

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 2425

Vragen van het lid **Verhoeven** (D66) aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *de plannen van de NPO* (ingezonden 10 april 2015).

Antwoord van Staatssecretaris **Dekker** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) (ontvangen 1 juni 2015).

Vraag 1

Wat is uw reactie op het bericht «Te veel oude kijkers? Tv-programma weg»?<sup>1</sup>

Antwoord 1

Ik heb kennis genomen van het bericht.

Vraag 2

Hoe beoordeelt u het voornemen van de NPO dat programma's «die niet lopen», sneller «van het scherm» moeten en dat succesvolle programma's «meer ruimte krijgen»?

Antwoord 2

Zie mijn antwoord op vraag 3.

Vraag 3

Hoe beoordeelt u deze nieuwe aanpak in het licht van uw eerdere uitspraken dat het bij de publieke omroep «niet alleen draait om kijkcijfers» en dat de publieke omroep «ook de ruimte moet krijgen mooie programma's te maken waar misschien iets minder mensen naar kijken»?<sup>2</sup>

Antwoord 3

De publieke omroep heeft als taak om herkenbaar aanbod te maken voor zowel een groot publiek als voor kleinere doelgroepen. Daarnaast vind ik het belangrijk dat de publieke omroep vernieuwend en innovatief is. De publieke omroep moet snel en flexibel kunnen reageren op kansen voor aansprekende, publieke programma's en diensten.

<sup>1</sup> NRC Handelsblad, woensdag 8 april.

<sup>2</sup> Uitspraken tijdens Wetgevingsoverleg Media, 24 november 2014, Tweede Kamer vergaderjaar 2014–2015, 34 000 VIII, nr. 76, pagina 55.

Het competitieve (internationale) medialandschap vraagt daarbij dat de publieke omroep scherpe programmatische keuzes maakt. Het resultaat van deze keuzes moet altijd een onderscheidende en publieke programmering voor alle lagen van de bevolking zijn. Dat kan betekenen dat programma's die hun beoogde doel niet bereiken verdwijnen om ruimte te bieden aan nieuwe programma's die een kans krijgen.

Bij het maken van die afweging draait het om veel meer dan kijkcijfers alleen. Succesvolle programma's die hun doel bereiken kunnen óók prachtige programma's zijn met publieke waarden en iets minder kijkers. Ik zie liever dat type programma's op de publieke omroep dan grote kijkcijferknallers zonder enige publieke waarden. Ook zie ik in de programmamix vernieuwende, innovatieve en gedurfde publieke programma's waarvan het succes bij de kijker nog ongewis is of eerst moet groeien. Ik verwacht tegelijkertijd ook van de publieke omroep dat ze vervolgens proberen om met die nieuwe programma's het publiek optimaal te bereiken.

Daarom vind ik ook de waardering van het publiek belangrijk. Dat is ook de reden dat ik de NPO heb gevraagd om in hun Concessiebeleidsplan 2016–2020 (hierna: CBP) naast kijkcijfers ook te kijken naar kwalitatieve verantwoording richting publiek en parlement.

#### Vraag 4

Hoe beoordeelt u de uitspraken van de directie van de NPO dat «amusement geen discussie is», en dat dit gewoon kan blijven, omdat het «slechts een vorm is»? Bent u bereid het gesprek hierover aan te gaan met de NPO aangezien dit haaks staat op uw beleidsvoornemen tot het aanscherpen van de taakopdracht en een meer onderscheidende publieke omroep?<sup>3</sup>

#### Antwoord 4

Ik schreef onder andere in mijn brief van 6 maart 2015 aan de NPO dat ik de publieke mediaopdracht van de publieke omroep aanscherp om tot een herkenbare publieke omroep te komen.<sup>4</sup> In deze aangescherpte opdracht dient het aanbod altijd gerelateerd zijn aan de publieke functies informatie, cultuur en educatie. De programma's van de publieke omroepen moeten dus informeren, bijdragen aan educatie en/of raken aan de culturele identiteit van de Nederlandse samenleving. Programma's met amusement als doel op zich zijn geen kerntaak voor de publieke omroep.

In het wetgevingsoverleg met uw Kamer stelde ik ook dat er geen taboe rust op het maken van amuserende programma's.<sup>5</sup> De NPO is vrij om amusement in te zetten als middel om de publieke functies informatie, cultuur of educatie te realiseren. Of om deze doelen onder de aandacht van het grote publiek te brengen. Zolang het aanbod maar aan publieke waarden voldoet en van hoge kwaliteit is.

In vervolg hierop heb ik in mijn brief van 6 maart 2015 de NPO gevraagd in zijn CBP een toetsingskader op te nemen voor de programmatische keuzes die worden gemaakt en daarover vanaf 2016 in de jaarlijkse Terugblik te rapporteren. Ik wacht nu eerst het CBP af.

#### Vraag 5

Hoe beoordeelt u het voornemen van de NPO dat er minder opinie- en debatprogramma's kunnen worden gemaakt, omdat er daar al «vijf of zes» van zijn? Bent u bereid ook hierover het gesprek aan te gaan met de NPO aangezien dit haaks staat op uw beleidsvoornemen tot het aanscherpen van de taakopdracht en een meer onderscheidende publieke omroep?

#### Antwoord 5

De publieke omroep gaat zelf over de programmering; hij is daar onafhankelijk in. In mijn toekomstvisie schrijf ik wel dat de publieke omroep onderscheidend moet zijn met zijn publieke media-aanbod. De NPO heeft een belangrijke rol in de realisatie hiervan. De NPO is immers in staat om de programmering zo in te vullen dat de verschillende publieksgroepen optimaal

<sup>3</sup> NRC Handelsblad, woensdag 8 april, «Nu gaat de kijker het merken».

<sup>4</sup> Kamerstuk 32 827, nr. 70.

<sup>5</sup> Kamerstuk 34 000 VIII, nr. 76

bereikt worden en platforms effectief ingezet worden om alle programma's adequaat bij het publiek te brengen.

Dat betekent wel dat de publieke omroep scherpe keuzes moet maken als het gaat om de programmering. En dat kan betekenen dat programma's die hun beoogde doel niet bereiken of geen aanvulling zijn op de programmering worden aangepast of geheel verdwijnen. Dat zijn moeilijke keuzes, zeker voor de betrokken producenten. Het zijn echter noodzakelijke keuzes die de publieke omroep in staat stellen meer ruimte bieden nieuwe talenten en innovatieve en gedurfde programma's een podium te bieden.

#### Vraag 6

Deelt u de opvatting dat deze nieuwe aanpak van de NPO zal leiden tot kijkcijferprogrammering en verdere commercialisering van de publieke omroep, hetgeen haaks staat op uw voornemen tot het aanscherpen van de taakopdracht en een meer onderscheidende publieke omroep?

#### Antwoord 6

Nee, zie mijn antwoord op vraag 3.

#### Vraag 7

Is deze nieuwe aanpak van de NPO waarbij de nadruk ligt op kijkcijfers een gevolg van het doel de eigen inkomsten van de publieke omroep te vergroten? Met andere woorden, wordt de inhoud van de programmering op deze manier niet ondergeschikt gemaakt aan het commerciële belang?

#### Antwoord 7

De publieke waarde van het programma moet voorop staan. Ik zie liever een prachtig publiek programma met iets minder kijkers dat aan die publieke waarde voldoet, dan een programma zonder enige publieke waarde maar met enorme kijkcijfers. Tegelijkertijd vind ik dat de publieke omroep wel moet proberen om zo veel mogelijk mensen te bereiken met de publieke programmering die zij bieden.

Ik vind het zorgen voor een onderscheidend aanbod en het vergroten van de eigen inkomsten geen tegenstrijdige opdrachten. In het plan van aanpak om de eigen inkomsten te verhogen, stellen de NPO en de Ster bijvoorbeeld het wettelijk maximaal aantal toegestane reclameminuten per uur beter benut kan worden door langere blokken televisie- en radioreclame uit te zenden.<sup>6</sup> Dergelijke maatregelen staan los van keuzes over de inhoud van de programmering.

#### Vraag 8

Kunt u toelichten hoe deze nieuwe aanpak van de NPO zich verhoudt tot uw beleidsvoornemen de pluriformiteit en creatieve competitie, die leidend zouden moeten zijn in de programmatische keuzes van de publieke omroep, te vergroten?

#### Antwoord 8

Zoals ik mijn antwoorden op vragen 3 en 7 al schreef, deel ik de opvatting niet dat deze nieuwe aanpak van de NPO zal leiden tot «kijkcijferprogrammering en verdere commercialisering van de publieke omroep».

Op dit moment zijn kwaliteit en creatieve competitie nog onvoldoende leidend in de programmatische keuzes van de omroep als geheel. Zo is de programmering nog te veel een compromis, waarbij individuele belangen van omroeporganisaties een optimale publieke programmering in de weg staan. Ook blijft veel creativiteit buiten het publieke bestel onbenut doordat externe partijen alleen toegang hebben via de omroeporganisaties. Om die reden stelde ik in mijn toekomstvisie voor het mediabestel te openen voor andere partijen dan de huidige omroeporganisaties.

Zoals ik al schreef in mijn antwoord op vraag vijf moet de publieke omroep scherpe keuzes blijven maken als het gaat om de programmering.

<sup>6</sup> Kamerstukken 32 827, nr. 65.

**Toelichting:**

Deze vragen dienen ter aanvulling op eerdere vragen terzake van het lid Krol (50PLUS), ingezonden 10 april 2015 (vraagnummer 2015Z06519).