

De stelling van Harry de Winter: Wij zijn in vijf jaar een tv-zender die niet meer weg te denken valt



Wintertijd

Harry de Winter (1949) is producent, bedenker en presentator van televisieprogramma's. Vorige week kondigde hij aan te investeren in tv-zender Het Gesprek. De Winter is oprichter van WinterMedia (2004), een media-consultancybedrijf. Eerder richtte hij IDTV op (1977), dat hij in twee stappen (1996 en 1999) verkocht. Hij sloeg zijn slag toen hij de rechten van spelprogramma *Lingo* verwierf. Daarnaast maakte IDTV talloze eigen producties. In 2005 probeerde hij met uitgever PCM een commerciële kwaliteitszender op te zetten, TVOase. Dat plan strandde toen PCM zich terugtrok. Verder presenteert hij zijn eigen muziekprogramma *Wintertijd*, eerst voor televisie, nu voor radio. De Winter was mede-initiatiefnemer voor de oprichting van 'Een ander joods geluid', een stichting die zich kritisch uitlaat over het optreden van Israël in de bezette gebieden.



Foto's NRC Handelsblad / Vincent Mentzel

ven, heb je volgens de Mediawet recht op zendtijd. Ook al zit verder niemand op een dierenzender te wachten."

Dus de drempel voor toetreders is te laag.

„Je moet naar een drempel van 150.000 of 200.000 leden. Als er straks tien omroepen bijkomen en over vijf jaar weer tien: dat kan niet."

Je kunt het ook zien als een vorm van zelfvernietiging van het bestel.

„Het betekent nóg meer versnippering en nóg minder kwaliteit. Want het geld dat nieuwe omroepen er bij

krijgen, gaat af van de bestaande omroepen, ook wat betreft personeel. Ik denk dat de fragmentatie zal dwingen tot verandering van de Mediawet. Henk Hagoort (directeur van de Publieke Omroep, red.) heeft gelijk. Het bestel valt niet meer te besturen."

Dan vindt u het initiatief Wakker Nederland van De Telegraaf vast geen goed idee.

„Ik ben benieuwd wat het Commissariaat voor de Media ervan vindt. Want de vijf euro lidmaatschap die je betaalt voor Wakker Nederland, kun je verrekenen met je abonnement voor De Telegraaf. Als dat mag, moet de

Mediawet echt op de schop."

Een krant krijgt wel eindelijk toegang tot het publieke bestel.

„Ze kunnen ook een eigen zender beginnen. Maar voor De Telegraaf is dit gunstiger, want als publieke omroep krijg je subsidie. Ik zie het als een zet in de strijd tussen kranten en de omroepen. De kranten vinden dat de omroepen veel publiek geld krijgen en zij niet."

Het argument van De Telegraaf is: wij willen een geluid laten horen dat in Hilversum niet aan bod komt.

„Daarin heeft De Telegraaf gelijk. Hagoort heeft ook al eens gezegd dat de publieke omroep drie keer *de Volkskrant* is, een en al progressieve eenheid. Vroeger had je Wibo van der Linden of Wim Bosboom. Zij vertolken de mening van een deel van de bevolking. Ik vind het prima dat er tegenover NOVA een Rita Verdonk-geluid te horen is, al zit ik daar zelf niet op te wachten. Dus van al die aspirant-omroepen vind ik Wakker Nederland de meest serieuze partij. Maar als ze worden toegelaten, is dat het begin van het einde van de publieke bestel. Dan zegt Paul de Leeuw morgen tegen zijn kijkers: 'word lid van Paul de Leeuw-tv' en dan heeft hij zijn eigen publieke omroep. Of de ANWB, die heeft nog veel meer leden dan De Telegraaf lezers."

Denkt u niet: hoe meer fragmentatie, des te beter voor ons?

„Als je de netmanager van Nederland 2 bent en je moet dertig omroepen plaatsen, kun je geen fatsoenlijke zender meer maken. Ik gun het ze niet, want ik ben op en top een publieke omroepman. Maar het is waar, nog meer versnippering is goed voor ons."

De paradox is: de publieke omroepen versnipperen en tegelijkertijd moeten ze marktaandeel halen.

„Het marktaandeel wordt gedictieerd vanuit Den Haag. Een programma kost bedrag x, daarvan moet bedrag y uit reclame-inkomsten komen. Dan moet je scoren. De netmanagers hebben een *target* per zender en per programma. De dwang tot scoren is een epidemische ziekte in Hilversum."

Vandaar dat alles verpakt wordt als amusement.

„Als je met *Pauw & Witteman* een miljoen kijkers moet halen vanwege de reclame, moet het een *mellow* programma zijn. Gevarieerd, gezellig en een leuke meid erbij. Wij zijn als commerciële zender straks blij met 250.000 kijkers. Daarom kunnen we een niche zijn, waar het heftig aan toe gaat en we desnoods drie uur de tijd nemen als iets interessant is."

nu uitzendt, haakt iedereen toch snel af?

„We gaan meer doen dan gesprekken. We hebben *deals* met het Concertgebouw, het IDFA en de BBC. Vanaf 28 maart gaan we nieuwe Nederlandstalige programma's maken. Een briljant idee hoeft niet duur te zijn. Een debat kost ook niets. Dan zeggen ze in Hilversum: 'We hebben toch al *Buitenhof*?' Maar Buitenhof is een keurig gesprek tussen twee mensen, geen *hard talk*.

Het klinkt toch als een jongensdroom.

„Toen ik jong was wilde ik popartiest worden. Ik ben 25 jaar televisieproducent geweest. In die periode heeft de omroep zich ontwikkeld van een puur publiek naar een half commercieel stelsel. Mijn ideaal is om een zender te maken waar ik zelf naar zou kijken."

In interviews heeft u geregeld gezegd: ik kijk zelden televisie, want dat is zonde van de tijd.

„Om dezelfde reden dat jij zegt: er is niets op televisie, want het gaat nergens over! Maar een documentaire van de BBC, daar zit ik anderhalf uur geboeid naar te kijken."

Dat zijn dure producties.

„Het aankopen van die producties is helemaal niet zo duur."

Dat kunnen de publieke omroepen toch ook doen?

„Ja, maar ze doen dat incidenteel. Als je zaterdagavond televisie wilt kijken, heb je de keus uit Paul de Leeuw, sport en amusement. Wij willen zaterdagavond op *prime time* anderhalf uur documentaires of cultuur bieden."

Je kunt toch via de kabel naar de BBC kijken?

„Daar kijkt vrijwel niemand naar. Als het niet Nederlands ondertiteld is, wordt er niet naar gekeken."

Bent u voorstander van een staatsomroep zoals de BBC?

„Nee, nee, nee. Ik heb niet het geld van John de Mol, voor mij is anderhalf miljoen geen speeltje. Het is een serieuze investering. Als het over twee jaar goed gaat, maar er moet meer geld bij, dan doen we dat. Het is een betrokkenheid op lange termijn om er iets van te maken. En als blijkt dat ons ideaal van 'de andere zender' niet levensvatbaar is, dan moeten we ons verlies nemen."

Is Het Gesprek een aanval op de Hilversumse omroepen?

„Integendeel, wij willen kijkers terughalen. Er zijn veel mensen die hebben afgehaakt en niet meer naar Nederlandse omroepen kijken. In Hilversum denkt men dat de aandachtsspanne van kijkers niet meer dan vijf à acht minuten is. Ik vind dat een gesprek of een debat best langer mag duren als het de moeite waard is."

Waarom doen de publieke omroepen dat dan niet?

„In Hilversum heb je drie zenders met 22 zendgemachtigden. Die doen allemaal hun eigen ding en ze hebben een opdracht van het netbestuur om een bepaald marktaandeel te halen. Voor dingen die wij willen, is te weinig plek in Hilversum. *Slow tv*, televisie die ergens over gaat en de tijd neemt, doet Hilversum nauwelijks."

Televisie is amusement.

„Nee, televisie biedt amusement, maar ook documentaires, talkshows, debatten."

Maar de publieke zenders moeten mensen trekken en daarom wordt alles verpakt als amusement.

„Daarom zijn wij 'de andere zender' begonnen, voor mensen die niet zitten te wachten op *entertainment*. De groep waar we het over hebben, zapt langs Nederland 2, de BBC en het Belgische Canvas. Het is ons doel om voor die 200.000 à 300.000 mensen de 'thuiszender' te worden."

Bij de lange interviews die Het Gesprek

Nog meer versnippering is slecht voor de publieke omroepen, maar mijn commerciële tv-zender zal er wel bij varen, zegt Harry de Winter tegen **Roel Janssen**. 'We gaan kijkers terughalen die geen zin meer hebben in de Nederlandse omroepen.'

In een tijd van economische neergang kondigt u een investering aan van 1,5 miljoen euro in commerciële televisiezender Het Gesprek. Is dat hoogmoed of anticyclisch ondernemen?

„Het is geen puur zakelijke investering, maar idealisme. Ik zie een markt, ik vind dit leuk, het is mijn vak. Maar als het niet levensvatbaar blijkt, dan heb ik daar vrede mee. Dan heb ik het geprobeerd. Ik kan beter hiermee anderhalf miljoen verliezen dan op de beurs."

Of bent u optimistisch over de economie?

„Het is geloof in de mogelijkheid van 'de andere zender'. Juist in tijden van crisis hebben mensen behoefte aan informatie. We hoeven ook geen miljoen kijkers te hebben om succesvol te zijn."

Met hoeveel kijkers bent u tevreden?

„Twee procent marktaandeel, zeg maar 270.000 kijkers."

U gaat zich richten op kijkers die wat te besteden hebben.

„Dat hoeft niet. Liefhebbers van documentaires zijn niet noodzakelijkerwijs mensen met veel geld. Dat kunnen ook onderwijzers zijn."

En daarmee denkt u van Het Gesprek een serieuze, winstgevende zender te kunnen maken?

„Het is mijn ambitie dat we in vijf jaar een Nederlandse televisiezender zijn die niet meer valt weg te denken."

Het klinkt als een speeltje van u.