



# S MAX M E N



JAAR  
VERSLAG  
2025





# INHOUDSOPGAVE

<b>VOORWOORD</b>	<b>4</b>
<b>VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT</b>	<b>6</b>
<b>BESTUURSVERSLAG</b>	<b>10</b>
• <b>Missie</b>	<b>10</b>
• <b>Een greep uit het media-aanbod</b>	<b>14</b>
- MAX op televisie, NPO Start en crossmediaal	14
- MAX op radio	30
- MAX op sociale media en online	31
- MAX podcast	36
- Websites & portals	38
- Programmacampagnes	41
- Afscheid	42
• <b>Vereniging</b>	<b>44</b>
- Ontwikkeling ledenstand	44
- Ledenwerfcampagnes en beurzen	45
- Ledenraad	46
- MAX ledenactiviteiten	47
- MAX Ombudsman / MAX Seniorencoach	48
- MAX Magazine	50
• <b>Bedrijfsvoering</b>	<b>52</b>
- Integriteit	52
- Redactionele onafhankelijkheid	53
- Personeel	53
- Samenwerkingsverbanden	55
- Duurzaamheid	55
- Risicomanagement	56
- Financiën	60
• <b>Toekomst 2026 en verder</b>	<b>62</b>
<b>JAARREKENING</b>	<b>64</b>
<b>ALGEMENE GEGEVENS EN COLOFON</b>	<b>72</b>

# Samen VOORWOORD



Wie dit jaarverslag doorneemt, zal met ons constateren dat 2025 voor Omroep MAX op vele vlakken weer een succesvol jaar is geweest. Als we alleen al naar ons media-aanbod en onze ledenstand van ruim 430.000 leden kijken, hebben we met elkaar weer een heel mooie prestatie geleverd. Maar tegelijk staan we aan de vooravond van grote veranderingen én zijn we vaak genoodzaakt tegen de stroom in te roeien. Want we hebben niet alleen veel voor de kiezen gekregen vanuit de politiek: forse bezuinigingen werden aangekondigd met daarbij ook nog eens de opdracht om omroephuizen te gaan vormen. Ook de alsmaar voortdurende sturing op specialisatie en verjonging door de NPO maakt dat we alert en strijdbaar moeten zijn om onze programma's in alle door ons gewenste genres voor alle mogelijke platforms te kunnen blijven maken, passend bij onze doelgroep: de vijftigplusser. Niet alleen de vertrouwde en nieuwe programma's op de lineaire netten en zenders, waar we nog altijd het grootste deel van ons publiek bereiken en waar we dus prominent aanwezig willen zijn. Maar ook online en op de streamingplatforms NPO Start en NPO Luister. Want ook de oudere generaties zijn intussen volop online actief.

We kennen dus nadrukkelijk een én/én-strategie, waarbij we online en on demand willen groeien, maar tegelijk lineair sterk blijven zodat we onze doelgroep in de volle breedte blijven bedienen.

Juist in deze dynamiek blijft ons kompas onveranderd: wie wij zijn en waar wij voor staan. We vertellen verhalen die ertoe doen, geworteld in de leef- en denkwereld van vijftigplussers waarmee wij actief in contact staan. Betrokken, verbindend en betrouwbaar; niet als papieren waarden, maar als dagelijkse praktijk.

En dat loont. Kijk maar eens naar het hoofdstuk waarin we ons media-aanbod uitlichten. De variatie in titels en platforms

is groot en we hebben hele mooie resultaten geboekt qua bereik en impact. Ons aanbod varieert van de bekende en gewaardeerde ankers in de dag als Tijd voor MAX en Lunch Lekker of Villa VdB, tot en met Carrie op Vrijdag en Met het Mes op Tafel. Van drama als Tegendraads en podcasts als Maffe Meesterwerken waarmee we een nieuwe groep vijftigplussers aanspreken en De Grannies - die laten zien dat innovatie ook gewoon leuk kan zijn - tot en met bloemencorso's in de regio en het Nachtrequiem van Mozart als MAX Muziekspécial. En ook MAX Magazine groeit tegen de stroom in nog steeds en wordt door vele vijftigplussers gewaardeerd.

We blijven aanbod maken in de volle breedte over díe thema's en onderwerpen die onze doelgroep raken, vanuit een groot sociaal hart zoals ook mag blijken uit de inspanningen van de MAX Ombudsman en van titels als Meldpunt Actueel en MAX Maakt Mogelijk. En dat we dat nog steeds goed doen blijkt ook maar weer eens uit de nog steeds gestage groei van ons ledenbestand. We koesteren onze leden die ook zorgen dat we aantoonbaar maatschappelijk geworteld zijn.

Onze omroepvereniging bestaat inmiddels ruim 20 jaar. En in die twintig jaar heeft MAX een enorme groei doorgemaakt en zijn maatschappelijke meerwaarde meer dan bewezen. MAX staat anno 2026 als een huis. Of beter nog als een "thuis". Een thuis voor de vijftigplusser die ons media-aanbod en onze activiteiten zeer weet te waarderen, een abonnement op MAX Magazine heeft of lid is van onze omroepvereniging die zich intussen standvastig de grootste publieke omroepvereniging van Nederland mag noemen.

We kunnen dus vol trots achteromkijken, maar een blik op de toekomst maakt dat we niet tevreden achterover kunnen leunen. Voor zover dat al in ons DNA zou zitten.

We moeten meer dan ooit ons nog steviger positioneren. Niet alleen als omroepvereniging binnen het publieke omroepbestel dat voor een stevige hervorming staat en forse bezuinigingen over zich uitgestort krijgt. Maar ook inhoudelijk gezien de gestaag toenemende invloed van de grote Tech-bedrijven, snelle ontwikkelingen rond de toepassing van AI, het steeds moeilijker te onderscheiden nepnieuws en versnelde en verdergaande digitalisering.

We varen op woelige baren en zullen alle zeilen bij moeten zetten om al het mooie waar MAX voor staat overeind te houden, of liever nog: te versterken. Want we zullen ook in deze complexe situatie ons maximaal blijven inzetten om onze doelgroep de vijftigplusser alleen nog maar beter te bedienen.

Dus stropen we de mouwen op en gaan volle kracht vooruit. Vol vertrouwen in de kracht van onze vereniging, ons merk en ons media-aanbod. En in de daadkracht en expertise van onze medewerkers; of ze nou programma's maken of op ondersteunende afdelingen werkzaam zijn. In de wetenschap dat wat we leveren voor de vijftigplusser en het bredere publiek blijvend gewaardeerd zal worden.

Samen blijven we bouwen aan een omroep die midden in de samenleving staat en die klaar is voor de toekomst.  
**Samen MAX.**

Nicolette de Wolf en Jan Slagter

# VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT



Raad van Toezicht, v.l.n.r.: René Delwel, Cathy Spierenburg en Gerard Dielessen

## Publieke waarden in een veranderend medialandschap

### INLEIDING

2025 Heeft opnieuw duidelijk gemaakt hoe belangrijk een sterke en betrouwbare publieke omroep is voor een open en weerbare democratie. In een tijd waarin informatie via talloze digitale kanalen beschikbaar is en kunstmatige intelligentie het medialandschap ingrijpend verandert, wordt de vraag naar betrouwbaarheid en onafhankelijkheid steeds urgenter. Juist in die context vervult de publieke omroep in ons land een essentiële rol: als bron van journalistieke zorgvuldigheid, maatschappelijke verbinding en pluriformiteit.

Omroep MAX neemt binnen dat publieke bestel een herkenbare en gewaardeerde positie in. De missie van MAX – vijftigplussers zichtbaar maken zoals ze zijn: actief, betrokken en onderdeel van de moderne samenleving – komt tot uitdrukking in een breed aanbod van programma's op televisie, radio en online. Tegelijkertijd besteedt de omroep aandacht aan vraagstukken die het ouder worden met zich meebrengt, zoals eenzaamheid en gezondheid. Daarmee draagt MAX niet alleen bij aan hoogwaardige mediaproducties, maar ook aan maatschappelijke betrokkenheid en herkenning voor een grote groep Nederlanders.

De Raad van Toezicht ontvangt regelmatig positieve reacties op het werk van Omroep MAX. Die waardering wordt bevestigd door goede kijk- en luistercijfers en door de brede maatschappelijke impact van het media-aanbod. Voor de Raad is dat een bevestiging dat de kernwaarden van MAX – betrokken, verbindend en betrouwbaar – ook in 2025 zichtbaar en voelbaar zijn gebleven.

Tegelijkertijd opereert Omroep MAX, net als de gehele publieke omroep, in een complex krachtenveld van politieke discussies, digitalisering en veranderende mediaconsumptie. Dat vraagt om een organisatie die stevig verankerd is in haar publieke opdracht en tegelijkertijd wendbaar genoeg blijft om zich aan nieuwe omstandigheden aan te passen.

De Raad van Toezicht ziet het als zijn verantwoordelijkheid om samen met het bestuur te waken over de continuïteit van die opdracht: het borgen van publieke waarden, het bewaken van een sociaal veilige en professionele organisatie en het waarborgen van een solide governance en een gezonde financiële basis.

### ACTUALITEIT

#### **Publieke omroep in een veranderend politiek en maatschappelijk landschap**

Ook in 2025 bleef het publieke omroepbestel onderwerp van intensief politiek en maatschappelijk debat. Politieke discussies over financiering, mogelijke stelselwijzigingen en de toekomstige inrichting van het bestel, onder meer de door de minister beoogde verregaande samenwerking in zogenoemde omroephuizen, zorgden voor onzekerheid binnen de sector.

Tegelijkertijd bleef het belang van een onafhankelijke publieke omroep breed erkend, juist in een tijd van maatschappelijke polarisatie en snelle informatieverbreiding via digitale platformen.

De Raad van Toezicht heeft deze ontwikkelingen nauwgezet gevolgd en met de directie besproken welke mogelijke gevolgen ze kunnen hebben voor de positie en strategie van Omroep MAX.

#### **Digitale ontwikkelingen en platformdynamiek**

Het medialandschap blijft in hoog tempo veranderen. Distributie via digitale platformen en de opkomst van generatieve kunstmatige intelligentie brengen nieuwe kansen, maar ook nieuwe vraagstukken met zich mee, onder meer rond betrouwbaarheid van informatie, auteurschap en de zichtbaarheid van onafhankelijke publieke media. Voor Omroep MAX is het van belang aanwezig te zijn op de platforms waar het publiek zich bevindt, zonder de redactionele

onafhankelijkheid en publieke waarden uit het oog te verliezen. De Raad van Toezicht heeft daarom regelmatig met de directie gesproken over de strategische implicaties van deze ontwikkelingen. Daarbij constateerde de Raad dat Omroep MAX zich actief oriënteert en ontwikkelt op dit terrein, onder meer door strategieën te ontwikkelen die in lijn liggen met de kernwaarden van de omroep.

#### **Sociale veiligheid en organisatiecultuur**

De aandacht voor sociale veiligheid binnen de mediasector bleef ook in 2025 groot. Omroep MAX heeft in de afgelopen periode verschillende stappen gezet om een veilige en respectvolle werkomgeving te waarborgen en uitvoering gegeven aan het maatwerkplan sociaal veilige werkomgeving. De Raad van Toezicht acht het essentieel dat goed leiderschap actief bijdraagt aan een open, veilige en professionele cultuur binnen de organisatie.

#### **Speerpunten van toezicht in 2025**

In 2025 heeft de Raad van Toezicht zijn toezicht en advisering in het bijzonder gericht op de volgende onderwerpen:

- **publieke waarden, betrouwbaarheid en redactionele autonomie**
- **strategie en positionering van Omroep MAX binnen het publieke bestel**
- **de gevolgen van de opkomst van generatieve kunstmatige intelligentie**
- **sociale veiligheid en organisatiecultuur**
- **samenwerking binnen de Samenwerkingsomroep MAX-WNL**
- **financiën, risicomanagement en continuïteit**
- **governance en topstructuur van de organisatie**
- **relaties met externe stakeholders binnen het omroepbestel**

Deze onderwerpen kwamen in vrijwel iedere vergadering van de Raad aan de orde.

### STRATEGIE EN ORGANISATIE-ONTWIKKELING

Een belangrijk moment in 2025 was de uitbreiding van het bestuur. Per 1 januari 2025 werd een collegiaal bestuur gevormd met naast algemeen directeur Jan Slagter, Nicolette de Wolf als medebestuurder, in de functie van mediadirecteur. In de jaarevaluatie, die de raad van toezicht met hen had, is vastgesteld dat deze organisatorische aanpassing naar tevredenheid functioneert en voldoet aan de wederzijds uitgesproken verwachtingen.

De Raad van Toezicht is van mening dat deze structuur, met daarbij een goed functionerend MT, een solide basis vormt voor de verdere toekomst van de organisatie en bijdraagt aan bestuurlijke continuïteit en versterking van de strategische slagkracht in het complexe krachtenveld van de publieke omroep.

Gedurende het jaar heeft de Raad regelmatig met de directie gesproken over de verdere ontwikkeling van de organisatie en de positionering van Omroep MAX binnen het publieke bestel. Daarbij is ook vooruitgekeken naar de mogelijke inrichting van omroephuizen binnen het toekomstige bestel. De Raad verwacht dat hierover in de loop van 2026 meer duidelijkheid zal ontstaan.

### SAMENWERKING BINNEN HET PUBLIEKE BESTEL

Omroep MAX werkt op verschillende terreinen samen met andere partijen binnen het publieke bestel. Een belangrijk voorbeeld daarvan is de samenwerking met WNL binnen de stichting Samenwerkingsomroep MAX-WNL.

De Raad van Toezicht heeft vastgesteld dat deze samenwerking bijdraagt aan doelmatigheid binnen het bestel, terwijl de redactionele en organisatorische zelfstandigheid van beide omroepverenigingen behouden blijft.



### Taak Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht is belast met het interne toezicht op de algemene gang van zaken in de omroepvereniging en de met haar verbonden organisatie en met het toezicht op de directie en het door de directie gevoerde beheer en beleid. Hij staat de directie, gevraagd en ongevraagd, met raad ter zijde. De Raad van Toezicht richt zich bij de vervulling van zijn taak uitsluitend op het belang van de vereniging en de met haar verbonden organisatie en alle bij de vereniging betrokkenen, rekening houdend met het gemeenschappelijk belang van het publieke omroepbestel. De Raad van Toezicht ziet toe op de verwezenlijking van het doel van de vereniging in overeenstemming met de grondslag.

### RISICOMANAGEMENT EN FINANCIËLE CONTINUÏTEIT

Risicomanagement vormt een vast onderdeel van het toezicht door de Raad van Toezicht. In alle vergaderingen met de directie wordt dan ook altijd stilgestaan bij financiële ontwikkelingen, mogelijke risico's en maatregelen om de continuïteit van de organisatie te waarborgen.

De Raad constateert dat de interne beheersing en financiële rapportages van Omroep MAX op orde zijn en dat de Raad tijdig en volledig wordt geïnformeerd over relevante ontwikkelingen.

### RAAD VAN TOEZICHT: WERKWIJZE EN SAMENWERKING

De Raad van Toezicht bestond in 2025 uit drie leden. Na de zomer nam de Raad afscheid van André Kamphuis, als voorzitter van de Raad van Toezicht. In deze rol heeft hij een belangrijke bijdrage geleverd aan de verdere professionalisering van de Raad.

Het voorzitterschap werd overgenomen door Gerard Dielessen, sinds 2021 lid van de Raad van Toezicht. De ontstane vacature werd ingevuld door René Delwel, afkomstig uit de facilitaire omroepbranche. Beide benoemingen werden door de Ledenraad van Omroep MAX unaniem vastgesteld. Daarmee is de Raad van Toezicht, met zittend lid Cathy Spierenburg, weer compleet.

De samenwerking binnen de Raad kenmerkt zich door openheid, wederzijds vertrouwen en een duidelijke rolverdeling.

De Raad vergaderde in 2025 vijf keer met de directie volgens de planning- en controlcyclus van de organisatie. Daarbij werden onder meer de begroting, de jaarrekening en strategische ontwikkelingen besproken. Daarnaast vonden, wanneer de actualiteit daarom vroeg, informele bijeenkomsten plaats. Zowel online als fysiek.

Verder waren er informele contacten met medewerkers en presentaties van verschillende afdelingen van Omroep MAX en was een vertegenwoordiging van de Raad twee keer aanwezig bij een zogenoemde artikel 24-vergadering van de Ondernemingsraad met de bestuurder, waardoor de Raad goed zicht houdt op het functioneren van de organisatie.

Ook heeft de Raad van Toezicht tweemaal, op hun verzoek, overleg gevoerd met vertegenwoordigers van het Commissariaat voor de Media over sociale veiligheid en organisatiecultuur.

### ZELFEVALUATIE VAN DE RAAD VAN TOEZICHT

Ook in 2025 heeft de Raad van Toezicht een zelfevaluatie uitgevoerd. Deze evaluatie richtte zich onder meer op de onderlinge samenwerking, de kwaliteit van het toezicht en de relatie met de directie.

Uit de evaluatie kwam naar voren dat de Raad beschikt over een goede balans aan bestuurlijke, financiële en maatschappelijke expertise en dat de samenwerking met de directie open en constructief is. Tegelijkertijd werd vastgesteld dat het wenselijk kan zijn om in de toekomst nog meer aandacht te besteden aan onderwerpen als innovatie, maatschappelijke impact en digitale ontwikkelingen.

### VOORUITBLIK

Omroep MAX bevindt zich in een periode waarin zowel het mediagebruik als het politieke en organisatorische landschap van de publieke omroep verandert. Voor de Raad van Toezicht blijft het daarom van belang om niet alleen toezicht te houden op de dagelijkse gang van zaken, maar ook vooruit te kijken naar de langere termijn.

De kracht van Omroep MAX ligt in zijn mensen: betrokken, warm en tegelijkertijd professioneel. Als Raad van Toezicht hebben wij niet alleen toegezien, maar ook meebewogen met een organisatie die zich voortdurend vernieuwt zonder zijn hart te verliezen.

De Raad van Toezicht spreekt dan ook zijn waardering uit voor de inzet van de directie, medewerkers, makers, leden en vrijwilligers van Omroep MAX. Dankzij hun inzet blijft MAX een herkenbare en gewaardeerde organisatie binnen het publieke bestel.

Met vertrouwen kijkt de Raad vooruit naar 2026 en de jaren daarna, waarin Omroep MAX ongetwijfeld een belangrijke rol zal blijven spelen voor het Nederlandse publiek en in het bijzonder voor de grote groep vijftigplussers in onze samenleving.

Namens de Raad van Toezicht,

Gerard Dielessen  
*Voorzitter*



## Missie

Omroep MAX laat vijftigplussers zien zoals ze vaak zijn: zeer actieve mensen, betrokken bij hun omgeving en volop onderdeel van de moderne maatschappij. Enerzijds is dat om de samenleving te laten zien dat ouderen actief meedoen en meetellen, anderzijds als oproep om hun positie als actief mens en burger te behouden of in te nemen. MAX sluit daarbij niet de ogen voor de mindere kanten van het ouder worden zoals eenzaamheid en een verslechterende gezondheid.

Dé vijftigplusser bestaat niet, maar onderscheidt zich als groep wél van andere leeftijdsgroepen. Juist de vijftigplusser is door alle positieve en negatieve ervaringen in staat om het leven ten volle te vieren. Door alle levenservaring kan hij/zij als geen ander normen en waarden aan anderen overbrengen. MAX maakt content specifiek vanuit de leef- en denkwereld van die vijftigplussers. Onderscheidend is vooral de manier waarop MAX die content maakt en de doelgroep bereikt. Vanuit een onafhankelijke positie, zowel van politiek als geloof, bereikt MAX de ouderen op een manier die hen aanspreekt.

MAX wil de vijftigplussers niet alleen kwalitatief hoogwaardige content bieden, maar ook opkomen voor hun belangen. MAX zet zich elke dag in om het leven van ouderen te verbeteren en te veraangemen, in Nederland en daarbuiten. De kernwaarden van Omroep MAX zijn dan ook:

BETROKKEN

VERBINDEND

BETROUWBAAR



*Denkend aan Holland*

**De Grannies van Amsterdam**

**Alles is koers: Jan Janssen MAX Kerstconcert 2025**

**Bloemencorso Sint Jans klooster Bloemencorso Zundert Flower Parade Rijsburg**

**Tijd voor MAX: Stichting AAP Tijd voor MAX: Oxfam Novib Tijd voor MAX: Pink Ribbon**

**Carrie op Vrijdag Tijd voor MAX: Epilepsie Nederland Tijd voor MAX: MAX Maakt Mogelijk**

**Tijd voor MAX: Cordaid De Amateurdetective Tijd voor MAX: Make-A-Wish Nederland De Avondstart**

**De Opvolging De Perstribune De Rijdende Rechter De Toekomst is Grijs De T van Tannaz De wereld rond met boeken**

**Jubileumconcert André van Duin Kerst met Tania Kross Koers van de Kameraden Kook mee met MAX Langs de Schelde**

**De Gezonken Meesters All Creatures Great & Small De Leeuw Brult Verder De Onbekende Soldaat: Erik Hazelhoff Roelfzema**

**Hartelijk goedenavond: een eerbetoon aan Ron Brandsteder Heel Holland Bakt Kids Heel Holland Bakt Heel Holland Bakt Blijkt Terug**

**Denkend aan Holland Denkend aan Vlaanderen Een jaar in de Alpen Expeditie Nederland Geef om je hersenen Goiedag Haandrikman!**

**MAX Maakt Mogelijk MAX Maakt Mogelijk Helpt Zwarte Zwanen: De Pensioenmiljardenroof YOUP - Leven na het Spelen Het Hoge Noorden**

**Het MAX Orkest Het MAX Orkest concert Het Mysterie van de boze mensen In de voetsporen van de jaren 80 Joanna Lumley's Specerijenroute**

**MAX vakantieman Meldpunt / Meldpunt Actueel Met het Mes op Tafel Missie MAX Mijn Sporen van Slavernij Nachtzuster Wereldse Hotels**

**Heel Vlaanderen Bakt Kids Heimwee naar Schokland Helmut Lotti goes classic Herman van Veen 80! Herman van Veen viert 600 keer in Carré**

**NPO Doc: Een veilige plek NPO Doc: Goeie mensen NPO Doc: Het Muziekmedicijn NPO Doc: Jan Brokken zijn oorlog NPO Doc: Kouwe Koppen**

**Openingsceremonie 21e Nederlandse Veteranendag Paul & vrienden 2025 RegioNED Rob de Nijs - Het is mooi geweest We zijn er Bijna!**

**MAX Muziekpecial: Marco Bakker Back to the 60's, 70's and 80's MAX Ouderenjournaal tegen Eenzaamheid MAX Skûtsje Journaal**

**Nederland op Film: De blikken van Dick Nieuwsweekend Noord-Zuid-Oost-West NPO Doc: De A'dammer - De man achter de kast**

**Rocco & Sjuul Scrooge Live Sint & De Leeuw Slagter en Dresselhuys weten het beter Sporen van Slavernij Sterren op het Doek**

**MAX Muziekpecial: Ladies of Soul Nationale voorleeslunch met Nelleke Noordervliet Nederland in Beweging Nederland op Film**

**Love & Peace concert - The European Pop Orchestra Lunch Lekker Maatwerk Maffe Meesterwerken MAX Geheugentrainer**

**Sue Perkins ontdekt Alaska Tegendraads The Great British Bake Off Tijd voor MAX Tijd voor MAX Koningsdag**

**Tijd voor MAX Oudejaarsshow Ton Koopman 80 jaar: Händels Esther TV Monument Vaarwel Suriname**

**NPO Doc: SWINGTIJ NPO Radio 5 Evergreen Top 1000 Ode aan onze veteranen Oorlogsalbums**

**MAX Muziekpecial: Bee Gees by MainCourse MAX Koningsdag vanaf Paleis Soestdijk**

**Van onschatbare waarde Villa VdB Vuurtorenverhalen Welkom in hotel The Savoy**

**Bak mee met MAX Angela Bloemencorso Bollenstreek Carnaval 2025**

**MAX Muziekpecial: Nacht Requiem Mozart**

**Bed & Breakfast**

## Een greep uit het media-aanbod

### MAX OP TELEVISIE, NPO START EN CROSSMEDIAAL

In 2025 heeft MAX opnieuw laten zien dat ouder worden een fase vol ontwikkeling, verlangen en betekenis is. Dit jaar kenmerkten onze programmering en projecten zich door verhalen die niet alleen vermaak boden, maar ook verdieping, herkenning en inspiratie. De emancipatie van de oudere mens stond hierbij centraal. Niet als abstract thema, maar voelbaar in programma's waarin ouderen autonoom, veelzijdig en zichtbaar zijn: in hun kracht, met hun humor en wijsheid, hun kwetsbaarheden en levenservaring.

Deze verhalen waren meer dan alleen programma's. Ze vormden de basis voor gesprekken aan keukentafels, boden herkenning voor onze kijkers en ruimte voor nieuwe perspectieven op het ouder worden. Bovendien bevestigden ze de rol van MAX als de omroep die generaties verbindt en waarde geeft aan levenservaring, creativiteit en menselijkheid.

#### De emancipatie van ouderen

*50-plussers als autonome, vitale en veelzijdige hoofdrolspelers*



Met *Rocco & Sjuul* brachten we een uniek verhaal over liefde op latere leeftijd. Het is uitzonderlijk om in Nederlandse fictie een film te zien waarin het verlangen, de twijfel en de autonomie van oudere hoofdpersonages zo centraal staan. De film werd warm ontvangen: eerst in de bioscoop, waar het publiek geraakt werd door de subtiliteit en warmte, en vervolgens op NPO 1, waar deze massaal werd bekeken tijdens de kerstperiode. Het succes toont hoezeer deze perspectieven, vol nuance, tederheid en levenservaring, resoneren.



Ook *Swingtij*, de documentaire van Erik de Bruyn over zijn 88-jarige vader Anthon en de Seaside Dixieland Band, wist een breed publiek te raken. Het portret laat zien dat ouder worden niet per definitie een periode van verlies is, maar juist een fase waarin creativiteit, vriendschap en ritme een bron van levenslust kunnen blijven.

WAARDERING ★

De internationale waardering - waaronder de Best Music Film Award op het Europe Film Festival in Barcelona - bevestigde de kracht van dit verhaal over veerkracht en verbondenheid.

In *Het MAX Orkest* werd zichtbaar hoe rijk het muzikale talent in Nederland is, juist onder vijftigplussers. André van Duin volgde de zoektocht naar 23 muzikanten die samen een nieuw pop-symfonisch orkest vormden. Van audities tot het slotconcert: de serie liet zien wat er ontstaat wanneer levenservaring, muzikaliteit en ambitie samenkomen. De reeks concerten die daarna volgde waren stuk voor stuk uitverkocht en maakten duidelijk hoe diep dit project mensen raakte; deelnemers en publiek. Het orkest groeide uit tot een van de meest herkenbare en geliefde nieuwe MAX-iconen.



En dan waren er *De Grannies van Amsterdam*.

Hun energie, onderlinge verbondenheid en onbevangen levenslust vormden een krachtig tegengeluid in een samenleving die ouderdom soms nog te eenzijdig benadert. De serie werd een van de best bekeken titels op NPO Start, werd direct verlengd, kreeg een podcastreeks en hun 'naakt'-kalender ging als warme broodjes over de (digitale) toonbank. De Grannies lieten letterlijk en figuurlijk zien wat wij al jaren uitdragen: ouder worden is geen stilstand, maar een fase met eigen dynamiek, humor, diepgang en avontuur.

## Geschiedenis voor en over alle Nederlanders

*Verleden en heden in dialoog; leren van waar we vandaan komen. Met onder andere drama en documentaires geeft MAX hier inhoud aan.*

**Naast hedendaagse verhalen gaf MAX ook dit jaar veel aandacht aan onze gedeelde geschiedenis. Verhalen die inzicht geven, perspectief verbreden en laten zien waar we vandaan komen en hoe dat doorwerkt in het nu.**



Met **Tegendraads** brachten we een historisch verhaal dat vandaag de dag nog steeds urgent voelt. De film vertelt over de Italianen die in de jaren 60 in Twente kwamen werken in de textielindustrie, de spanningen die ontstonden en resulteerden in de zogenaamde "Spaghettirellen" en de liefde die cultuurverschillen kon overstijgen. De vertelling over Johanna en Francesco is zowel een tijdsbeeld als een actuele reflectie op migratie, identiteit en emancipatie.



De vierdelige documentaireserie **Vaarwel Suriname** bracht de geschiedenis van de Surinaamse migratie rond de onafhankelijkheid van 1975 dichtbij. Door persoonlijke getuigenissen en uniek archiefmateriaal werden thema's als heimwee, hoop, ontworteling en verbondenheid op een indringende en invoelbare manier verteld. De serie werd breed omarmd door de Surinaamse gemeenschap en bood erkenning voor verhalen die lange tijd onvoldoende zichtbaar waren.

In **Nederland op Film: De Blikken van Dick** maakten de makers gebruik van het indrukwekkende familiearchief van amateurfilmer Dick Boer. Vijftig jaar dagelijkse scènes, vakanties, buurtbeelden en tradities vormden samen een intiem tijdsbeeld. Het was een ode aan het gewone leven, waarin juist de ogenschijnlijk kleine momenten betekenisvol blijken.

In **Heimwee naar Schokland** volgde Huub Stapel de sporen van families die in 1859 hun eiland moesten verlaten. De combinatie van erfgoed, migratiegeschiedenis en persoonlijke verhalen maakte de geschiedenis invoelbaar en dicht bij huis.



Met het tweede seizoen van **Sporen van Slavernij** werden opnieuw verborgen familiegeschiedenissen blootgelegd. Prominente Nederlanders reisden naar de plekken waar hun voorouders onder slavernij leefden en werkten, wat indringende televisie opleverde die het verleden voelbaar dichtbij bracht. In dit seizoen zette onder meer prinses Laurentien van Oranje een moedige stap door zelf deel te nemen aan de zoektocht naar haar persoonlijke sporen van slavernij: een keuze die resulteerde in een confronterende en diepgaande aflevering die veel indruk maakte.



In de podcast **Mijn sporen van Slavernij** dook Dolores Leeuwin met haar team van experts en genealogen diep de archieven in om op zoek te gaan naar het slavernijverleden van de voorouders van Nederlanders met roots in Suriname, De Antillen en Indonesië. Vervolgens ging Dolores met haar gast in gesprek hoe het slavernijverleden nu nog steeds doorwerkt in hun leven.

Via het online platform [mijnsporenavslavernij.nl](https://mijnsporenavslavernij.nl) kunnen mensen hun familiegeschiedenis onderzoeken in relatie tot het slavernijverleden in Suriname, de Antillen en Indonesië. Het platform biedt hulpmiddelen voor stamboomonderzoek, ruimte om resultaten te delen en contact te leggen met anderen met een gedeeld verleden.



Ook **Oorlogsalbums** liet zien hoe geschiedenis persoonlijk wordt wanneer je kijkt door de lens van gewone mensen. Via gevonden fotoalbums werden de levens van twee soldaten uit de Tweede Wereldoorlog gereconstrueerd. De website [oorlogsalbums.nl](https://oorlogsalbums.nl) groeide uit tot een digitale ontmoetingsplaats waar geïnteresseerden hun eigen foto's konden uploaden en duiden.

IMPACT

De uitzending van **Oorlogsalbums** van 6 juni 2025 heeft het op een na hoogste impactcijfer van 2025, namelijk 83,6.

## Ontspanning en informatie

*Kalmte, natuur, cultuur, ontmoeting en plezier*

In **Denkend aan Vlaanderen** voeren André van Duin, Janny van der Heijden en teckel Nhaan opnieuw naar culinaire, culturele en historische plekken, dit keer bij onze zuiderburen in België. Het overlijden van Nhaan gaf het programma een onverwachte emotionele diepgang; de vele reacties van kijkers illustreerden hoe geliefd zij was.



WAARDERING ★

De serie **Denkend aan Vlaanderen** werd uitzonderlijk goed gewaardeerd op NPO Start: een 8,5 en de derde plek in het jaaroverzicht van 2025.



En we konden van nog meer mooie reisverhalen genieten. Onze reisserie **Het Hoge Noorden** bracht Dionne Stax naar Noorwegen en Zweden, waar zij Nederlanders ontmoet die kiezen voor rust, natuur en ruimte.



In **Een Jaar in de Alpen** reisde Carrie ten Napel door acht Alpenlanden, waar zij liet zien hoe grenzen en cultuur elkaar raken, en hoe verleden en heden doorwerken in de ontmoetingen die zij onderweg had.

*Deze titels brachten rust, verwondering en kennis; een kenmerkende combinatie van ontspanning en inhoud die voor MAX en zijn publiek zo waardevol zijn. Bovenal gaf het kijkers die om welke reden dan ook mogelijk niet meer kunnen reizen de mogelijkheid mee te genieten van alle mooie avonturen die met zo veel liefde, kennis en kunde zijn vastgelegd in deze series.*

## Kunst en cultuur met een groot bereik



**Van onschatbare waarde** kende in 2025 alweer zijn negende seizoenen.

WAARDERING ★

Het programma wist opnieuw een miljoenenpubliek te bereiken en was het hoogst gewaardeerde NPO-programma in het vierde kwartaal. De combinatie van persoonlijke verhalen, kunsthistorische kennis en onverwachte vondsten blijft een sterke formule die kijkers diep weet te raken.

In het crossmediale programma **De Gezonken Meesters** werden zes verloren zeventiende-eeuwse meesterwerken opnieuw tot leven gewekt door hedendaagse kunstenaars. Naast de serie brachten we een online expositie, interactieve kaart en masterclasses. Dit alles maakte **De Gezonken Meesters** tot een rijk crossmediaal project waarin erfgoed, creativiteit en kennisdeling centraal stonden. Voor de tweede keer werd creatief Nederland uitgedaagd om een eigen invulling te geven aan verloren meesterwerken. Het resultaat: een digitale expositie van meer dan 100 nieuwe kunstwerken die meer dan 150.000 keer werd bezocht. Daarnaast konden kijkers zelf een reis maken naar het gezonken schip De Vrouw Maria, onder begeleiding van gidsen Paul Rem, Pieter Roelofs en Martijn Manders.



## Toegankelijke documentaires



In **De Opvolging** werd een jaar lang gevolgd hoe de familie Boer de toekomstige leiding van driesterrenrestaurant De Librije overdraagt aan hun kinderen en chef Nelson Tanate. De serie werd een van de meest gestreamde documentaires op NPO Start. Het raakte de kijkers, helemaal na het onverwachte overlijden van Jonnie Boer. De regisseur werkt momenteel aan een vervolg waarin tastbaar wordt wat rouw in het eerste jaar na het overlijden van Jonnie met de familie doet en welke nieuwe vormen van verantwoordelijkheid en verbondenheid ontstaan.



In **NPO Doc: Goeie mensen** volgen we Sjaak (83) en Clara (72), twee gewone Rotterdammers met een groot sociaal hart. Ze kunnen het niet laten zich in te zetten voor de minderbedeelden in de samenleving, zelfs nu ze op leeftijd zijn.



Kinderen met een beperking worden vaak als eersten vergeten in tijden van crisis en oorlog. Auteur Aaltje van Zweden is, samen met dirigent Jaap van Zweden, ouder van een zoon met autisme en een verstandelijke beperking. Haar hele leven is Aaltje al bezig met het zoeken naar een goede plek voor Benjamin. In de documentaire **NPO Doc: Een veilige plek** legt zij een pijnlijke link tussen heden en verleden.



Na veertig jaar onafgebroken volle zalen neemt cabaretlegende Youp van 't Hek in 2024 afscheid van het podium. De meeslepende documentaire **YOUP - Leven na het Spelen** geeft een unieke blik achter de schermen van zijn laatste weken als cabaretier én een beeld van de mens achter de grappen. Een intiem portret van een man die decennialang zijn publiek laat lachen, maar ook aan het denken zet.

IMPACT

We zenden NPO Doc: Het Muziekmedicijn uit, onder regie van Frénk van der Linden. De film volgt klassieke zangeres Maartje de Lint die werkt met mensen met dementie. De documentaire krijgt aandacht in NY Times.

MAX zet zich in voor het goede doel



Met programma's als **Scrooge Live**, **Geef om je Hersenen**, **Tijd voor MAX Specials** met daarin specifieke aandacht voor de goede doelen EpilepsieNL, Stichting AAP, Spieren voor Spieren, Oxfam Novib, Pink Ribbon, Cordaid en Make-A-Wish Nederland en **MAX Maakt Mogelijk** liet MAX ook dit jaar zien dat maatschappelijke betrokkenheid diep verweven zit met onze identiteit. Of het nu gaat om armoedebestrijding, gezondheid, hersenonderzoek of internationale hulp: deze titels dragen direct bij aan bewustwording en daadwerkelijke steun. **MAX Maakt Mogelijk** had in 2025 uitzendingen over onder

meer ouderen in Zuid-Afrikaanse townships, waterprojecten in Moldavië en – dichterbij huis – de 66-jarige Gundolf die droomt van orgelspelen in de Sint-Bavokerk, maar dat door MS niet kan.

IMPACT

In een vol bioscoop Tuschinski overhandigden **De Grannies van Amsterdam** een cheque van 24.110 euro aan De Hersenstichting. Dit is de tussenstand van de opbrengst van de 'naaktkalender' die De Grannies hebben gemaakt.

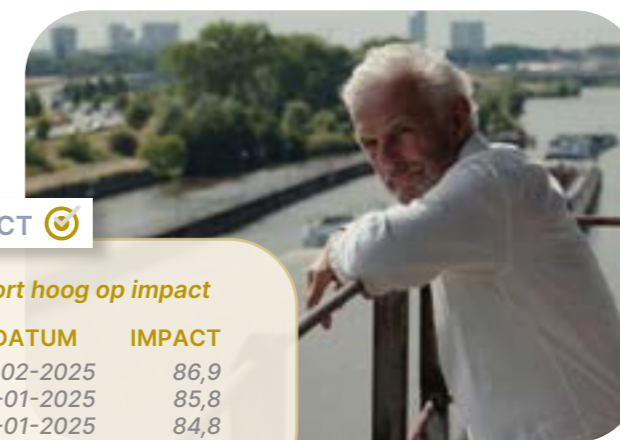
MAX heeft oog voor de regio



Zoals elk jaar zet MAX zich in voor een goede zichtbaarheid voor wat er in de regio speelt. Met **Noord-Zuid-Oost-West** biedt MAX dagelijks een podium aan de verhalen van de twaalf regionale omroepen en het Caribisch Netwerk. De combinatie van documentaires, persoonlijke verhalen en achtergrondreportages geeft een rijk beeld van Nederland, geworteld in die regio's, tradities en lokale gemeenschappen. Ook **Expeditie Nederland**, met regionale verslaggevers die maatschappelijke thema's onderzoeken, bracht een breed palet aan perspectieven: van zorg tot duurzaamheid en van cultuur tot geschiedenis.

Daarnaast verzorgt MAX ook registraties van bloemencorso's in het land, doet verslag van carnavalsoptochten, heeft dagelijks uitzendingen rondom het Friese Skûtsjesilen en hebben we er heel bewust voor gekozen de positieve vrijdagavondshow **Carrie op Vrijdag** uit te zenden vanuit het clubhuis van VV IJsselmeervogels, begin 2020 uitgeroepen tot Clubhuis van het Jaar. In **Carrie op Vrijdag** komen onderwerpen voorbij die ons allemaal raken, inspireren en verbinden. Carrie brengt de regio dichtbij en laat zien hoe mooi Nederland is.

**Langs de Schelde** liet zien hoe landschap, geschiedenis en bewoners elkaar langs deze bijzondere rivier blijven beïnvloeden.



IMPACT

Langs de Schelde scoort hoog op impact

	DATUM	IMPACT
Langs de Schelde	01-02-2025	86,9
Langs de Schelde	04-01-2025	85,8
Langs de Schelde	11-01-2025	84,8
Langs de Schelde	18-01-2025	84,5



Daarnaast zette Kefah Allush acht vuurtorens in het zonnetje in **Vuurtorenverhalen**. Hij zocht uit hoe het mogelijk is dat deze vuurtorens oorlogen, stormen en de digitalisering overleefden en waarom deze gebouwen nog steeds bestaansrecht hebben. Bij **Vuurtorenverhalen** maakten we vier podwalks; een nieuwe mediavorm voor MAX. Hierin neemt Kefah luisteraars mee in een wandelroute om de vuurtorens. Deze locatiegebonden podwalks zijn te beluisteren bij de vuurtorens van Burgh-Haamstede, Vlieland, Urk en Egmond aan Zee via de NPO Start Podwalks App.

## Terugkerende ankers in de dag voor onze doelgroep



Terugkerende titels als *Heel Holland Bakt*, *Bed & Breakfast* en *We zijn er Bijna!* bevestigen de sterke en duurzame band tussen MAX en de kijker. Deze titels behoren tot de meest geliefde en herkenbare programma's binnen het aanbod van de publieke omroep en tonen hoe MAX met een heldere missie en eigen signatuur een breed en trouw publiek weet te bereiken en aan zich te verbinden.



Tegelijk vormen vaste waarden als *Tijd voor MAX*, *MAX Geheugentrainer*, *Nederland in Beweging*, *MAX vakantieman* en *Met het Mes op Tafel* de stabiele ankers binnen de programmering: vertrouwde momenten in de dag die de kijker houvast bieden, informeren, activeren en ondersteunen. Juist deze combinatie van geliefde publieksfavorieten en dagelijks terugkerende bakens creëert continuïteit en vertrouwen: een fundament waarop de relatie tussen MAX en zijn publiek al jaren rust.

*Deze en andere programma's benadrukken de rol van MAX als betrouwbare gids op thema's die niet alleen onze achterban raken, maar ook de volgende generatie.*

In de najaarsserie van *Met het Mes op Tafel* wordt de eerste vier weken speciale aandacht besteed aan Joost Prinsen, mede-bedenker en eerste presentator van de quiz, die begin november overleed. In de studio hangt een aandenken aan Joost.



*Nederland in Beweging*

## Themagerichte Journalistiek



In 2025 werd **Meldpunt** doorontwikkeld van een consumentgerichte redactie tot het journalistieke, crossmediale **Meldpunt Actueel** met meer ruimte voor duiding, actualiteit en maatschappelijke urgentie, zowel op tv als op radio, online en sociale media. **Meldpunt Actueel** claimt thema's als ouderen, vergrijzing, zorg en digitalisering. Een van de speerpunten is de reeks **De Toekomst is Grijs**, waar we in 2024 mee zijn gestart. MAX onderzoekt wat de vergrijzing betekent voor onze samenleving, met name op gebied van gezondheids- en ouderenzorg.

Er komen steeds meer 65-plussers bij, er zijn te weinig handen aan het bed en de zorg wordt steeds duurder. Hoe gaan we hier mee om? **Meldpunt Actueel** had hier op de donderdag een uitzending over, waarna op de vrijdag erna in **Meldpunt Actueel debat** een discussie plaatsvond tussen jong en oud, onder leiding van Elles de Bruin en Charlotte Nijs. Thema's die aan bod kwamen waren zorg, wonen, pensioen en levensende.

Op sociale media was de lancering van het Instagram-kanaal MAXMeldpunt hierin heel belangrijk. Hiermee

bereikt MAX niet alleen een bredere doelgroep, we vergroten ook de digitale aanwezigheid van onze journalistiek op moderne platforms. De cijfers onderstrepen dit succes: in nog geen jaar tijd genereerden we op Facebook en Instagram samen bijna een bereik van 19 miljoen bezoekers.

De website van **Meldpunt** veranderde mee naar **Meldpunt Actueel**. De site levert iets in ten opzichte van 2024. Maar met **2.648.073** unieke bezoekers (3.911.585 in 2024) mogen we heel tevreden zijn. De strategie is halverwege het jaar aangepast en daarmee ook de publicatiefrequentie. Dat heeft geleid tot minder bezoekers per maand, maar dankzij de inhoudelijk sterke content is het gelukt om de bezoeker lang vast te houden.

Veruit de meeste bezoekers bekijken de site op hun mobiel: **1.976.798**, gevolgd door desktop **478.684** en tablet **179.411**. In totaal komen **2.069.370** unieke bezoekers via Google. Ook het versturen van de nieuwsbrief levert nog steeds veel traffic van de abonnees naar de site op. Dat zorgt voor **256.871** unieke bezoekers.

## IMPACT

### Meldpunt Actueel maakte veel impact. Enkele voorbeelden:

#### Zelfbeschikking levensende

In aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen was Rob Jetten in september te gast in de uitzending waarin het onder meer ging over voltooid leven. De voorbeelden van ouderen die in aanmerking wilden komen voor euthanasie, maar wat niet werd gehonoreerd, maakte zoveel indruk op Jetten dat hij het daarna aanhaalde in de Tweede Kamer en Kamervragen stelde hoe de overheid het zelfbeschikkingsrecht beter kan regelen zodat ouderen zelf kunnen beslissen wanneer hun leven voltooid is en zo de regie hebben over een waardig levensende.

#### Ouderenmishandeling

Wetenschappers, artsen en verpleegkundigen zien steeds meer ouderen die langer zelfstandig thuis (moeten) wonen en daardoor kwetsbaar zijn voor mishandeling en verwaarlozing. "Ouderenmishandeling is groter dan kindermishandeling" zegt VU-hoogleraar Kees Blankman, gespecialiseerd in de rechtspositie van ouderen, in de uitzending. Naar aanleiding van de uitzending

worden 14 november kamervragen gesteld door kamerleden Bushoff en Vliegthart (GroenLinks-PvdA) aan de Staatssecretaris van VWS. Deze laat weten dat door Universiteit Maastricht onderzoek wordt uitgevoerd naar de omvang van ouderenmishandeling. De resultaten worden medio 2026 verwacht.

**Kosten vergrijzing voor de samenleving**  
In de uitzending komt onder meer de stelling: 'Ouderen moeten meer bijdragen om de kosten van de vergrijzing te betalen' aan bod.

In de studio wordt hierover flink gediscussieerd tussen ouderen en jongeren. Deze discussie gaat online en op sociale media door. Het fragment gaat viraal en wordt bijna 400.000 keer bekeken.

#### Impactbeleving

De impactbeleving van De Toekomst is Grijs komt uit op een hoge 81,8 (de norm is 60). Onder vijftigplussers is de impactscore nog wat hoger: 82,5.

### 5 best gelezen artikelen op Meldpunt Actueel

5 best gelezen artikelen op Meldpunt Actueel	Aantal unieke bezoekers:
Het partnerpensioen in het nieuwe pensioenstelsel: wat gaat er precies veranderen?	183.000
Gebeld door een onbekend 06-nummer? Zo komt u te weten wie het is.	171.335
Vrijdag op tv: compensatieregeling nieuwe pensioenwet kan forse financiële gevolgen hebben.	148.140
Wilt u overstappen van WhatsApp naar Signal? Let dan hierop.	118.329
Vrijdag op tv: overwaarde op woning amper te gebruiken.	99.964



## HIGHLIGHTS KIJKCIJFERS 2025

TOTAAL  
AANTAL UREN  
TELEVISIE IN 2025  
**1936** uur en  
**39** minuten



TOP  
5

### BEST BEKEKEN TV-PROGRAMMA'S MAX *Gemiddelde kijkdichtheid (excl. eenmalige uitzendingen)*

1  2.379 miljoen

**Heel Holland Bakt**

2  1.694 miljoen

**We zijn er Bijna!**

3  1.457 miljoen

**Denkend aan Holland**

4  1.379 miljoen

**Denkend aan Vlaanderen**

5  1.327 miljoen

**Van onschatbare waarde**

TOP  
3

### HOOGST GEWAARDEERDE UITZENDINGEN

1  14-9-25  
8,6

**MAX Orkest**

2  1-2-25  
8,5

**Langs de Schelde**

3  23-3-25  
8,5

**Rob de Nijs:  
het is mooi geweest**

TOP  
5

### PROGRAMMA'S MET HOOGSTE IMPACT

1  84,7


**Langs de Schelde**

2  83,9

**Oorlogsalbums**

3  82,7

**Heimwee naar Schokland**

4  82,3

**Herman van Veen 80**

5  81,3

**Nederland op Film**

TOP  
3

### BEST BEKEKEN MAX-PROGRAMMA'S NPO 2 *Gemiddelde kijkdichtheid*

1  797.000

**Met het Mes op Tafel**

2  774.000

**Langs de Schelde**

3  714.000

**Een Jaar in de Alpen**



**De Grannies van Amsterdam** waren terug met een tweede seizoen op NPO Start. Na het verlies van hartsvriendin Jocelyn pakten de flamboyante en goedgebekte Grannies Joanita, Lorraine, Mug en Tonneke het leven weer op met flair, humor en wijsheid.



IMPACT

Seizoen 2 van **De Grannies van Amsterdam** had 1.190.632 views op NPO Start en kreeg mooie reacties: *"Omdat ik al 6 jaar vrijwel geen tv meer kijk, alleen Omroep MAX, heb ik het eerste jaar gemist. Maar via NPO Start op een avond van 19-23 uur alle afleveringen achter elkaar bekeken op mijn ipad. Heerlijk! Zoveel respect voor jullie! Zoveel herkenning! Dank! Be blessed! Lieve groetjes, Ada uit Oegstgeest"*

TOP 5

**BEST BEKEKEN PROGRAMMA'S VIDEO ON DEMAND/NPO START**  
Gemiddelde video on demand kijkdichtheid per aflevering

1 164.667  
**De Opvolging**

2 95.434  
**We zijn er Bijna!**

3 91.020  
**Het Hoge Noorden**

4 76.424  
**Heel Holland Bakt**

5 64.808  
**Van onschatbare waarde**

TOP 3

**BEST BEKEKEN UITZENDING VIDEO ON DEMAND/NPO START**  
Gemiddelde video on demand kijkdichtheid Aflevering en Views

1 237.073 / 386.224  
**De Opvolging**  
(seizoen 1, aflevering 1)

2 217.031 / 440.887  
**Heel Holland Bakt**  
(seizoen 16, aflevering 1)

3 210.751 / 332.892  
**De Opvolging**  
(seizoen 1, aflevering 2)

Legenda:

- \* VOD Kijkdichtheid (KDH) aantal kijkmomenten x uitkijkpercentage uit geselecteerde tijdsperiode
- \* Views (minstens 30 seconden bekeken)



MAX vakantieman



## MAX OP RADIO

TOTAAL  
AANTAL UREN  
RADIO IN 2025  
3952 uur



### NPO RADIO 1

**De Perstribune** met Margreet Reijntjes maakt ook in 2025 weer veel impact met spraakmakende fragmenten. Als sportjournalist Valentijn Driessen vertelt dat hij geen vrienden heeft, gaat dit viraal met bijna 800.000 views op Instagram met een hoog engagement. Ook haalde Het Radiomoment van het Jaar weer veel publiciteit. Onder de genomineerden een gesprek met de hoofdpersonen uit de MAX-documentaire **Ons Campertje**.

In **Villa VdB** wordt door Jurgen van den Berg teruggeblikt op de campagne van Omroep MAX en de Politie met betrekking tot het terugdringen van het aantal Nepagenten en de impact daarvan op de slachtoffers. Na een eerste daling van het aantal meldingen met nepagenten ziet de politie het weer steeds vaker fout gaan. Met babbeltrucs bellen ze nietsvermoedende slachtoffers op en proberen ze geld afhandig te maken. In **Villa VdB** legt politiewoordvoerder Sybren van der Velden-Walda uit welke trucs deze oplichters inzetten en wat je ertegen kunt doen.

De journalistieke samenwerking tussen **Villa VdB** en **Meldpunt Actueel** werd in 2025 ingezet om samen nog meer impact te kunnen maken op de journalistieke thema's die voor Omroep MAX en zijn doelgroep belangrijk zijn. Bijvoorbeeld fraude met cryptogeld neemt flink toe en de handhaving loopt achter de feiten aan, blijkt uit onderzoek van **Meldpunt Actueel**. Vorig jaar werd vijftientig miljoen euro schade gemaakt. Hoe ziet deze fraude eruit? En wat kunnen we ertegen doen? Sonny Motké, onderzoeksjournalist bij het Financieel Dagblad, vertelt erover in **Villa VdB**.

**Nieuwsweekend** met Mieke van der Weij en Pieter van der Wielen blijft ongeëvenaard op NPO Radio 1 en houdt bijna wekelijks 500.000 luisteraars aan de radio gekluisterd. Het programma kende met het overlijden van het echtpaar Dieuwertje Blok en Peter de Bie ook een zeer verdrietige tijd.

Als er iemand de kunst van het nachtradio maken beheerst, is dat **Nachtzuster** Astrid de Jong wel. Luisteraars kunnen bij haar terecht met al hun vragen: groot of klein, grappig of serieus. Zij vierde in 2025 het 15-jarig jubileum van haar programma. Samen met haar luisteraars heeft ze een heel bijzondere en actieve online community opgebouwd.

### NPO RADIO 2

Vanaf januari 2025 is deejay Tannaz Hajebij iedere zaterdag- en zondagmorgen te horen op NPO Radio 2 in haar ochtendshow **De T van Tannaz**, tussen 06:00 en 09:00 uur. Tannaz presenteerde in december de NPO Radio 2 Top 2000. Ze maakt in haar radioshows en online verschillende onderwerpen bespreekbaar zoals mentale gezondheid, dierenleed, feminisme, onrecht en discriminatie.

### NPO KLASSIEK

**Maatwerk** had een aantal bijzondere momenten in 2025. Zo was er een locatie-uitzending vanuit Alkmaar met live-registratie van het Blue Monday. In het kader van de stemweek voor de Filmmuziek Top 200 waren pianisten Bernd van den Bos

en Mike Boddé te gast. In de Matthäusweek vertelden Kees van der Spek, Loes Luca, Ellen ten Damme en Daniël Lohues hun herinneringen bij de Matthäus-Passion. Op 15 juli zonden we de 1250ste **Maatwerk** uit met als gast de 12-jarige pianiste Akari Bastiaens, winnares van het Prinses Christina Concours.

Verder brachten we seizoen 4 van de online videoserie **Muziek in een Notendop**: wekelijks komt een nieuwe video online waarin Sander Zwiep op luchtige wijze een muziekbegrip uitlegt. Deze video's worden ook aangeboden via SchoolTV. De locatie-uitzending op 31 oktober vanaf de premiëreparty van het klassieke piano-album van dj Armin van Buuren mag ook niet onvermeld blijven. Sander sprak Armin én diens vader, vaste luisteraar van NPO Klassiek. Op 19 december was er aandacht voor de Christmas Carol Top-10 in **Maatwerk**.

BEREIK

**NPO Klassiek Filmmuziek Top 200** is het best beluisterde op de zender met gemiddeld 57.000 luisteraars.

BEREIK

NPO Radio 5 zond in november 2025 de **Evergreen Top 1000** uit. Dat programma is het best beluisterd van NPO Radio 5 met gemiddeld 214.000 luisteraars. De zender behaalde over de periode oktober-november een luistertijdaandeel van 13.5%. In de doelgroep 55-70-jarigen behaalde de zender een luistertijdaandeel van 22.2%.

### NPO RADIO 5

**Goeiedag Haandrikman!** van Bert Haandrikman was op locatie bij de 4-daagse van Nijmegen en bij het Skûtsjesilen. Daarbij was sprake van veel interactie en gesprekken met onze MAX-achterban.

De middagshow **Lunch Lekker** is uitgegroeid tot een vaste waarde tussen 12:00 en 14:00 uur. Grote namen uit de muziek weten **Lunch Lekker** te vinden in de studio, maar ook regelmatig met live muziek op locatie. Presentator Daniel Dekker is ook ambassadeur van stichting Metakids; in de show komen regelmatig goede doelen of maatschappelijk betrokken initiatieven ter sprake zoals genoemde Metakids, SOS Kinderdorpen of de Johan Cruijff Foundation.

BEREIK

**Lunch Lekker met Daniel Dekker** gemiddeld luistercijfer van 176.000 in de Top 3 van best beluisterde programma's op NPO Radio 5.

Tussen 18:00 - 20:00 uur hoor je iedere werkdag Simone Walraven met **De Avondstart**; een muzikale reis rondom de wereld met unieke opnames die ze opduikt uit het legendarische Countdown-archief.

Sinds begin 2022 presenteert Angela Groothuizen haar programma **Angela!** op zaterdagmiddag tussen 12:00 en 14:00 uur. In haar radioshow zet Groothuizen regelmatig jong muzikaal talent in de schijnwerpers én praat ze graag met haar luisteraars over alles wat hen bezighoudt op de zaterdagmiddag.

## MAX op SOCIALE MEDIA en ONLINE

### Visieontwikkeling

Uit de jaarlijkse digitaliseringmonitor van het CBS blijkt dat 55-65-jarigen vaker online zijn dan het landelijke gemiddelde. Na de allerjongste groep is deze groep het meest online actief. De groep in de leeftijd van 65 tot 75 jaar volgt het landelijk gemiddelde (94%) en van de oudste groep van 75-plus is ruim 72% dagelijks online te vinden. Juist deze oudere groepen hebben de laatste vijf jaar de grootste inhaalslag gemaakt. Die verschuiving zien we ook terug in onze online resultaten. We zien groei in bijna alle onderdelen. In plays (streams), bezoeken, interactie en bereik. MAX wil een belangrijke rol spelen als gids voor ouderen op het gebied van digitalisering. We nemen ons publiek aan de hand bij hun kennismaking met nieuwe ontwikkelingen. Dat doen we met laagdrempelige, kwalitatieve en originele content op alle platforms waar onze doelgroep is.

Maar we signaleren ook ontwikkelingen die onze rol als gids bemoeilijken. Als gevolg van AI-functionaliteiten van grote zoekmachines als Google vinden minder bezoekers onze websites. Onze strategie bij de portal MAXVandaag.nl, bij heelhollandbakt.nl en het journalistieke platform meldpunt.tv richtte zich primair op SEO (Search Engine Optimalisatie). Kort gezegd: ons publiek vindt ons via zoekmachines. Maar doordat onze content wordt gebruikt om met AI gecreëerde resultaten te presenteren in plaats van door te verwijzen naar die content op onze websites blijft conversie vanuit de zoekmachines naar onze portal en sites uit. Big Tech trekt hiermee de teugels verder aan. Het wijst ons opnieuw op onze sterke afhankelijkheid van de grote invloedrijke platforms van derden, waar we tegelijkertijd ook niet zonder kunnen.

Tegelijkertijd zien we dat vanuit de NPO-strategie online content steeds meer is voorbehouden aan alleen een jonge doelgroep. Belangrijke platforms als NPO Start en NPO Luister worden geormerkt als plek voor jongeren; intekenmogelijkheden zijn steeds beperkter voor media-aanbod voor een oudere doelgroep. Het is misschien een begrijpelijke reflex in de zoektocht naar een oplossing voor het afnemend bereik onder jongeren. Maar wie naar bovengenoemde cijfers kijkt, moet erkennen dat de aanname dat jongeren online consumeren en ouderen lineair, gebaseerd is op achterhaalde

feiten. We consumeren allemaal versnipperd onze media. Online biedt, in tegenstelling tot lineair, mogelijkheden om in gesprek te gaan; als omroep met het publiek, maar ook voor ons publiek onderling. Het geeft ruimte om te experimenteren. Om aan talentontwikkeling te doen. Om te verdiepen zonder de beperkingen van een tijdslot. Om boodschap en mediavorm op elkaar aan te laten sluiten. Om klantreizen uit te stippelen die het Nederlands publiek langs lineair en online gidsen. Hiervoor zou ruimte moeten zijn voor alle Nederlanders. Zodat generaties elkaar ontmoeten en van elkaar kunnen leren in plaats van klem te raken in twee aparte silo's. Het dwingt ons om continu flexibel te zijn en onze strategie verder aan te scherpen. Dat is dan ook wat we hebben gedaan in 2025.

### Vernieuwde strategie sociale media

Zo hebben we meer ingezet op communities en interactie aan de hand van een vernieuwde sociale mediastrategie. Het credo: fewer, bigger, better. De socials zijn niet meer alleen een promokanaal van onze lineaire programma's, maar een plek waar we het gesprek op gang brengen en nieuwe doelgroepen bereiken. Dat doen we liever met één virale midformvideo (middellange video's) dan een set promo's voor een uitzending. Met succes: ons totaalbereik is hoger, de interactie kwalitatiever en dat met minder, maar betere content.

### AI-richtlijnen

In 2025 zijn AI-richtlijnen van MAX opgesteld. De effecten van generatieve AI zien we niet alleen in onze websiteresultaten, maar ook op de werkvloer deed het in 2025 écht zijn intrede. We zien dat het oplossingen biedt bij verschillende taken, maar het brengt ook uitdagingen met zich mee onder meer op het gebied van veiligheid, auteursrechten en ethische kwesties. Ook bij AI-gebruik gaan we uit van Samen MAX. Medewerkers kunnen met AI aan de slag en we hebben afgesproken dat AI mét ons werkt en niet in plaats van ons. Een nieuw opgerichte kopgroep zet zich in als voortrekkers, zorgt voor kennisdeling en houdt bijvoorbeeld een lijst bij met te gebruiken tools. Ook wordt gewerkt aan een bredere strategische visie voor MAX op AI en er wordt inmiddels volop, gecontroleerd, geëxperimenteerd.

### Aangescherpte online strategie

We zijn aan de slag gegaan met een nieuwe strategie voor online content, innovatie en podcast. Onze verhalen of services ontstaan niet vanuit een genre, maar vanuit onze doelgroep. Vanuit behoeftes, misstanden of andere zaken die ons opvallen. Onze doelgroep en hun leefwereld is daarbij altijd het vertrekpunt. We vertellen verhalen over, voor en mét hen. Samen zijn we MAX. En samen proberen we de verbinding op te zoeken in een onlinewereld van filterbubbels en algoritmes. We maken impact met kleine, menselijke verhalen die voor grotere maatschappelijke thema's staan. We innoveren, maar niet óm het innoveren. We zijn inspirerend, servicegericht en gidsen onze doelgroep langs nieuwe mogelijkheden, ontwikkelingen en mediavormen waarvan wij denken dat het hun leven leuker of makkelijker maakt. Dat doen we doelstelling gedreven door gebruik te maken van de eigenschappen van verschillende online media. Met speciale aandacht voor interactie en het faciliteren of creëren van community.

Bron: Online visie MAX 2025

### Focus op communities

MAX heeft een actieve, betrokken achterban en wij bedienen al een community voordat het woord was uitgevonden. In 2025 hebben we onze focus verscherpt. We faciliteren (niche) communities rondom bepaalde thema's of deelinteresses. Bakermakkers - de naam die de online fans van **Heel Holland Bakt** zichzelf hebben gegeven - gaan in gesprek met ons en elkaar op de kanalen van het populaire programma. Dat niet alleen; het zijn actieve ambassadeurs die recepten insturen en baksels delen. Steeds vaker geven we hen een podium om co-creatie te faciliteren. Zo ook in december 2025. We riepen thuisbakers op om hun favoriete feestdagenbaksel te delen met honderden inzendingen als gevolg.



En er is meer; wielrenners en openwaterzwemmers kunnen zichzelf bij MAX letterlijk op de kaart zetten om hun community open te stellen voor nieuwe leden: MAXopdekaart.nl is dé plek om groepen en verenigingen bij jou in de buurt te ontdekken en om jezelf als groep of vereniging op de kaart te zetten. Zo kun je 140 zwemlocaties vinden voor een frisse duik in de buurt en kan publiek zich aansluiten bij één van de ruim 130 fietsclubjes.



Met de nieuwe onlinestrategie, de sociale mediastrategie, focus op communities en AI-richtlijnen hebben we voor elk stuk content expliciet gemaakt: voor wie doen we dit, wat moet het opleveren en op welk kanaal werkt het écht? Daardoor schuift online zichtbaar op: niet meer het aanhangsel van televisie, maar een vaste spil in hoe we verhalen maken, vinden en laten doorwerken.

Bij **Vuurtorenverhalen** maakten we vier podwaks in vier verschillende uithoeken van Nederland met als doel ons wandelminnend publiek warm te laten lopen voor de mogelijkheden van podcast. Nadat deelnemers via een wandeling zijn geïntroduceerd in online audio-land verwijzen we mensen door naar minder actieve audio-ervaringen: de 'gewone' podcastseries van de publieke omroep.

### Uitlegvideo NPO Start met NPO Start-sterren

Wie kan een 50-plusser beter uitleggen hoe NPO Start werkt dan een groep 80-plussers die ongekend populair is op datzelfde streamingplatform? In een grappige uitlegvideo helpen **De Grannies van Amsterdam** iedereen op het platform te komen. Want, vrij naar de slogan: "Als je op Start bent kun je niet meer stoppen", maar zie er maar eens te komen...

## Van reageren naar communities

Conform onze ambitie om de interactie met de achterban te verdiepen, is onze focus verschoven van het genereren van losse reacties naar het bouwen van duurzame communities. We nemen ons publiek actief mee in het journalistieke proces.

### IMPACT

Dat onze journalistieke koerswijziging maatschappelijke impact heeft, bleek het krachtigst rondom het gevoelige thema 'vrijwillig levenseinde van Meldpunt Actueel'. Met indringende portretten wisten we dit onderwerp uit de taboesfeer te halen. De video waarin Corrie moedig vertelde over versterven werd op sociale media ruim 2,3 miljoen keer bekeken.

Dit bereik leidde tot directe politieke resonantie, waaronder Kamervragen van D66-fractievoorzitter Rob Jetten. Ook rondom de verkiezingen en pensioendiscussies wisten we de specifieke belangen van onze doelgroep succesvol op de digitale en Haagse agenda te zetten.

## Blik op de toekomst

Met *De Toekomst is Grijs* hebben we de discussie verbreed. We lieten zien dat vergrijzing geen geïsoleerd ouderenprobleem is, maar een maatschappelijke ontwikkeling die iedereen - jong en oud - gaat raken. Hiermee sorteren we voor op de komende jaren waarin we blijven benadrukken dat de toekomst van ouderen de toekomst van ons allemaal is. Zo zal onze doelgroep blijven verbreden.

### Nieuwsbrieven

### Abonnees

Omroep MAX stuurt wekelijks meerdere nieuwsbrieven uit.

MAX Ledennieuwsbrief	173.555
MAX Magazine	174.977
MAX Vandaag	129.477
MAX Medianieuws	65.322
MAX Consumenten	41.699
Heel Holland Bakt	27.064
MAX Maakt Mogelijk	13.490

## Sociale media

We kiezen bewuster voor formats die interactie en meedoen uitlokken. Maar ook op zichzelf staande formats of lineaire fragmenten die spraakmakend zijn of impact hebben gemaakt. Daarnaast is dit de plek waar onze community in gesprek gaat met ons én met elkaar. We nemen hier onze rol als gids uiterst serieus.

In onderstaande grafiek is het bereik en de stijging van onze sociale mediakanalen te zien. De enorme stijging van de cijfers voor *De Perstribune* en *Carrie op Vrijdag* is, naast de sterke inhoud, mede te danken aan het gebruik van goede 'hooks': korte, prikkelende intro's die aan het begin van een video de aandacht van de kijker trekken zodat zij blijven kijken. Deze hooks zorgden ervoor dat de video's langer werden bekeken en dat de interactie (likes, shares en comments) sterk toenam.

### Bereik Omroep MAX Sociale Mediakanalen 2025

Bereik uitgedrukt in unieke bezoekers. De stijging is t.o.v. 2024.

Facebook	60,2 miljoen (+52%)
Instagram	23,5 miljoen (+59%)
TikTok	6,40 miljoen (+97%)
YouTube	3,31 miljoen (+11%)

### Bereik Facebook

Bereik uitgedrukt in unieke bezoekers (pagina's met meeste bereik en stijging t.o.v. 2024).

Met het Mes op Tafel	1,12 miljoen (+810%)
Meldpunt	9,1 miljoen (+355%)
Bert Haandrikman	3,4 miljoen (+153%)
We zijn er Bijna!	4,5 miljoen (+702%)
Carrie op Vrijdag	14,6 miljoen (+1.041%)
De Perstribune	3,36 miljoen (+1.467%)

### Bereik Instagram

Bereik uitgedrukt in unieke bezoekers (pagina's met meeste bereik en stijging t.o.v. 2024).

Tijd voor MAX	13,4 miljoen (+77%)
Villa VdB	1,77 miljoen (+102%)
De Perstribune	3,21 miljoen (+489%)
Carrie op Vrijdag	17,5 miljoen (+98%)



Scrooge Live



## PODCASTS

In 2025 hebben we in totaal 116 afleveringen en ruim 80 uur aan nieuwe podcasts online gezet. Daarmee bereikten we week na week een grote enthousiaste groep luisteraars.

Een van de vaste waardes is **Maffe Meesterwerken**, de kunstpodcast van Paul Rem en Cathelijne Blok. Op enthousiaste wijze vertellen ze wekelijks over bijzondere kunstwerken en de verhalen erachter. De podcast kreeg bovendien een podium op het NPO Luister Podcastfestival, waar Rem en Blok voor een volledig uitverkochte zaal in Tivoli Vredenburg een liveopname maakten.

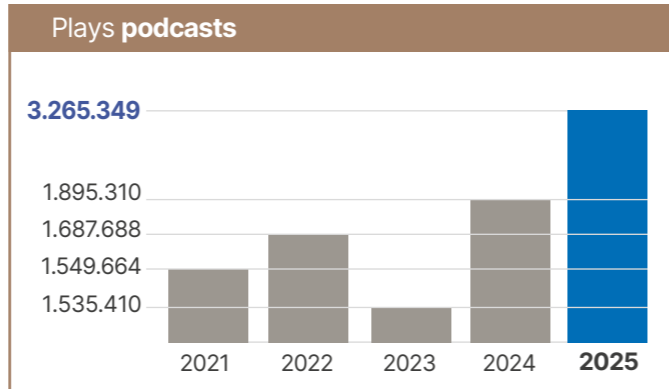
Ook Paul de Leeuw was wekelijks te horen vanuit Café Eik en Linde in Amsterdam. In **De Leeuw Bruit Verder** ontvangt hij een reeks verrassende gasten, met veel humor en warme, soms ontroerende gesprekken. Daarnaast keerden Jan Slagter en Cisca Dresselhuys terug met **Slagter en Dresselhuys weten het beter**, een speciale reeks rond 20 jaar MAX. In gesprekken met prominente gasten uit de afgelopen twee decennia bliken zij terug op memorabele momenten uit de omroepgeschiedenis. De serie haalde regelmatig het nieuws. Een van de meest bijzondere afleveringen was met Joost Prinsen, hij sprak over **Met het Mes op Tafel**. Zijn overlijden later het jaar gaf deze aflevering een extra lading.

Ook de zesdelige serie **De Amateurdetective**, gemaakt door Saskia Troccoli, maakte veel los. De podcast belicht de snelgroeibende beweging van burgers die proberen onopgeloste zaken op te lossen. Troccoli duikt in de wereld van deze burgerspeurders: wie zijn zij, hoe werken ze en zijn ze een vloek of een zegen voor de samenleving? Hoewel De Amateurdetective geen whodunnit is en geen poging doet om de zaak zelf op te lossen, laat de serie goed zien hoe moeilijk het is om een konijnenhol vol speculaties weer te verlaten.

Waarom hebben steeds meer Nederlanders een kort lontje? Dat onderzoekt Robin de Wever in zijn serie **Het Mysterie van de boze mensen**. Wat gaat er schuil achter het toenemende aantal verhalen over agressie in onder meer zorg, onderwijs en openbaar vervoer? Hij verzamelt talloze anekdotes, spreekt

deskundigen en weet zelfs een 'boze burger' te interviewen, een man die door het leven flink is tegengewerkt. In zeven afleveringen probeert De Wever te doorgronden wat onder de woede ligt. De serie kreeg veel aandacht vanwege de herkenbaarheid en maatschappelijke relevantie.

In onderstaande grafiek is de stijging te zien van het aantal plays van onze podcasts. De stijging is te verklaren vanwege het feit dat we meer titels toegekend hebben gekregen en onze doelgroep weet podcasts steeds beter te vinden.



Dit jaar vielen onze podcasts ook buiten de eigen omroep op. Zowel Paul de Leeuw met **De Leeuw Bruit Verder** als Silvia Bromet met **Onkruid in het Paradijs** werden genomineerd voor een BNR Dutch Podcast Award. Tijdens een feestelijke avond in Beeld en Geluid werden zij in het zonnetje gezet.

De podcasts kregen veel aandacht van zowel pers als publiek. Een kleine greep.



4 sterren VARA gids:

**Adformatie:**  
En wat knap is met zo'n onderwerp als dit, is dat De Wever de valkuil van het moraliserende vingertje weet te vermijden. Maar... ongemerkt ga je toch naar jezelf kijken.



## WEBSITES & PORTALS

### MAX VANDAAG

**MAX Vandaag**, dé omroepportal van Omroep MAX, kijkt terug op een goed jaar. Ook in 2025 trok de website een groot aantal bezoekers; over het hele jaar zijn dat er 12.785.085. We blijven daarmee één van de beste bezochte omroepportals. De content die het hoogst scoort is doelgroepgerichte content zoals over de AOW, pensioen, telefonische- en online oplichting, over geldzaken en gezondheid. Onderwerpen die de 50-plusser raken.

De meeste bezoekers komen via search engines (Google is hofleverancier) 9.569.292. Via de nieuwsbrief bereiken ons 1.476.402 bezoekers. De 50-plusser gaat met zijn tijd mee; de site wordt het meest bezocht vanaf mobiel: 9.117.170, gevolgd door desktop 2.620.875 en tablet 979.741. De gemiddelde bezoekduur ligt rond de 8.29 minuten, een verdubbeling van tijd t.o.v. 2024.

Het best bekeken tv-programma op de portal is **Tijd voor MAX**, in totaal trekt het 187.701 bezoekers, gevolgd door **Nederland in Beweging** met 135.152 bezoekers.

Twee artikelen springen eruit: **Krijgt u vaak ongewenste telefoontjes? Zo maakt u daar een einde aan** en **Deze AOW-bedragen ontvangt u per 1 juli 2025**. Rond het artikel over de ongewenste telefoontjes is de interactie met de doelgroep groot. Lezers herkennen het en gaan hierover met elkaar in gesprek. Met dit soort content informeren we de lezer en bieden de gelegenheid om met ons en elkaar hierover in gesprek te gaan. Nog een artikel wat naast veel bezoekers ook veel reacties oproept, is **Campagne voor zelfredzaamheid tijdens een noodsituatie: hiermee kunt u 72 uur vooruit** naar aanleiding van de landelijke campagne. De impact van de campagne is onder onze doelgroep groot en dat zien wij terug aan het aantal reacties. Onze bezoekers zijn sowieso betrokken. Ze laten op onze site graag van zich horen, ook over minder grote onderwerpen.

Om onze doelgroep digitaal vaardiger te maken en houden, publiceren wij maandelijks Digitips en regelmatig artikelen over digitale vaardigheid en de veranderingen op dit gebied. Deze artikelen worden breed opgepakt. Ook content over toeslagen, belasting(voordelen) en ingewikkelde wet- en regelgeving proberen wij zo helder mogelijk uiteen te zetten in begrijpelijke taal zodat onze doelgroep op weg wordt geholpen.

Best gelezen artikelen op MAX Vandaag in 2025	Unieke bezoekers:
<i>Krijgt u vaak ongewenste telefoontjes? Zo maakt u daar een einde aan</i>	<b>425.862</b>
<i>Deze AOW-bedragen ontvangt u per 1 juli 2025</i>	<b>360.137</b>
<i>De dag beginnen met een plakje ontbijtkoek, hoe gezond is dat?</i>	<b>356.144</b>
<i>Waar in huis kunt u contant geld het beste verstoppen?</i>	<b>341.363</b>
<i>In de ochtend, middag of avond, wanneer kan vitamine D het beste ingenomen worden?</i>	<b>289.050</b>

Voor de totstandkoming van onze artikelen, werken wij regelmatig samen met de overheid en maatschappelijke organisaties. Dat deden we afgelopen jaar onder andere met Seniorweb, de Belastingdienst, Wijzer in Geldzaken, SVB, Diabetesfonds en het Voedingscentrum.

De bezoeker van **MAX Vandaag** blijft graag mentaal fit. Op de site staat een ruim scala aan puzzels en die worden door de bezoeker graag opgelost. Met **12.411.606** pageviews kunnen we zeggen dat onze bezoeker er in 2025 lustig op los heeft gepuzzeld.

En dat onze doelgroep de programma's van MAX een warm hart toedraagt, merken wij ook aan de populariteit van de content rondom de programma's die op MAX Vandaag te lezen is. Zo zijn de video's rond het programma **We zijn er Bijna!** heel goed bekeken. De video dat Martine van Os stopt met het programma is maar liefst **162.884** keer bekeken. Ook de extra content rond **Van onschatbare waarde** en interviews met de deelnemers van **Bed & Breakfast** zijn populair. Fragmenten uit **Tijd voor MAX** worden graag teruggekeken op de site en dan met name die van dokter Ted van Essen, defensiespecialist Patrick Bolder en koningshuisdeskundige Josine Droogendijk,. Er zijn ook zorgen, want onze sites - net als wereldwijd zoveel andere websites - merken dat het online landschap verandert. Men zoekt anders en óf/wát wordt getoond, wordt steeds vaker door AI bepaald. Wij zien het vooral ook als een kans. Een kans om ervoor te zorgen dat onze content even betrouwbaar en informatief blijft als altijd. Zodat de lezer in dit veranderende online landschap kan vertrouwen op de betrouwbaarheid van onze content.

Site	Unieke bezoekers:
MAX Vandaag	<b>12.932.519</b>
Heel Holland Bakt	<b>3.010.560</b>
MAX Meldpunt	<b>2.612.650</b>
MAX vakantieman	<b>1.477.903</b>
Omroepmax.nl	<b>1.208.348</b>
MAX Maakt Mogelijk	<b>45.519</b>

### Heel Holland Bakt

Vers in 2025: we plaatsten eigen bakvideo's en bijbehorende recepten. In de bakserie maakten we onder andere klassiekers met een twist. Niet de high-end producties die je gewend bent van **Heel Holland Bakt**, maar video's die de amateurbakker laten denken; "Dát kan ik ook!".

De bokkenpootjes met pistache zijn tot op heden favoriet met een bereik van meer dan 350.000.

BEREIK

### Bakbasis met Robèrt van Beckhoven

We omarmen ook onze professionele kant. Nieuw tijdens het 13e seizoen van **Heel Holland Bakt**: basisvideo's van Robèrt. Hij leert thuisbakkers in een midformvideoserie op Instagram en Facebook onder andere krokant hazelnootschuim maken, de perfecte bavarois creëren, hij liet zien hoe je nou zo'n mooie kardemombullar knoopt en hoe je een fluweelzacht biscuit maakt.

### Sterren op het Doek

In 2025 zijn er zestien doeken geveild voor het goede doel.

In totaal hebben deze doeken ruim 18.000 euro opgeleverd, voor onder andere Metakids, Edukans en Trees for All.

IMPACT



### MAX vakantieman

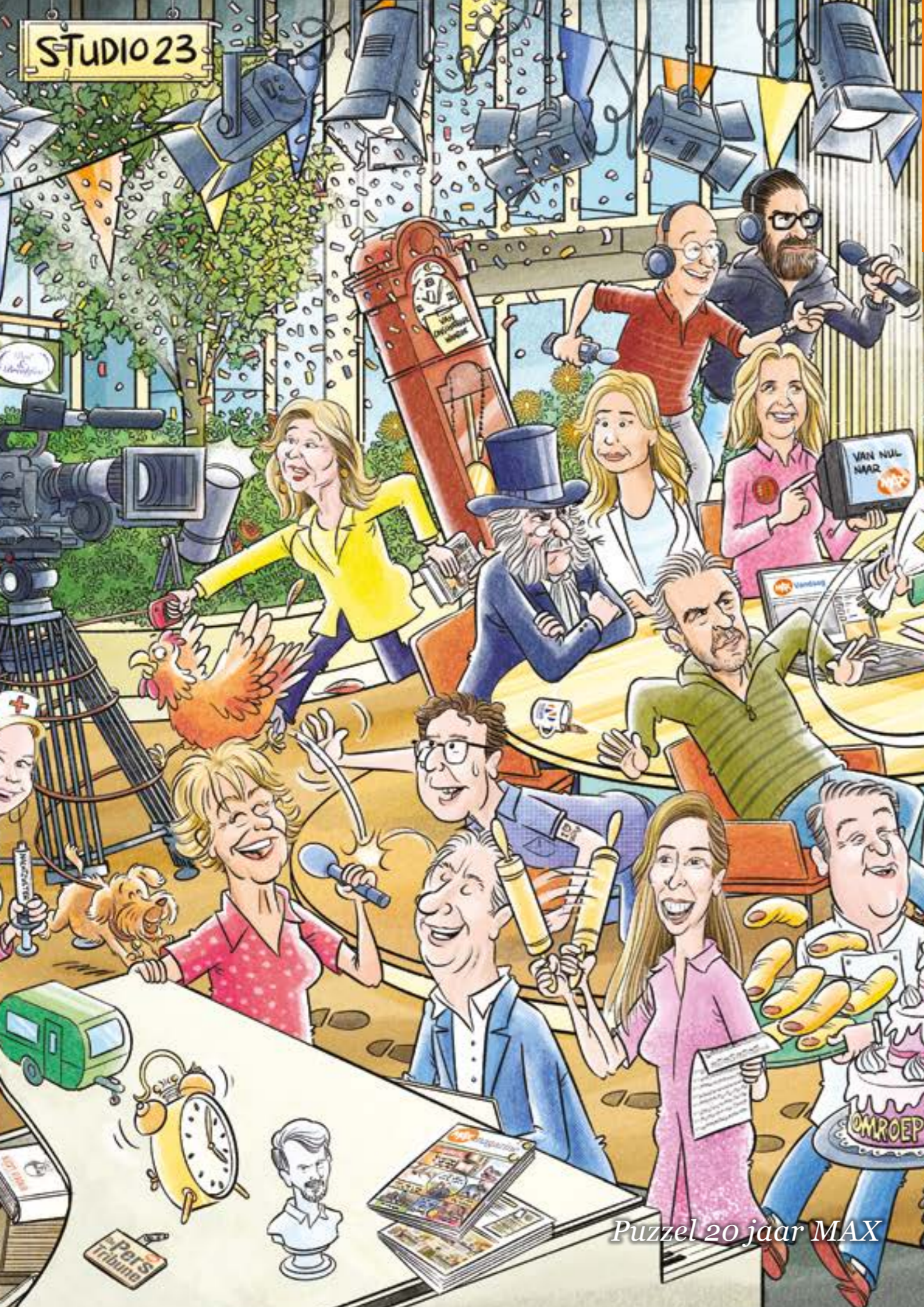
**MAX vakantieman** komt op voor de reizende doelgroep. Presentator Sybrand Niessen en MAX Ombudsman Jeanine Janssen maakten zich in de zomer van 2025 opnieuw sterk voor de rechten van de vakantieganger. Via de plussite MAXvakantieman.nl biedt MAX dagelijks reisconsumentennieuws, tips en inspiratie voor op reis in het binnen- en buitenland.

De website weet in 2025 behoorlijk wat reizigers te bereiken. Maar liefst **1.478.539** unieke bezoekers weten de site te vinden. De behoefte aan actuele en duidelijke reisinformatie blijft groot. Dat blijkt uit het feit dat content over actuele zaken als stakingen, noodweer of situaties die direct invloed hebben op het reisgedrag, enorm goed scoren.

**MAX vakantieman** is er vaak als één van de eerste bij. We publiceren niet vanuit sensatie, maar vanuit het standpunt om de reiziger verder te helpen. Zo weet het artikel over de stakingen in verschillende Europese landen in december ruim **77.000** unieke bezoekers te bereiken. Op de site is de laatste stand van zaken te lezen en worden lezers geïnformeerd over hun rechten bij compensatie.

MAX Ombudsman Jeanine Janssen staat ook de site met raad en daad bij en we trekken op met belangenbehartigers als ANVR en SGR.

Best gelezen artikelen op MAX vakantieman in 2025	Unieke bezoekers:
<i>In december nationale stakingen gepland in België, Frankrijk, Italië, Portugal en Spanje: dit kun je verwachten</i>	<b>77.959</b>
<i>Reactie Prins Caravans op gedupeerde caravankopers</i>	<b>56.802</b>
<i>Noodweer in Spanje: dit kun je doen als je daar op vakantie bent</i>	<b>50.483</b>
<i>Uit eten in Italië: bestel deze dingen liever niet en houd je aan deze Italiaanse eetgewoonten</i>	<b>33.433</b>



Puzzel 20 jaar MAX

## Programmacampagnes



### De Gezonken Meesters

In het crossmediale programma De Gezonken Meesters staan zes Nederlandse meesterwerken centraal die verloren zijn gegaan met het zinken

van schip Vrouw Maria in 1771. Presentatrice Dionne Stax en vakjury Pieter Roelofs (hoofd beeldende kunst Rijksmuseum) en Abbie Vandivere (restaurator Mauritshuis) prijken op een poster in abri's in de buurt van musea en culturele instellingen. Verder hebben we een online campagne en adverteren we in MAX Magazine.



### De Grannies van Amsterdam

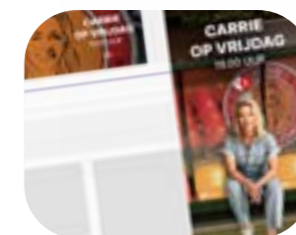
Als eerbetoon aan de overleden Grannie Jocelyn hangen we bij haar huis in Amsterdam een poster in het bus- en tramhokje. Jocelyn overleed plotseling een dag na de laatste opname van De Grannies van Amsterdam.



### Een jaar in de Alpen

Van Monaco tot Slovenië: met een knaloranje rugzak trekt Carrie ten Napel door de acht Alpenlanden om de schoonheid én kwetsbaarheid van Europa's meest iconische bergketen te ervaren. Het

programma was speerpunt waardoor we extra promo's op radio en tv hadden, een online bannercampagne op onder meer AD.nl en een lange trailer die werd ingezet op tv, social en online.



### Carrie op Vrijdag

Om het nieuwe seizoen onder de aandacht te brengen, hadden we een online bannercampagne. Ook speelde VV IJsselmeervogels, die ons elke week

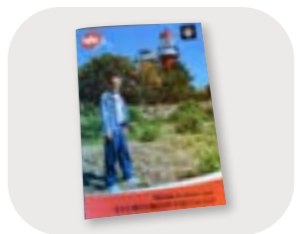
gastvrij ontvangen, in mei een kampioenswedstrijd voor Derde Divisie A. We moedigen ze aan door een reclamevliegtuigje over de regio te laten vliegen. Met resultaat, want ze wonnen!



### 20 jaar MAX

Feest bij MAX! De omroep bestaat 20 jaar. En dat vierden we met een aantal extra's zoals een unieke legpuzzel van 1000 stuks gemaakt door illustrator René Leisink, bijzondere gasten in de

podcast Slagter en Dresselhuys weten het beter, een bijzondere uitgave van het ledenblad, een trailer van drie minuten met daarin de hoogtepunten uit 20 jaar MAX, een thema-uitzending van Tijd voor MAX en unieke ledendagen met onder meer Jan Smit en Anita Meyer.



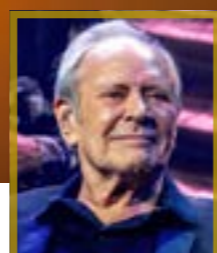
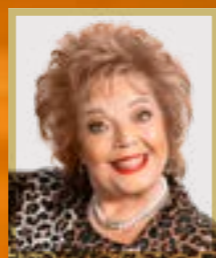
### Vuurtoerenverhalen

Bij het programma Vuurtoerenverhalen ontwikkelde MAX een podwalk. Om hier ruchtbaarheid aan te geven maakten we ansichtkaarten die we naar VVV's in omgeving van de

vuurtorens sturen met daarop een QR-code om zo makkelijk de podwalk te downloaden.

# Afscheid

In 2025 overleden veel mensen die van grote betekenis waren voor MAX.



## Vrijdag 17 januari

Zanger en presentatrice **Manuëla Kemp** is op 61-jarige leeftijd overleden. Ze raakte in december '24 ernstig gewond bij een scooterongeluk in Portugal en overleed in een ziekenhuis in Hilversum in het bijzijn van haar dierbaren.

## Maandag 10 februari

**Ron Brandsteder** kampte al langere tijd met gezondheidsproblemen, hij overleed op 74-jarige leeftijd en laat een vrouw en twee zonen achter. We zonden 16 februari een uitgebreid eerbetoon uit: Hartelijk goedenavond: Eerbetoon aan Ron Brandsteder.

## Zaterdag 1 maart

Nog voordat we De Grannies van Amsterdam kunnen uitzenden, overlijdt een van de vijf flamboyante vriendinnen. **Jocelyn Berg** stierf plotseling, een dag na de laatste opnamedag, op 74-jarige leeftijd.

## Zondag 2 maart

De geliefde presentatrice **Dieuwertje Blok** is overleden op 67-jarige leeftijd. Ze is vooral bekend van het Sinterklaasjournaal. Ze werkte incidenteel voor Omroep MAX, als vaste invaller bij Nieuwsweekend en was een graag geziene gast in onze programma's als De Perstribune en Sterren op het Doek.

## Zondag 16 maart

In zijn woning in Bennekom, in het bijzijn van zijn dierbaren, is zanger **Rob de Nijs** overleden op 82-jarige leeftijd. Omroep MAX zond zijn Afscheidconcert. Het is mooi geweest opnieuw uit, aangevuld met nieuw materiaal. In 2023 won de zanger met dit afscheidconcert de Impact Award bij Televisiering.

## Donderdag 27 maart

**Loretta Schrijver**, de vrouw met de meest gulle aanstekelijke lach van Hilversum, is op 68-jarige leeftijd overleden. Bij MAX presenteerde ze in de beginjaren MAX & Loretta, waarbij ze alom werd gewaardeerd voor haar hartelijke omgang met gasten, deskundigheid, harde werken en spontaniteit.

## Woensdag 23 april

Sterrenchef **Jonnie Boer** is plotseling op 60-jarige leeftijd overleden op zijn geliefde Bonaire. De laatste maanden was er zeer intensief contact vanwege onze serie De Opvolging. Hij en zijn vrouw Thérèse wilden het op termijn rustiger aan gaan doen. Het is ongeloflijk verdrietig dat dit ze niet is gegund. Om Jonnie te herdenken zond MAX een herhaling uit van aflevering 1 van De Opvolging.

## Dinsdag 3 juni

In zijn woonplaats Aerdenhout is, op zijn 75ste verjaardag, journalist en presentator **Peter de Bie** overleden. De laatste jaren had Peter gezondheidsklachten en leed hij aan hartfalen, zijn lichaam was 'op'. Desondanks was zijn zin in het leven groot, maar zoals hij zelf zei: "Als m'n lijf 't nog zou doen, had ik nog wel even door gewild". De werkelijkheid was anders en dat was de doorslaggevende reden voor zijn besluit dat dit het moment was om het leven vaarwel te zeggen. Bij MAX presenteerde De Bie van 2018 tot eind 2022 op NPO Radio 1 Nieuwsweekend.

## Dinsdag 23 september

Actrice **Coby Timp** is overleden op 95-jarige leeftijd. In 2017 speelde ze een belangrijke rol in de met Gouden Kalveren bekroonde MAX-serie Het Geheime Dagboek van Hendrik Groen over bewoners van een verzorgingshuis die weigeren achter de geraniums te zitten.

## Maandag 20 oktober

Verzetsstrijder **Selma van de Perre** is op 103-jarige leeftijd overleden. Van der Perre maakte tijdens de Tweede Wereldoorlog deel uit van de verzets-

organisatie de TD-groep. Deze groep vervalste persoonsbewijzen voor Joden om te voorkomen dat ze vervolgd zouden worden. Omroep MAX zond in mei 2022 de tweedelige documentaireserie Selma's oorlog uit.

## Maandag 3 november

Acteur, schrijver en presentator **Joost Prinsen** overleed op 83-jarige leeftijd aan de gevolgen van kanker en een herseninfarct. Jan Slagter: "Met het overlijden van Joost Prinsen verliest Nederland opnieuw een tv-icoon. Joost is altijd enorm betrokken gebleven bij de quiz Met het Mes op Tafel die hij samen met Jan Kok heeft bedacht en wilde op de hoogte blijven van de plannen rondom 'zijn kindje'. Daarin was hij uitermate scherp en wist precies wat wel en niet zou werken. Het is echt een gemis dat hij er niet meer is."



## Vereniging

### ONTWIKKELING LEDENSTAND

In 2025 is het ledenaantal fors gestegen. Op 31 december 2025 telt MAX 9.920 leden méér dan op 31 december 2024. De grootste uitstroomreden is het overlijden van een lid. Dit door de relatief hoge gemiddelde leeftijd van de leden-achterban.

#### Ledenstand volgens ledentellingsformule

31 december 2024 **429.207**  
31 december 2025 **439.127**

De meeste leden werden geworven tijdens de voorjaarscampagne in april en najaarscampagne in oktober. Tijdens deze campagnes stuurden we onder andere een direct mailing (een briefkaart) naar potentiële leden die goed aansloeg.

De urgentie om lid te worden in verband met de op handen zijnde bezuinigingen heeft waarschijnlijk bijgedragen aan het grote aantal nieuwe leden in 2025.

#### Verloop ledenaantal in 2025

In onderstaande grafiek is het verloop van het ledenaantal te zien. De ledenwerfcampagnes in april, juli en oktober 2025 zorgden voor de grootste stijging waardoor we het jaar afsloten met meer leden dan in 2024.

#### Spreiding leden Nederland

In 2025 zijn relatief gezien de meeste leden geworven in Drenthe, Friesland en Groningen. Dit is het aantal nieuwe leden ten opzichte van het aantal inwoners per provincie. Kijkend naar absolute aantallen, zijn de meeste leden geworven in Zuid-Holland, Noord-Holland en Noord-Brabant. Deze provincies hebben echter ook de meeste inwoners.



### LEDENWERFCAMPAGNES EN BEURZEN

Ook in 2025 hebben we, met succes, diverse campagnes gedaan om leden te werven. Hierbij een overzicht.

#### Voorjaarscampagne

'Hoe meer leden, des te sterker we staan!'. Onder dit motto voerden we van 1 t/m 14 april campagne. De aangekondigde bezuinigingen en de dreiging dat vertrouwde programma's verdwijnen, benadrukten de urgentie om lid te worden van MAX. In de tv-spot riep Jan vanaf de markt in Hilversum op om MAX te steunen. En met succes; de campagne leverde 6.266 nieuwe leden op.

#### Zomercampagne

In de MAX zomercampagne van 18 juli t/m 3 augustus maakte Jan een duidelijk statement naar de politiek en riep hij opnieuw op om lid te worden van MAX. "Samen laten we de politiek weten dat ze van MAX en uw favoriete programma's af moeten blijven." In verschillende campagne-uitingen werden quotes van MAX-leden getoond die zorgden voor herkenning en sympathie. De campagne bracht 4.366 nieuwe leden op.

#### Najaarscampagne

Tijdens de najaarscampagne van 27 oktober t/m 13 november werd de urgentie en het belang van het MAX-lidmaatschap nogmaals in de schijnwerpers gezet. Vanuit de studio van Met het Mes op Tafel riep Jan weer op om lid te worden van MAX. Door de inzet van verschillende middelen en de focus op een 'jongere' doelgroep, lag de gemiddelde leeftijd van deze nieuwe leden op 68 jaar. Een verjongings-slag voor ons ledenbestand. De campagne leverde 6.603 nieuwe leden op.

#### Wintercampagne

Van 22 t/m 31 december bliezen we de wintercampagne van 2024 nieuw leven in. In de warme, winterse tv-spot kwamen diverse presentatoren samen om een feestelijk kerstmaal te verzorgen en samen met leden te proosten op fijne feestdagen voor iedereen. Met de boodschap 'Samen zijn we MAX, word ook lid' werd de spot afgesloten. Een mooie campagne die niet alleen zorgde voor nieuwe leden, maar ook het Samen MAX-gevoel goed overbracht.

#### Beurzen

##### Libelle en Margriet Zomerweek

Van 22 t/m 28 mei 2025 was MAX aanwezig op de Libelle en Margriet Zomerweek in Vijfhuizen. Mensen werden ter plekke lid van MAX of abonnee van MAX Magazine, stelden vragen of namen informatie mee. Er werden zo'n 400 nieuwe leden en abonnees geworven.

##### Margriet en Libelle Winterfair

Tijdens de Margriet en Libelle Winterfair van 21 t/m 27 november in Den Bosch was MAX aanwezig om bestaande MAX'ers te ontmoeten en nieuwe leden en abonnees te werven. De deelname aan de beurs leverde niet alleen zo'n 600 nieuwe leden en abonnees op, maar zorgde ook voor zichtbaarheid en goodwill onder de doelgroep.

## LEDENRAAD

MAX kent als hoogste orgaan een Ledenraad waarvan de bevoegdheden en verantwoordelijkheden statutair zijn vastgelegd. In juni 2025 zijn er verkiezingen geweest omdat, vanwege het verstrijken van termijnen, vacatures waren ontstaan per juni en per november. Daarbij konden alle leden van onze omroepvereniging kiezen uit zestien kandidaten voor de twaalf vacante plekken.

*De Ledenraad van MAX kent twaalf leden en bestaat sinds deze verkiezingen uit de volgende leden:*

- Mw. Joke van Akkeren
- Dhr. Rob Bremer (*herkozen; 2e termijn*)
- Mw. Andrea Broesder
- Dhr. Rick Gorter
- Mw. Erna Hogenaar-Heppel
- Dhr. Jos Köster
- Dhr. Harrie Marsé
- Mw. Maya Meijer Bergmans
- Mw. Gemma Martin-Niemeijer
- Mw. Mayke Oudshoorn
- Mw. Phily Oetelmans
- Mw. Kathleen Warners

Een afvaardiging van de ledenraad had conform de statuten zitting in de benoemingscommissie voor de Raad van Toezicht waarna de ledenraad unaniem met de voordrachten instemde. Reguliere onderwerpen zijn verder de stand van zaken van de programmering van MAX en natuurlijk de ontwikkelingen rond de publieke omroep als geheel en specifiek de positie van MAX daarbinnen.

Uiteraard passeerden alle verenigingsaangelegenheden de revue, zoals de ledenbijeenkomsten die meerdere keren per jaar op diverse plaatsen in het land plaatsvonden en andere ledenactiviteiten.

De Ledenraad vergadert conform de statuten minimaal tweemaal per jaar in Hilversum. Zo ook in 2025. De Ledenraad heeft volgens de gebruikelijke planning- en controlcyclus de jaarrekening 2024 unaniem vastgesteld na positief advies van de Raad van Toezicht. Ook het financieel kader voor 2025 en voor 2026 is in de Ledenraad besproken.

*Dat betekent dat we afscheid hebben moeten nemen van:*

- Mw. Truus Boere
- Mw. Leni Buijs
- Mw. Trees vd Heijden
- Dhr. Han van 't Hooft
- Dhr. Karel Martin
- Mw. Dimphy Muiser
- Mw. Greetje Oosterhoff
- Dhr. Bert Plugge
- Mw. Mary Stokvis (*voorzitter*)
- Mw. Joke Zwijnenburg
- Mw. Ingrid Linders (*per november*).

*We zijn hen zeer erkentelijk voor hun grote inzet voor MAX. Sommige van de aftredende leden blijven nog steeds actief als vrijwilliger voor onze vereniging.*

*De ledenraad benoemt nog een nieuwe voorzitter uit zijn midden.*



## MAX LEDENACTIVITEITEN

In 2025 mochten wij weer veel enthousiaste leden ontvangen tijdens onze exclusieve MAX Ledenactiviteiten.

We organiseerden veertig kleine/middelgrote Ledenactiviteiten. Dat waren onder andere stadswandelingen in Groningen, een high tea bij Royal Delft, vaartochten over de Linge, een Wisentenexcursie over de Veluwe, tuinconcerten van Wibi Soerjadi en verschillende riviercruises.

We boden twee keer drie dagen het MAX Zomerarrangement aan, in samenwerking met Van der Valk Sassenheim.

We hadden elf kortingsacties voor leden: Zondagochtendconcerten, rondvaarten Rederij van Hulst en Amsterdam Boat Cruises, Amsterdam Light Festival, Disney FROZEN, bezoek paleis Soestdijk, Moulin Rouge, SAIL Amsterdam, Geluk van Limburg en Ladies of Soul.

We organiseerden exclusieve voorpremières van uitzendingen voor onze leden. Zo konden ze als eerste de documentaire *De Opvolging* zien in Zwolle, in aanwezigheid van chef Jonnie, Thérèse, Jimmy en Isabelle Boer. Voor de première van de nieuwe serie van *De Grannies van Amsterdam* waren leden welkom in Koninklijk Theater Tuschinski in Amsterdam.

Tijdens *MAX Koningsdag* ontvingen we 750 leden die genoten van optredens van diverse artiesten, oud-Hollandse spellen speelden en opnames bijwoonden van de speciale uitzendingen MAX Koningsdag.

In samenwerking met De Jong Intra brachten we diverse MAX Ledenreizen, onder meer naar Tirol en de kerstmarkten in Duitsland.

Heel trots zijn we op de vijf exclusieve en uitverkochte concerten van *Het MAX Orkest* in Rotterdam, Ede, Apeldoorn en Almelo.

Ook dit jaar organiseerde MAX exclusief voor zijn leden negen keer op diverse plaatsen de MAX Ledendag: een middag vol spektakel, entertainment, gezelligheid en informatie. Met optredens van onder meer The Dutch Tenors, Hans Klok en Duco en Barbara van *Nederland in Beweging*. Later in het jaar kwamen Jan Smit en Anita Meyer optreden.

De Ledendagen vonden verspreid over het land plaats:

28 april - Enschede  
19 mei - Zaanstad  
26 mei - Wageningen  
2 juni - Tilburg  
14 oktober - Zoetermeer  
28 oktober - Emmen  
4 november - Zwolle  
11 november - Eindhoven  
17 november - Ede

Verder konden leden uitzendingen bijwonen van onder andere *Meldpunt Actueel Debat*, *MAX vakantieman*, *Als IK het zing*, *NPO Radio 5 Evergreen Top 1000*, *Sint & De Leeuw* en natuurlijk *Carrie op Vrijdag*.



# Ombudsman

Elke werkdag tussen 10.00 en 12.00 uur kunnen MAX-leden bellen naar het telefonische spreekuur van MAX Ombudsman. Een team van drie vaste medewerkers en een poule van acht geschoold vrijwilligers behandelt de binnenkomende juridische klachten en vragen. Zaken uit het spreekuur die maatschappelijk relevant zijn of anderszins de casuïstiek overstijgen, kunnen (in samenspraak met de beller) publicitaire aandacht krijgen. MAX Ombudsmannen Jeanine Janssen en Rogier de Haan behandelen deze zaken op televisie en radio, in MAX Magazine en op maxvandaag.nl.

Regelmatig lokken zulke items veel nieuwe reacties uit. Zo heeft het team van MAX Ombudsman de afgelopen vijf jaar tienduizenden gepensioneerde ambtenaren en onderwijzers aan een hoger pensioen en schadevergoeding weten te helpen, met informatie over de pensioenaanvulling samenstellende diensttijd, en onderhandelingen met pensioenfondsen ABP. Een voorbeeld dat nu speelt, is de ondersteuning door MAX Ombudsman van PTT-gepensioneerden die bij de privatisering van de PTT een deel van hun al opgebouwde pensioen kwijtraakten. Hiernaast meer daarover. Voor deze dossiers meldden zich duizenden mensen. Deze groepen blijven vervolgens betrokken en op de hoogte door middel van periodieke nieuwsbrieven. Het spreekuur blijft op die manier beschikbaar voor nieuwe, individuele zaken. In de ideale situatie behandelt het spreekuur twintig telefoontjes per ochtend, zodat elke beller zo goed mogelijk kan worden geholpen.

Aantal telefoontjes	
2025	4262 (gemiddeld 17 per dag)
2024	5583 (gemiddeld 22 per dag)*
2023	4703 (gemiddeld 19 per dag)

(\* In dit cijfer zitten ruim 1.000 extra telefoontjes vanwege de actie voor PTT-gepensioneerden. In 2025 verliepen nieuwe aanvullingen in hoofdzak digitaal, via maxvandaag.nl.

Klachten TOP 5	2025	2024	2023
	Pensioenen	23%	47%
Consumentenrecht	22%	16%	21%
Reizen & vervoer	9%	7%	-
Klachten over de overheid	9%	-	8%
Geld- en bankzaken	8%	7%	10%
Woonrecht	-	6%	-
Gezondheidsrecht	-	-	11%

## PTT-pensioenen

Rogier de Haan ontdekte dat tienduizenden PTT'ers ten tijde van de privatisering van de PTT een deel van hun tot dan toe opgebouwde pensioen zijn kwijtgeraakt. Tweeverdieners raakten een substantiële pensioenaanvulling kwijt die diende als compensatie voor een bestaand pensioentekort. Daarbovenop raakten alle vrouwelijke PTT'ers een groot deel van hun al opgebouwde vaste pensioen kwijt; gemiddeld 33%. Het PTT-pensioenfondsen noch de overheid heeft hierover destijds open gecommuniceerd. Nu deze PTT'ers gepensioneerd zijn, zijn de gevolgen in hun portemonnee goed merkbaar. MAX Ombudsman besteedde aandacht aan deze kwestie in MAX Magazine, **Meldpunt** en online. Dit veroorzaakte meer dan 6.000 meldingen van oud PTT'ers. Intensieve gesprekken met de betrokken pensioenfondsen leverden uiteindelijk niets op.

Op dit moment loopt een civiele procedure bij de rechtbank Midden-Nederland. Op die manier zal alsnog duidelijk worden of deze pensioenkortingen juridisch waren toegestaan. Het totale belang van deze zaken loopt in de honderden miljoenen euro's.

## Rail & OV-pensioenen

Rogier de Haan bracht aan het licht dat meer dan 1.000 werknemers in het openbaar vervoer en het spoor jarenlang te weinig pensioen ontvingen. Het pensioenfondsen betaalde de achterstallige pensioenen alsnog uit. Dit leidde bij veel van de gepensioneerden tot problemen met hun toeslagen en belastingen. In veel gevallen neemt het pensioenfondsen hiervoor geen verantwoordelijkheid. Hierop heeft MAX Ombudsman, samen met een aantal gedupeerden, melding gemaakt van de kwestie bij toezichthouder AFM. Het onderzoek loopt nog.

## Pensioencompensaties

De overgang naar het nieuwe pensioenstelsel als gevolg van de Wet toekomst pensioenen (Wtp) pakt nadelig uit voor werkende 40-plussers. Veel pensioenfondsen bieden voor deze groep een compensatie in de vorm van een bijstorting in de individuele pensioenpot. Het tussentijds wisselen van baan of minderen van werk kan echter zeer nadelig uitpakken voor de hoogte van die compensatie. Veel werkenden blijken hiervan niet op de hoogte en lopen daardoor onverwacht een pensioentekort op. MAX Ombudsman heeft hier in samenwerking met **Meldpunt** en MAX Magazine veel aandacht aan besteed. Ook het lopende jaar is dit een belangrijk aandachtspunt.

## Trapliften

In 2025 hebben we met **Meldpunt** alweer de vijfde uitzending gemaakt over de onveiligheid van trapliften. Trapliften moeten voldoen aan het bouwbesluit. Er moet genoeg ruimte overblijven voor anderen om veilig over de trap te kunnen lopen. Daarvoor is een 'aantrede' nodig van 13 cm op de looplijn van de trap. Voor de vluchtroute moet de breedte minstens 50 cm breed zijn. Ook moet er een leuning zijn voor de veiligheid. De gemeente is verplicht om hier toezicht op te houden en te handhaven als de trappen niet meer aan de regels voldoen. In veel gevallen is het noodzakelijk dat de traplift daarom aan de spijzijde van de trap geplaatst wordt. Dan blijft de brede kant van de trap beschikbaar. Maar een traplift aan de spijzijde is duurder dan aan de brede zijde. Telkens als we aandacht besteden aan dit probleem lost de gemeente de individuele zaak op. Maar structureel komt er maar geen oplossing. Dat komt deels door een gebrek aan kennis bij de gemeente en deels omdat het een financiële afweging blijkt te zijn. In 2025 zochten we hierover contact met de Nationale Ombudsman. Deze heeft in een zorgenbrief aan de staatssecretaris vragen gesteld. Door een wisseling van het kabinet zijn hierop nog niet afdoende antwoorden gekomen, maar dit dossier blijft onze aandacht hebben en we komen er zeker nog op terug.

## Hoortoestellen

Ook voor hoortoestellen hebben we blijvend aandacht. Veel mensen laten zich te dure hoortoestellen verkopen. Binnen de vergoede zorg hebben mensen recht op hoortoestellen. Ze moeten 25% eigen bijdrage betalen en in veel gevallen gaat het wel van het eigen risico af. Via het hoorprotocol wordt iemand ingedeeld in een van de vijf categorieën van benodigde gehoorhoortoestellen. Hier zitten prima toestellen in die in de meeste gevallen voldoende zijn om goed mee te kunnen horen. In slechts enkele, bijzondere, gevallen voldoet een toestel niet en kan de audicien een bijzondere zorgaanvraag doen. Dan wordt alsnog een duurder toestel verstrekt. Audiciens verdienen meer aan toestellen die buiten de categorieën vallen. Consumenten moeten dan duizenden euro's betalen terwijl een ander toestel waarschijnlijk ook geschikt is. Ook worden opladers voor de toestellen vaak niet vergoed terwijl dat wel het geval zou moeten zijn. We hebben regelmatig contact met het SKGZ (Stichting Klachten en Geschillen Zorgverzekeringen) en de Ombudsman Zorgverzekeringen over dit thema.

## Reisrechtcongres

In 2025 werden we gevraagd om een bijdrage te leveren aan het Reisrechtcongres van de ANVR, de branchevereniging van de reiswereld. Hiermee konden we een bijdrage leveren aan de bewustwording van reisbedrijven over de keuzes die ze maken en daarmee via een andere weg de consument ondersteunen. Thema's die we hier hebben aangekaart zijn de voordelen van de pakketreis, de noodzaak van een garantiefonds op vliegtickets om consumenten te beschermen tegen faillissement van luchtvaartmaatschappijen, de verantwoordelijkheden van ANVR-leden bij het doorverkopen van reizen van buitenlandse touroperators waardoor Nederlandse consumenten minder goede rechten hebben en de aandacht die verscherpt moet worden voor het reizen van mensen met een beperking en hun hulpmiddelen.

## MAX SENIORENCOACH

Onze leden kunnen gratis gebruikmaken van de MAX Seniorencoach. Onze coaches worden gebeld uit eenzaamheid, ter ondersteuning in rouwverwerking, bij een verstoorde relatie met kinderen, weggevallen zingeving of leven met een ziekte (van een naaste). Ook gebeurtenissen uit het verleden die de senior nu bezighouden, komen vaak ter sprake. MAX Seniorencoach kan de cliënt op een andere manier naar de situatie laten kijken. De coaches opereren onafhankelijk en dat geeft ouderen de gelegenheid hun verhaal te vertellen in vertrouwelijke gesprekken. Na een telefonische intake wordt beoordeeld of de hulpvraag past binnen de mogelijkheden van MAX Seniorencoach waarna een afspraak bij de oudere thuis kan volgen. Vaak zijn meerdere gesprekken nodig, maar soms kan één gesprek al veel verheldering geven. [maxseniorencoach.nl](https://www.maxseniorencoach.nl)

## MAX MAGAZINE

Het lifestyle- en omroepblad van Omroep MAX heeft in 2025 een uitstekend jaar achter de rug. Dat kwam door een stijging van de betaalde oplage in print, een grote toename van het digitale bereik en een omzetgroei van advertenties in zowel print als digitaal.

### Winstgroei en hoogste omzet

MAX Magazine heeft in 2025 de hoogste omzet behaald sinds de lancering van het blad in 2013. Eveneens was dit het jaar met het hoogste bedrijfsresultaat. MAX Magazine steeg voor het twaalfde achtereenvolgende jaar in oplage en zag als enige omroepblad de lezersmarkt toenemen. De nummer 1-positie als grootste wekelijkse rtv-blad en familietijdschrift van Nederland werd hiermee versterkt.

### Marketingcampagnes

Maandelijks zijn er afwisselende thematische marketingcampagnes gehouden om nieuwe abonnees te werven. Enkele honderdduizenden lezers hebben dit jaar meegedaan aan de wekelijkse puzzel en de vele uiteenlopende winacties in het magazine.

### BEREIK

- Het officiële NMO-bereikcijfer van MAX Magazine stond eind 2025 op 765.000 per week. MAX Magazine behoort daarmee tot de top 5 van de best gelezen magazines.
- De gecombineerde oplage van abonnementen en losse verkoop steeg netto met ruim 8.000. Het aantal abonnementen kwam uit op 219.349, terwijl de eindstand van de losse verkoop belandde op 25.568. In totaal bedroeg de totale betaalde oplage 244.917.
- In tegenstelling tot de geldende marktontwikkeling van dalende advertentie-inkomsten zag MAX Magazine de advertentieomzet met bijna 20 procent stijgen.
- Van de wekelijkse MAX Magazine-nieuwsbrief, de website en andere digitale kanalen was de stijging bijna 80 procent.

### Stijgende advertentieomzet

De combinatie van een sterke positie binnen de 60-plusdoelgroep, een hoge en groeiende oplage en een geïntegreerd multimediaal aanbod vormden de basis voor de bovengemiddelde omzetgroei in 2025 die MAX Magazine succesvol realiseerde met een nieuwe salespartij.

### Edities MAX Magazine

In 2025 kwam MAX Magazine 47 keer uit. Vijf edities waren dubbelnummers en vijf edities waren gecombineerd met het MAX Ledenblad; een separaat katern binnen MAX Magazine met onder andere bijdragen van de MAX Soresdienst, MAX Ombudsman en MAX Seniorencoach. Ook schenkt het aandacht aan Ledenactiviteiten. In 2025 werden de kandidaten voor de nieuwe Ledenraad gepresenteerd in het Ledenblad en de gekozen nieuwe leden aangekondigd.

## Hoogtepunten website

### Statistieken

Totaal aantal gebruikers:  
**627.528**  
Sessies via zoekmachines:  
**417.355**

  
**1.377.543**

**Bezoeken**  
(Nóg meer dan vorig jaar)

**284.485**

**Bezoekers op de winactie-pagina**  
De best bezochte pagina op de website

## Hoogtepunten social media

### Redactie en vormgeving

De inhoudelijke formule van het blad is verder aangescherpt met redactionele verbeteringen in het eerste (lifestyle) katern en het tweede (programmagids) gedeelte. Ook qua vormgeving zijn er subtiele verbeteringen doorgevoerd met als gevolg meer rust in de lay-out. De aanpassingen ontstonden mede door de uitkomst van een groot lezersonderzoek onder ruim 2.500 MAX Magazine-lezers.

### Start kernredactie

MAX Magazine is in 2025 gestart met het vormen van een kernredactie. Die moet in 2026 definitief vorm krijgen en een stabiele basis vormen voor de continuïteit van het blad.

### Problemen met de post

Ook het achterliggende jaar ontvingen vele duizenden lezers hun blad te laat als gevolg van aanhoudende bezorgingsproblemen bij PostNL. Via ons klachtencontactcentrum hebben wij zo veel mogelijk lezers een tweede blad toegestuurd. Met PostNL, waarmee wij in 2025 een driejarig contract sloten, is voortdurend overleg om zo veel mogelijk bezorgingsperikelen te voorkomen. De bezorging zal de komende jaren onze aanhoudende aandacht houden, mede door de onvoorspelbare situatie bij PostNL.

### WAARDERING

Lezers van MAX Magazine waardeerden het blad gemiddeld met een 8.5.

  
**10,1 mln**  
Weergaven  
Op Facebook

  
**55.957**  
Klikken naar website  
Op Instagram en Facebook

  
**73.911**  
Reacties, vind-ik-leuks en deelacties  
Op Instagram en Facebook

## Hoogtepunten Nieuwsbrief

  
**+12.597**  
Meer inschrijvingen  
Vergelijken met 2024. Het totaal staat nu op 100.462

### Beste artikelen:

Schoonmaakzinn tips - 27.847 kliks  
Pensioen gemiddelden - 25.474 kliks  
Wandelroutes - 19.949 kliks  
2026 financiën - 19.463 kliks



## Bedrijfsvoering

### INTEGRITEIT

Voor MAX als publieke media-instelling is integriteit de basis van ons werk. Het media-aanbod dat MAX maakt, is betrouwbaar en komt op zorgvuldige en onafhankelijke wijze tot stand. MAX voldoet aan regelgeving op het gebied van integriteit (ook wel compliance genoemd). Medewerkers, bestuurders en toezichhouders worden geacht deze regels te kennen en toe te passen bij hun werkzaamheden. Daarnaast wordt door openheid en aanspreekbaarheid voorkomen dat persoonlijke belangen met die van MAX verstrengeld raken. MAX past de "Gedragscode Integriteit Publieke Omroep" (Gedragscode) en de "Beleidsregels governance en interne beheersing" van het Commissariaat voor de Media (CvdM) toe. MAX kent ook een eigen Mediagedragscode waarin deze regels verder uitgewerkt zijn voor de eigen organisatie. De redactieraad van MAX heeft gedurende het jaar bijgedragen aan het updaten van de Mediagedragscode van MAX. MAX vraagt nieuwe medewerkers bij indiensttreding naar zaken die van belang zijn voor het integer uitoefenen van hun functie. Ook worden doorlopend nieuwe nevenfuncties getoetst op een eventuele (schijn van) belangenverstrengeling. Daarbij wordt tegelijk ook bewustwording gecreëerd. Daarnaast wordt, conform de Gedragscode, tweemaal per jaar een uitvraag gedaan onder de medewerkers waarbij zij onder meer vragen beantwoorden over:

- het hebben van nevenfuncties;
- het aanvaarden en geven van geschenken, uitnodigingen en andere voordelen;
- het hebben van financiële belangen en beleggingen in sectorgerelateerde ondernemingen of in bedrijven waarmee MAX een zakelijke verhouding heeft;
- betrokkenheid bij besluitvorming over opdrachtverlening aan bekenden.

Conform de Gedragscode wordt via een openbaar register transparantie gegeven over nevenfuncties van topfunctionarissen en de belangrijkste journalistieke functionarissen, over het ontvangen en geven van geschenken, uitnodigingen en andere voordelen met een waarde van meer dan € 50,- en over financiële belangen of beleggingen van topfunctionarissen in sectorgerelateerde ondernemingen of in bedrijven waarmee MAX een zakelijke verhouding heeft. De statutaire directie en leden van de Raad van Toezicht van MAX zijn aangemerkt als topfunctionarissen conform de WNT (Wet Normering Topinkomens).

Overigens zijn niet alle journalistieke functionarissen, waaronder een aantal presentatoren, in dienst van de omroep. In een aantal gevallen is sprake van een opdrachtovereenkomst. De Gedragscode is niet onverkort van toepassing op deze opdrachtnemers. Eventuele nevenfuncties van deze presentatoren zijn om bovenstaande reden niet opgenomen in ons openbare register. Wel spreken wij met hen af dat zij zich conformeren aan de principes van de Gedragscode en hebben wij afspraken met hen gemaakt ter voorkoming van het verrichten van functies die voor MAX - mede gelet op de Gedragscode - ongewenst zijn.

Medewerkers van MAX worden op verschillende momenten en manieren geïnformeerd over de integriteitsregels en codes; onder andere bij indiensttreding en bij de jaarlijkse uitvragen door de compliance officer en via interne communicatiemiddelen. Voor de productionele en redactionele medewerkers is omgang met het risico op belangenverstrengeling onderdeel van hun beroep en daarom regulier onderwerp van gesprek. Leidinggevenden en, wanneer nodig, de compliance officer, houden nauw contact met de redacties over dilemma's of vragen hierover.

De compliance officer is goed op de hoogte van de organisatiecultuur en biedt medewerkers advies en ondersteuning. Verder bevordert deze de naleving van de toepasselijke wet- en regelgeving en adviseert over maatregelen om deze risico's te beheersen. De compliance officer rapporteert over de compliance risico's aan de statutaire directie en de Raad van Toezicht, maar is ten opzichte van deze organen onafhankelijk. Ook onderhoudt de compliance officer de in dit verband relevante registers.

Naast een compliance officer kent MAX een privacy officer en een functionaris gegevensbescherming (deze laatste is een externe functionaris).

Het naleven van de Gedragscode is in de statuten expliciet benoemd als een verantwoordelijkheid van de statutaire directie. Conform de WBTR is een regeling over besluitvorming van directie en Raad van Toezicht in geval van een tegenstrijdig belang onderdeel van de statuten.

### REDACTIONELE ONAFHANKELIJKHEID

MAX heeft zich gecommitteerd aan de NPO Ombudsman van de publieke omroep en de Journalistieke Code NPO. En zowel via de website van MAX als via het intranet worden publiek en medewerkers gewezen op de Ombudsman en diens klachtenprocedure. MAX erkent verder ook de Raad voor de Journalistiek en diens Leidraad.

Het Redactiestatuut van Omroep MAX maakt onderdeel uit van een bredere Mediagedragscode en is eveneens online raadpleegbaar. In de Mediagedragscode zijn de bevoegdheden en verantwoordelijkheden, rechten en plichten van medewerkers en andere organen van MAX bij het samenstellen van media-aanbod vastgelegd. Uitgangspunt daarbij is dat zowel de identiteit van MAX als de integriteit, onafhankelijkheid en vakmatigheid van de medewerkers die inhoudelijk betrokken zijn bij de totstandkoming van deze uitingen ten volle worden gewaarborgd. Deze gedragscode is in nauwe samenwerking met de redactieraad geactualiseerd.

Zoals ook verwoord in het Redactiestatuut streeft MAX hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen na. Omroep MAX is een omroep met korte lijnen en een laagdrempelige cultuur waardoor medewerkers elkaar snel weten te vinden en zeker ook redactionele issues continu besproken (kunnen) worden, ook in diverse (redactionele) overleggen en één op één tussen medewerkers.

MAX staat daarmee voor een professionele journalistieke organisatie en onafhankelijke zorgvuldige journalistieke processen. MAX geeft zijn professionals de juiste ruimte binnen de eigen en overkoepelende kaders om het media-aanbod te produceren; naar eigen inzicht, maar wel binnen alle formele kaders en onze normen en waarden. Daarbij bewaken we ook streng ons heldere profiel als dé omroep voor de vijftigplusser.

### Redactieraad

De Redactieraad vervult binnen MAX een belangrijke rol als onafhankelijk journalistiek adviesorgaan voor de directie en de redacties (lees: al het programmatische personeel). De raad bestaat uit drie leden, ieder afkomstig uit een andere contentafdeling, Radio, Televisie en Online. In 2025 kwam de Redactieraad regelmatig bijeen om redactionele en journalistieke vraagstukken te bespreken. Medewerkers konden de raad benaderen voor vertrouwelijk advies over journalistieke keuzes, neutraliteit en andere inhoudelijke afwegingen. Daarnaast onderhield de raad structureel overleg met de directie over thema's die binnen de redacties spelen, al dan niet op basis van anonieme signalen. Ook werkte de Redactieraad verder aan het actualiseren en verduidelijken van belangrijke documenten die het journalistieke fundament van MAX vormen, zoals de Mediagedragscode. De raad vervulde hierbij een verbindende rol tussen redacties en directie. In de loop van 2025 startte de voorbereiding op verkiezingen voor de Redactieraad nu de zittingstermijn van twee jaar is verstreken. En deze hebben op het moment van schrijven al plaats gehad.

### PERSONEEL

#### Ondernemingsraad

Voor de ondernemingsraad (OR) stond 2025 in het teken van aangepast beleid, de nieuwe pensioenregeling, hervormingen en de bezuinigingen.

De OR van MAX bestaat uit vijf leden en de samenstelling is in 2025 ongewijzigd. De OR heeft in 2025 zes keer een overlegvergadering met de bestuurder gehad, waarvan twee met daarbij leden van de Raad van Toezicht (art. 24 WOR). De OR is ook vertegenwoordigd in de COR, de Centrale Ondernemingsraad van de publieke omroep.

#### Uitrol Plan van aanpak sociale veiligheid

De OR houdt de uitrol van het plan van aanpak rond sociale veiligheid, nauwlettend in de gaten en heeft specifiek meegedacht en feedback gegeven op de uitvoering van de plannen. Zoals de uitwerking van een beslisboom bij (sociaal) ongewenst gedrag.

#### Invaren pensioen

In het afgelopen jaar speelde ook de transitie naar de nieuwe pensioenregeling een rol. Pensioenverstrekkers PNO Media gaat in 2027 over. Er zijn verschillende bijeenkomsten geweest om medewerkers te informeren. Dat we overgaan is een feit. De OR heeft deze ontwikkeling nauwlettend gevolgd en met de bestuurder besproken en zal dit blijven doen. De OR heeft instemming verleend voor een wijziging wat betreft uitvoerder voor pensioenopbouw (de netto pensioenregeling) voor de hogere inkomens per 1 januari 2026.

### Hervormingen en bezuinigingen

Een ander belangrijk punt dat als een rode draad door het jaar heen loopt, zijn de bezuinigingen bij en de hervormingen van de publieke omroepen. Aan het eind van 2025 is nog niet duidelijk wat er gaat gebeuren als het gaat om de hervormingen. De bezuinigingen zijn al wel merkbaar. Want gedurende het jaar is bekendgemaakt welke programma's er wijzigen en verdwijnen. De concrete gevolgen krijgen in 2026 verder hun beslag.

### Contact met de MAX-collega's

De OR houdt de collega's van MAX zo goed mogelijk op de hoogte, onder andere per mail en via de interne nieuwsbrief. De verslagen van alle bijeenkomsten zijn voor iedereen te lezen op het intranet. Op medewerkersbijeenkomsten is de OR aanwezig en zichtbaar. De leden houden vinger aan de pols in de organisatie en gaan met de collega's in gesprek. Op een bijeenkomst georganiseerd door FNV, CNV en de NVJ zijn de OR-leden door verschillende sprekers bijgeschoold over wat hen te wachten staat bij een eventuele reorganisatie en welke rol de OR daarin kan spelen. Voor het komende jaar zullen de bezuinigingen en hervormingen belangrijke thema's zijn. De OR volgt de ontwikkelingen nauwlettend en blijft in gesprek met de bestuurder(s), RvT en MAX-collega's.

### Sociale veiligheid

MAX vindt het belangrijk dat iedereen in een gezonde en veilige omgeving kan werken en onbelemmerd kan functioneren. MAX kent specifiek beleid op het gebied van psychosociale arbeidsbelasting (PSA- beleid) en ARBO-richtlijnen. MAX kent al jaren een onafhankelijke externe vertrouwenspersoon en externe klachtencommissie waar iedereen die bij of voor MAX werkzaam is, is geweest of werkzaamheden verricht op basis van een arbeidsovereenkomst, opdrachtovereenkomst, detachering, vrijwilligerscontract, uitzendovereenkomst of stageovereenkomst terecht kan. Voor stagiair(e)s is er een extra aanspreekpunt bij wijze van coach. Deze bespreekt met hen hun algemeen welbevinden en biedt een luisterend oor. Dit staat los van de werkzaamheden van de externe vertrouwenspersoon en ook los van de reguliere stagebegeleiding. MAX heeft in 2025 verdere uitvoering gegeven aan het maatwerk plan van aanpak sociale veiligheid dat in 2024 is opgesteld als opvolging van afspraken binnen de publieke omroep voortvloeiend uit het rapport van het OGCO, ook wel de onderzoekscommissie Van Rijn genoemd, naar ongewenst gedrag bij de publieke omroep. Bij MAX werden gelukkig geen misstanden geconstateerd, maar desalniettemin wilde ook MAX verbeterlagen maken in de organisatie om te borgen dat dit ook zo zou blijven. In de reguliere bestuurlijke overleggen met het Commissariaat voor de Media zijn onze plannen en de stand van zaken van de uitvoering daarvan ook besproken naar

tevredenheid van zowel het CvdM als Omroep MAX. Enkele belangrijke verbeteringen uit het plan van aanpak die gerealiseerd zijn, zijn onder andere het versterken en verder professionaliseren van de HR-functie met onder meer de aanstelling van een hoofd HR (per december 2024). Voor alle leidinggevenden in dienst van MAX, inclusief de directie, is in 2025 gestart met een leiderschapstraining. De laatste groep rondt deze voorjaar 2026 af. Dit krijgt binnenkort opvolging middels intervisie om het geleerde ook levend te houden. Verder zijn bijvoorbeeld standaard exitgesprekken bij uitdiensttreding ingesteld. En om goed te verduidelijken welke opties er zijn, mocht iemand toch ongewenst gedrag ervaren, is een beslisboom opgesteld met uitgebreide toelichting van alle mogelijke stappen, inzicht in de consequenties daarvan en met tips voor het aangaan van gesprekken. Een en ander is ook getoetst bij onze externe vertrouwenspersoon. Bij deze onderwerpen is uiteraard ook de ondernemingsraad steeds betrokken. De realisatie van genoemde en andere wapenfeiten uit het oorspronkelijke plan van aanpak betekent uiteraard niet dat MAX nu klaar is met dit onderwerp. Sociale veiligheid heeft voortdurend onze aandacht en er staan nog al eerder onderkende maar ook nieuwe vervolgstappen op stapel zoals het verbeteren van de beoordelingscyclus. Het onderwerp is dan ook een vast agendapunt op de vergaderingen van de Raad van Toezicht als onderdeel van een door hen in 2025 geformuleerde toezichtvisie. Het verslag over 2025 van onze externe vertrouwenspersoon hebben wij al ontvangen en hieruit blijkt dat er één melding is geweest en verder een verzoek om advies hoe met een bepaalde situatie om te gaan. Beide casussen zijn naar tevredenheid van betrokkenen afgerond, aldus de vertrouwenspersoon. Voor het voorjaar van 2026 is een nieuw medewerkertevredenheidsonderzoek in voorbereiding evenals een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E).

### Diversiteit personeelsbestand

Per 31 december 2025 is ons personeelsbestand als volgt samengesteld:

	Man	Vrouw		Man	Vrouw
Management	50%	50%	20 - 30 jaar	30%	70%
Eindredactie	37%	63%	30 - 40 jaar	43%	57%
Makers	32%	68%	40 - 50 jaar	30%	70%
Staf	29%	71%	50 - 60 jaar	31%	69%
Overig	29%	71%	60+	38%	62%

Van het totaal aantal van 165 werknemers (147 fte per 31-12-2025) is 65% vrouw en 35% man. Ook qua leeftijdsopbouw is MAX divers; alle leeftijdscategorieën zijn vertegenwoordigd. We houden niet bij of medewerkers een bi-culturele achtergrond of bijvoorbeeld een fysieke beperking hebben.

### Ziekteverzuim

Het netto verzuimpercentage over 2025 bedroeg 4,9%, waar het landelijk gemiddelde voor organisaties van vergelijkbare grootte en sector 5,4% bedraagt (aldus de door ArboNed uitgevoerde benchmark). In dit netto verzuimpercentage is rekening gehouden met deelherstel; echt zeer langdurig ziekteverzuim (verzuim langer dan 730 dagen) wordt hier niet in meegenomen.

### Talentontwikkeling

In 2025 is ingezet op talentontwikkeling via specifieke trajecten en activiteiten waarmee ruimte is gecreëerd voor de ontwikkeling van nieuwe programmamakers en makers met vernieuwende vertelvormen, passend bij de MAX-doelgroep en -identiteit. Zo startte NPO Radio 2 programmering met Tannaz Hajeb; kreeg het talentslot op NPO Klassiek opvolging met Willem de Vries en gingen jonge makers aan de slag met podcast. En ook draagt MAX steevast bij aan een vastomlijnd stageprogramma voor alle zenders voor talenten in radioproductie en -redactie, ook online. En ook voor ondersteunende afdelingen zoals Marketing & Communicatie. Voor de komende periode zullen we met name ook gaan inzetten op AI-vaardigheden en AI-geletterdheid. MAX heeft sowieso altijd veel stagiair(e)s binnen zijn gelederen die zowel bij televisie, radio als online ook echt een actieve bijdrage leveren aan het media-aanbod.

### SAMENWERKINGSVERBANDEN

#### Binnen het publieke bestel

Omroep MAX is er niet alleen om de missie van de omroepvereniging zo goed mogelijk te vertalen naar voor de doelgroep relevant en herkenbaar media-aanbod. MAX levert ook samen met de andere publieke omroepen en de NPO een actieve bijdrage aan de realisatie van de doelstellingen van de publieke omroep als geheel. Directie, MT-leden en medewerkers van MAX nemen actief deel aan diverse specifieke vaste en incidentele overleggen op allerlei niveaus en deelgebieden. Verder werkte MAX in coproducties samen met diverse buitenproducenten.

#### Samenwerkingsomroep MAX-WNL

Sinds de start van de huidige erkenningsperiode vormt Omroep MAX met Omroep WNL een samenwerkingsomroep. Deze stichting kent een tweekoppig bestuur bestaande uit de algemeen directeur/bestuurder van MAX en de zakelijk bestuurder van WNL en verder een Raad van Toezicht bestaande uit een afvaardiging van de Raden van Toezicht van de beide omroepverenigingen. De stichting publiceert een eigen jaarrekening. MAX ondersteunt WNL onder meer op het gebied van facilitaire zaken, ICT, financiële en salarisadministratie,

personeelsadministratie en bestuurlijke zaken. De studio- en radiofaciliteiten van MAX worden optimaal met elkaar gedeeld. Met deze invulling van de samenwerkingsomroep draagt Omroep MAX bij aan de doelmatige inrichting van de Publieke Omroep en blijft tegelijk de zo belangrijke en waardevolle externe pluriformiteit van het publieke omroepbestel overeind. De beide omroepverenigingen zijn namelijk verder volstrekt onafhankelijke verenigingen, met ieder een eigen Raad van Toezicht, ledenraad en directie en vooral natuurlijk met ieder eigen en herkenbaar media-aanbod op alle mogelijke voor de eigen doelgroep relevante platforms en met gescheiden budgetten: doelmatigheid en pluriformiteit gaan zo hand in hand.

#### Samenwerking met regionale omroepen

Zoals uit de beschreven programmering mag blijken, heeft MAX van oudsher veel aandacht voor de regio. Dat is alleen maar toegenomen in de actieve samenwerking die MAX met de regionale omroepen heeft, zoals voor de realisatie van het regioblok. Voor de totstandkoming hiervan heeft MAX de coördinatie voor de gezamenlijke publieke omroepen om, in samenwerking met de NPO, het aanbod van de regionale omroepen op de landelijke netten een plek te geven.

#### Samenwerking met sociaal-maatschappelijke en culturele organisaties

Omroep MAX gaat, als omroep met een groot sociaal hart, ook regelmatig de samenwerking aan met een breed scala aan vooral sociaal-maatschappelijke partners, wat ook weer bijdraagt aan de maatschappelijke relevantie en verankering van MAX. Een greep uit onze samenwerkingspartners: de Belastingdienst, het Diabetesfonds, de Community Eén tegen Eenzaamheid, De Hersenstichting, De Luisterlijn, De Nationale Veteranendag / De Witte Anjer, Ministerie van VWS, Ministerie van Defensie, Nationale leescoalitie, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Netwerk van Organisaties van Oudere Migranten (NOOM), Ouderenbonden (o.a. KBO-PCOB / Nationaal Ouderenfonds), SeniorWeb, de SVB, het Thrillerfestival en Wijzer in Geldzaken.

#### DUURZAAMHEID

Duurzaamheid in de breedste zin en kostenefficiëntie staan hoog in het vaandel bij MAX. Bij nieuwe programma's wordt altijd bekeken of we oude decors kunnen hergebruiken en voor apparatuur geldt hetzelfde. Zo is onze nieuwe Podcaststudio ingericht met grotendeels bestaande spullen en maken we daar met meerdere programma's gebruik van zodat er efficiënter gewerkt wordt.

Ook de dagelijkse programma's bij Omroep MAX zijn zo ingericht dat faciliteiten weinig onderhoud behoeven en langdurig meegaan. De inzet van de studio's is optimaal verspreid over diverse gebouwen en ruimtes. Deze zijn wel allemaal aan elkaar gekoppeld voor centrale bediening (dus vergen geen extra transportmiddelen en mensen).

De afgelopen jaren is meer ingezoomd op stroomverbruik en warmte- / koudevoorzieningen. Deze worden nu nog nauwkeuriger gepland. Diverse ruimtes in ons pand zijn verder voorzien van Led-verlichting omdat die dagelijks lang aanstaat. De volgende stap zou zijn om wat meer automatisering toe te passen zodat ook dit gebruik afneemt.

Ons wagenpark is ook verder geëlektrificeerd en/of hybride gemaakt en we hebben ook een eigen laadpaal die dit voorziet van energie.

Omroep MAX participeert verder in diverse trajecten in gemeenschappelijkheid, zoals ALBERT: een samenwerkingsverband op het gebied van duurzaamheid waarin publieke omroepen samenwerken met als doel hun CO2-uitstoot te verlagen. In Q2 2025 is een rapport inzake de CO2-footprint (2b honest) gepresenteerd.

## RISICOMANAGEMENT

Het risicomanagement bij MAX is gebaseerd op integrale bedrijfsvoering.

Directie, Raad van Toezicht en management zijn zich bewust van het belang van zorgvuldig risicomanagement, ieder vanuit de eigen rol. Door steeds bewuste afwegingen te maken tussen doelstellingen en risicobereidheid bewerkstelligt MAX een toekomstbestendige en gezonde organisatie. De risicobereidheid wordt door de directie bepaald en door de Raad van Toezicht goedgekeurd.

Minimaal twee keer per jaar worden tijdens de vergaderingen van de Raad van Toezicht met de directie de risico's, risicobereidheid en mitigerende maatregelen ter beheersing van geïdentificeerde risico's besproken en door de Raad van Toezicht vastgesteld. MAX kent maatregelen ter beheersing van de voornaamste risico's door onder andere een deugdelijke inrichting van de administratieve organisatie en interne beheersing, een structurele planning- en controlcyclus, naleving van wet- en regelgeving, interne richtlijnen en accountantscontrole. Aanvullende maatregelen die nodig worden geacht door directie of Raad van Toezicht, worden door de organisatie overgenomen. De risicobereidheid bij MAX is gebalanceerd. Waar op strategisch niveau enig risico moet worden genomen om de doelstellingen van de omroep te kunnen realiseren, is de risicobereidheid op operationeel niveau klein en op financieel niveau laag.

Waar in 2024 het risicomanagement is aangevuld met potentiële risico's rond sociale veiligheid als onderdeel van het maatwerk Plan van Aanpak Sociale Veiligheid Omroep MAX (augustus

2024) en met gebruikmaking van de door het Commissariaat voor de Media aangereikte "Zelfscan risicomanagement" zijn vanaf 2025 en verder de omvangrijke bezuinigingen op de publieke omroep en de ingrijpende wijziging van het publieke omroepbestel van grote impact op Omroep MAX. Deze zijn dan ook meegenomen in het onderstaande overzicht van onderkende risico's.

Per risico wordt aangegeven wat de kans en mogelijke impact van het risico zijn mocht dit risico zich voordoen en wat de risicobereidheid is (beide op een schaal van 1-5). Ook benoemen we mogelijke mitigerende maatregelen.

### Strategische risico's:

#### I Omroep MAX verliest zijn erkenning binnen het publieke bestel

Omroepen krijgen een erkenning voor 5 jaar en kunnen deze alleen tussentijds verliezen door ernstige overtredingen van de Mediawet. MAX heeft de nieuwe erkenning voor de erkenningsperiode 2022-2026 gekregen en per 1 januari 2022 vervolgens ook in gezamenlijkheid met WNL, waartoe een stichting (Stichting Samenwerkingsomroep MAX-WNL) is opgericht. Deze erkenningsperiode is intussen twee keer verlengd door de minister van OCW in verband met de beoogde herziening van het publieke omroepbestel en loopt nu tot januari 2029 als de omroephuizen wat betreft de minister een feit moeten zijn. Het feit dat de beide omroepverenigingen als samenwerkingsomroep een gezamenlijke erkenning hebben brengt risico's met zich mee waar het gaat om de continuïteit. Voor beide omroepverenigingen geldt dat de financiële positie (en het ledental gezien het geldende leden criterium) van de ene organisatie consequenties kan hebben voor de andere organisatie. Ook kan imagoschade optreden over en weer. In een samenwerkingsovereenkomst zijn afspraken vastgelegd over ieders eigen verantwoordelijkheden hierin om dit te voorkomen. De Raad van Toezicht van de gezamenlijke stichting houdt hier toezicht op. Het is tot op heden nog niet duidelijk hoe zal worden geborgd dat bij het niet voldoen aan de eisen voor een erkenning (tussentijds en wat betreft de volgende erkenningsperiode) door de ene omroepvereniging, de andere omroepvereniging binnen een samenwerkingsomroep desalniettemin zijn erkenning behoudt of weer als zelfstandige omroepvereniging in aanmerking komt voor de nieuwe periode.

**Risicobereidheid: zeer gering**

**Impact: catastrofaal**

**Kans: zeer gering**

#### Beheersmaatregelen:

- MAX heeft een goede juridische check op programma's en nevenactiviteiten en raadpleegt bij twijfel het Commissariaat voor de Media.

- In overeenkomsten met derden zijn voorwaarden opgenomen die betrekking hebben op naleving van wet- en regelgeving.
- Bestuur en Raad van Toezicht van de stichting samenwerkingsomroep en van de beide afzonderlijke omroepverenigingen die hier deel van uitmaken zijn zich zeer bewust van de risico's over en weer en monitoren deze ieder actief in de vergaderingen van de verschillende gremia.

#### II Continuïteit van de omroepvereniging en borgen missie onder druk door toekomstige herinrichting bestel

Gezien de politieke ontwikkelingen sinds 2024 en de wens van de minister het aantal partijen binnen het publieke omroepbestel met een licentie terug te brengen tot 4 omroephuizen en 1 taakomroephuis per januari 2029 is er sprake van grote risico's voor de continuïteit en het borgen van onze missie. Ook wil de politiek de rol van de verenigingen terugdringen. Er zijn beperkte beheersmaatregelen mogelijk aangezien de invloed op de politieke besluitvorming en de totstandkoming voor de benodigde wetswijziging beperkt is.

**Risicobereidheid: zeer gering**

**Impact: hoog**

**Kans: hoog**

#### Beheersmaatregelen:

- Lobbymaatregelen met name ten faveure van het behoud van pluriformiteit in het publieke omroepbestel door het vormgeven van pluriform samengestelde omroephuizen en behoud van de omroepverenigingen.
- MAX levert een actieve bijdrage aan alle onderzoeken en visie-ontwikkeling rond het publieke omroepbestel en voor het wetgevingstraject.
- De publieke (toegevoegde) waarde van MAX en het belang van zijn omroepvereniging in het publieke bestel benadrukken en zichtbaar maken waar mogelijk en goed voor het voetlicht brengen.
- Inspanningen om de best mogelijke samenstelling van de omroephuizen te realiseren waarbij omroep MAX zijn leden en achterban zo goed mogelijk kan blijven bedienen.

#### III Het imago van MAX/de publieke omroep verslechtert

De goede reputatie van MAX koesteren we en is zeker voor een publiek gefinancierde en maatschappelijk gewortelde organisatie als de onze essentieel en heeft voortdurend onze aandacht. De feedback van onze medewerkers van de afdeling publieksservice is daarbij heel belangrijk: zij zijn het eerste aanspreekpunt voor leden, kijkers en luisteraars.

Ook een verslechtering van het imago van de publieke omroep als geheel vormt een risico.

**Risicobereidheid: matig**

**Impact: publieke omroep hoog; MAX middel**

**Kans: publieke omroep hoog; MAX zeer gering**

#### Beheersmaatregelen:

- Signalen vanuit de afdeling publieksservice dan wel andere gremia of de NPO Ombudsman, worden direct intern besproken. Ook krijgen we steeds meer feedback via sociale media. Deze berichten worden eveneens altijd in behandeling genomen.

#### IV Het ledental krimpt of verdwijnt als criterium

Leden zijn voor MAX als omroepvereniging om meerdere redenen van cruciaal belang: om onze maatschappelijke verankering aan te tonen, voor de gewenste interactie met onze doelgroep die maakt dat wij goed voeling hebben met wat er bij hen leeft, en voor de ledeninkomsten. Hierdoor zijn wij in staat extra budget als eigen bijdrage op de programmering te leggen. MAX staat wel open voor andere criteria naast ledentallen en toegevoegde publieke waarde.

**Risicobereidheid: laag**

**Impact: middel**

**Kans: laag**

#### Beheersmaatregelen:

- MAX blijft volop inzetten op voldoende meerwaarde voor en interactie met leden, zodat mensen gemotiveerd zijn om lid te blijven (en te worden), ook los van de programmering.
- Politieke lobby en motiveren toegevoegde waarde verenigingen en leden.
- Naast leden en verenigingen ook inzetten op nieuwe communityvorming en andere vorming van binding met onze doelgroep.
- Maatschappelijke verankering verder vergroten door ons verder te positioneren als netwerkorganisatie met onder andere maatschappelijke en culturele partijen.

#### V Het medialandschap verandert sneller dan stakeholders en ook wetgever aankunnen

Het medialandschap verandert snel; sneller dan in de mediawet zijn weerslag krijgt. Grote Tech-bedrijven overheersen de markt, het publieke media-aanbod is steeds moeilijker vindbaar en herkenbaar in de veelheid van commerciële (ook Nederlandse) aanbieders.

**Risicobereidheid: matig**

**Impact: middel**

**Kans: zeer gering**

#### Beheersmaatregelen:

- Actieve lobby.
- Pro-actieve bijdrage leveren aan meningsvorming over toekomst publieke omroep door OCW en andere trajecten in dit kader.
- Eigen innovatie nadrukkelijker vormgeven.

**VI De programmering van MAX komt onder druk te staan door besluitvorming van de NPO en door verdergaande digitalisering**

De NPO zet steeds meer in op specialisatie van omroepen op genres en thema's en legt de focus steeds meer vooral op media-aanbod en platforms voor de leeftijdsgroep 20-49-jarigen. Dat mag niet ten koste gaan van ons media-aanbod en het bereik onder de door de vergrijzing alleen maar groeiende oudere doelgroep. De specialisatie van Omroep MAX komt tot uitdrukking in de doelgroep: de vijftigplusser. MAX biedt voor hen een breed en gevarieerd media-aanbod binnen diverse genres en met vele voor de doelgroep relevante thema's en invalshoeken en zal dus zeker niet verder specialiseren.

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: hoog**  
**Kans: hoog**

**Beheersmaatregelen:**

- Missie van MAX goed en actief blijven uitdragen bij alle stakeholders.
- Het profiel van MAX nog scherper neerzetten in alle overleggen en in ons media-aanbod en al onze uitingen en zo de toegevoegde waarde van MAX aan de publieke omroep en voor de samenleving maximaal zichtbaar maken.
- Actieve en onderbouwde bijdragen leveren aan de diverse inhoudelijke en beleidsmatige NPO- en omroepbrede overleggen en in reacties op strategieontwikkeling en beleids- en jaarplannen van de NPO.
- Eigen strategie media-aanbod en distributieplatforms verder versterken en infrastructuur technisch op orde hebben.
- Activiteiten ondernemen om kennis digitalisering bij de doelgroep te vergroten.
- Versnellen wat betreft adaptatie van technologische ontwikkelingen, AI en digitalisering.
- Doelgroep zowel lineair blijven bedienen en tegelijk mee in de digitale versnelling naar meer online en on demand aanbod.

**Compliance risico's:**

**VII MAX voldoet niet aan compliance, wet- en regelgeving**  
 MAX heeft als publieke omroep niet alleen te maken met de Mediawet, maar ook met heel veel andere wetten en regels, waaronder die voor goed bestuur, integriteit, privacy, ICT en automatisering (o.a. datalekken) en werk en zekerheid. Juridisch risico is het risico op klachten, claims, boetes of sancties als gevolg van het overtreden van wet- en regelgeving (in het bijzonder de Gedragscode Integriteit Publieke Omroep, de Beleidsregels Governance en Interne Beheersing van het CvdM, de WNT en BPPO, mediaregelgeving, de AVG, aanbestedingsregels en het Handboek Regeling financiële verantwoording landelijke publieke media instellingen, NPO en Ster) of van schending van interne normen, voorschriften en

gedragsregels. Ook de vigerende journalistieke codes worden door MAX in acht genomen en MAX erkent de Raad voor de Journalistiek en heeft zich gecommiteerd aan de Ombudsman van de publieke omroep. Integriteitrisico is het risico van verlies van vertrouwen door publiek, partners, leveranciers, toezichthouders en de maatschappij als gevolg van het niet handelen van de instelling volgens maatschappelijk gewenste en aanvaarde normen en waarden.

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: middel**  
**Kans: zeer gering**

**Beheersmaatregelen:**

- Om te zorgen dat MAX voldoet aan wet- en regelgeving op dit gebied, heeft MAX onder andere een compliance officer die de integriteit van MAX bewaakt. Ook is er vaak intern en collegiaal overleg binnen de publieke omroep. Waar nodig maakt MAX gebruik van externe adviseurs, als een fiscalist, accountant, EDP-auditor of notaris.
- Daarnaast is er ook een privacy-officer en een (externe) functionaris gegevensbescherming.
- De afdeling juridische zaken organiseert sessies waarin uitleg wordt gegeven zodat kennis up-to-date is.
- Up to date houden van interne codes en procedures naar aanleiding van actuele (externe) wet- en regelgeving.
- Heldere communicatie journalistieke codes en borging toepassing daarvan, o.a. ook rol Redactieraad.
- Accountantscontrole en EDP-controle.

**Financiële risico's:**

**VIII Aantasting van het eigen vermogen waardoor de continuïteit in het geding komt**  
 MAX ziet een groot financieel risico in de beperkt toegestane opbouw van de vermogenspositie (Algemene Reserve) van de vereniging. Met de verhoging naar € 1.500.000 ultimo 2023 is er een verbetering opgetreden, maar nog steeds is dit een relatief laag bedrag in relatie tot de totale financiële huishouding van MAX. De directie blijft in gesprek met zowel het Ministerie van OCW als het CvdM.

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: hoog**  
**Kans: middel**

**Beheersmaatregelen:**

- Lobbymaatregelen; zichtbaar maken van de risico's bij de stakeholders.
- Het voeren van adequaat financieel beheer.

**IX Bezuinigingen op publieke omroep**

De regering heeft bezuinigingen op de publieke omroep opgenomen in het regeerakkoord en de eerste impact daarvan zal al in 2026 zichtbaar zijn. De aangekondigde bezuinigingen en hervorming van het publieke omroepbestel kunnen ten koste gaan van de continuïteit van MAX en van de programmering, En uiteindelijk kunnen deze leiden tot de noodzaak te reorganiseren.

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: hoog**  
**Kans: hoog**

**Beheersmaatregelen:**

- Lobbymaatregelen; zichtbaar maken van de risico's bij de stakeholders.
- Het voeren van adequaat financieel beheer.
- Waar mogelijk anticiperen op mogelijke bezuinigingen (waar mogelijk efficiëncy vergroten, verdere samenwerkingsvoordelen opzoeken)

**Operationele risico's**

**X Personeel**

Naar de inzet van freelancers/zzp-ers wordt kritisch gekeken gezien de Wet DBA; MAX heeft hier beleid voor opgesteld. De forse bezuinigingen en hervorming van het omroepbestel die voorzien zijn, brengen risico's ten aanzien van het op peil houden van de personele bezetting en het behouden van expertise met zich mee; evenals daarmee gepaard gaande financiële risico's. Ook kan de hierdoor ontstane onzekerheid het vinden van nieuw personeel bemoeilijken of maken dat medewerkers omzien naar een andere baan.

**Risicobereidheid: matig**  
**Impact: middel**  
**Kans: middel**

**Beheersmaatregelen:**

- MAX als sociale werkgever goed positioneren.
- Verder verbeteren personeelsbeleid.
- Versterken duurzame inzetbaarheid personeel.
- Aandacht voor welbevinden personeel, o.a. via RI&E en Medewerkerstevredenheidsonderzoek en realisatie eventuele verbeterpunten.

**XI De (continuïteit van de) productie/distributie van content komt in gevaar**

De veiligheid van de netwerken en de broadcast- en ICT-infrastructuur moet goed geborgd zijn en deze dient stabiel te zijn. Ook dienen systemen en technische faciliteiten up-to-date te zijn zodat MAX flexibel kan meebewegen met nieuwe ontwikkelingen (zoals bijvoorbeeld AI, Cloud-omgevingen, etc.).

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: middel**  
**Kans: zeer gering**

**Beheersmaatregelen:**

- MAX besteedt ruim aandacht aan de veiligheid van zijn netwerken. In de afgelopen jaren is daarin fors geïnvesteerd en we laten regelmatig externe organisaties meedenken en toetsen of de getroffen maatregelen adequaat zijn.
- MAX heeft voldoende investeringsbereidheid waar het gaat om de benodigde systemen en technologie.

**XII De fysieke dan wel sociale veiligheid van medewerkers is in het geding**

Er is sprake van toenemende agressie tegen mensen die in de media werkzaam zijn. Dit risico ziet - naast fysieke veiligheid - ook op de gezondheid van alle bij MAX betrokkenen. Daarnaast is er in het bijzonder aandacht voor (on-)gewenste omgangsvormen. MAX anticipeert met diverse maatregelen (zoals een externe vertrouwenspersoon en klachtencommissie en heldere communicatie hierover) op dit vlak.

**Risicobereidheid: laag**  
**Impact: hoog**  
**Kans: laag**

**Beheersmaatregelen:**

- Bij programma's in onze eigen studio's is altijd beveiliging aanwezig. Bij opnames elders wordt er een risico-inschatting gedaan en worden op basis daarvan gepaste maatregelen genomen (beveiliging, verzekeringen).
- Pro-actief toepassen van maatregelen om te zorgen dat medewerkers en andere betrokkenen hun werkzaamheden kunnen uitvoeren en zo ook te borgen dat de uitzendingen en het productieproces niet in gevaar komen.
- Periodiek toetsen van arbeidsomstandigheden (RI&E), sociale veiligheid en medewerkerstevredenheid en adequaat opvolging geven aan de uitkomsten.

**Risicomatrix** Impact van het risico:

KANS	IMPACT	1	2	3	4	5
		Zeer gering	Laag	Middel	Hoog	Catastrofaal

Kans dat risico zich voordoet:

TOTALE WEGING	5	Vrijwel zeker				
	4	Hoog			II-III (PO) VI-IX	
	3	Middel			X	VIII
	2	Laag			IV	XII
	1	Zeer gering			III (MAX) V-VII-XI	I

## FINANCIËN

De jaarrekening, welke tevens is opgenomen in dit jaarverslag, is opgesteld conform de richtlijnen zoals opgenomen in het nieuwe Handboek Financiële Verantwoording Landelijke Publieke Media-instellingen, NPO en Ster 2022, rekening houdend met de voorschriften van Titel 9 Boek 2 BW.

### **Geconsolideerde balans**

In 2025 hebben er (kleinschalige) investeringen plaatsgevonden ter vernieuwing van de werkplekken en de kantoren. Tevens zijn er twee nieuwe productie-auto's aangeschaft.

De voorraadpositie media-aanbod was ultimo 2025 € 0,5 miljoen hoger dan het voorgaande jaar. De voorraadpositie is altijd een momentopname en grotendeels afhankelijk van het moment van bestelling, soort productie en uitzending.

Het totale eigen vermogen is ultimo 2025 is gelijk gebleven ten opzichte van 2024.

De maximale vermogenspositie voor de Reserve voor Media-Aanbod bedraagt € 4 miljoen en is volledig benut.

Het verenigingsvermogen, de Algemene Reserve bedraagt € 1.500.000.

Het surplus is verantwoord onder de post Overgedragen Reserve voor Media-Aanbod. Er is al gedeeltelijk invulling gegeven aan de besteding van deze post ten behoeve van de programmering 2026.

### **Geconsolideerde exploitatierekening**

Over 2025 zijn de totale baten, groot € 69,8 miljoen, per saldo € 2 miljoen hoger dan in 2024. Dit inclusief de inzet de Overgedragen Reserve Media-Aanbod (ORMA) ad € 2,8 miljoen. De opbrengst media-aanbod is per saldo € 0,6 miljoen hoger dan in 2024 vanwege een ander en groter aanbod van TV-producties. De opbrengsten uit programmabladen (€ 0,4 miljoen) is wederom gestegen ten opzichte van het voorgaande jaar. Deze laatste stijging komt voornamelijk door een hoger aantal abonnees en hogere advertentieomzet. De opbrengsten overige nevenactiviteiten (zoals rechten) zijn licht gedaald ten opzichte van vorig jaar.

De opbrengst verenigingsactiviteiten is gestegen ten opzichte van 2024 door voornamelijk meer ledenactiviteiten zoals ledendagen.

De post lasten personeel in loondienst is gestegen ten opzichte van 2024 door meer mensen in dienst en door een CAO-stijging van de lonen.

De lasten opdrachtnemers zijn nagenoeg gelijk aan 2024.

De facilitaire lasten zijn ook (licht) gestegen door meer producties en prijsstijgingen.

De post rechten is gestegen door hogere formatkosten.

De lasten buitenproducent zijn gedaald met € 2,5 miljoen ten opzichte van 2024. Dit komt door een veranderend aanbod van TV-content.

De post financiële baten en lasten laat een positief resultaat zien. Dit komt voornamelijk door hogere rentevergoedingen en een gemiddeld hoger banksaldo.

Het geconsolideerde exploitatieresultaat 2025 (na overdracht ORMA € 3.643.118) bedraagt nihil.





## Toekomst 2026 en verder

*De toekomst is grijs... maar MAX kleurt hem in.*

Vanaf 2026 bevindt de publieke omroep zich in een periode van continue verandering, nu per januari 2029 met de start van de nieuwe concessieperiode de door de minister beoogde herinrichting van het omroepbestel een feit moet zijn. De door de politiek opgelegde forse bezuinigingen en de vorming van omroephuizen brengen ingrijpende veranderingen met zich mee. Hiervoor is onder meer een wetwijziging nodig, waaraan door OCW op dit moment nog volop gewerkt wordt. Nog niet alle kaders voor deze majeure verandering zijn dus al duidelijk. De toekomst van het omroepbestel is op dit moment nog grijs. Maar MAX zou MAX niet zijn als we die niet zelf zouden weten in te kleuren ten faveure van onze doelgroep: de vijftigplusser.

MAX is in de 20 jaar van zijn bestaan uitgegroeid tot een niet meer weg te denken actieve omroepvereniging en succesvol mediabedrijf. MAX is helder geprofileerd en weet met zijn missiegedreven media-aanbod de vijftigplusser duurzaam aan zich te verbinden. En MAX is stevig maatschappelijk verankerd als grootste omroepvereniging met ruim 430.000 leden en een nog veel groter publiek dat onze programma's weet te vinden en waardeert. We kunnen dus wel tegen een stootje en dat betekent dat we hoe dan ook onze koers met overtuiging voortzetten.

Wij kiezen voor een pluriform omroephuis met WNL en KRO-NCRV als samenwerkingspartners, waarin we doelmatig

samenwerken, waaraan geen inhoudelijke specialisatie wordt opgelegd en waarbij de kracht van de omroepverenigingen centraal blijft staan. De toekomstige lichtere coördinatie door de NPO moet wat ons betreft leiden tot meer balans in de verhouding NPO en omroepen, duidelijkere rollen en verantwoordelijkheden, hogere garantiebudgetten voor omroepen en daarmee meer inhoudelijke zeggenschap over ons eigen media-aanbod.

Niet alleen het omroepbestel is aan grote veranderingen onderhevig. Ook de samenleving verandert nog steeds in hoog tempo. Technologische ontwikkelingen nemen een grote vlucht, zoals de inzet van kunstmatige intelligentie: AI. Nederland vergrijsd verder en ook de komende jaren groeit de groep vijftigplussers nog steeds substantieel. De vijftigplusser van morgen is diverser, digitaler, maatschappelijk actiever en cultureel breder georiënteerd dan ooit.

Al deze ontwikkelingen maken de toekomst letterlijk én figuurlijk grijs, maar vooral rijk aan kansen. MAX ziet het als zijn verantwoordelijkheid om onze, nog steeds groeiende, doelgroep in al zijn diversiteit te blijven bedienen met media-aanbod en activiteiten die aansluiten bij hun leefwereld, thema's, waarden en interesses. Dat betekent dat we hen informeren, inspireren, raken, verbinden en ruimte geven aan menselijke verhalen die ertoe doen. En dat betekent

ook dat we in alle mogelijke genres programma's blijven maken voor alle relevante platforms. Van de nog steeds voor onze doelgroep zo belangrijke lineaire netten en zenders tot en met online en on demand.

In deze veranderende context kiest MAX ervoor om zich verder te ontwikkelen als een netwerkorganisatie. Wij zoeken daartoe actief de samenwerking op met maatschappelijke, culturele en creatieve partners. Denk aan culturele instellingen, zorg- en welzijnsorganisaties, maatschappelijke initiatieven en lokale gemeenschappen die, net als wij, bijdragen aan de kwaliteit van leven van vijftigplussers of voor hen opkomen. Door deze samenwerkingen kunnen we in de toekomst onze doelgroep nog beter bereiken, bedienen en vertegenwoordigen. Het versterkt onze maatschappelijke rol en vergroot de impact van ons media-aanbod. Zo bouwen we aan een ecosysteem waarin MAX niet alleen zendt, maar ook nóg meer verbindt.

MAX staat als een huis: stevig in identiteit, geworteld in de samenleving en gedragen door een betrokken vereniging. Vanuit die zekerheid kijken we met vertrouwen vooruit. De veranderingen in het bestel vragen om flexibiliteit, maar niet om het loslaten van onze kernwaarden. Wij blijven trouw aan onze missie en aan onze achterban, terwijl we ons aanpassen aan nieuwe omstandigheden, nieuwe technologieën en nieuwe

mediagewoonten. Die wendbaarheid is geen noodzaak, maar een kracht. Het stelt ons in staat om relevant te blijven voor een doelgroep die zelf ook voortdurend in beweging is.

De toekomst vraagt om samenwerking, creativiteit en een open blik. MAX treedt die toekomst positief en vol vertrouwen tegemoet. Wij blijven investeren in kwaliteit, in de menselijke maat en in verhalen die ertoe doen. En we doen dat niet alleen, maar sámen - met onze medewerkers, leden, samenwerkingspartners en vooral met onze doelgroep.

**Samen MAX:** dat is de basis waarop wij voortbouwen, in 2026 en ver daarna.

# GECONSOLIDEERDE JAARREKENING 2025

## ACTIEF

### VASTE ACTIVA

#### Materiële vaste activa

Hard- en software	25.349
Facilitaire apparatuur	27.695
Inventaris en inrichting	251.953
Vervoersmiddelen	178.063
Verbouwing	371.110

**854.169**

#### Financiële vaste activa

Waarborgsommen

**354.134**

### VLOTTENDE ACTIVA

#### Vorraden

Onderhanden werken en gereed product m.b.t. media-aanbod	9.552.372
Overige voorraden	5.230

**9.557.602**

#### Vorderingen

Handelsdebiteuren	1.106.324
Belastingen en premies	844.795
Pensioen	0
Overige vorderingen	2.196.516

**4.147.634**

#### Liquide middelen

**9.615.604**

**24.520.144**

## PASSIEF

### Eigen vermogen

**5.500.000**

#### Voorzieningen

Voorziening loopbaantraject

**115.625**

#### Kortlopende schulden

Overdracht reserve voor media-aanbod	3.643.118
Schulden aan leveranciers	4.705.294
Belastingen & premies sociale verzekeringen	1.040.322
Overige schulden en overlopende passiva	9.515.784

**18.904.519**

**24.520.144**

31 december 2025 (€)

31 december 2024 (€)

# GECONSOLIDEERDE EXPLOITATIEREKENING VOLGENS CATEGORIALE INDELING

## BATEN

Media-aanbod	47.834.054
- Vergoedingen OCW	754.237
- Omroepbrede Middelen	2.757.808
- Inzet overdragen reserve media-aanbod	

### Subtotaal baten media-aanbod

**51.346.099**

Programmagebonden eigen bijdragen	927.537
Opbrengst programmabladen	12.095.185
Opbrengst overige nevenactiviteiten	875.525
Opbrengst Verenigingsactiviteiten	4.304.653
Barteringbaten	113.839
Overige bedrijfsopbrengsten	156.720

### Som der bedrijfsopbrengsten

**69.819.559**

## LASTEN

Lasten personeel in loondienst	14.607.072
Lasten opdrachtnemers (geen loondienst)	5.299.459
Facilitaire lasten	21.796.170
Afschrijvingen op materiële vaste activa	407.184
Rechten	489.773
Lasten buitenproducent	20.272.889
Overige lasten	3.271.361
Barteringslasten	113.839

### Som der bedrijfslasten

**66.257.747**

## BEDRIJFSRESULTAAT

Financieel resultaat

103.178

### Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening

**3.664.990**

Vennootschapsbelasting

-21.872

Over te dragen reserve voor media-aanbod

-3.643.118

### Exploitatieresultaat na overdracht en belastingen

-

Realisatie 2025 (€)

47.213.744  
920.967  
1.460.199

**49.594.910**

1.071.666  
11.700.369  
1.001.097  
4.173.620  
118.883  
171.086

**67.831.631**

12.060.281  
5.378.965  
21.015.403  
542.935  
215.182  
22.759.783  
2.968.994  
118.883

**65.060.426**

**2.771.205**

-8.944

**2.762.261**

-4.453

**2.757.808**

-2.757.808

-

Realisatie 2025 (€)

47.834.054  
754.237  
2.757.808

**51.346.099**

927.537  
12.095.185  
875.525  
4.304.653  
113.839  
156.720

**69.819.559**

14.607.072  
5.299.459  
21.796.170  
407.184  
489.773  
20.272.889  
3.271.361  
113.839

**66.257.747**

**3.561.812**

103.178

**3.664.990**

-21.872

**3.643.118**

-3.643.118

-

# ALGEMENE TOELICHTING GECONSOLIDEERDE JAARREKENING

De jaarrekening is opgesteld in euro's en opgesteld conform de richtlijnen opgenomen in de Regeling financiële verantwoording landelijke publieke media-instellingen, NPO en Ster 2022, Burgerlijk Wetboek 2 Titel 9, de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving, de Wet bezoldiging topfunctionarissen publieke en semipublieke sector (WNT) en het beloningskader presentatoren in de publieke omroep (BPPO).

## Samenstelling Directie en Raad van Toezicht

Sinds 1 januari 2010 is de heer J. Slagter statutair directeur van Omroepvereniging MAX. Met ingang van 1 januari 2025 is mevr. N. de Wolf mediadirecteur.

In 2025 bestond de Raad van Toezicht uit de volgende personen:

- De heer A.B.M. Kamphuis (voorzitter tot en met 16 augustus 2025)
- De heer G. Dielessen (lid tot en met 16 augustus 2025, voorzitter vanaf 17 augustus 2025)
- Mevrouw C.A. Spierenburg (lid)
- De heer R. Derwel (lid vanaf 17 augustus 2025 tot en met 2 april 2026)

Op [www.omroepmax.nl](http://www.omroepmax.nl) staat het rooster van aftreden, het profiel van de leden en het huishoudelijk reglement van de Raad van Toezicht vermeld.

## Consolidatie

In de jaarrekening van Omroepvereniging MAX zijn de financiële gegevens geconsolideerd van Omroepvereniging MAX en MAX Mediaproducties B.V.

## Lijst met kapitaalbelangen

Omroepvereniging MAX te Hilversum (geregistreerd onder KvK nummer 27253289) staat aan het hoofd van een groep rechtspersonen. Een overzicht van de gegevens vereist op grond van de artikelen 2:379 en 2:11 BW is onderstaand opgenomen:

**Naam, statutaire zetel** : MAX Mediaproducties B.V. te Hilversum

**Aandeel in het geplaatste kapitaal** : 100%

**Opgenomen in consolidatie** : Ja

## GRONDSLAGEN VOOR DE CONSOLIDATIE

### Algemeen

In de geconsolideerde jaarrekening van Omroepvereniging MAX zijn de financiële gegevens verwerkt van de tot de groep behorende maatschappijen en andere rechtspersonen waarop een overheersende zeggenschap kan worden uitgeoefend of waarover de centrale leiding wordt gevoerd. De geconsolideerde jaarrekening is opgesteld met toepassing van de grondslagen voor de waardering en de resultaatbepaling van Omroepvereniging MAX.

De financiële gegevens van de groepsmaatschappijen en de andere in de consolidatie betrokken rechtspersonen en vennootschappen zijn volledig in de geconsolideerde jaarrekening opgenomen onder eliminatie van de onderlinge verhoudingen en transacties. Belangen van derden in het vermogen en in het resultaat van groepsmaatschappijen zijn afzonderlijk in de geconsolideerde jaarrekening tot uitdrukking gebracht.

## GRONDSLAGEN ALGEMEEN

### Algemeen

De jaarrekening is opgesteld volgens de bepalingen opgenomen in het Handboek Financiële verantwoording landelijke publieke media-instellingen, NPO en Ster 2022, rekening houdend met de voorschriften van Titel 9 Boek 2 BW. De jaarrekening is opgesteld in euro's. De presentatie van de posten in de balans en de exploitatierekening is ingericht conform genoemd handboek.

Op 20 mei 2021 heeft de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap besloten om aan Omroepvereniging MAX een erkenning te verlenen als bedoeld in artikel 2.29 van de Mediawet. De erkenning is ingegaan op 1 januari 2022 en eindigt van rechtswege op 31 december 2026. Deze termijn is verlengd met 2 jaar en loopt derhalve tot 31 december 2028.

Op 16 juni 2021 is de samenwerkingsstichting MAX – WNL opgericht en op 18 juni 2021 is de gezamenlijke erkenningsaanvraag ingediend. De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft op 8 juli 2021 besloten om aan de samenwerkingsstichting MAX – WNL een erkenning te verlenen als bedoeld in artikel 2.29 van

## GRONDSLAGEN VOOR DE WAARDERING VAN ACTIVA EN PASSIVA

### Algemeen

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met in Nederland algemeen aanvaarde verslaggevingsregels. Activa en passiva worden gewaardeerd tegen nominale waarde, tenzij een andere waarderinggrondslag is vermeld.

### Materiële vaste activa

Materiële vaste activa worden gewaardeerd tegen verkrijgings- of vervaardigingsprijs inclusief direct toerekenbare kosten, onder aftrek van lineaire afschrijvingen gedurende de verwachte toekomstige gebruiksduur en bijzondere waardeverminderingen. De gehanteerde afschrijvingspercentages zijn toegelicht in de toelichting op de balans.

### Voorraden

Dit betreft nog niet verspreid media-aanbod en herhalingen. De overige voorraden betreffen artikelen die verkocht worden door de vereniging. Deze voorraden worden gewaardeerd tegen de kostprijs.

Waardering van een eigen programma productie geschiedt tegen de directe kosten. Onder de directe kosten vallen de personele kosten van eigen medewerkers en overige medewerkers, de facilitaire kosten en de overige programmakosten. Kosten die niet direct aan het programma zijn toe te rekenen, maken deel uit van de organisatiekosten.

De waardering van media-aanbod wordt verminderd met de voor dit media-aanbod ontvangen bijdragen van derden. Dit betreft bijdragen van commerciële sponsors, de stichting Co-productiefonds Binnenlandse Omroep (CoBO), het Mediafonds en overige derden.

Gereed voor uitzending maar nog niet verspreid media-aanbod wordt op balansdatum individueel beoordeeld. Media-aanbod wordt volledig afgeschreven als er door de landelijke publieke media-instelling en overleg met de Raad van Bestuur van de NPO of de door hen gemandateerden definitief is besloten het media-aanbod niet te verspreiden.

Als twee jaar na de eerste voorraadwaardering nog steeds geen beslissing is genomen ten aanzien van het verspreiden van bepaald media-aanbod, wordt het betreffende media-aanbod volledig afgewaardeerd. In specifieke gevallen kan hiervan worden afgeweken. Het gaat dan om gevallen

de Mediawet 2018. De erkenning is ingegaan op 1 januari 2022 en eindigt van rechtswege op 31 december 2026. Deze termijn is verlengd met 2 jaar en loopt derhalve tot 31 december 2028. Ten behoeve van de samenwerking hebben omroepverenigingen MAX en WNL een samenwerkingsovereenkomst gesloten.

### Activiteiten

Omroepvereniging MAX is opgericht op 16 september 2002, geregistreerd onder KvK nummer 27253289. Omroepvereniging MAX is een vereniging met volledige rechtsbevoegdheid. De hoofdactiviteiten bestaan uit het verdedigen van traditionele normen en waarden door middel van radio-omroep, telecommunicatie en het maken en uitzenden van radio- en TV-programma's.

### Pensioenverplichtingen

De pensioenverplichtingen zijn ondergebracht bij een bedrijfstakpensioenfonds. De pensioenregeling is in de jaarrekening verwerkt volgens een 'verplichting aan pensioenuitvoerder'-benadering. De vereniging heeft geen verplichting tot het voldoen van aanvullende bijdragen in geval van een tekort bij de pensioenuitvoerder, anders dan het voldoen van toekomstige hogere premies.

De aan de pensioenuitvoerder te betalen premie is als last in de exploitatierekening verantwoord. Voor zover de aan de pensioenuitvoerder te betalen premie nog niet is voldaan, is deze als verplichting op de balans opgenomen. Indien de reeds betaalde premiebedragen de aan de pensioenuitvoerder te betalen premie overtreffen, is het meerdere opgenomen als een overlopend actief.

Omroepvereniging MAX heeft de pensioenen ondergebracht bij Stichting Bedrijfstakpensioenfonds voor de Media (PNO Media). De beleidsdekkingsgraad wordt vastgesteld op basis van het gemiddelde van de 12 laatste maandelijkse dekkingsgraden. Op 31 december 2025 is de beleidsdekkingsgraad uitgekomen op 122,5% (2024: 117,4%). De actuele dekkingsgraad bedraagt in december 2025 128,9% (2024: 114,3%).

PNO Media heeft de overstap naar het nieuwe pensioenstelsel (invaren) gepland voor 1 januari 2027.

waarin wel voldoende zekerheid over de verspreiding van het media-aanbod is, maar het over het jaar waarin de verspreiding zal plaatsvinden of de verspreiding later dan 2 jaar na aankoop of productie zal plaatsvinden. Dit geldt bijvoorbeeld voor de aankoop van (licenties voor) speelfilms en series die minimaal 2 jaar na aankoop ingaan.

De directe kosten worden toegerekend aan de eerste verspreiding. Alleen indien op het moment van eerste verspreiding schriftelijk is vastgelegd dat dit media-aanbod daadwerkelijk herhaald zal worden én voor de herhaling bekostiging is vastgesteld, mag een deel van de directe kosten worden toegerekend aan de herhaling. Waardering van een herhaling geschiedt tegen maximaal het vastgestelde bekostigingsbedrag.

Aangekocht media-aanbod waarbij op basis van contractuele afspraken is betaald voor het recht op herhaling van media-aanbod, wordt op balansdatum gewaardeerd, mits schriftelijk is vastgelegd dat dit media-aanbod daadwerkelijk herhaald zal worden én voor de herhaling bekostiging is vastgesteld. Waardering geschiedt tegen maximaal het vastgestelde bekostigingsbedrag.

Alle herhalingen worden drie jaar na de eerste voorraadwaardering volledig afgewaardeerd.

#### Vorderingen en overlopende activa

Vorderingen worden gewaardeerd tegen nominale waarde onder aftrek van voorzieningen wegens oninbaarheid. Deze voorzieningen worden bepaald op basis van individuele beoordeling van de vorderingen.

#### Liquide middelen

De liquide middelen zijn gewaardeerd tegen de nominale waarde. Indien middelen niet ter vrije beschikking staan, dan wordt hiermee bij de presentatie en toelichting rekening gehouden.

#### Eigen vermogen

##### Reserve voor media-aanbod

De reserve voor media-aanbod betreft reserveringen van gelden voor media-aanbod in de toekomst. De algemene reserve betreft reserveringen van gelden voor verenigingsactiviteiten.

De reserve voor media-aanbod kan incidenteel een negatief saldo vertonen. In het volgende boekjaar dient de negatieve reserve voor media-aanbod verrekend te worden met het dan vast te stellen exploitatieresultaat. Indien dit exploitatieresultaat onvoldoende is voor volledige verrekening dient het resterende negatieve saldo van de reserve voor media-aanbod te worden afgeboekt van de overige reserves.

##### Algemene reserve

In overeenstemming met 2.174a lid 1 juncto artikel 16a van het Mediabesluit 2008 is bepaald dat omroepverenigingen hun resultaat uit verenigingsactiviteiten tot een bedrag van € 1.500.000 kunnen reserveren voor verenigingsactiviteiten. Het surplus dient als kostenpost te worden gedoteerd aan de over te dragen reserve voor media-aanbod (ORMA).

##### Voorzieningen

Voorzieningen worden gevormd voor concrete of specifieke risico's en verplichtingen die op de balansdatum bestaan en waarvan de omvang onzeker is doch redelijkerwijs is in te schatten. De overige voorzieningen worden opgenomen tegen nominale waarde.

## GRONDSLAGEN VOOR DE BEPALING VAN HET RESULTAAT

##### Baten en lasten

Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de opbrengsten en de kosten en andere lasten over het jaar. Resultaten worden verantwoord in het jaar waarin zij zijn gerealiseerd.

In de opbrengsten omroepbedrijf zijn begrepen de via de Raad van Bestuur van de NPO ontvangen omroepmiddelen. Ook de programmagebonden eigen bijdragen zijn hierin begrepen.

In de lasten omroepbedrijf zijn begrepen de productiekosten betreffende de programma's die gedurende het verslagjaar zijn uitgezonden.

De begroting is niet opgenomen aangezien deze niet als stuurmiddel wordt gebruikt.

De baten en lasten van het omroepbedrijf worden, indien direct te relateren aan de hoofdtaken radio, televisie, internet en themakanalen, ook direct verantwoord. Dit geldt ook voor de verenigings- en nevenactiviteiten.

##### Organisatiekosten

Alle kosten van de landelijke publieke media-instellingen en NPO die niet rechtstreeks samenhangen met de kerntaken van de organisatie en dus samenhangen met ondersteunende activiteiten, worden aangemerkt als organisatiekosten.

##### Lonen en salarissen

De wijze waarop de bezoldiging wordt berekend, is overeenkomstig de berekeningswijze, zoals deze is bepaald in de Wet Normering bezoldiging functionarissen publieke en semipublieke sector (WNT) die op 1 januari 2013 in werking is getreden. Volgens artikel 1.3, eerste lid, onderdeel d, vallen de landelijke publieke media-instellingen, waaronder Omroepvereniging MAX, onder het bezoldigingsmaximum en het openbaarmakingsregime.

Op grond van artikel 2.3, derde lid, onderdeel b, Mediawet 2008 is door de raad van bestuur van de NPO 'Het Beloningskader Presentatoren in de Publieke Omroep' (BPPO) opgesteld.

##### Afschrijvingen op materiële vaste activa

De afschrijvingen worden gebaseerd op de verkrijgingsprijs. Afschrijvingen vinden plaats volgens de lineaire methode op basis van de geschatte economische levensduur, rekening houdend met een eventuele restwaarde.

Boekwinsten en -verliezen bij verkoop van materiële vaste activa zijn begrepen onder de afschrijvingen.

##### Overige lasten

De kosten worden bepaald op historische basis en toegerekend aan het verslagjaar waarop zij betrekking hebben.

##### Vennootschapsbelasting

Omroepvereniging MAX is vennootschapsbelastingplichtig volgens de belastingdienst en met alle landelijke omroepen is een ruling afgesloten.

Met betrekking tot MAX Medioproducties B.V. is een separate ruling afgesloten met de belastingdienst.

De vennootschapsbelastingpositie in deze jaarrekening is ook in overeenstemming met deze rulings vastgesteld en verantwoord conform het voorgeschreven model volgens de Regeling financiële verantwoording landelijke publieke media-instellingen, NPO en Ster 2022.

# ALGEMENE TOELICHTING GECONSOLIDEERDE JAARREKENING

## Bezoldiging Bestuurders en Toezichthouders en Wet Normering Bezoldiging Topfunctionarissen Publieke en Semipublieke sector (WNT)

### Beloning bestuur

Vanaf 1 januari 2013 is de WNT van toepassing voor topfunctionarissen van Omroepvereniging MAX. Dit betreffen de leden van de Raad van Toezicht alsmede de dagelijkse leiding. Voor het jaar 2025 heeft de wetgever het jaarlijkse bezoldigingsmaximum vastgesteld op € 246.000 voor de dagelijkse leiding. Geen van de personeelsleden in dienst van MAX heeft over 2025 een bezoldiging boven de norm ontvangen. De binnen onze organisatie geïdentificeerde leidinggevende topfunctionarissen met een dienstbetrekking hebben geen dienstbetrekking bij een andere WNT-plichtige instelling als leidinggevende topfunctionaris (die zijn aangegaan met ingang van 2018).

Het bestuur van MAX bestond uit de volgende personen met de daaraan toegekende vergoeding over het afgelopen jaar:

### De heer J. Slagter

Directeur per 16 september 2002 - heden

Omvang dienstverband : 1 FTE Dienstbetrekking : ja	2025 (€)	2024 (€)
Beloning	238.140	224.970
Belaste onkostenvergoeding	7.800	7.800
<b>Totale bezoldiging</b>	<b>245.940</b>	<b>232.770</b>
Bezoldigingsmaximum	246.000	233.000
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

Hiervan heeft € 15.000 betrekking op zijn werkzaamheden als presentator.

### Mevrouw N. de Wolf

Directeur Media per 1 januari 2025 - heden

Omvang dienstverband : 1 FTE Dienstbetrekking : ja	2025 (€)	2024 (€)
Beloning	225.777	-
Beloningen betaalbaar op termijn	19.927	-
<b>Totale bezoldiging</b>	<b>245.704</b>	<b>-</b>
Bezoldigingsmaximum	246.000	-
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

### Samenstelling en beloning Raad van Toezicht

Voor de Raad van Toezicht is de beloning gemaximeerd op 10% van het bezoldigingsmaximum, te weten € 24.600 met als uitzondering de voorzitter van de Raad van Toezicht met een maximum van 15%, te weten € 36.900. De Raad van Toezicht van Omroep MAX bestond uit de volgende personen met de daaraan toegekende vergoeding over het afgelopen jaar:

### Dhr. A.B.M. Kamphuis

Voorzitter per 17 augustus 2015 - 17 augustus 2025

	2025 (€)	2024 (€)
<b>Bezoldiging</b>	<b>14.520</b>	<b>16.000</b>
Bezoldigingsmaximum*	23.063	34.950
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

### Mevr. C.A. Spierenburg

Lid per 1 januari 2020

	2025 (€)	2024 (€)
<b>Bezoldiging</b>	<b>15.000</b>	<b>11.000</b>
Bezoldigingsmaximum*	24.600	23.300
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

### Dhr. G. Dielessen

Lid per 1 juni 2021 - 17 augustus 2025

	2025 (€)	2024 (€)
<b>Bezoldiging</b>	<b>12.000</b>	<b>14.000</b>
Bezoldigingsmaximum*	15.375	23.300
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

Voorzitter met ingang van 17 augustus 2025

	2025 (€)	2024 (€)
<b>Bezoldiging</b>	<b>10.000</b>	<b>-</b>
Bezoldigingsmaximum*	13.838	-
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

### Dhr. R.F. Derwel

Lid per 17 augustus 2025

	2025 (€)	2024 (€)
<b>Bezoldiging</b>	<b>8.470</b>	<b>-</b>
Bezoldigingsmaximum*	9.225	-
Overschrijding	n.v.t.	n.v.t.

\* Het bezoldigingsmaximum is tijdsevenredig bepaald.

### BPPO

Op grond van artikel 2.3, derde lid, onderdeel b, Mediawet 2008 is door de raad van bestuur van de NPO het "Beloningskader Presentatoren in de Publieke Omroep" (BPPO) opgesteld. Het bedrag dat uiteindelijk is toegestaan om boven het maximum van categorie C aan een presentator toe te kennen, wordt uitsluitend betaald uit de verenigingsmiddelen.

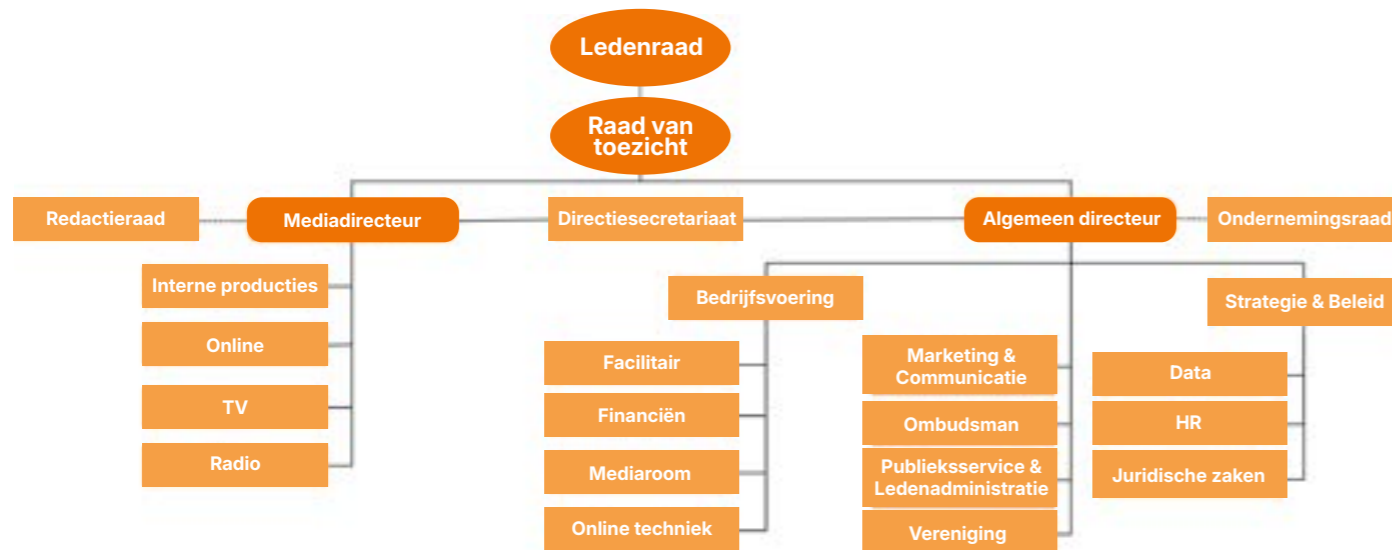
Omroepvereniging MAX heeft medio maart 2026 bij de NPO de opgave BPPO ingediend.

## Algemene gegevens

Omroepvereniging MAX is gevestigd op het Media Park aan het Joop van den Endeplein 9, 1217 WJ Hilversum; Postbus 518, 1200 AM te Hilversum en is ingeschreven in het handelsregister onder nummer KvK 272532289.

Publieksservice telefoonnummer  
**025-6776188** (werkdagen van 09.00 - 16.00 u)

## Organogram Omroep MAX



## Colofon

Dit jaaroverzicht is een uitgave van Omroepvereniging MAX.

**Samenstelling en eindredactie Jaarverslag:** Conny Herben, Birgit Jansen

**Jaarrekening:** Raimond Duinkerken, Marina Dunsbergen, Corry Eibergen, Angélique van Haren, Rob Kuijper, Jacqueline de Leeuw, Carla Smit, Anita Stegink

**Vormgeving:** Reclamebureau Holland, Bussum

**Fotografie:** Enzo Ardesch, Roy Beusker, Jasper van Bladel, Mark de Blok, Elvin Boer, Merel van Dooren, Stijn Ghijsen, Ben Houdijk, Nico Kroon, René Leisink, Paul Lensink, Sander Mulkens, Stef Nagel, Bart van der Putten, Jaap Reedijk, Roland J. Reinders, Samie Reynaerts, Vivienne De Rop, Janita Sassen, Refkele Steemers, Annemieke van der Togt

**Met medewerking van:** Karlien Aalberts, Elly Biesters, Jeroen Bos, Mark Buijnsters, Peter Contant, Daniel Dekker, Rogier de Haan, Jeanine Janssen, Dave Kolt, Sara van Langen, Nathalie van der Meer, Marit Metselaar, Eva de Moor, Josse van Rhee, Danny Ruizendaal, Emma Scholten, Miranda van Veenendaal, Britt van Zwam

## Bijlage 1: Governanceverklaring

Teneinde de jaarrekening zinvol te kunnen interpreteren, verschaft het bestuursverslag conform RJ 400.108 informatie over Omroepvereniging MAX.

Conform RJ 400.122 is in het bestuursverslag ook informatie opgenomen over de toepassing van de Gedragscode Integriteit Publieke Omroep 2021, die fungeert als gedragscode. Het bestuursverslag voldoet aan de specifieke voorschriften van Principe 7 van de Gedragscode Integriteit Publieke Omroep 2021. Principe 7 betreft de openbare verantwoording door het bestuur en de raad van toezicht van Omroepvereniging MAX van hun functioneren. Principe 7 is door de Raad van Bestuur van de NPO op grond van de Mediawet 2008 het bepaalde in artikel 2.3, tweede lid, juncto artikel 2.10, tweede lid, aanhef en onder c, en artikel 2.60, eerste lid, bindend vastgesteld voor de landelijke publieke media-instellingen.

Het bestuursverslag voldoet ook aan de beleidsregels van het Commissariaat voor de Media van 26 september 2017 ten aanzien van de governance en interne beheersing van de NPO, de RPO en de landelijke en regionale publieke media-instellingen (Staatscourant, 12 oktober 2017, nummer 57731).

Hilversum, april 2026

Origineel getekend door

**J. Slagter, Statutair Directeur**

**N. de Wolf, Mediadirecteur**



*Carrie op Vrijdag*



Omroepvereniging MAX

Joop van den Endeplein 9  
1217 WJ Hilversum

Postbus 518  
1200 AM Hilversum

035 - 677 54 09  
[info@omroepmax.nl](mailto:info@omroepmax.nl)  
[www.omroepmax.nl](http://www.omroepmax.nl)

KvK: 27253289