Inleiding

Sinds de start van FunX heeft de Vereniging van Commerciële Radio (VCR) verschillende juridische procedures aangespannen. De VCR is van mening dat FunX bevoordeeld is bij de toekenning van schaarse distributiec capaciteit via de ether en de kabel. Ook is de VCR van mening dat FunX niet beschouwd kan worden als een geoorloofde neventaak van de lokale publieke omroep. De VCR beschouwt de subsidie aan FunX als een vorm van ongeoorloofde staatssteun en daarmee concurrentievervalsing. Eerder had de VCR al een procedure aangespannen tegen de landelijke publieke omroep bij de start van Colorful Radio.

Achterliggende reden voor de klachten is de vrees van de VCR dat (lokale) publieke omroepen ongelimiteerd nieuwe zenders kunnen gaan exploiteren. Het succes van FunX speelt eveneens een rol. Naarmate een publieke zender als FunX populairder is, is zij een grotere bedreiging voor de marktaandeelen en advertentie-inkomsten van commerciële zenders. In dit hoofdstuk wordt de stand van zaken weergegeven in de discussie over de plaats van FunX in het radiolandschap.

### 6.2 Onterechte staatssteun en concurrentievervalsing

De commerciële radiozenders beschouwen de subsidiëring van FunX en het toekennen van een gratis etherfrequentie als een vorm van onterechte staatssteun en concurrentievervalsing. Zeker nu de zender landelijke ambities vertoont via de samenwerking met BNN en landelijke distributie via de kabel en ook nog populair blijkt onder jongeren. Ze zijn van mening dat de publieke omroep onder de vlag van neventaken het aantal zenders ongelimiteerd uitbreidt. Het bereiken van allochtone jongeren met cultuur en informatie of muziek draaien die niet tot de mainstream behoort, is volgens hen een kerntaak van de publieke omroep die bijvoorbeeld door 3FM vervuld zou moeten worden, en niet door een aparte zender in de markt te zetten. Tegelijkertijd vinden de commerciële omroepen FunX te weinig onderscheidend. Zij zijn van mening dat een zender als Juize FM in grote lijnen hetzelfde doet als FunX. Wel geven ze daarbij aan dat bepaalde muziekkeuzes (Turkse pop, Hindoeipop, Rai) wegvallen, de informatieve blokjes korter zijn en Juize FM geen verslaggevers heeft die de straat opgaan.

De VCR heeft drie klachten ingediend. Ten eerste bij de start van FunX in 2002 over de proefuitzendingen die toen in Rotterdam plaatsvonden. De VCR tekende bezwaar aan omdat de frequenties gratis waren toegewezen aan FunX en niet aanbesteed op de markt. De procedure had volgens de VCR bovendien aangemeld moeten worden bij de Europese Commissie. Deze zaak is blijven liggen en partijen hebben geen initiatief genomen om hem opnieuw voor de rechter te brengen. De VCR heeft bij de start ook de status van neventaak bij het Commissariaat voor de Media aangevochten.

De VCR heeft opnieuw een klacht ingediend toen FunX via de kabel ook buiten de Randstad werd gedistribueerd, op basis van concurrentievervalsing, oneigenlijke staatssteun en landelijke distributie van een lokale zender (via de kabel op het kanaal dat is bestemd voor Colorful Radio).

Het Commissariaat voor de Media toetst op dit moment of sprake is van concurrentievervalsing. Zo wordt onder meer gekeken of de omroep een nette boekhouding voert en er met marktconforme prijzen wordt gerekend. Om te waarborgen dat het format niet concurrentievervalsend is, moet FunX onder andere voldoen aan de ICE-normen. De lokale omroepen hebben in het najaar 2005 een boete opgelegd gekregen omdat de programmering van FunX op dat moment niet aan deze norm voldeed.

### 6.3 Neventaken

Voor een deel zijn de klachten te herleiden tot onduidelijkheid in de regelgeving met betrekking tot de neventaken van publieke omroepen (Mediawet, artikel 13, onderdeel c, lid 3). Dat er geen eensluidend oordeel bestaat over welke neventaken geoorloofd zijn, kwam aan het licht toen het Commissariaat de plannen van de landelijke Publieke Omroep voor het ontwikkelen van een nieuwe multiculturele radiozender (Colorful Radio) afkeurde. De Publieke Omroep heeft Colorful Radio destijds overgenomen met de bedoeling een eigen multiculturele zender te ontwikkelen. Deze plannen zijn mislukt, deels doordat het Commissariaat voor de Media van mening was dat de zender niet voldeed aan de wettelijke richtlijnen voor neventaken van de publieke omroep. Volgens het Commissariaat voor de Media was het format onvoldoende onderscheidend. Het was te commercieel en richtte zich onvoldoende op migranten. Zoals bleek bij deze zaak verschillen de overheid (de staatssecretaris van OCW), het Commissariaat voor de Media en de VCR van mening over hoe het neventakenregime geïnterpreteerd moet worden. Het Commissariaat voor de Media vond het format van Colorful Radio onvoldoende onderscheidend. De overheid was van mening dat het neventakenregime ruimer geïnterpreteerd moest worden en schorste het besluit van het Commissariaat voor de Media<sup>16</sup>. De kort geding rechter die in een civiele procedure tussen VCR en NOS moest oordelen, steunde op de uitspraak van het Commissariaat voor de Media en stelde de VCR in het gelijk. In een eveneens verkorte procedure van het hof werd het oordeel van het Commissariaat echter in twijfel getrokken en kreeg de NOS voorts de mogelijkheid de exploitatie van Colorful Radio voort te zetten totdat in een bodemprocedure verder wordt beslist.

Neventaken zijn toegestaan mits ze aan een aantal criteria voldoen. Neventaken moeten:

- verband houden met de hoofdtaak;
- geen nadelige invloed hebben op de hoofdtaak;
- niet concurrentievervalsend zijn;
- niet dienstbaar zijn aan winst door derden.

Neventaken mogen uit omroepmiddelen worden gefinancierd. Eventuele inkomsten uit neventaken moeten ten goede komen aan de programmering. Tot slot moeten publieke omroepen neventaken ter goedkeuring voorleggen aan het Commissariaat voor de Media.

Voor nevenactiviteiten gelden dezelfde criteria. Nevenactiviteiten moeten daarnaast kostendekkend gefinancierd zijn en mogen niet uit de bijdrage aan de publieke omroep van de overheid worden gefinancierd.

Neventaken en nevenactiviteiten moeten telkens aangemeld worden bij de toezichthouder, die ze vervolgens moet toetsen op concurrentievervalsing. Dit maakt

---

<sup>16</sup> Besluit van 11 juni 2004 houdende de schorsing van een besluit van het Commissariaat voor de Media. Gepubliceerd in het Staatsblad jaargang 2004, 264.

hun positie onzekerder dan taken die door de wetgever tot de kerntaak van de publieke omroep worden gerekend, of dan neventaken die bij voorbaat door de wetgever benoemd zijn als toegestane neventaken. Naar aanleiding van het verschil in interpretatie van het wetsartikel over neventaken en nevenactiviteiten tussen het Commissariaat voor de Media enerzijds en het Ministerie van OCW anderzijds, heeft de staatssecretaris voor Cultuur in een nota van wijziging van de Mediawet een Algemene Maatregel van Bestuur aangekondigd die medio 2006 van kracht moet worden. Door deze AMvB moet duidelijker geregeld worden wat toegestane neventaken zijn<sup>17</sup>.

De zaak rond Colorful Radio is nog onbeslist. Het uiteindelijke oordeel over deze zaak kan consequenties hebben voor de beoordeling van de klachten die de VCR tegen FunX heeft ingediend, aangezien het ook hier gaat om welke neventaken geoorloofd zijn. FunX is opgezet als een neventaak van lokale publieke omroepen in de grote steden. Op landelijk niveau ziet de NOS de zender FunX supported by BNN als invulling van de eerder aangemelde neventaak Colorful Radio en de zender FunX supported by BNN maakt gebruik van de plek op de kabel die oorspronkelijk aan Colorful Radio was toegekend.

Een andere juridische complicatie is de klacht die bij de Europese Commissie ligt over oneigenlijke staatssteun aan de publieke omroep. De financiering van neventaken en de vraag welke neventaken geoorloofd zijn, speelt een belangrijke rol in de klacht en in de procedure. In principe mogen publieke omroepen nieuwe (digitale kanalen), internet en andere diensten ontwikkelen, mits deze activiteiten duidelijk zijn omschreven in de taakopdracht voor de publieke omroep.

Behalve in bovenstaande zaken spelen de vragen rond toegestane neventaken en nevenactiviteiten ook bij enkele aanvullende activiteiten die FunX ontplooit. FunX heeft twee zaken bij het Commissariaat voor de Media aangemeld: XChart en FunXplus. XChart behelsde de verkoop van muziek CD's. Deze nevenactiviteit is goedgekeurd, maar beperkt gebleven tot een eenmalige uitgave. FunXplus had een live stream via internet moeten worden waarin behalve een duplicatie van de lokale edities ook registraties van concerten uitgezonden zouden worden. Het Commissariaat voor de Media oordeelde dat dit geen lokale activiteit is, waarop FunX het format heeft aangepast en beperkt tot een online compilatiezender in streaming audio van de verschillende lokale edities.

## 6.4 Conclusie

De vraag waar de scheidslijnen tussen publieke en commerciële omroep getrokken moet worden is van alle tijden. Commerciële omroepen vinden doorgaans dat publieke omroepen alleen aanvullend mogen zijn op wat de markt biedt, in het geval van FunX dus informatie, cultuur en educatie en alleen muziek die niet door commerciële zenders wordt gedraaid. Publieke omroepen vinden dat zij de ruimte moeten hebben om met een gemengde programmering een zo groot mogelijk publiek te bereiken voor programma's geïnspireerd door publieke waarden. Ze willen de mogelijkheid hebben om hiervoor nieuwe distributietechnieken in te zetten en gebruik te maken van een format waarmee ze jongeren aan de zender kunnen binden: dat wil zeggen: een mix van populaire met vernieuwende muziek of muziek voor kleine publieksgroepen en een mix van informatie (licht en zwaar) en muziek.

---

<sup>17</sup> Tweede Kamer, vergaderjaar 2004-2005, 29 991, nr.7

Het juridische steekspel tussen de VCR en FunX vergt veel energie van de betrokken partijen. Voor FunX is dit een extra belasting aangezien de zender niet over middelen beschikt om langdurig en intensief juridische bijstand in te huren.

Voor de markt geldt over het algemeen dat duidelijkheid vooraf over taken en omvang van de publieke omroep belangrijk is. Op basis daarvan kunnen businessplannen worden gemaakt voor commerciële zenders.

Wanneer de overheid door een AMvB een duidelijkere omschrijving en afbakening van toegestane neventaken heeft gegeven, zal dit naar verwachting een groot deel van de onduidelijkheid opheffen. Daarnaast blijft het van belang dat FunX kan aantonen dat zijn programmering onderscheidend is. De controle van het Commissariaat voor de Media op naleving van de programmavoorschriften is hiervoor het belangrijkste instrument.

## 7 Distributie en digitalisering

In dit hoofdstuk gaan we in op de gevolgen van digitalisering voor de distributie van FunX. Gaan hier veranderingen in optreden omdat er meer verspreidingsmogelijkheden komen voor radio, bijvoorbeeld via internet, DAB, UMTS en andere communicatienetwerken of blijft verspreiding via de analoge ether vooralsnog het voornaamste distributiekanaal? Ook de activiteiten van FunX op internet en de mogelijkheden van een crossmediaal aanbod komen kort aan bod. Het gaat bij dit onderwerp niet in de eerste plaats om de inhoud van de website en andere crossmediale content, de inhoud van de website is in hoofdstuk twee al uitgebreid besproken, maar om een korte vooruitblik op veranderingen in mediagebruik van jongeren en de gevolgen daarvan voor de distributie van FunX.

### 7.1 Distributie

FunX beschikt over etherfrequenties in de grote steden. Daarnaast wordt FunX doorgegeven op de kabel, via de Astra satelliet en via internet, waar de zender live via streaming audio is te beluisteren.

Op de kabel vindt distributie plaats via het kanaal dat oorspronkelijk voor Colorful Radio was bestemd. Daarmee heeft FunX ook buiten de Randstad bereik. Ongeveer 80 procent van de kabelhuishoudens buiten de Randstad kan FunX ontvangen.

De etherdistributie kampt nog met het probleem dat FunX in Amsterdam Zuidoost niet goed te ontvangen is door interferentie tussen de frequenties voor Amsterdam en Utrecht. FunX heeft dit probleem al verschillende keren gemeld bij het Agentschap Telecom. Tot nu toe is het probleem echter nog niet opgelost.

FunX wil in principe landelijke dekking verkrijgen voor de zender, met een stelsel van raamprogrammering en lokale edities. Het ligt voor de hand om in eerste instantie het bereik in steden te vergroten waar veel allochtone jongeren wonen. Dat FunX in deze steden geen etherfrequenties heeft, maar dat luisteraars de zender alleen via de kabel of via internet kunnen beluisteren, legt beperkingen op aan dit streven. In een brief aan de Tweede Kamer d.d.14 december 2005 heeft FunX om uitbreiding van etherfrequenties naar andere grootstedelijke gebieden gevraagd.

### 7.2 Digitalisering

Jongeren hebben anno 2005 veel meer mogelijkheden om radiozenders te beluisteren dan voorheen. Zo hebben veel mobiele telefoons een radiofunctie en zijn de meeste zenders ook via Internet te beluisteren via streaming audio.<sup>18</sup> Nieuwe digitale distributiekanaal bieden nieuwe mogelijkheden voor uitbreiding van de dekking van FunX. Daarnaast heeft digitalisering consequenties voor productie, aanbod en gebruik van radio. Tot op zekere hoogte zal ook het uitwisselen en downloaden van muziek invloed hebben op het gebruik van radio.

---

<sup>18</sup> F. Huysmans, J. de Haan, A. van den Broek (2004), Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten Den Haag: SCP, p.93

Nu al is via internet een enorm aanbod aan radiozenders beschikbaar, wisselen mensen op grote schaal muziek uit via peer-to-peer netwerken en ontstaan ook de eerste succesvolle initiatieven voor legale muziekdownloads via internet<sup>19</sup>.

Over de mate waarin het aanbieden en uitwisselen van muziek via internet ten koste gaat van de tijd besteed aan radio luisteren bestaat nog onvoldoende duidelijkheid. Ook bestaat nog geen helder antwoord op de vraag of radio via internet alleen een extra distributiewijze is, of tevens consequenties heeft voor de inhoud van het aanbod. Bijvoorbeeld doordat radiozenders zich meer op specifieke smaken en doelgroepen zullen moeten richten in plaats van op een relatief brede doelgroep.

We presenteren hier enkele globale cijfers over internetgebruik en radiogebruik via internet. Dit is echter nog allerminst een uitgebalanceerde analyse van de betekenis van deze technologische innovaties voor een radiozender als FunX.

### 7.2.1 *Internetgebruik*

Van de doelgroep tussen de 18 en 34 jaar had in 2003 78 procent een Internetaansluiting. De groep tussen 12 en 19 jaar besteedde in 2000 gemiddeld 0,7 uur per week aan Internet, 20 tot 34 jarigen 0,6 uur. Dat percentage is de afgelopen jaren waarschijnlijk sterk gestegen. Uit het onderzoek 'Jongeren 2003' van onderzoeksbureau Qrius komt naar voren dat van de jongeren tussen de 15 en 24 jaar bijna 90 procent minimaal één keer per week van Internet gebruik maken.<sup>20</sup> Ook blijkt uit de onderzoeksresultaten dat jongeren vaak 'multitasken'; zij gebruiken meerdere media tegelijkertijd.

### 7.2.2 *Internetradio*

Uit onderzoek van de European Interactive Advertising Association (EIAA) onder 7000 jongeren in acht Europese landen, is naar voren gekomen dat bijna een kwart van de jongeren minder (traditionele) radio luistert door het toegenomen internetgebruik.<sup>21</sup> Meer dan de helft van de ondervraagden geeft aan naar muziek te luisteren via internet. Of dat muziek is die is gedownload of muziek van internet radiostations is niet bekend. Het is waarschijnlijk dat jongeren vaak via internet naar de radio luisteren als ze op de computer bezig zijn met andere dingen, zoals chatten, surfen of huiswerk maken.

Ook in Nederland zijn verschillende onderzoeken gedaan naar radio via Internet. Onderzoeksbureau CoolBrands geeft aan dat een kwart van de mensen wel eens radio luistert tijdens het Internetten.<sup>22</sup> Een onderzoek van bureau De Vos & Jansen geeft aan dat één op de drie mensen vaak online naar een radiozender luistert.<sup>23</sup> Ook het Continu Luister Onderzoek (CLO) bevestigt de opkomst van internetradio. In 2003 zou 11 procent van de ondervraagden vanaf 10 jaar wel eens naar een radiostation via internet

<sup>19</sup> Bijvoorbeeld:

iTunes

Napster (was illegaal, nu niet meer) [www.napster.com](http://www.napster.com)

MSN Music Service (music.msn.com)

Musicmatch (Yahoo) [http://www.musicmatch.com/download/music\\_intro.htm?OS=pc](http://www.musicmatch.com/download/music_intro.htm?OS=pc)

Sony Connect Music Store ([www.connect.com](http://www.connect.com))

<sup>20</sup> EIAA (2003). *Jongeren 2003*. Geraadpleegd op

[http://www.mediafact.nl/comments.php?id=2169\\_0\\_1\\_0\\_C](http://www.mediafact.nl/comments.php?id=2169_0_1_0_C) (12-12-2005)

<sup>21</sup> Qrius, *Youth online across Europe*. Geraadpleegd op

<http://www.tweakers.net/nieuws/37813?t=1119901878> (bekeken 12-12-2005).

<sup>22</sup> <http://www.radio.nl/2003/home/medianieuws/010.archief/2004/10/91735.html> (12-12-2005)

<sup>23</sup> [http://www.radionieuws.nl/actueel\\_radionieuws/readnews.asp?newsid=32](http://www.radionieuws.nl/actueel_radionieuws/readnews.asp?newsid=32) (12-12-2005)

luisteren.<sup>24</sup> Een onderzoek van TNS-NIPO uit 2004 stelt dat achttien procent van de radioluisteraars wel eens radio luistert via Internet.<sup>25</sup> Tot en met 34 jaar is dat percentage zelfs 26 procent. En PEW, een Amerikaans onderzoeksbureau, meldt dat 23 procent van de ondervraagden wel eens naar muziek of de radio luistert via Internet.<sup>26</sup> Volgens Interview/NSS luistert 16 procent van de jongeren tussen de 15 en 25 jaar naar zijn favoriete zenders via internet. In 2004 was dat nog 6 procent.<sup>27</sup>

De muziekbestanden die in peer-to-peer netwerken worden uitgewisseld of legaal beschikbaar worden gesteld, kunnen worden gedownload op draagbare devices als MP3-spelers, i-Pods of mobiele telefoons. Als radioprogramma's en muziek digitaal worden aangeboden, via peer-to-peer netwerken, websites of podcasts, kunnen mensen als het ware hun eigen radiostation samenstellen. Ze zijn dan niet meer afhankelijk van het tijdstip waarop een bepaald programma wordt uitgezonden, en hoeven niet meer alle muziek te beluisteren die gedraaid wordt, maar maken zelf een selectie. De programmering van FunX met een mengeling van muziek en informatie zou in een landschap waarin gebruikers alleen nog op deze wijze muziek luisteren waarschijnlijk niet meer werken.

Live naar een radiozender luisteren heeft echter ook toegevoegde waarde. Luisteraars krijgen nieuwe muziek aangeboden en kunnen zich verlaten op de keuzes van een radiostation dat bij hun smaak aansluit. Het live-karakter van radio geeft een gevoel van verbondenheid met de DJ's, gasten en medeluisteraars dat ontbreekt bij het downloaden van muziekbestanden. Sterke radiostations kunnen op internet en andere digitale platforms functioneren als een sterk merk waarvan gebruikers weten dat het voor een bepaalde muziekkeuze staat.

FunX bereidt zich nu al op de toekomst voor door zoveel mogelijk programma's digitaal te produceren en te archiveren. Om FunX in vier steden uit te zenden maakt het radiostation gebruik van een eigen computernetwerk en content management systeem. De vier steden zijn verbonden door een datanetwerk voor e-mail en intranet verkeer en een audionetwerk voor content. Al het materiaal dat wordt geproduceerd kan worden verdeeld over de verschillende steden en uitgezonden in de ether, op de kabel of via internet.

Dit systeem maakt het tevens mogelijk om content via verschillende kanalen aan te bieden, zoals via internet, op de mobiele telefoon of op de iPod. Vooral omdat FunX zich richt op een jonge doelgroep die relatief veel gebruik maakt van mobiele telefoons, internet, MP3-spelers en andere nieuwe technologieën, is het zaak de ontwikkelingen op dit gebied op de voet te blijven volgen.

In de toekomst ontstaan nieuwe mogelijkheden door distributie via UMTS, DAB en DRM (een techniek waarmee huidige FM band gedigitaliseerd kan worden, waarvoor aan de kant van de ontvangstapparatuur slechts een relatief eenvoudige en goedkope aanpassing nodig is). FunX zit in het pakket van radiozenders van de publieke omroep

<sup>24</sup> <http://www.monsterhitsfm.nl/files/nieuws.htm> (12-12-2005)

<sup>25</sup> T. de Boer, R. Ross (2004). *Zendervoorkeur' Rapport voor Kabelraden.nl*, p.24. Te vinden op:

[http://www.kabelraden.nl/ventura/engine.php?Cmd=seepicture&P\\_site=528&P\\_self=3263&Random=1185363319](http://www.kabelraden.nl/ventura/engine.php?Cmd=seepicture&P_site=528&P_self=3263&Random=1185363319) (12-12-2005)

<sup>26</sup> D. Fallows (2004). *The Internet and daily life*, p.8. Te vinden op:

[http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Internet\\_and\\_Daily\\_Life.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Internet_and_Daily_Life.pdf) (12-12-2005)

<sup>27</sup> Interview/NSS, *Bereiksonderzoek FunX 2005*



voor testuitzendingen van DAB. Voor radio geldt echter dat analoge etherdistributie de komende vijf tot tien jaar waarschijnlijk nog het belangrijkste zal blijven. De overige technieken zullen vooral aanvullend zijn.

Het grootste probleem dat de programmadirecteur aangeeft met betrekking tot plannen voor uitbreiding van activiteiten op internet en digitale distributie via diverse platforms is de financiering. Traditionele distributie (ether en kabel) eist het grootste deel van het budget op. De overgang naar het digitale domein wordt daardoor bemoeilijkt.

### **7.3 Conclusie**

Digitale distributie via verschillende platforms kan voor een breder bereik van FunX zorgen dan analoge distributie. Er ontstaan nieuwe mogelijkheden om het merk FunX onder de aandacht te brengen en om te communiceren met de doelgroep. FunX zal in de toekomst een goede balans moeten vinden tussen de verschillende distributievormen. FunX is een sterk merk waarmee het in principe mogelijk is om ook in een digitale omgeving luisteraars aan zich te binden. Maar het is nog onzeker hoe gebruikers nieuwe technische mogelijkheden gaan benutten en wat voor invloed dit heeft op de programmering van radiostations. In de nabije toekomst zal FunX hier een duidelijke strategie voor moeten ontwikkelen.

## 8 Samenvatting en conclusies

In dit hoofdstuk vatten we de belangrijkste bevindingen uit het evaluatieonderzoek samen. Voor zover relevant doen we tevens aanbevelingen of geven we punten aan die in de toekomst nadere aandacht vergen van betrokken partijen. De onderwerpen en de volgorde waarin deze worden behandeld, spoort in grote lijnen met de hoofdstukindeling in dit rapport. Enkele onderwerpen worden nader uitgelicht in een aparte paragraaf.

### 8.1 Programma's en programmering

FunX onderscheidt zich met een gevarieerde muziekkeuze bestaande uit een mix van urban en muziekstijlen die niet of nauwelijks op andere muziekzenders te horen zijn, zoals Turkse popmuziek, Rai, salsa, reggeaton etc. Ook Nederlandstalige rap wordt relatief veel gedraaid. Als publieke, lokale zender is FunX verplicht om ten minste 50 procent van de programma's te besteden aan informatie, cultuur en educatie, de zogenaamde ICE-norm. Deze norm heeft FunX tot nu toe volgens de metingen van het Commissariaat voor de Media niet gehaald. Na de laatste meting hebben de lokale zendgemachtigden hiervoor een boete gekregen. Sindsdien heeft FunX op een aantal onderdelen de programmering aangepast opdat de zender bij een volgende controle wel aan de norm zal voldoen. Het Commissariaat voor de Media verricht periodiek nieuwe metingen.

Hoewel FunX tot nu toe nog niet aan de wettelijke ICE-norm heeft, is de zender er met zijn muziekkeuze, onderwerpen en tone-of-voice er duidelijk in geslaagd om met een onderscheidende programmering te voorzien in een gat in de markt. Daarmee spreekt FunX een doelgroep (jongeren en daarbinnen vooral allochtone jongeren) aan die tot dan toe onvoldoende werd bereikt door publieke radiozenders.

Aandachtspunten voor de toekomst zijn:

- voldoen aan de ICE-norm voor lokale publieke omroepen
- aandacht voor kwaliteitsverbetering van de informatieve, educatieve en culturele programma's en programmaonderdelen, onder andere door scholing van het personeel

### 8.2 Internet

FunX is ook actief op internet. Via streaming audio zijn de edities uit de vier grote steden te beluisteren evenals FunX Plus en FunX supported by BNN. De website bevat daarnaast achtergrondinformatie over de muziek en de DJ's van FunX, autobiografieën van artiesten, aankondigingen van evenementen en tal van mogelijkheden om deel te nemen aan discussiefora en polls.

Op dit moment worden de discussiefora 'licht' gemodereerd en verlaat FunX zich grotendeels op het zelf corrigerend vermogen van de deelnemers. De indruk bestaat dat deelnemers soms zeer grof taalgebruik bezigen. Of dit incidenteel of structureel is, hebben we niet kunnen vaststellen, maar zou een punt van aandacht moeten zijn.

Aandachtspunten voor de toekomst zijn:

- systematischer nagaan hoe discussie op discussiefora verloopt en zo nodig intensiever modereren

### 8.3 Bereik

Het bereik van de radiozender is snel gegroeid. In de vier grote steden is FunX onder 15 tot 24-jarigen zelfs marktleider. Deze gegevens zijn gebaseerd op onderzoek uitgevoerd door bureau Interview NSS in opdracht van FunX. Om de vergelijkbaarheid en relevantie van de resultaten te vergroten voor alle belanghebbenden (omroepen, adverteerders, beleidsmakers), zou het beter zijn als FunX kan meedraaien in het reguliere kijk- en luisteronderzoek (CLO). Om deelname van FunX aan het reguliere onderzoek zinvol te maken, moet echter eerst de representativiteit van de steekproef in dit onderzoek worden verbeterd en het aandeel allochtonen worden verhoogd. In de aanbestedingsbrief bij de Mediabegroting voor 2006 aan de Tweede Kamer heeft de Staatssecretaris voor Media en Cultuur hier eveneens op aangedrongen.

### 8.4 Maatschappelijke betekenis

Een van de publieke doelstellingen voor FunX, verwoord in het convenant, is dat FunX een bijdrage moet leveren aan de integratie. Uit de bereikcijfers van FunX blijkt dat FunX nu nog vooral populair is onder allochtone jongeren. Het bereik onder autochtone jongeren is echter groeiend. Voor allochtone jongeren biedt de zender een belangrijk identificatiepunt en een forum waarop zij hun stem kunnen laten horen over allerlei zaken die belangrijk zijn voor jongeren, waaronder ook tal van actuele maatschappelijke kwesties. De luisteraars bestaan uit jongeren van zeer diverse afkomst, en het lijkt erop dat FunX erin slaagt om hen met een muziekkeuze en onderwerpen aan te spreken die voor allen interessant zijn. De maatschappelijke betekenis van FunX blijkt daarnaast uit de activiteiten die FunX buiten de radio-uitzendingen om organiseert zoals evenementen, debatten en discussies op de website.

FunX is uitgegroeid tot een soort multiculturele showcase. De maatschappelijke uitstraling overstijgt het opzetten en draaiende houden van een goede en innovatieve radiozender. Vertegenwoordigers van FunX worden gevraagd voor tal van conferenties over de multiculturele samenleving, diversiteitsbeleid, integratiebeleid, jongeren etc. etc. De zender functioneert daarmee als voorbeeld voor hoe andere organisaties hun personeelsbeleid kunnen vormgeven of in communicatie allochtone jongeren kunnen bereiken.

### 8.5 Organisatie en personeel

FunX is snel gegroeid. Tot nu toe heeft FunX zijn medewerkers vooral geworven onder lokaal radiotalent en jonge, relatief onervaren radiomakers en DJ's. Hun enthousiasme en betrokkenheid bij de doelgroep, waar ze zelf deel van uitmaken, hebben goed gewerkt. Om te kunnen voldoen aan een (journalistiek) kwaliteitsniveau, passend bij het format van FunX, zal FunX echter tevens moeten investeren in (bij)scholing van personeel. In het afgelopen jaar is de staf uitgebreid met een aantal ervaren medewerkers op het terrein van communicatie, personeelswerk en onderzoek, wat ten goede moet komen aan de professionaliteit van de organisatie. Daarnaast betekent de samenwerking met de landelijke publieke omroep (NOS, BNN) een impuls voor de kwaliteit van de programma's.

Om 'jong' te blijven, moet personeel kunnen doorstromen, zodat er ruimte blijft voor nieuwe aanwas. De samenwerking met de publieke omroep biedt hiervoor in principe diverse mogelijkheden. Dat er in deze opzet telkens nieuwe medewerkers moeten worden geworven betekent dat scholing doorlopend prioriteit dient te hebben.

## 8.6 Bestuur

Belangrijk is dat FunX zakelijk is opgezet, als BV met een zelfstandige opererende directie. Vertegenwoordigers van de lokale publieke zendgemachtigden hebben zitting in het bestuur van de G4 radio, dat op zijn beurt 100 procent aandeelhouder is van de werkmaatschappij FunX BV. Deze vertegenwoordiging vloeit voort uit het feit dat FunX een neventaak van de lokale publieke omroep is en is bedoeld om te waken voor het lokale karakter van de programmering van FunX. De lokale vertegenwoordigers beschikken echter niet per definitie de kennis en ervaring die het bestuur van een snel groeiende omroep nodig heeft. Zeker met het oog op de complexe keuzes die FunX op tal van terreinen moet nemen (personeel, toekomstige financiering, kwaliteitsbewaking, samenwerking, digitalisering) is een professionalisering van het bestuur noodzakelijk. De leden daarvan moeten in ieder geval ook op de benodigde kennis en ervaring geselecteerd kunnen worden.

## 8.7 Financiering

FunX ontvangt voor de convenantperiode 2003-2006 een subsidie van in totaal €7,25 miljoen, waarvan de vier grote steden de helft bijdragen en het ministerie van OCW de andere helft. Over de periode na 2006 is nog geen besluit genomen. Gezien het succes van FunX ligt voortzetting van de zender voor de hand.

Een van de belangrijkste vragen voor de toekomst is hoe FunX georganiseerd en gefinancierd zal worden. Door de nog steeds groeiende populariteit van FunX lijkt de zender zo langzamerhand het lokale niveau te ontstijgen. FunX is begonnen als neventaak van de lokale omroep, maar mede door de bereikbaarheid via internet en de samenwerking met BNN, is FunX ook landelijk bekend. Dit heeft op termijn consequenties voor de zender. Blijft FunX een lokaal initiatief, of moet FunX een landelijke zender worden, met behoud van het lokale karakter?

In hoofdstuk vier zijn de verschillende opties voor financiering op een rij gezet, waaronder de optie dat FunX als commerciële zender doorgaat. De optie om als commerciële zender verder te gaan, wordt gesuggereerd door enkele gemeenten als 'het onderzoeken waard', maar is volgens FunX zelf, vertegenwoordigers van de publieke omroep en OLON geen reële optie. Het is onwaarschijnlijk dat FunX als commerciële zender hetzelfde format zal kunnen behouden met een mix van informatie en muziek, live verslaggeving en veel aandacht voor nieuw talent en een niet commerciële muziekkeuze. Van de beoogde publieke doelstellingen zal dan weinig overblijven. Bovendien zijn de etherfrequenties voor FunX in handen van lokale, publieke zendgemachtigden.

Door de uitbreiding van distributiemogelijkheden (via internet, kabel en satelliet) naar andere delen van het land krijgt FunX steeds meer luisteraars buiten de Randstad. Een bijdrage vanuit andere grote en middelgrote gemeenten (G30) zou dan voor de hand liggen. Dit is echter een bestuurlijk complexe operatie omdat het politieke besluitvorming vergt in iedere gemeente afzonderlijk over de omvang van het budget, de daaraan verbonden voorwaarden en de organisatie van bestuurlijke zeggenschap. Dit zal de slagvaardigheid van FunX niet ten goede komen. Daarbij komt dat de meeste luisteraars voorlopig uit de Randstad blijven komen omdat dit het enige gebied is waar FunX via de ether wordt uitgezonden en het merendeel van de radioluisteraars via de ether luistert.

De meest voor de hand liggende toekomstscenario's lijken daarom:

- a) Voortzetting van de huidige constructie met een verdeling tussen OCW en de grote steden of
- b) Overheveling van de financiering van FunX naar de middelen voor landelijke publieke omroep.

Bij voortzetting van de huidige constructie moet de kanttkening worden geplaatst dat de gemeente Den Haag bij aanvang van het convenant heeft gesteld dat de bijdrage van Den Haag slechts eenmalig en voor de duur van het huidige convenant zou zijn.

Overheveling van de financiering voor FunX naar de middelen voor landelijke publieke omroep, levert ook enkele complicaties op. In de huidige constructie zijn de lokale zendgemachtigden licentiehouders van de etherfrequenties voor FunX. Het is de vraag of en zo ja hoe dit zich verhoudt tot financiering van de omroep uit landelijke middelen. Daarnaast lijkt de lokale inbedding van FunX cruciaal voor het succes van de zender. Het gaat daarbij niet in eerste instantie om de vraag of Amsterdamse jongeren wezenlijk anders zijn dan Rotterdamse, Utrechtse of Haagse, maar vooral om het feit dat er lokale redacties zijn die in de betreffende steden zijn gevestigd, met verslaggevers er wonen die uit eigen ervaring het lokale netwerk kennen van scholen, bedrijven, buurthuizen, jongerencentra, sportvelden, muziekpodia, discotheken en winkelcentra waar jongeren hun tijd doorbrengen. De lokale invalshoek is een belangrijk element in het succes van de zender en zou bij schaalvergroting of overheveling naar de landelijke publieke omroep, zoveel mogelijk behouden moeten blijven, bijvoorbeeld door een raamprogrammering met lokale edities.

Voor een toekomstige constructie geldt dat de volgende uitgangspunten van belang zijn:

- waarborgen voor behoud van de identiteit;
- onafhankelijkheid en
- lokale inbedding (van programma's, vestigingslocaties voor de redactie).

De financiële, organisatorische en bestuurlijke aspecten van de verschillende constructies vergen in ieder geval nader onderzoek.

## **8.8 Samenwerking**

Waar samenwerking tussen publieke omroep en FunX in eerste instantie op niets uitliep, is deze in 2005 wel tot stand gekomen in de vorm van samenwerking tussen FunX en BNN en tussen FunX en de NOS. Tot nu toe zijn alle betrokkenen tevreden over de samenwerking en zien ze vele voordelen in de samenwerking. Voor FunX betekent de samenwerking professionalisering en meer middelen om in de kwaliteit van de programma's te investeren, voor de landelijke publieke omroepen betekent het een beter bereik onder (allochtone) jongeren die tot nu toe slecht worden bediend door de publieke omroep en mogelijk instroom van nieuw allochtoon mediatalent. Er zijn al concrete veranderingen in de programmering van FunX vanaf 1 september 2005 en plannen voor consolidatie en uitbreiding van de samenwerking, onder andere met NOS Headlines op internet.

## **8.9 Staatssteun, concurrentie en neventaken**

De commerciële radiozenders beschouwen de subsidiëring van FunX en het toekennen van een gratis etherfrequentie als een vorm van onterechte staatssteun en concurrentievervalsing. Commerciële omroepen hebben onder de vlag van de VCR

diverse klachten ingediend tegen FunX. Een van de gronden waarop zij dit doen is dat FunX volgens de VCR ten onrechte als neventaken van de publieke omroep wordt beschouwd. Het Commissariaat voor de Media onderschrijft dat neventaken en nevenactiviteiten onvoldoende duidelijk worden omschreven in de mediawet. In reactie op deze kwestie heeft de staatssecretaris een Algemene Maatregel van Bestuur aangekondigd waarin neventaken en nevenactiviteiten beter zullen worden omschreven. Daardoor moet duidelijker worden welk type activiteiten publieke omroepen naast hun hoofdtaak kunnen ondernemen en onder welke voorwaarden. Om overheidssteun voor FunX te rechtvaardigen blijft daarnaast van belang dat FunX blijvend kan aantonen dat de zender een onderscheidende programmering heeft. Het meest concrete instrument daarvoor is het toezicht van het Commissariaat voor de Media op naleving van de programmavoorschriften (lokale karakter van programmering en ICE-norm).

### **8.10 Distributie en digitalisering**

FunX maakt gebruik van de etherfrequenties die de overheid bij de laatste verdeling van etherfrequenties ter beschikking heeft gesteld aan de lokale, publieke zendgemachtigden in de vier grote steden ten behoeve van minderhedenprogrammering. Daarnaast is FunX in het grootste deel van het land te beluisteren via de kabel, via satelliet en in streaming audio via het internet. FunX is onderdeel van de experimentele uitzendingen in het DAB-pakket van de publieke omroep. De etherdistributie functioneert nog niet geheel naar behoren vanwege interferentieproblemen in Amsterdam Zuidoost, waardoor FunX daar niet via de ether te beluisteren is.

In de toekomst komen alternatieve distributiewijzen beschikbaar, waaronder DAB, UMTS en DMR. FunX is actief bezig met uitbreiding van distributiemogelijkheden via diverse digitale platforms. Naar verwachting zal voor radio analoge distributie via de ether de komende jaren nog van cruciaal belang blijven om bereik op te bouwen. In dit verband heeft FunX de Tweede Kamer eind 2005 om uitbreiding van etherfrequenties naar grootstedelijke gebieden buiten de Randstad gevraagd. Alternatieve distributiewijzen zijn aanvullend, al zal onder jongeren het beluisteren van radio via internet mogelijk wel aanzienlijk toenemen.

Aandachtspunten:

- Interferentieproblemen oplossen.
- Strategisch in blijven spelen op nieuwe digitale distributiemogelijkheden, inclusief de inhoudelijke veranderingen die dit voor het radioaanbod zou kunnen betekenen.

### **8.11 Toekomstig model FunX**

Financiering, bestuur en organisatie hangen vanzelfsprekend met elkaar samen. Wanneer bijvoorbeeld voor financiering uit middelen voor landelijke publieke omroep wordt gekozen heeft dit consequenties voor de manier waarop het bestuur van FunX is georganiseerd. Voor alle dimensies zijn echter verschillende opties en diverse combinaties mogelijk. Daarom zijn de onderdelen in de conclusies apart besproken.

FunX lijkt in vrijwel alle opzichten te voldoen aan de doelstellingen van de overheid met het ter beschikking stellen van etherfrequenties in de vier grote steden voor lokale zender gericht op multiculturele stadsjongeren en aan de afspraken die bij subsidietoekenning in de vorm van een convenant zijn vastgelegd. Voorzetting van FunX lijkt dan ook voor de hand te liggen.

Op korte termijn lijkt voortzetting van de huidige financiering en organisatiestructuur het meest voor de hand liggend. In een komende convenantperiode zou echter onderzocht moeten worden hoe FunX in de toekomst georganiseerd en gefinancierd zou moeten worden. In dit plan zouden organisatie, financiering en bestuurlijke

verhoudingen in onderlinge samenhang moeten worden uitgewerkt. Het plan zou tevens een voorstel moeten bevatten voor gebruik en eigendom van de frequenties van FunX, een scenario voor uitbreiding van distributiewijzen en een plan om in te spelen op veranderingen in aanbod en gebruik van radiozenders in het digitaliserend medialandschap.

## A Bijlage: Programmering per stad

### Ma t/m do

07-10 u	FunX Start
10-12 u	FunX ClassX
12-15 u	FunX Music Mix
15-17 u	Bits and Beats
17-19 u	Welkom bij Jezelf
19-20 u	FunX Talk
20-23 u	FunX Chill
23-00 u	FunX Late Nite
00-07 u	FunX Music Mix

### Vrijdag

07-10 u	FunX Start
10-12 u	FunX ClassX
12-15 u	FunX Music Mix
15-17 u	Jouw X Chart
17-19 u	Welkom bij Jezelf
19-22 u	FunX Club
22-03 u	FunX Da Mix
03-07 u	FunX Music Mix

### Zaterdag Den Haag

07-17 u	FunX Music Mix
17-19 u	Welkom bij Jezelf
19-22 u	De Mix met Mees
02-07 u	FunX Music Mix

### Zaterdag Rotterdam, Amsterdam, Utrecht

07-09 u	Best of Start
09-17 u	FunX Music Mix
17-19 u	Welkom bij Jezelf
19-22 u	FunX Club Zaterdag
22-00 u	Panjabi Hit Squad in Da Mix
00-03 u	Da Mix
03-07 u	FunX Music Mix

### Zondag

07-10 u	Best of Talk
10-13 u	FunX Music Mix
13-15 u	FunX'tra
15-17 u	X Chart
17-19 u	Welkom bij Jezelf
19-22 u	FunX Factor
22-00 u	Love Lounge
00-07 u	FunX Music Mix



## **B Bijlage: Lijst van geïnterviewden**

### **Directie FunX**

Willem Stegeman, algemeen directeur FunX

Martine Huizenga, bestuursadviseur FunX

### **Programmadirecteuren FunX**

Mezen Dannawi

Cherylla Ganpatsingh

### **Raad van Commissarissen FunX**

Cees Anceaux, voorzitter

Hans Goosen, penningmeester

Paul v. der Lugt, commissaris

### **Ministerie van OCW**

Freek Ingen Housz

### **G4**

Chris Kwant, gemeente Den Haag

Lucas Winnips, gemeente Amsterdam

Mickel Beckers, gemeente Rotterdam

Hans Goedkoop, gemeente Utrecht

### **BNN**

Lucas Goes, zakelijk directeur, BNN

### **NOS**

Jan Westerhof, zendercoördinator Radio 1 en 747 AM

### **Commissariaat voor de Media**

Inge Brakman, commissaris

### **VCR**

Jan Willem Brüggewirth

Martin Banga

### **OLON**

Pieter de Wit, OLON

## C Bijlage: Geraadpleegde bronnen

Boer, T. de en R. Ross (2004). *Zendervoorkeur, rapport voor Kabelraden.nl*, p.24, te vinden op:

[http://www.kabelraden.nl/ventura/engine.php?Cmd=seepicture&P\\_site=528&P\\_self=3263&Random=1185363319](http://www.kabelraden.nl/ventura/engine.php?Cmd=seepicture&P_site=528&P_self=3263&Random=1185363319) (geraadpleegd 12-12-2005)

Camps, C. *Bereiksonderzoek Radio*, te vinden op:

<http://www.intomartgfk.nl/dbfilestream.asp?id=4> (geraadpleegd 23-11-2005)

Costera Meijer, I. (2005). *De toekomst van het nieuws*, Otto Cramwinckel (nog niet verschenen).

Fallows, D. (2004). *The Internet and daily life*, p.8

[http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Internet\\_and\\_Daily\\_Life.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Internet_and_Daily_Life.pdf) (geraadpleegd 12-12-2005).

FunX

- Aangepaste Meerjarenbegroting FunX
- Bedrijfsplan G4-Radio September 2001
- FunX (2005) Brief aan de Tweede Kamer d.d.14 december 2005 voor uitbreiding van etherfrequenties naar andere grootstedelijke gebieden
- Jaarverslagen FunX 2002, 2003 en 2004.
- Jaarrekeningen Stichting G4 Radio, 2001, 2002, 2003, 2004.

Hilvers, H. (2005) *Jongeren: 'Radio groter dan internet'*.

<http://www.tweakers.net/nieuws/37813?t=1119901878> (geraadpleegd 12-12-2005).

Huysmans, F., J. de Haan en A. van den Broek (2004), *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten* Den Haag: SCP

Interview-NSS (2004) *Bereiksonderzoek FunX*.

Interview-NSS (2005) *Bereiksonderzoek FunX*.

Interview NSS / KLO (2005), Powerpoint presentatie van de laatste onderzoeksresultaten van FunX.

Ministerie van OCW. Besluit van 11 juni 2004 houdende de schorsing van een besluit van het Commissariaat voor de Media. Gepubliceerd in het Staatsblad jaargang 2004, 264.

Ministerie van OCW. (1999) *Nota Media en minderheden*, Kamerstukken II, 1998-1999, 26597, nr. 1.

Monsterhits FM nieuwsradio. *Webradio concurrent voor etheromroepen*

Persbericht op : <http://www.monsterhitsfm.nl/files/nieuws.htm> (geraadpleegd 12-12-2005).

Onderzoeksbureau De Vos & Jansen. *Radio-luisteren via internet populair*.

Persbericht op:

[http://www.radionieuws.nl/actueel\\_radionieuws/readnews.asp?newsid=32](http://www.radionieuws.nl/actueel_radionieuws/readnews.asp?newsid=32)  
(geraadpleegd 12-12-2005).

Stichting Platform Radio-Exploitanten (PRE) [www.pre-radio.nl](http://www.pre-radio.nl) (Continue Luister Onderzoek CLO).

Stil, A. (2003). *Jongeren 2003 (2): jongeren multitasken qua mediaconsumptie*.  
[http://www.mediafact.nl/comments.php?id=2169\\_0\\_1\\_0\\_C](http://www.mediafact.nl/comments.php?id=2169_0_1_0_C) (geraadpleegd 12-12-2005).

[www.radio.nl](http://www.radio.nl). *Radio luisteren via internet erg populair*, bericht op:  
<http://www.radio.nl/2003/home/medianieuws/010.archief/2004/10/91735.html>  
(geraadpleegd 12-12-2005).