

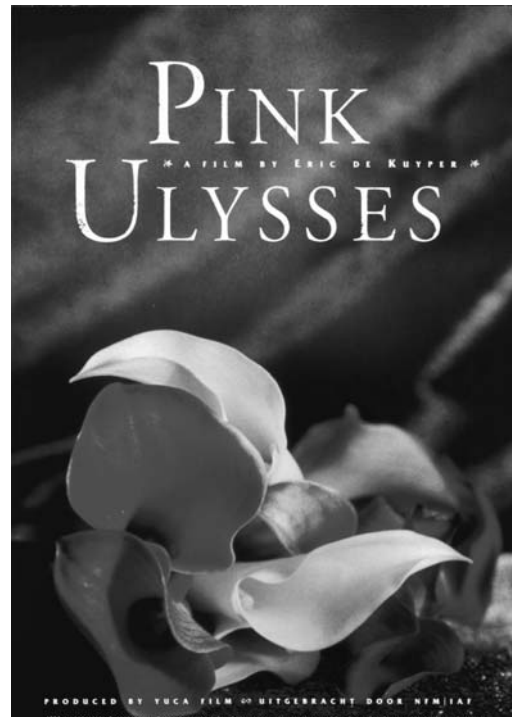
toekomst een belangrijke rol kunnen gaan spelen als de drang naar **content** weer vormen aan gaat nemen zoals die eind jaren negentig normaal waren.

De eindeloze digitale mogelijkheden, waar het online bekijken van een bioscoopfilm er een van is, creëert een nieuwe mogelijkheid voor de filmindustrie om, als ze dat willen, de banden met de publieke omroepen te laten vieren en een minder gecompliceerde synergie met de nieuwe economie te verwelkomen. De toekomst zal moeten uitwijzen of de producenten meer richting de **no barriers** van de nieuwe economie zullen neigen, of dat ze om de omroephekkens zullen blijven dringen.

Richard Smoorenburg is vijfdejaars student Film- en televisiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Hij hoopt 1 september af te studeren. De titel van zijn scriptie: Dringen rond de omroephekkens? Vergelijkend onderzoek naar de rol van de publieke omroep in de totstandkoming van films in Nederland en Vlaanderen.

Literatuur

- Raad voor Cultuur (2003) Sectoranalysefilm. In: **Cultuur, meer dan ooit:** voor advies Cultuurnota 2005-2008. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Hofstede, B. (2000) **Nederlandse cinema wereldwijd. De internationale positie van de Nederlandse film.** Amsterdam: Boekmanstudies.
- Maltha, S.F. (2003) 'Tijd voor echt beleid'. In: **Filmkrant** nr. 248, oktober 2003
- Meers, P. (1999) 'Ijkkpunt Hollywood. De eenzijdigheid van onderzoek naar de Europese filmindustrie'. In: **Boekmancahier**, jrg.13, nr. 48 juni, 151-170.
- NOS (2000) **Verschil maken. Concessiebeleid publieke omroep 2000-2010.** NOS: Hilversum.



Pink Ulysses Menno Landstra 1990

Strijden tegen het stigma

Drama bij de publieke omroep lijdt onder elitair stempel en geldgebrek

Er is steeds minder drama van kwaliteit te zien op de buis en de publieke omroepen zetten zich onvoldoende in om deze situatie te verbeteren, zo luidt een veelgehoorde klacht. Justine Paauw, hoofd drama bij de AVRO, biedt een blik op de haken en ogen van het dramabeleid.

De drie netten van de publieke omroep worden bestuurd door netcoördinatoren. Hun voornaamste taak bestaat uit het programmeren van hun net, ze hebben dus een belangrijke vinger in de pap wanneer het gaat om het tijdstip waarop programma's worden uitgezonden. Daarnaast hebben ze tien procent (wordt 25 procent) van het programmabudget van de op hun net opererende omroepen ter beschikking. De netcoördinatoren kunnen de omroepen verzoeken programma's te leveren, die in hun optiek nodig zijn om het net te 'versterken'. Deze programma's worden vervolgens uit die tien procent gefinancierd.

De AVRO zendt op dit moment uit op verschillende netten, die zoals bekend elk een eigen 'genre' ofwel stempel hebben. Net 3 is het 'cultuurnet' en staat open voor kwaliteitsdrama, maar op Net 1 en Net 2 ligt dat anders. De netcoördinatoren van 1 en 2 zien zich genoodzaakt om de concurrentie met de commerciële zenders aan te gaan en willen 'scoren', vertelt Justine Paauw. 'Een en ander is in lijn met de uitkomsten van het rapport van de door de politiek ingestelde visitatiecommissie onder leiding van Rinnooy Kan, die tot taak had het bestaansrecht van de publieke omroepen te toetsen. Nu het rapport er ligt, zal het roer, met name op het eerste en tweede net, drastischer worden omgegooid. Immers: de ambitie om "van iedereen en voor iedereen" te zijn, wordt slechts ten dele waargemaakt. "Circa negen miljoen Nederlanders dreigen de publieke televisie de rug toe te keren", aldus het rapport.'

Met een serie als **Oud Geld** haal je, ondanks de hoge kwaliteit, geen hoge kijkcijfers, stelt Paauw. 'De serie trok gemiddeld slechts 4,5 procent van de kijkers, terwijl een serie als **De Erfenis** op RTL4 niet minder dan 1,2 miljoen kijkers trekt en **Grijpstra en de Gier** over de twee miljoen mensen aan de buis gekluisterd houdt.'

Het is echter niet alleen het programma dat de kijkcijfers bepaalt, marketing en publiciteit spelen ook een belangrijke rol. De publieke omroepen hebben relatief weinig geld beschikbaar voor marketing; bovendien heeft de gedachte postgevat dat adverteren niet zoveel zin heeft. De commerciële zenders laten echter het

De publieke omroepen hebben relatief weinig geld beschikbaar voor marketing; bovendien heeft daar de gedachte postgevat dat adverteren niet zoveel zin heeft

tegendeel zien. ‘Een serie als **De Erfenis** is door RTL4 al gehyped voordat het eerste deel werd uitgezonden; hetzelfde geldt voor een serie als **Meiden van De Wit** op Net 5.’

De beeldvorming bij de kijkers speelt hierbij een rol. Veel kijkers zijn de mening toegedaan dat programma’s bij de publieke omroep veelal ‘highbrow’ zijn en richten zich dan ook vrijwel uitsluitend op de commerciële netten. ‘Als wij onze series op een commerciële zender zouden uitzenden, zouden we waarschijnlijk meer kijkers trekken’, denkt Paauw. ‘De publieke omroep heeft bij veel mensen kennelijk de naam elitair te zijn. Dat dat in veel gevallen een misvatting is, doet in feite niet terzake, het is een stigma dat ons is opgelegd.’

Drama is duur Het is duidelijk dat de publieke omroep het roer moet omgooien en zich, zoals in het rapport van de visitatiecommissie naar voren komt, meer op het publiek zal moeten richten. Maar de vraag rijst of het toe te juichen is dat de publieke omroepen de concurrentie met de commerciële zenders aangaan. ‘Dramamakers vinden in principe dat de publieke omroepen juist iets anders moeten doen dan de commerciële’, zegt Paauw. ‘Geen dramaserie ontwikkelen volgens een vast format, maar “gelaagd drama”, dat niet a priori is gemaakt om hoge kijkcijfers te scoren.’ Het is wel zo dat met het maken van dramaserie zoals **Oud Geld** of **Wet & Waan** grote bedragen gemoeid zijn: driehonderdduizend euro per deel is eerder regel dan uitzondering. ‘Geld is het struikelblok waarom een gerenommeerd scenarioschrijfster als Maria Goos na successen als **Pleidooi** en **Oud Geld** niet met open armen wordt binnengehaald. Dát soort drama is kostbaar en de tarieven gaan steeds verder omhoog.’

De budgetten die nu bijvoorbeeld ter beschikking worden gesteld voor format-drama, liggen zowel op Nederland 1 als 2 rond de 190 duizend euro. In tegenstelling tot de commerciële netten kunnen de publieke omroepen hun budgetten niet ophogen met sponsorgelden.

Paauw: ‘De vraag dringt zich op of het verantwoord is om zoveel (publiek) geld uit te geven voor series die wat betreft de kijkcijfers ver achterblijven bij de series die de commerciële netten uitzenden. Daarnaast is het in deze tijd van grote bezuinigingen voor een omroep vrijwel niet meer mogelijk een dergelijke serie te bekostigen. Vandaar dat op alle netten in meerdere of mindere mate projecten tot standkomen waarbij omroepen de handen ineenslaan.’ Volgens het rapport van de visitatiecommissie laten de omroepen echter steken vallen als het gaat om samenwerking die de publieke omroep als geheel een sterke positie moet bezorgen.

Het Glazen Huis De AVRO zoekt binnen de nu opgelaaide discussie een gulden middenweg, en heeft een aantal veelbelovende dramaproducties op stapel staan. ‘Aan de ene kant heeft de omroep op dit moment een serie in ontwikkeling die gebaseerd is op een strak format en mikt op een groot publiek, aan de andere kant maakt men zich ook sterk voor andersoortige serie’s voor een bescheidener budget, zoals een nieuwe serie van Theo van Gogh.’

‘Geld is het struikelblok
waarom een
gerenommeerd
scenarioschrijfster als
Maria Goos na successen
als **Pleidooi** en **Oud Geld**
niet met open armen
wordt binnengehaald’

Zo verschijnt in 2005 bij de AVRO een nieuwe serie op de buis die zich afspeelt rond een speciaal politieteam dat zich bezighoudt met vermissingen. Naast een jong en gedreven producententeam, ‘Holland Harbour’, spelen onder andere misdaadauteur Tomas Ross en creative producer Paul Ruven een grote rol.

Naast deze nieuwe AVRO-serie wordt op Net 2, in het kader van de samenwerking, eveneens een nieuwe serie ontwikkeld met de titel **Het Glazen Huis**. ‘Nieuw is dat de serie een seizoen lang uitsluitend in het weekend zal worden uitgezonden, elk weekend drie delen.’ Het betreft hier een samenwerkingsproject tussen de TROS, BNN en de AVRO en handelt over een mediatycoon en zijn familie. De serie gunt de kijker een blik achter de schermen van de wereld die televisie heet, maar laat vooral de invloed zien die het werken voor televisie heeft op de levens van de betrokkenen. **Het Glazen Huis** richt zich eveneens op een breed publiek.

Medea is de nieuwe serie van Theo van Gogh, een moderne versie van de klassieke tragedie. Gesitueerd in Den Haag, is Jason (de echtgenoot van Medea, red.) een nieuwe ster in de politiek die zijn vrouw verlaat om via een andere vrouw meer macht te verwerven om uiteindelijk de post van minister-president te kunnen bekleden. **Medea** is het vervolg op het succesvolle **Najib en Julia** dat Van Gogh in 2003 voor de AVRO maakte onder het thema: liefdesgeschiedenissen uit de wereldliteratuur. ‘De werkwijze van Van Gogh maakt produceren voor een lager budget mogelijk. In het geval van **Medea** heeft het Stimuleringsfonds echter een substantiële subsidie verstrekt, waardoor de production value kon worden verhoogd.’

Er vinden op dit moment dus tal van veranderingen plaats binnen het dramabeleid van de publieke omroepen, concludeert Paauw. ‘Samenvattend zou je kunnen zeggen dat kijkcijfers en financiën daarbij een grote rol spelen. De omroepen zullen meer kijkers moeten trekken met minder geld, maar ook de handen ineenslaan om prestigieuze, kostbare series te realiseren.’

Anita Twaalfhoven is redacteur van Boekman en stafmedewerker van de Boekmanstichting.