

NPO PERSPECTIEF

T.b.v. Rondetafelgesprek Toekomst Medialandschap, woensdag 21 november 2018

Nederlandse burgers moeten toegang hebben tot een gevarieerd, kwalitatief hoogstaand media-aanbod. Een aanbod met een rijkheid aan inhoud en kanalen, dat burgers in staat stelt tot meningsvorming en het maken van keuzes, tegemoet komt aan de behoeften aan informatie en ontspanning van alle bevolkingsgroepen en de beschikbaarheid van kunst- en cultuuruitingen waarborgt. Een aanbod dat moet bijdragen aan de sociale samenhang in de samenleving en de verankering van democratische waarden.

Doel van de overheid zou moeten zijn het behoud van een duaal systeem in de mediasector met enerzijds een brede, sterke publieke aanbieder die garant kan staan voor de continuïteit van een pluriform kwaliteitsaanbod met publieke waarde. En anderzijds een gezonde nationale media-industrie met commerciële aanbieders die hun ambities in kwalitatief hoogwaardig Nederlands product hebben liggen, maar ook gedreven zijn door het creëren van aandeelhouderswaarde. Beide partijen zouden elkaar scherp moeten houden zodat het publiek een kwalitatief zo hoogwaardig mogelijk Nederlands aanbod kan worden aangeboden.

De opmars van internationale partijen als Google en Facebook heeft echter – naast ontegenzeggelijke voordelen voor het publiek – ook duidelijk gemaakt dat belangen van burgers geschaad kunnen worden en dat nationale waarden, waarborgen en individuele belangen van kijkers en luisteraars ondermijnd kunnen worden. En door het wegstromen van reclamegelden die eerst nog in nationale mediaproducten werden gestoken, zijn Nederlandse media steeds minder in staat om met kwalitatief hoogstaande programma's het Nederlandse publiek in al haar diversiteit te bedienen.

Teneinde een gezonde nationale media-industrie in stand te houden zijn maatregelen en acties nodig. Die liggen enerzijds in gerichte ondersteuning door de overheid en anderzijds in samenwerking tussen marktpartijen waar die kan leiden tot versterking van ieder van de betrokken media-aanbieders. Voorbeeld van dat laatste is de samenwerking tussen publieke en commerciële omroepen in NLZiet, die wij de komende jaren zullen voortzetten. Bij alle vormen van samenwerking tussen publieke omroep en private partijen moet echter in acht worden genomen dat de doelstellingen van deze twee partijen verschillend zijn en dat er dus nooit sprake kan zijn van een 'level playing field', zoals sommigen dat wel bepleiten.

Het is ook een goede zaak dat minister Slob in het licht van de ontwikkelingen heeft aangekondigd een toekomstvisie te willen ontwikkelen voor de publieke omroep voor de langere termijn. Wij onderschrijven grotendeels de uitgangspunten die daarvoor in de Mediabegrotingsbrief worden genoemd, waarbij de concrete invulling ervan de komende maanden nog wel gestalte zal moeten krijgen.

Voor ons staat voorop dat de NPO een vrije en veilige publieke ruimte moet zijn van beelden en ideeën, voor iedereen. Een brede publieke omroep dus. En daar hoort ook een passend budget bij. Een podium voor verschillende identiteiten en gezichten, vanuit Nederlands perspectief. In een sterk bewegend medialandschap met veel platforms en heel veel commerciële en user generated content, moet voor gebruikers duidelijk zijn dat ze bij de NPO terecht kunnen voor onafhankelijke, pluriforme kwaliteitscontent. Hoofdzakelijk via ons eigen platform, maar onder voorwaarden ook in een eigen,

herkenbare omgeving op platforms van derden (NLZiet, Ziggo, KPN, YouTube, Facebook, Instagram). NPO moet daarbinnen herkend kunnen worden als sterk, kwalitatief contentmerk van alle Nederlanders.

De inrichting van het omroepbestel zou wat ons betreft het sluitstuk moeten zijn van de discussie, volgend uit de financiële en inhoudelijke kaders die de overheid aan de publieke omroep stelt.