

Naar een publiek/private kwaliteits-tv

Publieke omroepen moeten leren denken als ondernemende instellingen

Een publiek/private zender kan uitkomst bieden voor de crisis waarin de publieke omroep verkeert, betoogt **Harry de Winter**.

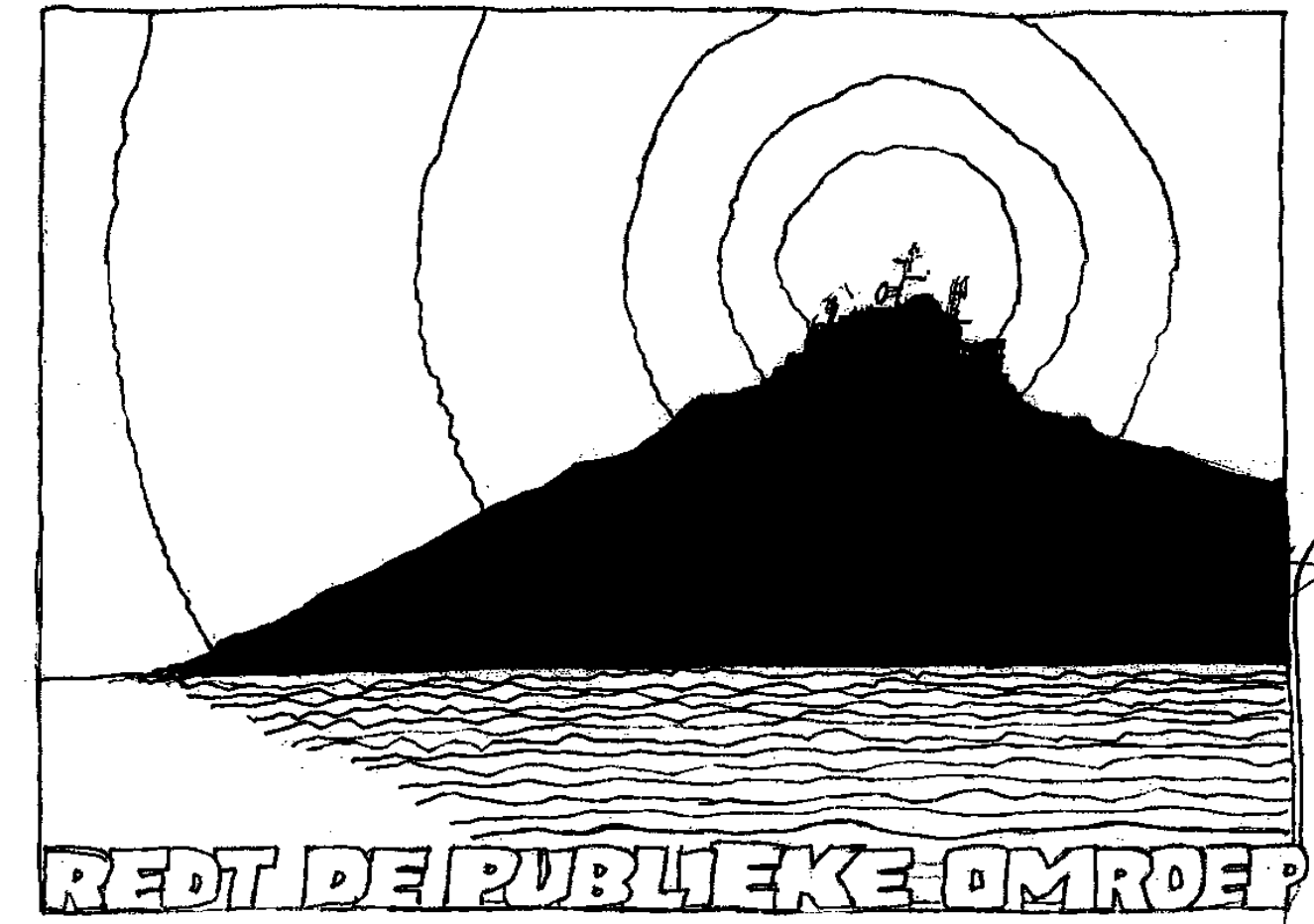
Het niveau van de Nederlandse publieke zenders is al jaren instabiel. Er wordt wel kwalitatief goede televisie gemaakt, maar die programma's worden te verbrokkeld en te laat uitgezonden, terwijl de commerciële zenders wel consistent programmeren.

Bovendien zijn die programma's vaak te duur. Voeg daar de toenemende druk bij vanuit de politiek en het tekentafelplan voor een boxenstelsel waarin in box c kunst- en cultuurprogrammering en specifieke informatieve programma's afhankelijk worden van reclame-inkomsten, dan is het niet vreemd dat de raad van bestuur van de publieke omroep zijn verantwoordelijkheid neemt om de kiftende omroepen te laten inzien dat samenwerking beter dan is jezelf profileren. Netoverschrijdend programmeren, aldus de raad van bestuur, moet het antwoord worden op de instorting van de reclamemarkt.

In deze verwarring dreigen de publieke zenders stuiptrekkend hun eigen ondergang tegemoet te gaan. Van verschillende kanten wordt nu nagedacht over alternatieven. Kees van Twist (Groninger Museum) en Ad 's-Gravesande (Kunsten '92) denken na over een kunst- en cultuuromroep. Theo Bouwman, voorzitter van de raad van bestuur van PCM uitgevers, vraagt binnen de Mediawet meer commerciële ruimte om zijn uitgeversconcern te laten toetreden tot de tv-markt.

Bij Wintermedia hebben we gedacht dat de oplossing zou kunnen liggen in een betaald net zonder reclame. Voor de prijs van een krantenabonnement kan iedere Nederlander toegang krijgen tot deze zender. Zestig procent van de beoogde doelgroep wil het, maar het percentage dat bereid is daar nu al voor te betalen, is heel gering. Ik weet hoe je op een efficiënte manier kwaliteitstelevisie kan maken, maar zo'n gok is mij te groot. En het alternatief, een commerciële zender met spotjes in de programma's, stuit mij als televisiekijker tegen de borst.

Wat dan? Wintermedia en een grote groep ondernemers zijn over



TEKENING FRITS MÜLLER

een alternatieve kwaliteitszender in gesprek met een groepje verstandige mensen. Daartoe behoren Felix Rottenberg, Boudewijn Poelmann en Derk Sauer (Uitgeverij Nieuw Amsterdam), Wim Weijland (AVRO) en Hans van Beers (ex raad van bestuur publieke omroep). Natuurlijk hebben we, maanden geleden alweer, ook gesproken over een nieuwe kunst- en cultuuromroep. Meedraaien in de zwalkende Hilversumse machine-rie lijkt echter op het aan boord gaan van een stuurloos zinkend schip.

Met de nieuwe modellen voor de inrichting van de publieke zenders wordt het tij niet gekeerd. Het is het model van een voetbaltrainer die denkt dat het veranderen van de opstelling leidt tot betere resultaten. Als we daar een speler, een nieuwe omroep, aan toevoegen,

wordt het niet beter. Zeker niet met uitsluitend kunst- en cultuurprogrammering, die nu al leidt onder verregaande marginalisatie (te weinig budget en uitzendingen in de middag en tegen het nachtelijk uur).

Volgens Felix Rottenberg is een

Publieke zenders hoeven niet stuiptrekkend hun ondergang tegemoet te gaan

publiek/privaat initiatief dé oplossing voor het publieke bestel. Dat past ook in het ideaal om kwaliteit terug te brengen waar zij hoort, namelijk in een publiek bestel.

Zo'n zender hoeft niet per se Nederland 3 te zijn, het is simpelweg een publiek net. Een paar omroepen zouden kunnen besluiten om met ons één van de drie netten over te nemen. Kan dat nu? Neen, daarvoor zou de Mediawet drastisch veranderd moeten worden. Moet

zijn rapport 'Focus op Functies' (februari 2005) dat projecten die niet in het huidige publieke bestel passen maar wel van publiek belang zijn, ook subsidie waardig moeten zijn. Dat geeft een politieke opening.

In het boxenstelsel van staatssecretaris Medy van der Laan zouden omroepen na 2008 nog maar 50 procent van hun budget gegarandeerd krijgen. Dat is per omroep zo'n 17 miljoen euro. Als de politiek bereid is om die bedragen ter beschikking te stellen aan een publiek/privaat net, is de helft van de zender reeds ingevuld met uitstekende programma's, ook al doen er maar drie omroepen mee. Ze zullen dan wel moeten leren denken als een ondernemende instelling. Op een avondje AVRO zit niemand meer te wachten. Dat zaterdag de VARA-cabaretavond is,

staat ook niet vast.

Wintermedia zou de andere helft van de publiek/private zender kunnen financieren. Dat geeft een inhoudelijk en financieel voordeel. Door de samenwerking met krantenredacties en journalisten ontstaat een interessant palet aan multimediale mogelijkheden. Waarom zou Kunststof (Radio 1 NPS) ook geen tv-programma en een krantenpagina kunnen worden? Of kun je hoofdredactionele commentaren op de zender uitzenden, zodat opinie en debat in Nederland explicieter worden dan de reeks van deskundigen die nu de actualiteitenprogramma's aflopen?

Zo'n publiek/private zender biedt zowel de politiek als de raad van bestuur van de publieke omroep een opening. Want het gegeven van op termijn 100 miljoen minder aan reclame-inkomsten, betekent zowel voor de politiek als voor Hilversum een groot probleem; drie volwassen netten is niet vol te houden en Van der Laans boxenstelsel is onhoudbaar, want box c is al leeg voordat het 2008 is.

Natuurlijk is er met een deels private constructie een partij die haar investering op termijn lonend wil zien. Dat is nieuw voor Nederland, maar hoeft niemand schrik aan te jagen.

In Denemarken en Engeland zijn soortgelijke constructies opgezet die uiteindelijk het belang van de kijker dienen. En daar gaat het om. Omroepen die niet mee willen doen, blijven hun veilige publieke thuishaven houden. Met een religieus Nederland 1 en een algemeen Nederland 2 behouden ze hun status en zijn ze zichtbaarder dan ooit.

Een dergelijke majeure verandering kan niet zonder politieke instemming en verandering van de Mediawet. Normaal gesproken zijn we dan drie jaar verder. Nu me echter een armoedestelsel met de netten A, B en C per 1 september 2006 wenst te introduceren, is de tijd rijp voor hardop denken en snel handelen. Omroepen moeten duidelijk maken of ze alles in het werk willen stellen om zo'n publiek/privaat net op te zetten. En de politiek moet inzien dat de voordelen van een dergelijke constructie zwaarder wegen dan de nadelen.

Harry de Winter is oprichter van IDTV, directeur van media-adviesbureau WinterMedia en initiatiefnemer van OASE tv, een kwaliteits tv-zender in wording.