

Behoeftte aan een ander geluid in Hilversum?

Weinig sympathie voor nieuwe omroepen

Op 1 april aanstaande kunnen kandidaat omroepen zich melden in Hilversum om in aanmerking te komen voor een C status. De laatste weken komen allerlei aspirant omroepen in het nieuws waardoor de discussie over het omroepbestel weer oplaait. Uit de laatste peilingen blijkt vooralsnog dat alleen Wakker Nederland de benodigde 50.000 leden heeft. Daarnaast maakt Powned een goede kans. Twee partijen die graag een ander geluid in Hilversum laten horen. Onderstroom peilde in week 8 de mening van 1050 TV kijkers om te bepalen of dit nieuwe geluid aan dovemansoren is gericht.

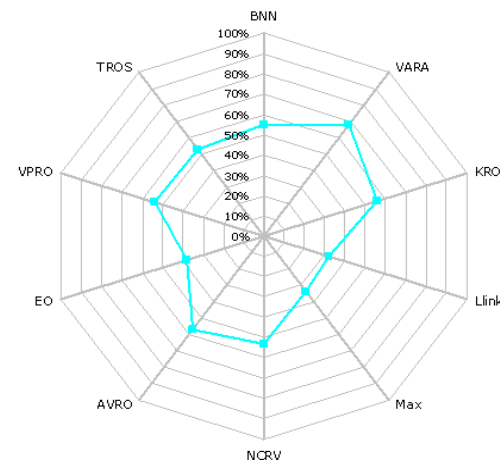
Van de respondenten is 37% lid van een publieke omroep. Onder het jongere deel (18-30 jaar) is dit 22%. Voornaamste reden voor dit lidmaatschap zijn de doelstellingen van de omroep (50%), de programmagids (39%) en de inhoud van de programma's (34%). Religieuze overtuiging speelt een veel minder grote rol. Voor slechts 10% van de respondenten is dit de reden om lid te zijn.

De ledenaantallen staan onder druk. Het komend jaar overweegt 15% van de leden hun lidmaatschap op te zeggen. De redenen hiervoor hebben niet zozeer te maken met binding met omroep of ontevredenheid over de programma's.

De belangrijkste reden om op te zeggen zijn de kosten (31%), de omroepgids (23%) en het gevoel dat het lidmaatschap niets extra's oplevert (23%).

Van alle omroepen voegen voornamelijk de grote omroepen (veel) toe aan de Publieke Omroep. Met name de KRO en de VARA springen er hier uit.

Toegevoegde waarde omroepen (basis = (veel) toegevoegde waarde)



Opvallend is de positie van de TROS. Deze grote omroep wordt door slechts de helft van de respondenten gezien als een zender met veel toegevoegde waarde voor de Publieke Omroep. Het zijn daarnaast ook de 'special interest' omroepen Llink en Max die op minder publieke steun kunnen rekenen. Dit is opvallend omdat juist zij zich door hun programmering moeten onderscheiden van de grote omroepen. Het tegendeel is waar. Maar dertig procent van de TV kijkers vindt dat deze omroepen toegevoegde waarde bieden.

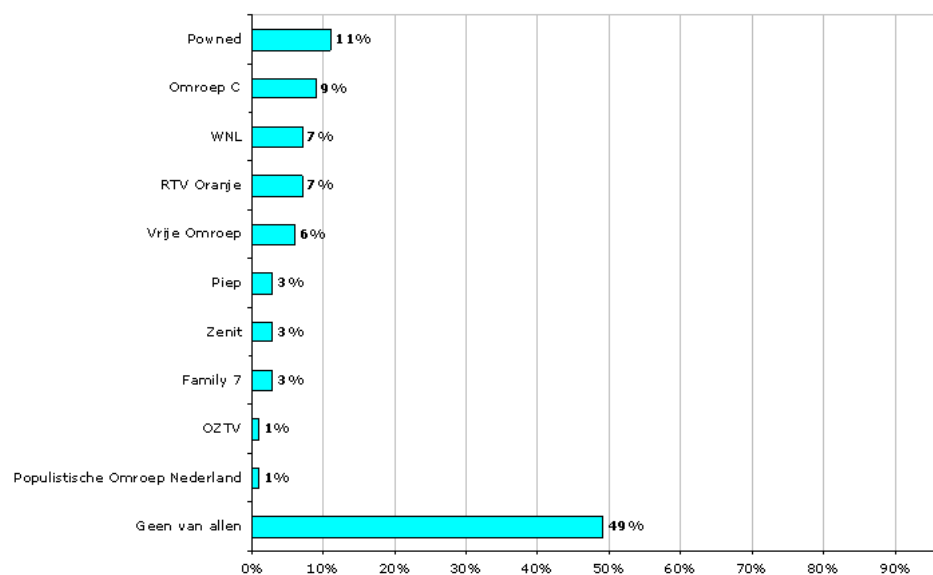
Over het algemeen zijn de TV kijkers goed te spreken over het programma aanbod van de publieke omroepen. Kritiek is er echter wel. Zo zou 40% van de kijkers meer documentaires willen. Ook het aanbod van speelfilms en wetenschappelijke programma's kan volgens 30% van de TV kijkers vergroot worden. Dit zou dan met name ten koste mogen gaan van quizen, religieuze programma's en reality tv series. Eén op de vijf kijkers vindt bovendien dat er teveel tijd aan sport wordt besteed door de publieke omroep.

Deze kritische geluiden betekenen echter niet dat er veel ruimte is voor nieuwe omroepen. Slechts 15% van de respondenten heeft hier behoefte aan. Deze groep vindt vooral dat het tijd is voor een ander geluid in Hilversum en dat het programma aanbod meer divers en onderscheidend moet zijn. Opvallend daarbij is dat deze groep niet wordt gedreven door revolutionaire gedachten. Slechts een handvol mensen geeft aan dat ze met de nieuwe omroepen de macht van de oude garde willen indammen om het Publieke Bestel van binnenuit te veranderen.

De overgrote meerderheid ziet echter niets in nieuwe aspirant omroepen. Er is immers al aanbod genoeg (72%).

Het is dan ook niet zo verwonderlijk dat slechts 3% (= +/- 150.000 huishoudens) zich heeft aangemeld als lid van een van de kandidaat omroepen. Daarnaast is nog maximaal 1,5% van plan om lid te worden. Een van de oorzaken hiervan is wellicht dat, met uitzondering van Wakker Nederland (18%) en Powned (17%), de meeste initiatieven nagenoeg onbekend zijn. Het zijn dan ook WNL en PowNed die op de meeste leden kunnen rekenen. Partijen als Piep en Omroep C komen niet verder dan 1% spontane bekendheid. De nieuwe omroep van Peter Jan Rens springt er nog uit met 6%. Dit is voornamelijk te wijten aan het feit dat deze omroep gedurende de onderzoekswEEK veel publiciteit kreeg.

Sympathie voor kandidaat omroepen (basis = alle respondenten)



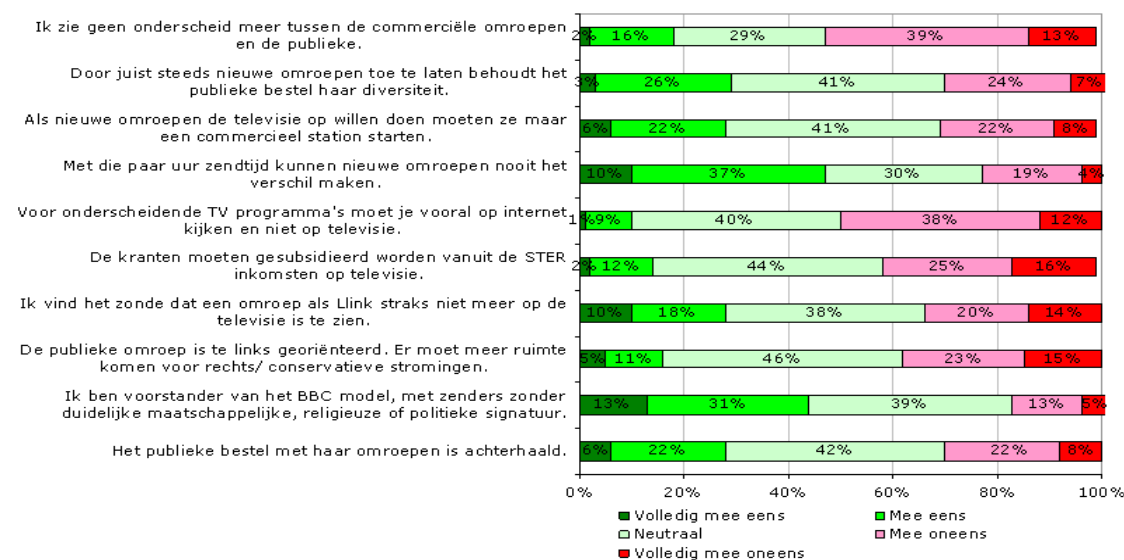
Dit betekent echter niet dat zij automatisch op de meeste sympathie kunnen rekenen van de TV kijker. Bijna de helft van de TV kijkers geeft aan helemaal geen sympathie te hebben voor de kandidaat zenders. Er is blijkbaar weinig behoefte aan een ander geluid in Hilversum.

Uiteraard is de sympathie voor WNL en PowNed het grootst onder de eigen achterban. Van de lezers van De Telegraaf steunt 38% het initiatief van WNL. Bijna ééndertig van de bezoekers van Geen Stijl is voor PowNed.

PowNed kan niet op ieders sympathie rekenen. Meer dan 1 op de tien respondenten vindt dat deze partij niet thuis hoort in de Publieke Omroep. Opmerkelijk is dat ook een deel van de bezoekers van Geen Stijl (14%) deze mening is toegedaan. Over de overige benoemde kandidaten, behalve het Gay TV plan van Gordon, heeft men een minder uitgesproken oordeel.

Het algemene beeld dringt zich dan ook op dat de TV kijker best tevreden is over de omroepen. De ruime meerderheid heeft immers geen behoefte heeft aan andere programma's of nieuwe aspirant omroepen. De Publieke Omroep onderscheidt zich bovendien volgens velen (52%) nog steeds van de commerciële stations. Er is ook slechts een minderheid (16%) die vindt dat de publieke omroep te links is georiënteerd en dat er juist meer ruimte moet komen voor rechtse conservatieve stromingen. De nieuwe omroepen zullen dan ook, met die paar uur zendtijd per week, het verschil uiteindelijk niet maken stelt 47% van de respondenten.

Het Publieke Bestel lijkt op het eerste gezicht niet aan erosie onderhevig. Dit is echter ten dele waar. Momenteel houden de voor- en tegenstanders van het publieke bestel met haar omroepen, elkaar in evenwicht met elk ongeveer 30%. Een grote groep neemt een neutraal standpunt in over de Publieke Omroep. Dit neemt niet weg dat bijna 45% van de respondenten pleit voor een BBC model met zenders zonder duidelijke maatschappelijke, politieke of religieuze signatuur.



De aandacht in de media voor de kandidaat omroepen staat in geen verhouding tot de interesse van TV kijkend Nederland. De roep om een nieuw geluid in Hilversum lijkt dan ook aan dovemansoren gericht. De kijker vindt het eigenlijk allemaal wel best, ook al "bepaalt" 35% van de bevolking waar de overige 65% naar kijkt. Vanuit dat perspectief kun je stellen dat de TV kijker een 'couch potato' is, die maar moeilijk in beweging is te krijgen. Wil je het bestel echt veranderen dan zal dat op structurele wijze moeten gebeuren. De nieuwe omroepen zullen niet het verschil gaan maken. Maar zeiden we dat ook niet 11 jaar geleden over BNN?