



# **PLAN PUBLIEKE OMROEP**

## **Verankering**

De visie van de SP op de toekomst  
van de publieke omroep

Fenna Vergeer-Mudde

Vincent van der Lem

PLAN **PUBLIEKE** OMROEP

# Verankering

De visie van de SP op de toekomst van de publieke omroep

**Fenna Vergeer - Mudde**

Tweede-Kamerlid SP

**Vincent van der Lem**

medewerker Tweede-Kamerfractie SP

Oktober 2005

Tweede-Kamerfractie van de SP

Postbus 20018

2500 EA 's-Gravenhage

**T** (070) 318 38 32

**E** kamer@sp.nl

# Inhoud

<b>Samenvatting .....</b>	<b>4</b>
<b>1. De Publieke Omroep onder druk – het afhaken van kijkers .....</b>	<b>6</b>
<i>Toenemende concurrentie van commerciële zenders.....</i>	<i>6</i>
<i>Kijkcijferfetisjisme van de regering .....</i>	<i>7</i>
<i>Subsidieluigheid van omroepverenigingen .....</i>	<i>7</i>
<i>Bestuurlijk dilemma: eigen profilering versus samenwerking en netprofiel .....</i>	<i>9</i>
<b>2. Plan Publieke Omroep - Verankering .....</b>	<b>10</b>
<i>Wat behoort de Publieke Omroep te zijn? .....</i>	<i>10</i>
<i>Inhoud van een brede Publieke Omroep.....</i>	<i>11</i>
<i>Scheiding interne en externe pluriformiteit .....</i>	<i>13</i>
<i>Legitimering van de Publieke Omroep: criteria voor kwaliteit.....</i>	<i>13</i>
<i>‘Promotie en degradatiesysteem’ voor omroepverenigingen.....</i>	<i>14</i>
<i>Brede programmering en behoud van kwaliteit .....</i>	<i>15</i>
<i>Publieke Omroep 100% publiek .....</i>	<i>16</i>
<i>Visie op de radio .....</i>	<i>17</i>
<i>Een wijzigend medialandschap: kansen en bedreigingen .....</i>	<i>18</i>
<i>Conclusie.....</i>	<i>19</i>

*“Is de Publieke Omroep breed, van en voor iedereen, overal en altijd?  
Of is de Publieke Omroep smal, een magere aanvulling op wat  
commerciële omroepen doen: een mengeling van NOS, NPS-  
programma’s en een vergruisde pluriformiteit van naar de rand  
verdreven omroepverenigingen? Die vraag moet nu toch echt  
beantwoord worden, met alle consequenties van dien. Politiek, u moet  
kiezen. Politiek is kiezen.”*

Harm Bruins Slot, voorzitter Raad van Bestuur Publieke Omroep

## Samenvatting

Met het plan 'De verankering' presenteert de SP haar visie op de toekomst van de Publieke Omroep. Het plan kwam tot stand na gesprekken met programmamakers van radio en tv, kijkers en luisteraars en vele andere betrokkenen.

De Publieke Omroep verdient bescherming. De maatschappelijke inbedding via omroepverenigingen en de omroepoverstijgende programmering van de NOS en de NPS mag niet verloren gaan. De huidige voorstellen van het kabinet zijn naar onze opvatting een sterfhuisconstructie voor de Publieke Omroep. De SP presenteert verbetervoorstellen voor een versterkt publiek omroepbestel. In dit plan krijgen de NOS en de NPS samen één net, de omroepverenigingen vullen twee netten. Amusement blijft bestaan en samenwerking wordt gestimuleerd. Voor omroepverenigingen wordt een 'promotie-degradatie systeem' ingevoerd, op grond van bereik en waardering. Ledental bepaalt slechts een deel van de zendtijd. Niet alleen de programma's van de ledenomroepen, maar ook die van de NOS en de NPS worden extern beoordeeld.

De Publieke Omroep verdient op een aantal punten kritiek om wat ze doet en vooral nalaat - maar ze verdient ook bescherming om wat ze kan en hoort te zijn. Tegenover de voorstellen van het kabinet plaatst de SP een plan dat de kwaliteiten van de Publieke Omroep versterkt, maar tegelijk de subsidieluidheid van de omroepverenigingen aanpakt en de bestuurlijke kluwen in omroepeland ontrafelt. De SP geeft de Publieke Omroep de kans om zowel de interne als de externe pluriformiteit<sup>1</sup> gescheiden te ontwikkelen, zonder het risico te lopen van onherstelbare schade.

De Publieke Omroep behoort een afspiegeling te zijn van de samenleving. Dat is niet meer het geval. Daarom moeten omroepverenigingen gedemocratiseerd worden. Het ledental als enige criterium voor legitimering, zoals de regering voorstelt, is niet meer van deze tijd. Ook de kijkers zouden invloed moeten hebben. De SP kiest voor een 'promotie-degradatie systeem': transparante criteria, zoals doelgroepbereik en waarderingcijfers, worden in een netcharter vastgelegd en zijn de maatstaf voor programma's. Onder de maat presteren heeft gevolgen voor zendtijd en budget.

---

<sup>1</sup> Met interne pluriformiteit bedoelen we dat één organisatie de verantwoordelijkheid draagt om programma's te maken die de gehele samenleving representeren. Externe pluriformiteit wordt bereikt doordat verschillende omroeporganisaties de diversiteit in de samenleving representeren.

Dit 'promotie-degradatie systeem' stimuleert de bestaande omroepen en biedt tevens ruimte aan nieuwe omroepverenigingen.

De omroepverenigingen kunnen op de twee netten beschikken over zelfbestuur, onder de genoemde resultaatverplichting van het netcharter. De omroepverenigingen stellen netredacties samen en benoemen de hoofdredacteur. Deze bewaakt de uitvoering van het netcharter. Omroepoverstijgende kunst- en cultuurprogramma's, evenals onafhankelijke nieuwsvoorziening, worden met voldoende budget gewaarborgd op het net van NOS/NPS. De programma's van dit net zonder leden worden beoordeeld op doelgroepbereik, waarderingcijfers en tevens door klankbordgroepen.

De Nederlandse Publieke Omroep is één van de goedkoopste omroepen van Europa. Geleidelijk moet de Publieke Omroep reclamevrij worden, te beginnen bij het jeugdblok. Zolang de omroep nog niet reclamevrij is, worden teruglopende sterinkomsten gecompenseerd. Niet kijkcijfers en reclame-inkomsten, maar doelgroepbereik en kwaliteit zijn hierbij maatgevend. De regering legt de omroep geen beperkingen op: amusementsprogramma's mogen blijven. Het blijft eveneens mogelijk om tientjeslid (vijf euro) van een omroep te worden. Omroepverenigingen zijn geen doorgeefluik van subsidies en dienen daarom zelf programma's te maken. De verplichte uitbesteding aan buitenproducenten vervalt. De Publieke Omroep produceert geen commerciële programma's.

De SP wil een Publieke Omroep die voor honderd procent publiek is, waar niet concurrentie maar samenwerking centraal staat en waarin eigentijdse omroepverenigingen zendtijd krijgen op basis van ledental, bereik en waardering. Kunst en cultuur worden gewaarborgd, amusement blijft een publieke taak en de budgetten worden niet gekort. Met het Plan Publieke Omroep willen we niet de overheid en de omroepbonzen, maar de makers en het publiek de belangrijkste stem geven in de Publieke Omroep. De Publieke Omroep behoort stevig maatschappelijk verankerd te zijn.

## 1. De Publieke Omroep onder druk – het afhaken van kijkers

De afgelopen tien jaar is het publieke en politieke debat over de kwaliteit, de vorm en de legitimering van de Publieke Omroep toegenomen. De concurrentie met de commerciële zenders is enorm gegroeid. Het bereik van de Publieke Omroep neemt af. De toename van het beschikbare aantal distributiekkanalen (o.a. via internet) leidt tot nieuwe speculaties over de toekomst van de Publieke Omroep. Groepen als jongeren, allochtonen en lager opgeleiden worden onvoldoende bereikt. De discussie over de omroep leidde in eerste instantie tot de concessiewet, maar is opnieuw opgelaaaid na het negatieve oordeel van de Visitatiecommissie, in het rapport ‘Het geheel is minder dan de som der delen’.<sup>2</sup>

De Publieke Omroep worstelt met haar legitimering, inhoudelijke taakinvulling en bestuurlijke vorm. Een toekomstplan voor de Publieke Omroep moet in elk geval oplossingen aandragen voor de huidige problemen. Daarnaast moet het eventuele toekomstige problemen signaleren en ook daarvoor oplossingen bieden. Het moet tevens een organisatie beschrijven die in verschillende toekomstscenario's in staat is een helder geformuleerde publieke taak uit te voeren. Het motto ‘van iedereen, voor iedereen’ verplicht de Publieke Omroep zowel om bottom-up te werken en de kijkers te betrekken bij de beoordeling van de programma's, als om een eigentijdse maatschappelijke afspiegeling te zijn en ook die groepen te bereiken die nu afhaken.

### ***Toenemende concurrentie van commerciële zenders***

Het kijktijdaandeel van de Publieke Omroep loopt terug. Eén van de belangrijkste oorzaken hiervan is het toegenomen aantal commerciële zenders. De Nederlandse Publieke Omroep heeft te maken met de sterkste commerciële concurrentie van Europa. Het aanbod van zenders is overweldigend.

Die concurrentie is een feit en enige terugloop in het publieksbereik van de Publieke Omroep is dan ook geen reden tot paniek. De tendens is echter dat vooral jongeren, allochtonen en lager opgeleiden afhaken. Dat gegeven is voor de SP een reden tot grote bezorgdheid. Wanneer je uitgaat van het idee dat de Publieke Omroep ‘van iedereen, voor iedereen’ is, dan is het een probleem wanneer grote groepen afhaken.

Met het oog op de legitimering van de publieke uitgaven moet dat tij worden gekeerd. Te meer omdat het afhaken van deze groepen negatieve effecten kan hebben

---

<sup>2</sup> Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep, ‘Omzien naar de omroep’. Pag. 111

op de sociale cohesie. Wanneer een groot deel van de bevolking zich enkel en alleen laat informeren door commerciële zenders ontstaat een éézijdige, door commercie gestuurde blik op de samenleving. De Publieke Omroep moet zijn marktaandeel ten opzichte van de commerciële zenders waarmaken door onderscheidend te zijn. Bij de commerciële zenders wordt het oordeel over programma's uitsluitend geveld door kijkcijfers, die de hoogte van de advertentie-inkomsten bepalen. Bij de Publieke Omroep spelen ook kwaliteit en inhoud een rol.

### ***Kijkcijferfetisjisme van de regering***

*“In de huidige praktijk van de Publieke Omroep zijn kijkcijfers weliswaar makkelijk te meten, maar is het maar zeer de vraag of het halen van hoge kijkcijfers niet ten koste gaat van bijvoorbeeld pluriformiteit of kwaliteit.”*

Centraal Plan Bureau.<sup>3</sup>

De afgelopen jaren heeft de regering de Publieke Omroep te eenzijdig afgerekend op het behalen van kijkcijfers. Dat heeft ertoe geleid dat de Publieke Omroep zich te veel heeft gericht op de concurrentie met commerciële zenders, met als gevolg dat de programma's niet altijd onderscheidend genoeg waren. De Publieke Omroep zou van zijn eigen kracht moeten uitgaan. Hiermee pleit de SP niet voor een elitaire en beperkte Publieke Omroep, maar wel voor ruimte voor vernieuwing en meer vrijheid voor programmamakers. De toegenomen concurrentie en het veranderende kijkgedrag leiden ertoe dat de doelstelling van de Publieke Omroep moet worden bijgesteld. De Publieke Omroep moet zich niet richten op een zo groot mogelijk kijkcijfertaandeel. Zij moet met een brede programmering in staat zijn uiteenlopende doelgroepen te bedienen en een bijdrage te leveren aan de sociale cohesie.

### ***Subsidie-luigheid van omroepverenigingen***

*“Zelf laten de omroepen het al jaren lopen: ze sturen Pino met handtekeningen naar Den Haag, maar dat moet ons niet verhinderen de boter op de Hilversumse hoofden te zien.”*

Wim van de Donk, voorzitter WRR.

---

<sup>3</sup> Centraal Plan Bureau. 'Onderweg naar morgen. Een economische analyse van het digitaliserende medialandschap', januari 2005. [www.cpb.nl/nl/pub/document/78](http://www.cpb.nl/nl/pub/document/78).



De Publieke Omroep behoort een afspiegeling van de samenleving te zijn. Omroepverenigingen met betrokken leden zijn hiervoor een goede garantie. Beter in ieder geval dan een staatscommissie die het omroepbeleid grotendeels in handen krijgt, zoals de toekomstige Raad van Bestuur in het kabinetsplan. Deze Raad van Bestuur bepaalt met ondoorzichtige criteria binnenskamers de verdeling van middelen voor kunst en cultuur.

De huidige ledenomroepen zijn echter te weinig een afspiegeling van de samenleving. Doordat het systeem van toetreding (om van uittreding maar te zwijgen) in de achterliggende periode niet heeft gewerkt, is er sprake van verkokering, subsidieluidheid en is er te weinig bestuurlijke motivatie om kwalitatief hoogwaardige of onderscheidende programma's te maken. Er is nauwelijks een prikkel om als omroep bijzondere prestaties te leveren. Daar moeten we van af, maar niet door ledenomroepen te laten concurreren met commerciële productiehuizen. Ook een staatscommissie en centrale aansturing zijn allerminst een remedie.

Veel beter is het om een 'promotie- en degradatiesysteem' te ontwikkelen dat de omroepen afrekent op beoordelingscriteria die samenwerking en kwaliteit belonen. Niet alleen het aantal leden of programmabladen dat wordt verkocht is bepalend, maar vooral wat men realiseert in termen van bereik en waardering, van de feitelijke bijdrage die men levert aan de publieke functie van een door de belastingbetaler gefinancierde omroep. De WRR spreekt in dit verband van een 'mandje van criteria', zoals kijkaandeel, bereik, waardering, deelname aan internetcommunities en mission-gerelateerde criteria.<sup>4</sup> Dit zijn criteria die ook bij de Belgische VRT gehanteerd worden en die in toenemende mate bij de BBC, vanwege de centrale aansturing, als een gemis worden ervaren.<sup>5</sup> Omroepverenigingen moeten democratiseren. Dit kan door bij de beoordeling van zendtijd en budget niet alleen het smalle criterium van ledenaantallen toe te passen, maar ook publieksbrede criteria te betrekken.

---

<sup>4</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 'Focus op functies: uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid', pag. 170, pag. 179.

<sup>5</sup> Idem, pag. 18, pag. 177.

## **Bestuurlijk dilemma: eigen profilering versus samenwerking en netprofiel**

“Vrijwel alle omroepen ervaren een spanning tussen de wens en de opdracht om hun eigen identiteit te articuleren in hun programma’s en de eisen die samenwerking binnen het verband van het publieke bestel van hen vraagt.”

Visitatiecommissie Rinnooy Kan.<sup>6</sup>

Ook vanuit de omroep zélf is er veel kritiek op het functioneren van de Publieke Omroep. Omroepmedewerkers en programmamakers klagen over de bureaucratie en de vele schakels waarlangs een idee moet gaan om werkelijk een programma te worden. De *organisatorische structuur* van de Publieke Omroep staat een succesvolle uitvoering van taken in de weg en moet daarom worden gewijzigd.

Het voornaamste probleem in de organisatie is de spanning tussen de tegengestelde belangen van de afzonderlijke omroepverenigingen en de Publieke Omroep als geheel. Enerzijds is er het streven van omroepen om zichzelf ten opzichte van elkaar te willen profileren en zo leden te winnen. Anderzijds is er het streven van de Raad van Bestuur om - in het belang van een breed en groot bereik van de omroep als geheel - concurrentie te beperken via horizontale programmering en netprofilering. Horizontale profilering, netprofilering en identiteitsprofilering zijn botsende criteria die een helder omroepprofiel in de weg staan.

De tegenstrijdige doelstellingen, in combinatie met ‘evenredige’ machtsverhoudingen tussen de Publieke Omroep en de omroepverenigingen, hebben geleid tot een grote overhead en een onwerkbaar poldermodel. Deze bureaucratische verweving veroorzaakt problemen bij het samenstellen van het programmaschema. Professionele programmamakers komen hierbij onvoldoende tot hun recht. Om die reden dient een duidelijke keuze gemaakt te worden tussen ófwel zelforganisatie van samenwerkende omroepverenigingen, ófwel één centrale regie door de Raad van Bestuur.

---

<sup>6</sup> Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep, ‘Omzien naar de omroep’.

## 2. Plan Publieke Omroep - Verankering

### ***Wat behoort de Publieke Omroep te zijn?***

*“Is de Publieke Omroep breed, van en voor iedereen, overal en altijd? Of is de Publieke Omroep smal, een magere aanvulling op wat commerciële omroepen doen: een mengeling van NOS, NPS-programma’s en een vergruisde pluriformiteit van naar de rand verdreven omroepverenigingen? Die vraag moet nu toch echt beantwoord worden, met alle consequenties van dien. Politiek, u moet kiezen. Politiek is kiezen.”*

Harm Bruins Slot, voorzitter Raad van Bestuur Publieke Omroep.

Een goed functionerende Publieke Omroep is vitaal voor een democratische samenleving. Met omroepen die alle burgers bereiken; met programma’s waar mensen plezier aan beleven en waardoor kijkers en luisteraars nieuwe ideeën kunnen opdoen. Waarover thuis en op het werk wordt gesproken. De Publieke Omroep moet de samenleving voorzien van onafhankelijke informatie. Zij dient een broedplaats te zijn van maatschappelijke en culturele opvattingen en stromingen. De Publieke Omroep moet bovendien een afspiegeling zijn van onze pluriforme maatschappij, die constant in beweging is.

Het bevorderen van *sociale cohesie* is een kerntaak van de Publieke Omroep. De visitatiecommissie spreekt in dit verband van: ‘het zorgdragen voor cohesie in de samenleving’.<sup>7</sup> De Publieke Omroep draagt bij aan integratie en inburgering van migranten en emancipatie en participatie van burgers. Zij moet onafhankelijke informatie bieden en een ontmoetingsplaats zijn voor maatschappelijke stromingen.

De programma’s die gericht zijn op allochtone doelgroepen, zoals de NPS die programmeert<sup>8</sup>, komen voort uit de wettelijke taak van deze omroep. De NPS heeft deze taak gekregen omdat de ledenomroepen op dit punt tekortschoten. Ook omroepverenigingen zullen expliciet een bijdrage moeten leveren aan de sociale cohesie. Dat wordt bevorderd door omroepen op meer dan alleen ledenaantallen af te rekenen en hun programmatische vrijheid te waarborgen. Deze moet niet worden beperkt tot opinie en debat, zoals het kabinet wil. De politiek laat de omroepen vrij in de keuze van vorm en inhoud, maar stelt eisen aan doelgroepbereik en waardering.

---

<sup>7</sup> Visitatiecommissie Landelijke Publieke Omroep, ‘Omzien naar de omroep’, pag. 41.

<sup>8</sup> Bijvoorbeeld: ‘Raymann is laat’ of ‘Premtime’.

### ***Inhoud van een brede Publieke Omroep***

De SP kiest voor een brede taakopvatting van de Publieke Omroep, waarin de licentiehouders alle vrijheid hebben om te kiezen uit genres, vormen en distributiekkanalen. TV, radio en internet worden ten volle benut, terwijl voorlopig de analoge tv zenders nog een centrale rol zullen vervullen. De Publieke Omroep draagt zorg voor de invulling van de volgende functies:

#### **Informatieve functie**

De onafhankelijke informerende functie is wellicht de meest essentiële functie van de Publieke Omroep. Uit een opiniepeiling in 2005 bleek dat 30% van de ondervraagden televisie als het meest betrouwbare medium ziet. TV bleef daarin de kranten en radio voor.<sup>9</sup> In een goed functionerende democratie is een ‘onafhankelijk’ geïnformeerde burger een eerste vereiste. Deze constatering lijkt vanzelfsprekend, maar een blik op het aanbod van tv zenders in de Verenigde Staten leert dat de concurrentie tussen commerciële zenders kan leiden tot een gerichtheid op hypes, met weinig diepgang en met een verregaande beïnvloeding door overheid en bedrijfsleven. Dit is een onaantrekkelijk perspectief.

Het NOS/NPS-net bedient met journaal en sport een breed publiek. Tevens is er plaats voor kostbare informatieve producties die de middelen van de ledenomroepen te boven gaan. Er is ook ruimte voor programma’s met een kleiner doelgroepbereik, zoals documentaires en educatieve programma’s. De omroepverenigingen worden niet - zoals het kabinet wil - beperkt tot het programmeren van opinie en debat, maar zij bieden ook informatie. Samenwerking wordt beloond.

#### **Cultuur**

Niet onderhevig aan de eisen van de commercie kan de Publieke Omroep aandacht besteden aan innovatieve kunst en cultuur. Daarmee zal vaak een klein publiek worden bereikt, maar bij een succesvolle ‘vertaling’ ook een breder publiek. Die brugfunctie naar een breder publiek is essentieel. De omroep kan de aandacht vestigen op specifieke Nederlandse uitingen van kunst en cultuur en kan als een motor dienen voor het Nederlands cultureel bestel. De Publieke Omroep is ook belangrijk als opdrachtgever voor het maken van artistieke films en documentaires en kan de filmwereld ondersteunen. Maar ook populaire cultuur, zoals popmuziek, is deels afhankelijk van de Publieke Omroep. Het is van groot belang dat de Publieke Omroep meer aandacht en airplay besteedt aan de Nederlandse popmuziek.

---

<sup>9</sup> [www.peil.nl](http://www.peil.nl).

Cultuur mag niet afhankelijk worden van reclameopbrengsten en hoge kijkcijfers. Doordat het NOS/NPS-net met journaal en sport een breed publiek bereikt, is een sandwichformule mogelijk voor programma's met een kleiner bereik. Nederlandse film en tv-drama, kijkhuisfilms, theater en concerten kunnen op dit net ook op populaire tijden worden uitgezonden. De omroepverenigingen behouden alle ruimte om programma's op het gebied van cultuur te maken. Door samenwerking tussen omroepverenigingen worden ook duurdere producties, zoals documentaires, rapportages, Nederlands drama en film betaalbaar en aantrekkelijk.

### **Opinie en debat**

De Publieke Omroep is bij uitstek de plaats waar opinie en debat alle ruimte krijgen. In het voorstel van het kabinet, die de taak van omroepverenigingen beperkt tot de opiniërende functie, dreigt de Publieke Omroep echter dertig jaar te worden teruggezet, naar een tijd waarin omroepen vooral preekten voor eigen parochie. Omroepverenigingen moeten het maatschappelijke debat entameren, vanuit de eigen achtergrond en visie. Soms kan dat voor een selecte doelgroep zijn. Door de beoordelingscriteria 'bereik en waardering' wordt echter samenwerking bevorderd en kan een brede doelgroep worden bereikt. Door samenwerking kunnen omroepverenigingen ook makkelijker kostbare en breed bekeken programma's met maken achtergronden bij het nieuws.

### **Educatie**

Informatie vormt de kern van de educatieve functie. Doordat grote groepen mensen zich laten informeren door televisie heeft dit medium nu al een educatieve functie. De Publieke Omroep moet een breed geschakeerd aanbod ontwikkelen en aanbieden: van breed informierend tot specifieke educatie. Ook de behoefte aan inburgering biedt vele mogelijkheden voor de Publieke Omroep. De educatieve functie kan één van de onderscheidende aspecten vormen ten opzichte van de commerciële zenders. Naast internet kan ook televisie een functie hebben als 'archief' van educatief audiovisueel materiaal. Eén van de netten kan 's nachts herhalingen van educatieve programma's uitzenden, waardoor het mogelijk wordt om (eventueel met behulp van de videorecorder) educatieve programma's te verwerven.

### **Amusement**

De SP kiest voor een brede Publieke Omroep, inclusief verstrooiing en amusement. Het idee dat de Publieke Omroep enkel dient te programmeren wat de commerciële zenders laten liggen, is volgens ons een te beperkte taakopvatting. Ieder programma, ook ter verstrooiing of amusement, kan namelijk een specifiek 'publieke' invulling hebben. Sociale cohesie is bij uitstek een element dat een belangrijke rol speelt bij

amusementsprogramma's. De onderscheidende kwaliteit van amusementsprogramma's is ook gelegen in de onafhankelijkheid van commercie. Niet de reclameopbrengst, maar de waardering van het publiek telt. Kijkers hebben recht op amusement zonder onderbreking van reclameblokken.

### ***Scheiding interne en externe pluriformiteit<sup>10</sup>***

De SP kiest voor een scheiding tussen interne en externe pluriformiteit. De NOS en de NPS werken samen op één net en de omroepverenigingen delen twee eigen netten. Op één net fungeren de NOS en de NPS als werkmaatschappijen onder de Raad van Bestuur. De journaaluitzendingen kunnen ook op de twee overige netten worden uitgezonden. Op de andere twee netten beschikken de omroepverenigingen over zelfbestuur. Op die manier wordt de continue strijd tussen omroepvoorzitters en de Raad van Bestuur opgeheven. De omroepverenigingen worden gezamenlijk verantwoordelijk voor het net waarop zij uitzenden. De omroepverenigingen benoemen een gezamenlijke netredactie die verantwoordelijkheid draagt voor het programmaschema van het net. De Raad van Bestuur bepaalt het netcharter en netprofiel volgens de wettelijke taak, met instemmingsrecht van de betrokken omroepverenigingen. Deze stellen een hoofdredacteur aan die knopen doorhakt wanneer er onenigheid bestaat over besluiten met betrekking tot het programmaschema en de dagelijkse gang van zaken. Het zelfbestuur van de omroepverenigingen wordt gekoppeld aan een strenge resultaatverplichting.

Het Commissariaat voor de Media toetst in hoeverre op de drie netten wordt voldaan aan de wettelijke taak en het netprofiel. Door deze scheiding aan te brengen kiest de SP niet alleen voor een model dat een einde maakt aan de bureaucratie en de overlegstructuur, maar tevens voor een model dat een zuivere vergelijking mogelijk maakt tussen de voor- en nadelen van interne en externe pluriformiteit.

### ***Legitimering van de Publieke Omroep: criteria voor kwaliteit***

De legitimering van de Publieke Omroep is, zoals gezegd, een punt van zorg. Niet alleen haken bepaalde bevolkingsgroepen af, maar ook is het in een ontzuilende maatschappij onwenselijk het lidmaatschap als enige graadmeter voor draagvlak te hanteren. Naast de leden hecht de SP aan de waardering van de kijkers: de kwaliteit en het bereik van programma's. We moeten af van het kijkcijferfetisjisme. Waarderingscijfers, doelgroepbereikcijfers en een aantal andere criteria zijn voor ons

---

<sup>10</sup> Met interne pluriformiteit bedoelen we dat één organisatie de verantwoordelijkheid draagt om programma's te maken die de gehele samenleving representeren. Externe pluriformiteit wordt bereikt doordat verschillende omroeporganisaties de diversiteit in de samenleving representeren.

van groter belang. Omroepverenigingen moeten in staat zijn zowel smalle als bredere doelgroepen aan zich te binden. Het Commissariaat voor de Media kan als onafhankelijke organisatie dit onderzoek en deze toetsing uitvoeren. Het is echter niet aan de politiek om financiële drempels op te werpen om leden te werven. De zogenaamde ‘tientjesleden’ (vijf euro per jaar) blijven dan ook bestaan.

### ***‘Promotie en degradatiesysteem’ voor omroepverenigingen***

*“De toelatingsprocedure voor licentiehouders biedt geen enkele waarborg dat de uitkomst een weerspiegeling vormt van de Nederlandse bevolking. De weerspiegeling is een luchtspiegeling. Getoetst wordt immers alleen op de bereidheid van leden van omroepverenigingen om een aanzienlijk bedrag te betalen, al dan niet in ruil voor een dienst.”*

Harm Bruins Slot, Raad van Bestuur Publieke Omroep.

De legitimering door waarderings- en bereiksonderzoeken geven een helder beeld van de prestaties van de omroepverenigingen. Alle subsidies in Nederland zijn gekoppeld aan prestaties van de ontvangers. Het is hoog tijd dat zowel de ontwikkeling van het ledenaantal als het presteren qua bereik en waardering consequenties heeft. De SP kiest voor een ‘promotie en degradatiesysteem’, waarbij omroepverenigingen budget en zendtijd kunnen kwijtraken of verdienen. Het is een systeem dat ruimte biedt voor een programma-aanbod dat representatief is voor de samenleving. Programma’s die reflecteren wat de leden van de vereniging bindt en welke interactie er is met de samenleving. Ook andere criteria zoals de WRR die heeft aangedragen<sup>11</sup> spelen in die beoordeling een rol.

In het promotie- en degradatiesysteem zullen omroepen bij tekortschietend presteren een ‘herstelperiode’ krijgen, bijvoorbeeld een waarschuwing en een gele kaart. Langdurig slecht presteren heeft gevolgen voor het budget en de zendtijd. Goed presteren leidt tot meer zendtijd en budget. Omroepen die beneden een bepaald bereik en waardering zakken moeten ‘uittreden’. Een nieuwe omroep kan toetreden wanneer zijn missie zich richt op een substantiële doelgroep die niet door de bestaande omroepen bereikt wordt. Verder gelden de vigerende criteria van kwantiteit, kwaliteit en bedrijfsvoering. Een nieuwe omroep krijgt een proefperiode. Fusies worden aangemoedigd. Het Commissariaat voor de Media toetst en adviseert,

---

<sup>11</sup> Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, ‘Focus op functies’, pag. 179: ‘bijvoorbeeld het aantal leden, een kwaliteitsoordeel door visitatiecommissies, de registratie van het feitelijke bereik en waardering van hun bijdragen.’

de staatssecretaris beslist. De criteria zijn concreet en transparant en voor beroep vatbaar; de ledenbetrokkenheid zal er door toenemen. Dit systeem is democratischer en transparanter gelegitimeerd dan het centralistische model zoals de regering nu voor ogen heeft.

Omroepverenigingen krijgen een bijdrage uit de publieke middelen om televisieprogramma's te maken. De verplichte uitbesteding aan buitenproducenten wordt opgeheven en de omroepverenigingen gaan alle programma's in eigen beheer maken. Dat wat zij nu uitbesteden, moeten zij zelf kunnen maken. Er moet een einde komen aan de situatie dat omroepen een doorgeefluik zijn van subsidie, waarbij jonge werknemers bij buitenproducenten onder slechte arbeidsomstandigheden moeten werken.

### **Brede programmering en behoud van kwaliteit**

*“Als de publieke omroep van de overheid geen vermaak mag bieden, worden grote groepen van de samenleving genegeerd. (...) Dat zijn bovendien groepen die in andere beleidsdomeinen om aandacht vragen, bijvoorbeeld jongeren en allochtonen. Het is een publiek belang dat deze groepen de verhalen krijgen die ze verdienen, dat ze er kennis van kunnen nemen en op kunnen reageren.”*

Paul Rutten, secretaris Visitatiecommissie Publieke Omroep.<sup>12</sup>

De SP kiest voor een brede Publieke Omroep met speelruimte voor programmamakers en omroepverenigingen. Alle genres en vormen kunnen door programmamakers worden gebruikt om het publiek te voorzien van interessante en ontroerende televisie. Het is niet aan de politiek om daarin beperkingen op te leggen. Ook amusement hoort bij de Publieke Omroep. Legitimering van de Publieke Omroep staat, zoals eerder geconstateerd, in direct verband met een breed publieksbereik. Het directe verband tussen kijkcijfers en reclame-inkomsten moet echter verdwijnen. In een zich wijzigend medialandschap, met toenemende concurrentie en fragmentatie van het publiek, moet de relatie tussen hoge kijkcijfers en inkomsten worden losgekoppeld. De Publieke Omroep dient zich primair te richten op zijn taken, zonder rekening te moeten houden met commerciële overwegingen.

---

<sup>12</sup> Paul Rutten is lector Media- en entertainment management aan de Hogeschool Inholland, bijzonder hoogleraar culturele industrie aan de Erasmus Universiteit en onderzoeker bij TNO.



De Nederlandse Publieke Omroep is één van de goedkoopste van Europa. De SP kiest ervoor om in de toekomst dalende sterinkomsten te compenseren tot het huidige budget van de Publieke Omroep. De SP wil ook dat er geen reclame's rond het jeugdblok van de Publieke Omroep worden uitgezonden.<sup>13</sup> Het totale percentage reclame op de Publieke Omroep neemt niet verder toe en de inkomstenderving wordt gecompenseerd. De kwaliteit van de Publieke Omroep wordt niet afgemeten aan sterinkomsten, maar aan doelgroepbereikcijfers, waarderingcijfers en stijgende of dalende ledenaantallen voor omroepverenigingen en daarnaast door de feedback uit de klankbordgroepen voor de NOS/NPS.

### **Publieke Omroep 100% publiek**

*“Het commissariaat voorziet ernstige problemen met de scheiding tussen het commerciële deel van een omroep en het publieke deel. Je kunt die werelden niet scheiden binnen een organisatie.”*

Jan van Cuilenburg, voorzitter Commissariaat voor de Media.

De SP kiest voor een Publieke Omroep die geheel onafhankelijk van de commercie wordt gefinancierd. De negatieve effecten van de keuze van het kabinet voor een 'hybride systeem', waarbij omroepverenigingen ook commerciële programma's mogen maken, zijn talrijk. Zo moeten omroepen die zowel publiek als privaat opereren twee gescheiden administraties gaan voeren. Het Commissariaat voor de Media constateert dat zo'n systeem omroepen minder transparant maakt en controle bemoeilijkt.<sup>14</sup> Fraude en weglekken van publiek geld liggen in een dergelijk systeem op de loer. Omroepen krijgen er in het kabinetsplan financieel baat bij om de meest succesvolle programma's te verkopen aan commerciële zenders, wat een verzwakking van de programmering van de Publieke Omroep betekent. De herkenbaarheid door onderscheidende programmering loopt gevaar. Het imago van de Publieke Omroep als een onafhankelijke organisatie wordt daardoor geschaad.

---

<sup>13</sup> Motie Tweede Kamerlid Agnes Kant (SP): 'Reclamevrij jeugdblok'. Kamerstuknummer: 28600 089 VIII, 17-12-2002.

<sup>14</sup> Inbreng van het Commissariaat voor de Media ten behoeve van het rondetafelgesprek met de vaste Tweede-Kamercommissie voor cultuur op maandag 5 september 2005 inzake de Kabinetsvisie op de toekomst van de Publieke Omroep. <http://www.cvdm.nl/documents/rondetafel.pdf>

## **Visie op de radio**

*“Het verontrust ons dat de kabinetsplannen een succesvolle, en jarenlange gewenste, ontwikkeling in de richting van meer eenheid en samenwerking (met name bij Radio 1) lijken te doorbreken.”*  
Programmamakers Radio 1.<sup>15</sup>

Evenals de tv-netten van de Publieke Omroep staan de radiozenders onder druk. De marktaandeelen van de radiozenders van de Publieke Omroep nemen af. Zij hebben niet alleen te maken met toenemende commerciële concurrentie, maar hebben op het gebied van muziek ook te maken met luisteraars die steeds meer mogelijkheden hebben om zelf muziek te downloaden, mp3's te luisteren of cd's te draaien. Hoewel de marktaandeelen van de Publieke Omroep-zenders zijn gedaald, behoren Radio 1, Radio 2 en 3FM nog altijd tot de zenders met de hoogste marktaandeelen.<sup>16</sup>

Het luistergedrag van burgers is de afgelopen decennia ingrijpend veranderd. Meer dan ooit neemt het aandachtig radio luisteren af. Het luisteren naar de radio als 'nevenbezigheid' is echter toegenomen, waardoor het totale luisteren naar radiozenders nagenoeg gelijk is gebleven. Mensen luisteren nog veel naar de radio, maar vaker gecombineerd met andere bezigheden.<sup>17</sup> Met name jongeren en lager opgeleiden zijn minder radio gaan luisteren. Ook luisteren lager opgeleiden meer dan drie keer zoveel tijd naar commerciële als naar publieke zenders. Het geconstateerde 'afhaken' van bepaalde groepen blijkt niet alleen voor de tv, maar ook voor de radio te gelden.

Het feit dat radio luisteren vooral is geworden tot een nevenbezigheid leidt ertoe dat mensen minder vaak kiezen voor specifieke programma's, maar vooral kiezen voor zenders met een bepaald profiel, dat hen aanspreekt en waarvan zij weten dat de programmering en presentatie aansluit bij hun wensen. Deze kennis heeft ertoe geleid dat de publieke radiozenders al sterker geprofileerd zijn dan de tv zenders van de Publieke Omroep. Ook voor de radio kiest de SP voor geprofileerde netten, maar met een pluriforme invulling. Voor elke radiozender worden netredacties ingesteld, die vervolgens een hoofdredacteur aanstellen. Zij ontwikkelen en bewaken gezamenlijk het netprofiel.

---

<sup>15</sup> Inbreng programmamakers Radio 1 ten behoeve van Rondetafelgesprek Publieke Omroep, Tweede Kamer, 5 september 2005.

<sup>16</sup> Cijfers uit het 'Continu Luisteronderzoek' in opdracht van Stichting Pre, 2005.

<sup>17</sup> 'Achter de schermen; een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten' Sociaal en Cultureel Planbureau 2004.

Radio 1 blijft dé nieuws- en sportzender van Nederland. Er blijft uiteraard ook ruimte voor achtergronden bij het nieuws, verzorgd door de omroepverenigingen. Samenwerking wordt ook hier gestimuleerd. De criteria op basis waarvan omroepen worden afgerekend en het ‘promotie degradatie systeem’ zullen ook voor de radio leiden tot nieuw aanbod en een versterkte focus op bereik en waardering. Daarbij hoort ook hernieuwde aandacht voor die groepen die dreigen af te haken. Ook voor de radio komt er een vast budget voor kunst en cultuur. Een groot deel van dat budget wordt beheerd door de NPS, maar ook ledengebonden omroepen behouden alle ruimte om te werken in genres en vormen die zij zelf kiezen.

Radio 2 blijft de publiekszender met de meest brede doelstelling. Amusement hoort ook thuis op deze zender. Radio 4 blijft de zender die het kwetsbare klassieke en jazz repertoire beschermt en promoot. Deze zender heeft ook een taak om nieuwe groepen met deze muziekstijlen in contact te brengen.

3FM blijft de popzender van de Publieke Omroep. Het marktaandeel van 3FM is de afgelopen jaren flink gedaald, ondanks het feit dat deze zender heeft geprobeerd de concurrentie met commerciële zenders aan te gaan. 3FM moet de publieke taak om Nederlandse cultuur te promoten sterker oppakken en zou meer Nederlandse popmuziek ten gehore moeten brengen.<sup>18</sup>

### ***Een wijzigend medialandschap: kansen en bedreigingen***

In de nabije toekomst zal de schaarste aan netten verder afnemen. Digitalisering en het toenemende belang van internet lijken de belangrijkste technologische ontwikkelingen op dit moment. Het kijkgedrag van mensen verandert en daarmee verandert ook de rol van de Publieke Omroep. Mede vanwege het gefragmenteerde kijkgedrag van mensen kiest de SP ervoor dat de Publieke Omroep zijn legitimering deels ontleent aan het bereiken van doelgroepen. Interactieve televisie zal in de toekomst leiden tot tv on-demand, waarbij de kijker bepaalt waar en wanneer hij iets wil zien. Het is nog de vraag in hoeverre er technieken naast elkaar zullen blijven bestaan of dat uiteindelijk één multimediale machine in alle behoeften zal voorzien.

De gevolgen voor de Publieke Omroep van deze digitale ontwikkelingen zullen groot zijn. Het opheffen van de schaarste aan kanalen zal het verdeelmiddel van licenties overbodig maken. Maar de Publieke Omroep zal ook in de toekomst een belangrijke taak blijven vervullen. Juist in een multi-mediale en gefragmenteerde samenleving is

---

<sup>18</sup> Initiatiefnota van Tweede Kamerlid Arda Gerrens (SP): ‘Oorstrelend en Hartveroverend; kwaliteit en diversiteit in de Nederlandse Popmuziek’, september 2005.

een publiek gefinancierde omroep van essentieel belang, om de toegankelijkheid, pluriformiteit en onafhankelijkheid van programma's te bewaken. De Publieke Omroep zal het voornaamste informerende platform blijven, onafhankelijk van bedrijfs- en overheidsbelangen.

“57 channels and nothing's on”  
Bruce Springsteen<sup>19</sup>

Het is de taak van de Publieke Omroep om platforms te blijven creëren waar burgers een geselecteerd aanbod aan programma's weten te vinden. Deze plekken zullen herkenbaar moeten zijn voor burgers, zoals ook nu de netten door netprofilering herkenbaar behoren te zijn. Hoewel een blik in de toekomst altijd troebel is, maken de stappen die de SP neemt naar onze opvatting een transitie naar een dergelijk model beter mogelijk. Wij maken daarbij de volgende keuzes:

- Scheiding van interne en externe pluriformiteit. Deze scheiding zal ook met het oog op toekomstige uitdagingen aantonen wat de voor- en nadelen van beide systemen zijn.
- Het zelfbestuur voor omroepverenigingen en de toets van het Commissariaat van de Media op bereik en waardering geeft invloed aan programmamakers op de vormgeving en inhoud van het net en helderheid over de verantwoordelijkheid.
- Amusement zal in de toekomst van belang blijven om aantrekkelijke platforms te creëren voor kijkers die on-demand keuzes maken.
- Legitimering wordt gekoppeld aan de kwaliteit van en waardering voor programma's, een dergelijk model sluit aan bij een toekomst waarin kijkers met name kiezen voor programma's.
- Educatie zal een nog belangrijkere rol kunnen spelen in een on-demand media aanbod. Met voorstellen voor nachtprogrammering en meer aandacht voor educatie via internet spelen we daar op in.

### **Conclusie**

Het Plan Publieke Omroep geeft de richting aan waar de SP naartoe wil met de Publieke Omroep. Het biedt een oplossing voor de huidige bestuurlijke problemen, voor het legitimeringvraagstuk en het geeft ruimte aan programmamakers om een brede Publieke Omroep voor te bereiden op de toekomst. De scheiding tussen interne en externe pluriformiteit biedt een unieke mogelijkheid om de voor- en nadelen van beide modellen tegen elkaar af te wegen, maar zou ook een uniek toekomstig bestel

---

<sup>19</sup> Bruce Springsteen. 'Human Touch' 1992, '57 channels and nothings on'.

in zichzelf kunnen zijn. De SP kiest voor een non-commerciële, brede Publieke Omroep, met voldoende middelen om alle burgers te bereiken. Het 'promotie degradatiesysteem' leidt ertoe dat de Publieke Omroep een eigentijdse afspiegeling van onze samenleving wordt.

De sterfhuisconstructie voor de Publieke Omroep van het kabinet moet van tafel. Daar tegenover stellen wij een toekomstvisie die uitgaat van het vakmanschap en de creativiteit van programmamakers, zowel bij de NOS/NPS, als bij de ledenomroepen. Het is een stimulans om door samenwerking netten neer te zetten, waarin voor iedere Nederlander hoogwaardige programma's worden gemaakt door programmamakers die in maximale vrijheid kunnen werken. Op die manier wordt de Publieke Omroep, 'van iedereen en voor iedereen' stevig verankerd in de samenleving.

**SP**-eerste weg links

Tweede-Kamerfractie, Plein 2, Postbus 20018, 2500 EA 's-Gravenhage

**T** (070) 318 30 44 **F** (070) 318 38 03 **E** kamer@sp.nl **I** www.sp.nl

