**Rondetafelgesprek cie. Media inzake toekomst medialandschap / bijdrage Thomas Bruning NVJ 21 nov 2018**

**Hebben we een probleem als het gaat om een pluriform media-aanbod en kunt u een rol spelen?**

Het antwoord op deze vraag is tweemaal ja! De pluriformiteit van het media-aanbod staat onder druk. Aan een pluriform aanbod van meningen is in deze tijden geen gebrek. Iedereen vindt op social media een eenvoudige plek om zijn mening en zijn versie van de werkelijkheid te publiceren.

Maar het controleren van de overheid, onafhankelijke berichtgeving, gebaseerd op feitenonderzoek en hoor- en wederhoor is een geheel andere kwestie.

Dit is vakwerk, waarvoor onafhankelijke professionals nodig zijn en waar partijen als Facebook, Twitter en Google volstrekt niet in voorzien. Deze pluriformiteit, van het onafhankelijke media-aanbod, staat met name lokaal en regionaal stevig onder druk.

Redacties van regionale kranten en lokale weekbladen zijn de afgelopen 15 jaar gehalveerd, er is in meerdere ronden stevig bezuinigd op regionale en lokale omroepen en er is geen substituut online ontstaan, dat duurzaam volwaardig onafhankelijk nieuws weet te produceren.

Dit leidt ertoe dat in sommige steden en dorpen de onafhankelijke nieuwsvoorziening marginaal is. In een stad als Almere moeten 4 huis/aan/huis journalisten en een stadsredactie van omroep Flevoland de zevende (7e) stad van Nederland controleren. Meer is er niet, laat staan een pluriform aanbod.

Dit klinkt niet vrolijkstemmend en dat is het ook niet. Het goede nieuws: u kunt wat doen:

**Maatregelen**

Wij zien tenminste 5 effectieve maatregelen, waartoe u kunt besluiten:

-Een blijvend laag btw-tarief, dat zowel voor digitale als print-publicaties moet gelden. Let er op dat ook web-only redacties, zoals FTM en De Correspondent hiervan kunnen profiteren.

- Fiscale korting op redactionele loonkosten, zoals in Denemarken gangbaar, die specifiek de toegevoegde waarde van een pluriform journalistiek aanbod stimuleert. (Alle niet journalistieke activiteiten blijven buiten beschouwing, zodat gerichte steun wordt verleend)

- gerichte steun op kwetsbare onderdelen in de nieuwsvoorziening, zoals het fonds voor onderzoeksjournalistieke gelden, dat de minister beschikbaar heeft gesteld.

- een actief advertentiebestedingsbeleid vanuit de overheid, zodat overheidsinformatie via ingekochte (digitale) ruimte bij onafhankelijke (lokale) media bij de burger terecht komt.

(in samenspraak met provincies en gemeenten, juist om lokaal pluriformiteit te stimuleren.)

-Investeer in een goede basisvoorziening via de publieke omroep (op streek, regionaal en landelijk niveau) waarbij er volledige vrijheid is om vol in te zetten op digitale kanalen en waarbij de afhankelijkheid van advertentie-inkomsten wordt beperkt.

Gegeven de prangende situatie waarin met name het media-aanbod in veel dorpen, wijken, steden en regio’s verkeert, is het logisch om het accent bij voornoemde stimuleringsmaatregelen te leggen op media die lokaal of regionaal actief zijn.

Dat, tezamen met het aanpakken van de value-gap, die ervoor moet zorgen dat globaal opererende digitale distributeurs (Google, Facebook etc) ook een eerlijke bijdrage leveren aan de kosten voor het media-aanbod, kan in onze optiek zorgen voor een toekomstbestendig maken van een pluriform aanbod.

Kortom, geef de publieke omroep, op streek, regio en landelijk niveau de ruimte om te investeren in de stap naar een nieuw digitaal georiënteerd publiek. Zij is daarbij niet de concurrent van de private spelers, maar zorgt voor een gezonde basis en benchmark, waar commerciële partijen zich aan kunnen optrekken. En geef tegelijkertijd de private spelers waardering voor de publieke functie, die ze vervullen.

**Kernredacties en volwaardige positie voor de makers bij de publieke omroep**

Tenslotte wil ik onze zorgen met u delen met betrekking tot de positie van de makers bij de NPO.

Los van speelruimte en budget in het digitale domein zijn er ook wijzigingen nodig in de wijze waarop de NPO functioneert en de rol die makers daarbij kunnen spelen.

Om de journalistieke taak, die de publieke omroep vervult, waar te blijven maken, is het borgen van continuïteit en diversiteit vanuit de makers van groot belang. Het lot van journalistieke redacties mag niet in handen liggen van 3 programmamanagers vanuit de NPO, maar zou geborgd moeten worden in kernredacties per omroep.

Dat geeft de redacties de ruimte om te investeren in een toekomstbestendig aanbod op het daarbij best passende platform. De huidige systematiek zorgt enerzijds voor een zeer smal draagvlak (de programmering en budgettering is in handen bij drie NPO-managers) en zorgt anderzijds voor kapitaalvernietiging bij de onderliggende omroepen, die steeds gericht moeten zijn op de grillen en wensen vanuit de NPO.

Makers worden in dit spel door zowel omroepen als NPO niet betrokken en onvoldoende geïnformeerd. Ook moeten ze steeds van omroep naar omroep verhuizen, omdat de NPO wel verantwoordelijk is voor de budgetten, maar niet voor de arbeidscontracten. Dat moet anders.

Journalistieke programmering vraagt om een lange adem, waarbij kennis en ervaring van redacties optimaal worden ingezet.

In de huidige opzet trekken de programmamakers steeds aan het kortste eind. De NPO gaat over het geld, maar is niet verantwoordelijk voor de arbeidsrelatie met de makers. Daardoor wordt het potentieel en de diversiteit van de makers onvoldoende benut.

Gevolg: Programmamakers worden niet betrokken in de keuzes voor de toekomst en de NPO voelt zich niet verantwoordelijk voor de makers. En de omroepen wijzen naar de NPO, omdat die over een groot deel van het budget gaat. Daarmee vallen de makers tussen wal en schip en worden steeds via tijdelijke contracten van omroephuis naar producent geduwd. Dat doet de makers geen recht en komt het eindproduct niet ten goede. Bij de voorgenomen hervorming van het bestel vragen wij uw nadrukkelijke aandacht voor dit probleem.

Thomas Bruning, algemeen secretaris NVJ

[tbruning@nvj.nl](mailto:tbruning@nvj.nl) / 06-20495245