

## **De tijd staat open**

*Presentatie advies toekomst publieke omroep 27 maart 2014  
Uitgesproken door Inge Brakman, voorzitter Commissie  
Toekomstbestendig Mediabestel.*

Geachte staatssecretaris, dames en heren,

Aan mij de schone taak om u te helpen een goed beeld te krijgen van het advies van de commissie en dus de klok en de klepel bij elkaar te brengen. Na de publicatie van NRC (dinsdag jl.) waarin een *shock & awe* - rapport wordt aangekondigd is daar denk ik wel behoefte aan. Het filmpje dat u zojuist gezien heeft is de samenvatting van ons advies en het is mij een eer en genoegen om het nu toe te lichten.

De digitale snelweg brengt ons op nieuwe plaatsen, in een onnavolgbaar tempo. Wij beginnen het voorwoord van ons rapport met een beschrijving van de lancering van het tweede seizoen van House of Cards in februari jongstleden. Netflix heeft toen de serie in zijn geheel op internet gezet. Geen omroep, geen televisiezender kwam daar aan te pas. Het luidde een nieuw tijdperk in voor alle omroepen.

De belangrijkste vraag voor de commissie was daarom. Is er nog wel een publieke omroep nodig, nu en in de nabije toekomst? We zijn terug gegaan naar de echte bestaansredenen van de publieke omroep. We hebben ons volledig gericht op de vraag: wat is het belang van de publieke omroep voor het *publiek*, voor alle inwoners van Nederland, voor Nederlanders over de grens? Hun belang stond centraal in onze commissie, en niet de belangen van de gevestigde instituten.

Media zijn onmisbaar in de samenleving. Via media praten we met elkaar, voelen we ons verbonden met elkaar. Op die manier vormen we onze mening en bouwen we aan onze cultuur. De publieke omroep is er voor om ons te verbinden, te informeren, om van te leren, om ons te vermaken. Voor iedereen: autochtonen, nieuwe Nederlanders, Zeeuwen, Friezen, Limburgers, noem maar op.

De omroep helpt ons de democratie vorm te geven, burgerschap te activeren.

Het is van publiek belang om een mediaorganisatie te hebben die continuïteit garandeert voor een onafhankelijke nieuwsvoorziening, voor programma's die de Nederlandse cultuur weerspiegelen. Juist nu het aanbod zo omvangrijk is, internationaal gestuurd en gefragmenteerd.

Juist nu we niet goed meer weten wie waarom welke boodschap verspreidt, is het van belang om een publieke omroep te hebben die we kunnen *vertrouwen* en die het *cement* aanbrengt in onze samenleving.

De vraag of er nog een publieke omroep nodig is, heeft de commissie daarom met een volmondig ja beantwoord.

En wat voor publieke omroep zien we dan voor ons?

Een omroep die ten dienst staat van het publiek: de kijkers, luisteraars, gebruikers;  
Een omroep die luistert naar het publiek; niet alleen *voor* iedereen, maar ook *met* iedereen;  
Een omroep waar creativiteit de belangrijkste drijfveer is. Die innovatief is, gericht op talent en verbeelding;  
Een omroep die flexibel, wendbaar en slagvaardig is, die samenwerkt en die een spil is in vele netwerken;  
Een omroep die beseft dat hij niet onaantastbaar is en dat ook private partners een bijdrage leveren aan onze informatie en cultuur;  
Een omroep waar bestuurders niet rollend over straat gaan, waar niet vanuit macht en belang geredeneerd wordt, maar vanuit publieke waarden.

Deze opsomming is niet toevallig. In het rapport beschrijven we namelijk ook wat ons niet bevalt aan het huidig functioneren van de publieke omroep. En we pleiten voor een serieuze cultuurverandering. Van een bestuurderscultuur naar een makerscultuur. Naar een cultuur waarin de beste creatieve mensen zich gewaardeerd en uitgedaagd voelen. Een cultuur waarin het publiek een partner is, niet alleen een maat voor kijk- en luistercijfers. Hilversum moet niet symbool staan voor '*bestuurlijk gedoe*'. Hilversum moet symbool staan voor een '*creatief kloppend hart*'.

Met dit rapport zetten we een toekomstperspectief neer voor de publieke omroep. Het is tegelijkertijd een *Gids voor verandering*.

- De omroep programmeert *breed en voor iedereen* en betreft het publiek erbij. De omroep maakt duidelijke keuzes in de programmering. De programmering is terug te voeren op het publieke belang. Daardoor zal de omroep ook *meer onderscheidend* worden van de commerciële omroepen. De taakopdracht wordt uitgebreid met de opdracht om innovatief te zijn, om actief samen te werken met andere partijen en om de participatie van het publiek te bevorderen.

De omroep nu maakt goede programma's en ze worden gewaardeerd.

De omroep is in vergelijking met het buitenland goedkoop. Maar de omroep *moet* onder druk van alle veranderingen, moderniseren en keuzes maken. Minder sturen op marktaandeel en meer op het bereik van publieksgroepen. Uitnodigend zijn voor groepen die nu niet bereikt worden. De omroep moet scherpere keuzes maken om zijn legitimiteit te behouden. Het rapport beschrijft mechanismen om dat te realiseren.

- de omroep zal naast het lineaire aanbod vol moeten inzetten op *digitaal programmeren*, op alle platformen met toegesneden inhoud. Hoewel veel mensen nog lineair kijken tekent de grote verandering zich af op de digitale platformen. Het gaat in een razend tempo. De publieke omroep moet vooraan staan om hierin de spil te vormen. Het gaat in het digitale domein allang niet meer om zenden alleen, maar juist ook om luisteren, om delen om invloed van het publiek.

Er is een enorme innovatieslag nodig bij de publieke omroep om dit te realiseren. Om het publiek erbij te betrekken en te helpen zich een weg te banen in deze nieuwe tijd. Informatie en vermaak gaat voor steeds meer mensen via internet. Een goed publiek digitaal aanbod is een essentiële verrijking, want daar is in toenemende mate het publiek aanwezig. De omroep kan een gids zijn door het toegankelijk maken van prachtige programma's die ook in het buitenland gemaakt worden. Als ik bijvoorbeeld meer over de financiële crisis wil weten, dan wil ik via mijn publieke omroep makkelijk toegang hebben tot de reportages hierover van bijvoorbeeld Tegenlicht, Zembla, of Nieuwsuur, maar ook toegang tot de documentaires van de BBC en die van de Duitse, Franse of Amerikaanse collega's.

- Om snel in te kunnen spelen op komende veranderingen, om de innovatie in alle poriën aan te jagen wordt de centrale sturing van de NPO versterkt. De sturing wordt zodanig versterkt dat de *makers centraal* komen te staan. NPO wordt een *creatieve mediaorganisatie* in plaats van een bestuursorganisatie. De NPO stelt daarvoor *hoofdredacteurs* aan naar genres of naar doelgroepen. Bijvoorbeeld een hoofdredacteur voor Jeugd, voor levensbeschouwing, voor ouderen, voor drama of informatie.

De hoofdredacteurs worden verantwoordelijk voor het *geheel* van de programmering. Zij werken op basis van een *contract met de samenleving*, dat de publieke omroep opstelt. Hij doet dat na consultatie van publiek, experts en makers over de prioriteiten van de publieke omroep. Er komt zo een sterkere sturing op het onderscheidend karakter van de omroep. De hoofdredacteurs gaan in overleg met de makers over de programma's en over de plaatsing. Zij maken niet zelf, maar ze laten maken.

In het rapport leggen we in grote lijnen uit hoe dat kan werken. Maar het vaststellen van de taken en bevoegdheden en de samenwerking met de netcoördinatoren en omroepverenigingen moet in overleg met betrokkenen door de Raad van Bestuur worden uitgewerkt.

- Omroepverenigingen en taakorganisaties *blijven het fundament van het bestel*, ze gaan meer samenwerken en onderling afstemmen wie het beste bij bepaalde thema's past. Ze kunnen thema's kiezen die bij hun identiteit passen. Het ledencriterium vervalt als harde eis.

Omroepverenigingen zijn de pilaren van ons bestel en kunnen dat blijven als ze zich aanpassen aan de nieuwe tijd. Verenigingen horen bij Nederland. Van fanfare tot toneelvereniging; het is onze manier om pluriformiteit en verbinding te organiseren.

Wij zien de omroepverenigingen *niet* als productiehuisen. In onze ogen bieden de verenigingen juist meer. Er is behoefte aan het ontmoeten van gelijkgestemden, aan uitwisselen van ideeën en meningen, aan gezamenlijk beleven, aan gedeelde verhalen; het gevoel ergens bij te horen. Het is niet meer alleen *voor* het publiek programmeren, maar ook *met*. Juist online komen nieuwe groepen bijeen. De omroepen kunnen dat bieden, op een vernieuwende manier. Niet per se via lidmaatschap, maar ook via allerlei andere vormen van participatie die met de digitalisering juist zo aantrekkelijk wordt. Omroepen maar ook de taakorganisaties kunnen veel meer samenwerken met culturele, sociale en maatschappelijke instellingen, de maatschappij betrekken bij hun programma's en hun publiek. *Communities* vormen.

Verenigingen worden in onze voorstellen daarom op nieuwe criteria beoordeeld. Op aantoonbare binding met het publiek, op onderscheidende bijdrage in de programmering, op onderlinge samenwerking en samenwerking met derden zoals maatschappelijke of culturele instellingen.

- Het bestel wordt *opengesteld* voor nieuwe aanbieders. Naast de omroepverenigingen leveren ook andere aanbieders programma's aan voor de publieke omroep, zodat alle creativiteit benut wordt.

Naast de pluriformiteit die de omroepverenigingen inbrengen, komt de mogelijkheid via de NPO nieuwe stijl programma's aan te bieden. De NPO heeft een zendvergunning nodig om deze programma's te kunnen plaatsen, die de hoofdredacteurs bij anderen dan omroepverenigingen en taakorganisaties bestellen.

Het programmaversterkingsbudget dat volgens de mediawet 50% is van het budget voor de omroepverenigingen kan door de NPO besteed worden aan programma's van de omroepverenigingen én aan die van buitenproducenten, de leden van de OTP documentairemakers, zzp'ers, digitale vernieuwers. Voor alle duidelijkheid: dat wat intern niet geleverd wordt, kan extern besteld worden. Hierdoor ontstaat een optimaal pluriform bestel waarin alle creativiteit van binnen en buiten kan worden aangeboord. Een bestel dat snel kan inspelen op veranderingen in de mediawereld en de maatschappij.

- In de regio komt ruimte voor publiek-private samenwerkingsverbanden om de journalistiek in de regio een nieuwe impuls te geven.

De regionale journalistiek heeft het moeilijk. Wij zijn daar allen al jaren van doordrongen, maar we doen er weinig aan. Er is nog een redelijk fijnmazige infrastructuur vanwege de aanwezigheid van regionale dagbladen in de regio. Door bundeling van de journalistieke krachten van krant en omroep in de regio is het mogelijk een informatievoorziening in stand te houden. Er zijn diverse modellen van samenwerking denkbaar. In het rapport wordt nader ingegaan op een coöperatiemodel waarbij krant en omroep een journalistieke basisvoorziening maken. Deze kan benut worden door de verschillende media. Ook andere journalistieke initiatieven kunnen diensten afnemen van de basisvoorziening, zoals bloggers bijvoorbeeld. We staan nadrukkelijk een horizontale samenwerking in de regio voor van de daar aanwezige media in combinatie met culturele en maatschappelijke instellingen.

Geachte staatssecretaris, u heeft deze zomer een brief met 6 kantjes vragen aan de Raad voor Cultuur – en daarmee aan ons voorgelegd. Eigenlijk wilde u de hele geschiedenis van de publieke omroep en alle benodigde veranderingen in 1 rapport hebben samengevat.

Staatssecretaris, dit was zelfs voor deze commissie wat te veel gevraagd. We hebben gezwoged, vergaderd, gediscussieerd en nog meer gediscussieerd. De belangrijkste conclusie is dat U zo spoedig mogelijk aan de slag moet met een paar grote hervormingen van het publieke omroep bestel. Om het te behouden voor de toekomst. Stop dit advies niet in een la, laat het niet liggen. Schakel deskundigen in om mediawet en omroeporganisatie echt te veranderen. Het is urgent. De publieke omroep moet zich in rap tempo aanpassen om bij de tijd te blijven. Laat u niet hinderen door alle vragen die een nieuwe mediawet oproept. De aanpassing van het bestel moet onze belangrijkste opgaaf zijn.

Ik dank u, staatssecretaris, voor de vragen die tot onze verbeelding hebben gesproken. Ik dank de Raad voor Cultuur voor het vertrouwen in onze commissie. Het getuigt van moed dat de Raad deze commissie in volle vrijheid tot dit advies heeft laten komen. Ik dank mijn leden van de commissie voor de geweldige betrokkenheid en inspiratie. Voor de focusgroepleden en alle anderen die we gesproken hebben in de aanloop van dit advies hoop ik dat zij onderdelen van hun ideeën kunnen terugvinden in ons advies. Wij hebben er veel aan gehad. Ook hen dank ik hierbij.