

2018 NIEUWJAARSBORREL SPEECH SHULA RIJXMAN

Hartelijk welkom bij de Nederlandse Publieke Omroep. Hartelijk welkom in dit prachtige radiohuis. Mede namens Jaap en Martijn.

2017 was een buitengewoon goed jaar voor de publieke omroep.

Ons bereik is en blijft torenhoog. We zijn op tv onbetwist marktleider, onze radiozenders zitten in de lift. We hebben weer een geweldige programmering voor dit jaar. En dat vinden wij niet alleen zelf. Nederlanders gaven onze programma's een dikke acht voor hun publieke waarde en hun kwaliteit. Resultaten om trots op te zijn!

En weet U, ik zeg het in alle bescheidenheid: die mooie waardering van het publiek is volkomen terecht! We maken prachtige programma's die je niet wilt missen, waar je samen naar wilt kijken, waar je samen over wilt praten.

Van Maestro tot het EK vrouwenvoetbal met onze Oranje leeuwinnen. En alles daartussen.

En daar wil ik alle omroepen en alle makers hier een heel groot compliment voor geven.

VERNIEUWEN OM STERKE POSITIE TE BEHOUDEN

We doen er met de omroepen alles aan om het maximale uit ons pluriforme bestel te blijven halen. Om een Nederlands alternatief overeind te houden in een medialandschap dat steeds meer gedomineerd wordt door voornamelijk Amerikaanse mediareuzen. Door niet alleen onze programma's steeds beter te maken, maar ook de manier waarop we ze bij ons publiek brengen.

Daarom hebben we NPO Start gelanceerd. Het grootste Nederlandse on-demand platform met dagelijks een miljoen kijkers.

Ik weet dat er veel kritiek is geweest in Hilversum op de beslissing van de NPO om niet al onze content zomaar op Facebook en YouTube te zetten. Ik heb me daar altijd tegen verzet omdat we dan alle controle verliezen op de manier waarop die content gepresenteerd wordt. Omdat onze programma's en wijzelf daar minder makkelijk herkend worden. Omdat wij als platform en als afzender minder makkelijk vindbaar worden. En onszelf op termijn zo opheffen. Daar is geen logo in een hoekje van het scherm tegen opgewassen.

Laatst maakte Facebook bekend dat content van mediapartijen minder aandacht gaat krijgen en familieberichten juist meer. Dat kan morgen weer anders zijn en overmorgen nog weer anders. Maar het punt is en blijft: invloed hebben we daar niet op. Vaak merken we zelfs pas achteraf dat het algoritme is veranderd.

Dus voor mij bewijst het succes van NPO Start dat het niet alleen moet, maar dat het ook gewoon kan: een mooie eigen, Nederlandse etalage bouwen en daar mensen warm voor maken.

We zijn ook hard bezig opener te worden, creativiteit van buiten naar binnen te halen. Dankzij de nieuwe Mediawet kunnen producenten nu rechtstreeks bij ons pitchen. Dat doen we nu al bij TV. Wat mij betreft gaan we ook op de radio met externe partijen experimenteren.

MAAR....

Ik had me voorgenomen om het kort en gezellig te houden. Om uitsluitend optimisme uit te stralen over de toekomst van de publieke omroep. En ik had ook 50, nee, inmiddels 60 miljoen, goede redenen om niet over geld te beginnen.

BEZUINIGING IS BEWUSTE KEUZE POLITIEK

Ik wil jullie vragen om de bitterballen en de drank nog even te laten staan. Want wat ik u nu ga vertellen, raakt me diep in het hart.

Ik kan er niet omheen: na twee keer bezuinigen en vele ontslagen en fusies, is het vijf voor twaalf voor de publieke omroep. En dat is een bewuste politieke keuze.

Het kabinet stelt dat een sterke publieke omroep onmisbaar is voor een vitale democratie, maar handelt niet naar de eigen woorden.

Alle Nederlandse media hebben last van teruglopende advertentie inkomsten. Dat is zorgelijk. Want hoe diverser en sterker onze media, hoe sterker onze democratie.

Wij merken die ontwikkeling natuurlijk ook. Wij merken ook hoe de advertentie-inkomsten steeds meer naar Google en Facebook verschuiven.

Wij hebben in de komende jaren te maken met een verwachte daling van de STER inkomsten van een miljoen of 36.

Maar nu kiest het kabinet ervoor om dat bijna te verdubbelen naar ongeveer 60 miljoen.

Die korting is dus voor pak 'm beet de helft het gevolg van teruglopende STER-inkomsten, maar voor de andere helft is het een bewuste politieke keuze. Want de media-reserve – het spaarpotje van het ministerie - moet ook nog worden aangevuld, en of wij even willen aftikken.

Het is niet iets wat ons zomaar overkomt. Het is een bewuste keuze om extra te bezuinigen op de publieke omroep. Dat had ik – na het lezen van het regeerakkoord - van dit kabinet nooit verwacht.

Mijn collega's van de omroepen en ik zullen de komende tijd alles uit de kast halen om Den Haag ervan te overtuigen: Doe. Dit. Niet. Dit is niet wat we hebben afgesproken. Laat de boekhoudersmentaliteit het niet van wijsheid winnen. Verwar prijs niet met waarde.

Een stevige publieke omroep vraagt om een fatsoenlijke financiering.

Natuurlijk doen wij ons huiswerk.

De afgelopen jaren zijn we al met een stofkam door alle uitgaven gegaan. En daar zijn we nu weer mee bezig. Door meer samen te werken op facilitair gebied, door gezamenlijk in te kopen. Maar dit zet echt veel te weinig zoden aan de dijk om zo'n grote korting op te vangen. We behoren al tot de goedkopere publieke omroepen van de EU.

We gaan natuurlijk ook kijken hoe we onze inkomsten kunnen vergroten, zoals de politiek suggereerde.

En we zoeken kansvol en dapper hoe we - net zoals in andere landen - heffingen op superplatforms kunnen inzetten voor nieuwe producties. De kabels hoeven geen extra geld aan de consumenten te vragen.

Ik verwacht dat zij met de winst die ze maken mede dankzij onze producties, ook willen bijdragen aan een gezonde publieke omroep.

Onze ruimte om de eigen inkomsten te vergroten is wel beperkt, en heel tijdrovend. Alleen al om NPO Start PLUS te mogen lanceren zijn we drie jaar lang bezig geweest met procedures. Dan sta je dus nog voor de wedstrijd begint met 10-0 achter.

Ik ben lang ondernemer geweest. En ik kan u vertellen: om succesvol te zijn, moet je de wetten van de markt respecteren, moet je wendbaar zijn.

Maar nu zegt de politiek tegen de NPO: ga de markt op, boor inkomsten aan. Maar wel met twee handen op de rug gebonden!

En ALS we het proberen, staan diezelfde politici vooraan om ons concurrentievervalsing te verwijten.

Het houdt een keer op.

Je kan niet eindeloos blijven presteren met afbraakbudgetten. Je kan niet eindeloos een A-merk in de schappen zetten voor het budget van Euroshopper. En dat is overigens ook uit de schappen verdwenen.

Dus ik vraag me af: politiek Den Haag, wat wil je? Want zo gaat het niet langer. Dus zeg het maar, wat moet er als eerste verdwijnen?

De dagtelevisie, ondanks de ruim miljoen vaak oudere kijkers? Of de nachtradio ondanks de honderdduizenden - vaak eenzame mensen - die er de stille uurtjes mee doorkomen? Of liever bezuinigen op onze jeugdprogrammering en educatieve programma's waar scholen gebruik van maken? Of ziet u liever de levensbeschouwelijke programmering naar het hiernamaals verdwijnen?

Of moet ik onze ambitie om onze uitgaven aan online en on demand te verhogen om ons publiek beter te bedienen, ook maar fors terugschroeven?

Den Haag, is dit wat jullie willen?

Als Akzo of Unilever of PostNL belaagd worden, zingen we het lof van nationale belangen. Werpen we beschermingswallen op. Staan we vooraan om voor het Nederlands belang op te komen.

De Nederlandse vlag wappert trots in de Tweede Kamer.

Waarom zou dat niet voor de creatieve industrie gelden? Voor onze nationale culturele belangen?

Dit is het moment om keuzes te maken. Laat het niet gebeuren dat ons medialandschap vervlakt, dat wij toerist in eigen land worden. Met een figurantenrol in andermans script als het hoogst haalbare.

Dit is het moment om onze publieke omroep te versterken.

MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

Juist in een tijd waar de markt alles dicteert, waar 'snel, luid en extreem' het devies lijkt, is het zo waardevol dat we in dit land een sterke publieke omroep hebben. Die het hele verhaal vertelt en alle Nederlanders een stem geeft. De luide én de stille. De extreme en de genuanceerde. Dat is wat wij doen, dat is onze core business.

Voor u staat een voorzitter die er voor iedereen wil zijn. Niet alleen voor een select publiek, maar voor alle Nederlanders. Juist in ons vermogen alle Nederlanders te bereiken en te verbinden, schuilt onze waarde.

Ik ben ervan overtuigd dat landen met een sterke en brede publieke omroep een sterker immuunsysteem tegen fake news en desinformatie hebben dan landen waar de publieke omroep marginaal is. Omdat feiten en gedegen research de basis voor berichtgeving vormen. Omdat alle stemmen aan bod komen. Omdat een sterke publieke omroep ook de commerciële prikkelt om de lat hoger te leggen. Net zoals RTL en het Algemeen Dagblad ONS beter en scherper maken.

Net als de Telegraaf, die zonder de NPO de helft dunner zou zijn.

QUO VADIS PUBLIEKE OMROEP

Dit jaar komt de Visitatiecommissie. Zij gaat zich in opmaat naar de volgende Concessieperiode ongetwijfeld ook buigen over de positie van de publieke omroep. En ik vind dat we het hier over moeten hebben.

Natuurlijk moeten we het ook hebben over de prijs van de publieke omroep. Maar pas nadat wij het gehad hebben over onze maatschappelijke rol en waarde. Want het doel gaat vooraf aan de middelen.

Daar hoort een slagvaardig bestel bij. Daar zijn al stappen in gezet.

Ik weet zeker dat wij hier allemaal bereid zijn zeer kritisch naar onszelf te kijken als Den Haag bereid is dat fundamentele gesprek met ons te voeren. Niet op basis van spreadsheets, maar op basis van waarden.

Wij hier in Hilversum zijn bereid om pijnlijke discussies niet uit de weg te gaan.

Als wij niet zelf de moed hebben eens per vijf jaar naar het FUNCTIONEREN VAN HET bestel te kijken, dan doen anderen dat voor ons.

Dat is waar we het over moeten hebben.

Niet alleen in Hilversum en niet alleen met Den Haag.

We gaan het publiek hier ook bij betrekken.

Want de nieuwe Concessieperiode is te belangrijk om alleen aan een commissie of de politiek over te laten.

Ik wens ons allemaal een jaar vol begrip en respect.

En tegen Den Haag zeg ik: staar je niet blind op de prijs, heb iets meer oog voor de waarde.

Want wat je afbreekt, krijg je nooit meer terug.

Proost!