

## EEN FATA MORGANA IN TV-LAND

Het gaat goed met de publieke omroep, maar miljoenen tv-kijkers dolen en vluchten. Hun mogelijke thuishaven, TVOase, strandde. **Harry de Winter** en **Bert van der Veer** treuren.

We wilden een televisiestation beginnen waar we zelf graag naar zouden kijken. We vonden onszelf wel een verwaarloosde doelgroep. Al wat ouder, netjes opgeleid, niet onbemiddeld en met de behoefte door de media geamuseerd te worden, maar vooral ook geïnformeerd en zelfs wel geprikkeld te worden. Niet dat we nooit ergens iets van onze gading vonden, we zipten ons suf. We hadden behoefte aan een 'thuis' op de televisie, daar zijn we sentimenteel, primitief en lui genoeg voor. We zetten eens in elkaar wat dat station in welke volgorde zou moeten bieden, we noemden dat het programmaschema en het project heette TVOase. We keken met enige jaloezie naar het Vlaamse Canvas waar documentaires in het hart van primetime werden uitgezonden of naar BBC2 waar Jerry Paxman zomaar drie kwartier met een man in het nieuws kon praten. We vertelden het eens aan wat vrienden en die vonden het een leuk plan. Toen werd het serieus en lieten we, samen met PCM en Stichting Democratie en Media, onderzoek doen. We waren niet alleen. Maar liefst 4,5 miljoen Nederlanders werden gekwalificeerd als 'hoger opgeleid' en tevens 'welstandig'. 70% van die massa bleek ouder dan 35 jaar. We deden meer onderzoek: hadden die mensen zin in zoiets als TV Oase? Tuurlijk, ze zullen eens nee zeggen tegen iets fatsoenlijks. Maar ze gingen er niet voor betalen. Het ging dus geen pay-tv worden, het moest commerciële televisie zijn. We leerden dat we vooral de 'afwegers' wilden bedienen (en dus kennelijk minder de 'zwoegers' of de 'middenmoters') en de 'afwegers' vormden 21% van de volwassen Nederlanders bevolking: 2,5 miljoen potentiële kijkers. Dus gingen we aan de slag, op zoek naar nog meer medestanders. En het zat niet tegen.

Want net begon het goed te gaan met de publieke omroep. Nederland 1 wist de marktleiderpositie van RTL 4 over te nemen, op Nederland 2 stonden de restanten van zuilendenken fier overeind en Nederland 3 trok niet alleen meer jonge kijkers, maar had ook nauwelijks publiek verloren. Met dank aan het voetbal, dat wel. De bewering 'het gaat goed met de publieke omroep' betekende dan ook vooral: de commerciële basis is verstevigd, de blijste gezichten zag je bij de STER.

Wie liever naar de inhoud keek moest constateren dat Nederland 3 zoals het ooit bedoeld was niet meer bestond. De zender, opgericht in 1988 als een getto voor de niet ledengebonden omroeporganisaties, was in 1995 nog zo veelbelovend. Nergens werkten de netpartners zo goed samen als op N3. Vara, VPRO, NPS en RVU vonden elkaar, zelfs in een gezamenlijk logootje voor de bovenhoek. Het net moest zich onderscheiden door kwaliteit in informatie, cultuur en amusement. Marcel van Dam zei het hardop: de belangen van de Vara waren ondergeschikt aan de toekomst van de publieke omroep. Als het wat werd met dat net wilde hij zijn club wel opheffen.

Dat het allemaal niet zo soepeltjes verliep bleek wel vijf jaar later toen de Vara een flirt aanging met SBS, notabene om, in navolging van Veronica, uit het bestel te stappen en op Net 5 veel moois te gaan bieden. Het was de 'netoverschrijdende programmering' die de Rode Hanen dwars zat.

Het was een kinderlijke ergernis vergeleken met wat zich in 2006 zou voltrekken. De afzonderlijke zendgemachtigden zagen hun macht verdampen. Dat leidde achter dunne wandjes tot onverkwikkelijke discussies waarbij advocatenrekeningen hoog opliepen, maar

het centraal bestuur hield stand en glorieerde. Een zender zoals wij die ambieerden was in geen velden of wegen meer te bekennen.

We dachten dat het kon en dat het moest. Omdat we soms zomaar even geen zin hebben in ijsdansen en showbizroddels, omdat de VPRO lamgeslagen vegeeteert en programmamakers met een passie en een missie rondlopen in de woestijn. TVOase was commercieel van opzet, maar waarom zou dat ten koste gaan van inhoudelijke ambities? Zie de kranten en de tijdschriften.

We werden gesterkt in ons voornemen door de partijen die wij met onze plannen, ons programmaschema en – pakket confronteerden. Politici zonder sentimenten over verzuiling confronteerden we met de mogelijkheid van een privaat-publieke constructie: gedurende een overeen te komen periode zou de overheid de helft van de kosten op zich moeten nemen (en Oase de andere helft). Daar hadden die politici wel oren naar, maar al gauw verzoop de oase in een moeras van mooie woorden en trage daden (met name bij de Partij van de Arbeid). De kabelraden, die de kabelmaatschappijen moeten adviseren welke zenders op te nemen in het basispakket, waren euforisch. Nooit kwam in Nederland een commerciële zender op de kabel (zonder te betalen) voor doorgifte voor met uitzenden begonnen was. TVOase zou het gelukt zijn, een analoog kanaal bij de eerste 15. Dekking van 60% bij aanvang en van 95% binnen een jaar.

Zou? Genoeg mensen geloofden in de zender, maar in een businesssoap-achtige maalstroom van verwickelingen wilde de gewenste financiering maar niet van de grond kwam. Wij hebben altijd nauwe samenwerking met de PCM-dagbladen wenselijk geacht, al was het maar omdat iedere krantenlezer een potentiële Oase-kijker was. Wij waren ver, ook met de Stichting Democratie en Media, die met een lening haar en onze idealen had kunnen steunen. Maar ja, hoe gaat dat in de grote-mensen-wereld? Wisselend management, schuivende aandelen, andere prioriteiten, botsende visies.

Nauwelijks was Theo Bouwman, voorzitter van de Raad van Bestuur, bijgepraat over het plan of daar trad nieuwe leiding aan in de personen van Ton aan der Stegge en Philip Alberdingk Thijm. Die moesten dik een half jaar worstelen met het project en net toen zij de kansen van TVOase ook eens in begonnen te zien moest de voornaamste partner van het project, de Stichting Democratie en Media, tot haar spijt meedelen voorlopig wel iets groeters aan het hoofd te hebben, zoals het terugkopen van de Apax-aandelen. Inmiddels is van de mensen met wie wij spraken bij de PCM, vrijwel niemand meer op kantoor, wat?, het hele kantoor op de Wiboutstraat is weg....

Wij denken niet dat onze beoogde doelgroep suïcidaal zal worden van dit sterfgeval. Het zijn krantenlezers, het zijn internetgebruikers, ze schaffen zich eens een opinieweekblad aan, ze lezen zelfs boeken, ze hebben Radio 1 en BNR en spelend met de afstandsbediening stuiten ze heus wel eens op een programma dat het aanzien waard is. Misschien waren we wel te ambitieus of te dromerig door een zender te willen die 24/7 bovenop het nieuws zou zitten, die veel achtergrondinformatie zou verschaffen, die Sundance-films in primetime uit wilde zenden, die ruimte zou bieden aan oorspronkelijke creativiteit van individualistische programmamakers. Misschien hadden we de vereiste 5% marktaandeel (de helft van wat Talpa/Tien voorzag, maar die concurreren met zenders die hetzelfde doen) aanvankelijk niet gehaald.

We hadden met TVOase een merk, een community (of hoe dat in het hedendaagse jargon ook mag heten) willen bouwen, dat, aansluiting vindend bij andere media, het pad had kunnen effenen voor toekomstige en tamelijk onvoorspelbare ontwikkelingen. We hadden met liefde voor televisie een zender op willen bouwen. Maar mag een oase ooit definitief als fata

morgana worden afgeschreven? Of hebben de zandstormen het slechts tijdelijk aan het oog onttrokken?

**Harry de Winter** is oprichter van IDTV, mediaondernemer en initiator van TVOase. **Bert van der Veer** is programmamaker, auteur en mededenker aan TVOase.