

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

3077

Vragen van het lid **Werner** (CDA) aan de Minister voor Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media over *het bericht «Andere Tijden verdwijnt na 21 jaar van de televisie»* (ingezonden 12 mei 2021).

Antwoord van Minister **Slob** (Basis- en Voortgezet Onderwijs en Media) (ontvangen 8 juni 2021).

Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «Andere Tijden verdwijnt na 21 Jaar van de televisie»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Bent u het ermee eens dat het programma Andere Tijden, waarover het onder andere in dit artikel gaat, een belangrijke maatschappelijke functie heeft om actuele (Nederlandse) geschiedenis op een laagdrempelige manier bij het grote publiek onder de aandacht te brengen, door leerkrachten veelvuldig wordt gebruikt en zeer geliefd is, zie ook de oproep van historici om het programma te laten bestaan in de huidige vorm en de door velen ondertekende petitie? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2

Ja.

Vraag 3

Bent u het ermee eens dat de populariteit en het belang van Andere Tijden is gelegen in de hoge kwaliteit van de onderzoeksjournalistiek van de vaste redactie die niet meer gehaald kan worden als het programma nog minder frequent gaat worden uitgezonden en daardoor geen vaste redactie meer kan houden?

¹ Volkskrant.nl, 7 mei 2021, «Andere Tijden moet behouden blijven: gooi het tafelzilver niet weg» | De Volkskrant.

Antwoord 3

Het is aan de NPO om in samenspraak met de betreffende omroep(en) (de NTR in dit geval) ervoor te zorgen dat een programma kan voldoen aan de kwaliteitseisen die de publieke omroep aan de eigen programmering stelt. Het is niet aan mij om te oordelen over de kwaliteit van programma's. De Mediawet stelt ook dat de programma's van de publieke omroep moeten voldoen aan hoge journalistieke en professionele kwaliteitseisen.² Datzelfde geldt voor de efficiënte inzet van mensen en middelen zoals het al dan niet hebben van een vaste redactie voor onderzoeksjournalistiek voor een programma. Naar ik begrepen heb van de NTR zijn daar inmiddels goede afspraken met de NPO over gemaakt.

Vraag 4

Bent u het ermee eens dat de andere programma's zoals genoemd in het bovengenoemde artikel eveneens een maatschappelijke functie hebben, zoals het bijdragen aan de bescherming van de rechten van consumenten (Radar) en het oplossen van misdaden (Opsporing Verzocht)? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 4

Het media-aanbod van de publieke omroep dient in algemene zin te voorzien in democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving. Alle programma's van de publieke omroep dienen daar aan bij te dragen en hebben in het geheel een maatschappelijke functie. Dat geldt dus ook voor de programma's Radar en Opsporing Verzocht.

Vraag 5

Kunt u aangeven hoe groot de rol van Opsporing Verzocht is bij het oplossen van de in het programma behandelde zaken en hoe effectief daarmee het programma is en het belang van burgerparticipatie via deze programma's voor het werk van de politie?

Antwoord 5

Om misdrijven op te lossen maakt de politie gebruik van bijzondere bevoegdheden, zoals het betrekken van burgers bij de opsporing. Het programma Opsporing Verzocht is het bekendste en langst lopende burgerparticipatieprogramma van politie en justitie. Het is een nauwe samenwerking tussen de politie, het OM en de omroep AVROTROS. Het zijn voornamelijk de zogenoemde High Impact Crime- en Veelvoorkomende Criminaliteit-zaken die in het programma onder de aandacht van de kijker worden gebracht. Door de medewerking van de kijker wordt een oplossingspercentage van ruim 40% gerealiseerd. Het programma Opsporing Verzocht is daarmee voor de politie en het OM een zeer effectief opsporingsmiddel. De politie merkt aan het publiek door de vele tips, informatie en reacties dat zij graag meewerken en meedenken met de politie om de veiligheid in Nederland te vergroten. De spin-off van het programma op sociale media is ook groot met veel views bij bijzondere zaken.

Vraag 6

Kunt u bevestigen dat het consumentenprogramma Radar naast een groot bereik op tv ook een miljoenenbereik heeft via hun website? Kunt u aangeven of deze unieke views ook worden meegenomen in de eindberekening van Stichting KijkOnderzoek (SKO), zo nee, waarom niet?

Antwoord 6

Volgens de AVROTROS bereikt de website van het programma Radar 575.000 unieke bezoekers per week. Het online Radar-forum trekt 11,6 miljoen unieke bezoekers per jaar. Deze views worden niet meegenomen in de SKO-berekeningen omdat bereik op verschillende manieren wordt uitgerekend waardoor er geen totaal kan worden berekend. Via het nieuwe crossmediale

² Artikel 2.2 lid 2 onderdeel e Mw.

Nationaal Media Onderzoek (NMO)³ zal het bereik van televisie, radio, print en online worden gemeten. Dit nieuwe onderzoek is recent gelanceerd en zal op termijn de huidige bereiksonderzoeken vervangen.

Vraag 7

Kunt u bevestigen dat de bovengenoemde programma's vooral door een relatief oudere doelgroep wordt bekeken? Zo ja, hoe groot is deze doelgroep? Bent u het ermee eens dat deze oudere doelgroep vooral lineair kijkt en voor het overgrote deel zal wegvallen bij het doorzetten van het voornemen deze programma's vooral online aan te bieden? Kunt u aangeven hoeveel kijkers naar bovengenoemde programma's kijken, zowel lineair als online?

Antwoord 7 en 8

Het klopt het dat de genoemde programma's vooral door een relatief oudere doelgroep wordt bekeken. In 2020 waren dat er voor het programma Radar ruim 1 miljoen kijkers van de gemiddeld 1,4 miljoen kijkers ouder dan 49, voor het programma Opsporing Verzocht ongeveer 800.000 kijkers ouder dan 49 van de gemiddeld 1,1 miljoen kijkers en voor het programma Andere Tijden waren dat gemiddeld 268.000 kijkers ouder dan 49 op een totaal van gemiddeld 338.000 kijkers per aflevering. Dit vindt veruit voor het grootste deel lineair plaats. Gemiddeld genomen kijkt de oudere doelgroep voornamelijk ook lineair. Een groeiend aantal weet echter ook de weg naar online te vinden. De online omgeving wordt vooral gebruikt voor het terugkijken van losse fragmenten.

Naar ik begrepen heb van de NPO zit de besluitvorming rond de toekomst van deze programma's nog in de afstemfase. Dit betekent dat nu nog niet te zeggen valt wat dit voor deze programma's en dus ook voor de voornamelijk oudere kijker zal betekenen. Het is uiteindelijk aan de NPO om deze inschatting te maken. Zo zijn er volgens de NTR⁴ voor het programma Andere Tijden afspraken gemaakt met de NPO voor lineaire uitzending van Andere Tijden waardoor continuïteit en kwaliteit gewaarborgd blijven.

Vraag 9

Kunt u bevestigen dat het voornemen van de NPO om deze programma's te beëindigen, danwel via een veel lagere frequentie op tv uit te zenden of via andere kanalen (online) aan te bieden vooral lijkt voor te komen uit het streven het bereik van programma's van de publieke omroep te vergroten onder jongeren?

Antwoord 9

De NPO verandert en vernieuwt voortdurend de programmering. Dit doet de NPO om de programmering toekomstbestendig te houden. Programma's worden beoordeeld, geëvalueerd en aangepast of geschrapt op basis van vooraf met de omroepen afgesproken inhoudelijke, financiële en bereikdoelstellingen. Daar kunnen voor individuele programma's dus ook specifieke bereikdoelstellingen voor worden afgesproken om het bereik onder jongeren te bereiken. Die keuze is aan de NPO.

Vraag 10

Kunt u, alhoewel het een goed gebruik is dat de politiek zich niet bemoeit met inhoud van de programma's of de programmering, aangeven in hoeverre dit voornemen van de NPO strookt met de uitgangspunten zoals neergelegd

³ Zie voor het NMO: <https://www.nationaalmediaonderzoek.nl/> Dit is een initiatief van de organisaties voor mediabereiksonderzoek in Nederland: Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Via deze organisaties zijn alle grote Nederlandse media-exploitanten en omroepen betrokken, alsmede de bond van adverteerders (BVA) en het Platform Media Adviesbureaus (PMA). Als NMO gereed is, zal het voldoen aan de hoogste standaarden op het gebied van design, dataverzameling, dataverwerking en privacy. In de loop van 2021 zal de introductie van NMO gefaseerd plaatsvinden en zullen de eerste datasets verschijnen.

⁴ Zie <https://ntr.nl/site/nieuws/De-toekomst-van-Andere-Tijden/523/>

in de visiebrief Media van juni 2019⁵ ten aanzien van diversiteit en doelstelling van de publieke omroep en de omroepen?

Antwoord 10

In de visiebrief⁶ is onder andere als uitgangspunt genoemd dat het publiek gebaat is bij een goed functionerend bestel waarbinnen effectief en efficiënt geprogrammeerd en geproduceerd wordt op basis van goede samenwerking tussen de NPO en de omroepen. Daarbij bepalen de omroepen de vorm en inhoud van de programma's en is het de NPO die coördineert en programmeert. Daar bemoeit de overheid zich niet mee. Ook niet als mogelijke beslissingen tot discussie in de maatschappij over deze programma's leiden. Zo is dat ook vastgelegd in artikel 7 van de Grondwet en artikel 2.2 lid 2 onderdeel b en artikel 2.88 van de Mediawet 2008.

Vraag 11 en 12

Kunt u aangeven in hoeverre u het afrekenen van programma's op de leeftijd van het publiek vindt passen bij de doelstelling van de publieke omroep of dat dit naar uw mening eerder thuishoort bij commerciële omroepen? Kunt u aangeven wat u de prioriteit vindt van de NPO? Gaat het dan om doelgroepen of doelstelling van de programma's en welke kernwaarden wil u terugzien in de programmering van de NPO?

Antwoord 11 en 12

Het is de wettelijke taak van de landelijke publieke omroep om een breed en divers publiek te voorzien van informatie, cultuur en educatie met programma's die tegemoet komen aan de democratische, sociale en culturele behoeften van de hele Nederlandse samenleving. De programma's moeten daarbij gericht zijn op een relevant bereik hebben onder zowel een breed en algemeen publiek, als bevolkings- en leeftijdsgroepen van verschillende omvang en samenstelling. Het is aan de NPO en de omroepen om daar samen in vulling aan te geven en de juiste afwegingen bij te maken. Ik heb geen zicht op hoe commerciële omroepen programma's precies beoordelen, maar ik kan me vanwege het belang van advertenties voor de commerciële omroepen voorstellen dat kijk- en bereikcijfers daar ook een grote rol spelen.

Vraag 13

Kunt u bevestigen dat omroepen en hun achterban maar weinig te zeggen hebben over de voorgenomen keuzes van de NPO om te snoeien in programma's van de omroepen die naast een maatschappelijke functie ook een miljoenenpubliek trekken? Zo ja, wat vindt u van de balans in positie tussen de netmanagers van de NPO en de positie van de omroepen over beslissingen die hun programma's betreffen?

Antwoord 13

In de visiebrief van 14 juni 2019⁷ is het belang benadrukt van een goed samenspel tussen de NPO in zijn rol als coördinerend orgaan en de omroepen als leveranciers van de programma's. In het wetsvoorstel⁸ dat op basis van deze visiebrief is opgesteld zijn enkele verbeteringen van de «checks and balances» in het bestel doorgevoerd. De omroepen hebben een adviesrecht over de jaarplannen met de programmeerstrategie in het kader van het coördinatieglement⁹ van de NPO gekregen. Door deze maatregel kunnen omroepen ook in de jaarcyclus vanuit hun profiel, missie en identiteit de NPO adviseren. Vooruitlopend op de inwerkingtreding van de betreffende wetsartikelen, heeft de NPO mij laten weten dit jaar al conform deze nieuwe governance-afspraken te zullen gaan werken. De publieke omroep zit nu midden in dat proces. Het is verder aan de omroepen om hun eigen achterban inspraak te geven in de vereniging. Dat wordt door de omroepen dan ook op verschillende wijze gedaan. Deze wettelijke afspraken zijn daarbij een kant van de medaille. De andere kant is dat er een sfeer ontstaat waarin alle partijen doordrongen zijn van het

⁵ Kamerstuk 32 827, nr. 157.

⁶ Zie Kamerstuk 32 827, nr. 127.

⁷ Zie Kamerstuk 32 827, nr. 127.

⁸ Zie Kamerstuk 35 554.

⁹ Zie voor dit coördinatieglement: <https://over.npo.nl/download/nl/960>

gezamenlijke belang van een sterke publieke omroep en de noodzaak en bereidheid om daarvoor samen te werken.

Vraag 14

Bent u bereid met de NPO het gesprek aan te gaan in hoeverre hun voornemens ten aanzien van de hiervoor genoemde programma's stroken met de doelstelling van de publieke omroep en de zorgen die breed in de maatschappij leven over het voortbestaan van deze programma's?

Antwoord 14

De publieke omroep is zelf verantwoordelijk voor vorm en inhoud van zijn media-aanbod en ook voor de tijdstippen en platforms waarop dat media-aanbod wordt aangeboden aan het publiek. Die redactionele autonomie staat nadrukkelijk gegarandeerd in de Mediawet. Een gesprek van mij met de NPO is in dat licht niet wenselijk.