

'Omroepbestel vernieuwen om voor alle Nederlanders te blijven'

18-01-2019 08:25



nederlandse
publieke
omroep

“We moeten stappen vooruit zetten en niet terug naar vroeger.”

Rijxman nam in haar toespraak een voorschot op drie cruciale stappen: erkennen dat het ledenaantal als fundament onder het bestel in de toekomst niet meer werkt, de financiële afhankelijkheid van reclame stapsgewijs afbouwen en inzetten op meer en betere samenwerking. “Wij zijn er voor heel Nederland, niet alleen voor Hilversum.”

Rijxman: “Wij voelen ons als raad van bestuur verantwoordelijk om ervoor te zorgen dat de publieke omroep van iedereen blijft. Daarvoor moet het bestel nog verder open en willen we intensiever samenwerken met producenten, maatschappelijke organisaties, commerciële partijen en het publiek. Als het ooit kan, is het nu!”

De oproep van Rijxman komt op een moment dat het bijzonder goed gaat met de publieke omroep. Er wordt massaal naar de NPO-zenders geluisterd en gekeken. Van de 25 best bekeken tv-programma's van het afgelopen jaar waren er 24 van de publieke omroep. Volgens Rijxman is het echter van groot belang dat het bestel snel verandert om ook in de toekomst voor alle Nederlanders het betrouwbaarste nieuws, de beste Nederlandse series en de informatiefste programma's te kunnen blijven bieden. “De snelle digitalisering vraagt om een nieuw bestel: open, slagvaardig, vindbaar en herkenbaar. Niet versnipperd, maar gebundeld, als één NPO.”

Ledenaantal

Volgens Rijxman moeten we de omroepen erkennen voor wat ze zijn: unieke en voortreffelijke programmamakers met een maatschappelijke binding. “Maar er zijn nog te veel geluiden in de samenleving die nu niet of onvoldoende gehoord worden. Daarbij moeten we onderkennen dat het ledenaantal in de

toekomst als fundament onder het bestel niet meer werkt. Geef de bestaande omroepen, en dus ook de aspirant-omroepen WNL, PowNed en Human, een erkenning, ongeacht het ledenaantal en verlos ze zo van de noodzaak om veel geld te steken in ledenwerfcampagnes."

Het Nederlandse publiek heeft volgens Rijxman recht op de beste content: "Waarbij niet de grootte van de omroep telt, of het aantal leden, maar het beste programma. De vraag die daarbij hoort is of de huidige financiële garanties die er nu voor omroepen zijn, ook tot de juiste balans in de programmering leidt."

Reclamegelden

Tenslotte zijn er volgens Rijxman belangrijke keuzes te maken rond de huidige financiële afhankelijkheid van reclamegelden: "Wat mij betreft gaan we in Hilversum en Den Haag kijken hoe we die financiële afhankelijkheid van reclame stapsgewijs kunnen afbouwen. Laten we eerst eens kijken of er compensatie kan komen voor reclamevrije kinderprogrammering en ga na of dit vervolgens ook op onze online platformen kan worden doorgevoerd. Als dit werkt en dit ook vanuit Den Haag blijvend kan worden gecompenseerd, kunnen we doorpakken."

Krachten bundelen, een betere representatie en meer zekerheid over een onafhankelijke financiering: met deze doelen gaat de NPO 2019 in. Rijxman: "Ik denk echt dat we er in Hilversum nu ook aan toe zijn om deze slag met elkaar te maken. Met één gezamenlijke missie: een sterke, toekomstbestendige publieke omroep voor heel Nederland." [Klik op de onderstaande button voor het persbericht met de nieuwjaarstoespraak van Shula Rijxman.](#)