

Martijn van Dam, innovatiestimulator van de NPO

# “2019 is bepalend voor de komende vijf jaar”

“Ik merk hier pas goed hoe groot de afhankelijkheid is van beslissingen die in Den Haag worden genomen,” constateert Martijn van Dam aan het eind van het gesprek. Als lid van het tweekoppige bestuur van de NPO maakt het voormalig PvdA Kamerlid en staatssecretaris van Economische Zaken zich dan ook zorgen over de nabije toekomst. “Zetten we een stap vooruit of gaan we terug in de tijd?”

Van Dam (Zoetermeer, 1978) zit sinds eind 2017 naast voorzitter Shula Rijxman in het hoogste bestuursorgaan van de publieke omroep, maar treedt zelden naar buiten. Die onzichtbaarheid leidde tot de nodige kritiek, zeker nadat collega Rijxman door ziekte was getroffen. Waarom pakte Van Dam niet de regie in de discussie rond de bezuinigingen? “De afspraak luidt: de voorzitter is het gezicht naar buiten

toe, Shula doet het verhaal namens ons. Ik wil best af en toe vertellen wat we doen of waarvoor ik verantwoordelijk ben, maar dat is iets anders dan de hele tijd vooraan staan. En Shula was inderdaad ziek, maar is ook gewoon blijven doorwerken.” “We hebben er bovendien heel bewust voor gekozen ons een bepaalde tijd gedeisd te houden, om het proces achter de schermen niet te verstoren. We

waren met Den Haag in gesprek over de mogelijkheid van compensatie voor de teruglopende reclame-inkomsten en we weten nu hoe goed dat is afgelopen. Het maakt groot verschil tussen of we heel erg hard hadden moeten ingrijpen in de programmering of dat we die eigenlijk voor een groot deel kunnen ontzien. We moeten nog steeds bezuinigen en dat is best een hard gelag, maar die

40 miljoen compensatie voor dit jaar scheelt wel echt een hele grote slok op een borrel.”

## Doorontwikkelen Hoe is de taakverdeling precies tussen jou en Shula?

“Ze doet de gesprekken in Den Haag en de communicatie, en is inhoudelijk verantwoordelijk voor video, audio en marketing. Ik doe technologie en innovatie, de hele transitie van een meer

lineair gericht bedrijf naar in feite een zo persoonlijk mogelijke omroep, om mensen op maat te kunnen bedienen zoals ze dat ook gewend zijn van andere platforms. Net voor ik kwam, is NPO Start gelanceerd en dat moeten we nog veel verder doorontwikkelen. Het betekent ook een hele grote verandering voor onze technologie. Die moeten we de komende jaren helemaal omgooien van een

systeem gericht op traditionele televisie, naar een architectuur die ook online en on demand even sterk ondersteunt.”

## Je zou verwachten dat juist die lobby richting Den Haag en de communicatie daarover ook bij jou ligt, gezien je Haagse achtergrond.

“Ik snap dat je dat zou verwachten, maar we hebben van meet af aan bewust besloten dat die ▶

• verantwoordelijkheid bij Shula zou blijven liggen. (Lachend) Ten eerste: ze heeft nog meer mensen in haar Haagse telefoonboek dan ik, ze beschikt echt over een fantastisch netwerk. En ik heb zelf de ervaring dat mensen die ik vanuit mijn persoonlijke relatie kende bij mij kwamen lobbyen toen ze een andere functie kregen en dat voelde best ongemakkelijk. Natuurlijk, ik spreek af en toe mensen in Den Haag, maar dat is iets anders dan wekelijks een gericht gesprek voeren over de toekomst van de publieke omroep. Dat doet Shula en blijft ze doen. En aan die veertig miljoen zie je ook hoe goed ze daarin is."

**Hoeveel van dat bedrag komt dit jaar bij jou terecht voor de digitale transitie en technologische vernieuwing?**

"We gebruiken circa vier miljoen voor dingen die in de organisatie moeten gebeuren, zoals versterking van het on demand aanbod. Als je alleen kijkt naar content innovatie, dan steken we daar drie miljoen in, budget dat we voor een belangrijk deel toedelen aan de omroepen. Want op heel veel plaatsen doen ze fantastisch mooie dingen, maar we slagen er te weinig in om die bij elkaar te brengen. We moeten de krachten beter bundelen en als publieke omroep nieuwe wegen verkennen."

**Smart speaker**

"Neem de smart speaker, die ook in Nederland op de markt is. We willen daarvan leren en als het inderdaad belangrijk wordt, zijn we ook als eerste aanwezig om de mogelijkheden te benutten. Bij diverse omroepen bleken

daar mooie ideeën voor te bestaan, soms zelfs overlappend zonder dat van elkaar te weten. Zo is een app ontwikkeld bij een kookprogramma, waarin de presentator je echt door een recept leidt. Er zijn tal van dit soort voorbeelden binnen de publieke omroep en wij gaan zorgen dat die bij elkaar komen en ook kunnen opbloeien."

"Het gaat erom van elkaar te leren, niet alleen van de successen maar ook van de mislukkingen. We zijn altijd heel goed in vertellen wat allemaal goed gaat, maar je moet een cultuur creëren waarin mensen niet bang zijn om te falen. Wij gaan dat organiseren door een nieuw loket te openen voor alle ideeën die er bij omroepen zijn. Ik hoop dat we op 1 april echt kunnen starten om zoveel mogelijk van die ideeën te ondersteunen en te testen."

"En ook voor start-ups gaan we dit voorjaar één centraal loket maken, om voor matchmaking te zorgen met de omroepen of onze eigen NPO-organisatie; dat ligt aan het soort innovatie. De start-up kan hier zijn product verder ontwikkelen en krijgt de kans gebruik te maken van onze kennis en data. Bovendien sluiten we ons aan bij een Europees netwerk van mediabedrijven die

**"Je moet een cultuur creëren waarin mensen niet bang zijn om te falen"**

allemaal start-ups ondersteunen, een project geïnitieerd door de VRT. Dus als iets bij ons een succes wordt, heb je meteen internationale exposure. Dat maakt het voor zo'n start-up natuurlijk heel aantrekkelijk en het past ook mooi in onze wettelijke rol, het stimuleren van innovatie."

**NLZIET**

**Over samenwerking gesproken: de gezamenlijke on demand dienst NLZIET van de publieke en commerciële omroep.**

**Daar liep Nederland destijds mee voorop en er komen nu tv-spotjes langs om met name de 'nieuwe generatie' enthousiast te maken. Maar is dat initiatief niet gewoon mislukt?**

"Nou, wat er nu staat, is eigenlijk wel een goed product. De gebruikers van NLZIET waarderen het ook, en dat was in het verleden wel anders. Het is behoorlijk doorontwikkeld. Een jaar geleden zijn er ook live streams aan toegevoegd en daarmee is het een volwaardig alternatief geworden voor je kabelaansluiting. De belangrijkste vraag gaat nu worden: zijn er voldoende mensen die deze over the top dienst ook willen?"

**Hoeveel moeten dat er zijn, wat is 'voldoende animo'? Over gebruikersaantallen wordt nog altijd hardnekkig gezwegen.**

"Kijk, wij zijn een publieke organisatie en willen ook beschikbaar zijn in zo'n dienst.

We hebben dit gedaan in partnership met RTL en SBS, nu Talpa. Zij kijken er op een andere manier naar, voor hen zal het een succes zijn als er geld mee wordt verdiend. Dus die vraag is voor hen misschien nog wel belangrijker."



**Maar zij kaatsen de bal terug: met de NPO valt geen zaken te doen, want de publieke omroep heeft andere belangen en mag bijvoorbeeld niet naar ons verwijzen.**

"De bedoeling van NLZIET was en is: er moet een alternatief zijn voor mensen die geen kabelaansluiting meer willen en over the top tv willen kijken. Die krijgen in één pakket alles van de belangrijkste Nederlandse zenders. De bedoeling is natuurlijk wel dat het zichzelf minstens kan bedruipen."

**Spannend**

**Maar met hoeveel gebruikers is dat? 100.000, 200.000?**

"Dat maken we natuurlijk niet tot in detail bekend, maar er moet nog steeds geld bij, dus het zijn er nog altijd te weinig."

**RTL's Videoland is een aparte dienst, NPO Start (Plus) en**

**KIJK ook. Nogmaals de vraag gesteld: heeft NLZIET nog wel bestaansrecht?**

"Het is natuurlijk spannend wat er gaat gebeuren op de Nederlandse consumentenmarkt. In Amerika, waar kabelabbonementen aanzienlijk duurder zijn, hebben veel mensen hun abonnement opgezegd. Als je goed kijkt naar wat KPN en Ziggo nu aan het doen zijn, vrezen zij dat in Nederland ook een beetje. Maar of dat ook echt gaat gebeuren en of daardoor meer interesse ontstaat in NLZIET, moeten we dit jaar gaan zien." "Wij hebben de consument altijd de keus geboden: wil je niet alleen programma's van de NPO, maar ook die van RTL en SBS, dan kun je voor 7,95 euro een abonnement nemen op NLZIET. Ook NPO Start Plus is een integraal onderdeel van NLZIET. Die dienst (voor 2,95 euro per maand zijn alle

publieke programma's voor minstens een jaar te bekijken, soms ook exclusief, red.) loopt overigens als een trein. We hadden van tevoren voorspellingen gedaan over hoe het abonneeaantal zich zou ontwikkelen - binnen drie, vier jaar wilden we op 400.000 gebruikers zitten - maar we liggen beter op koers dan verwacht."

**Aanbevelingen**

"We zijn op NPO Start net aan het testen met een nieuw algoritme, waarbij we mensen de kans proberen te geven iets nieuws te ontdekken van hoge publieke waarde. Dat is óók onze taak, dat je niet in je eigen kokertje blijft zitten, maar soms een andere blik krijgt voorgeschoteld om goed een mening te vormen. Die functie kunnen we alleen uitoefenen op onze eigen platforms. Daar voeren wij de regie en beschik-

ken wij over de data. En die kunnen we gebruiken om je aanbevelingen te doen, op een zo publiek mogelijke manier. Daarmee onderscheiden we ons van commerciële partijen.”

“We lopen daarbij soms wel tegen beperkende regelgeving aan. NPO Start draait op de toestemming die ooit is verleend op basis van Uitzending Gemist, maar is nu eigenlijk een ander soort platform. Het past allemaal nog keurig binnen wat toen is toegelaten, maar stel dat je even een paar programma's wilt downloaden voor op de tablet van de kinderen op de achterbank tijdens de vakantie, dus zonder dat het ten koste gaat van je databundel, dan is niet helder of het toevoegen van die functionaliteit past binnen de oorspronkelijke toestemming. En daarvoor moeten we dan een aanvraagprocedure doorlopen die ander-half jaar kan duren! Dat is de complexiteit waar wij hier iedere dag mee te maken hebben. Netflix of YouTube hebben zo'n standaard toepassing bij wijze van spreken morgen online staan.”

**Meteen een mooi bruggetje naar YouTube, zowel het gebruik als het inzetten daarvan binnen de publieke omroep. Vind jij dat ook daar te veel wettelijke beperkingen zijn?**

“Ja. Of laat ik het anders zeggen: de regelgeving is op z'n minst onduidelijk. Ik vind het elke dag eervol en een genot om hier te werken, maar ik kom af en toe dingen tegen... We zijn natuurlijk door en door gereguleerd. Aan de ene kant begrijpelijk, want je

wilt als wetgever voorkomen dat een publieke voorziening andere marktpartijen te veel in de weg gaat zitten. Maar wat mogen we nu eigenlijk op sociale media? Daar is de Mediawet natuurlijk nooit voor gemaakt; die gaat nog steeds uit van het begrip 'aanbodkanalen' op televisie.”

**Binnen de regels. Zou de NPO niet zelf wetgeving moeten afdwingen door gewoon dingen te gaan doen? Zijn jullie soms niet roomser dan de Paus?**

(Aarzelend) “Eehm, tja, er gebeurt al het nodige, maar het is voor niemand echt comfortabel. Je wilt zeker weten dat wat je doet ook allemaal klopt bin-

nen de regels. Maar belangrijker is: hoe moet je als publieke omroep strategisch met dit soort platforms omgaan? Zeker op YouTube en Instagram zit een grote groep jongeren die daar heel erg actief is en niet op andere plekken zoekt. We willen heel gericht voor die doelgroep content maken en ook uitzenden. Dat doen we al, met een aantal succesvolle webseries. Maar je moet je wel blijven realiseren: we hebben het over Google en Facebook, de twee machtigste bedrijven in de wereld waar je ook buitengewoon voorzichtig mee moet zijn. Je kunt niet om ze heen, maar je hoeft je ook niet afhankelijk te maken.”



**Ook technologie zit in je takenpakket en wordt steeds belangrijker. De interface en kwaliteit van Netflix heeft mensen enorm verwend gemaakt. Hoe zie jij in dat verband de toekomst, kan de NPO daarmee wedijveren?**

“Nou, wedijveren nooit. Netflix ontwikkelt zijn platforms voor de hele wereld met een budget dat misschien wel per dag te vergelijken is met wat wij per jaar besteden, haha. Je moet nooit denken dat je alles altijd net zo goed kunt. Onze mogelijkheden zijn hoe dan ook beperkt, met een relatief laag budget (dit jaar € 142 miljoen, waarvan iets minder dan de helft is bestemd voor alles wat met technologie en het uitzendproces te maken heeft, red.) en beperkt aantal mensen. Wat niet wegneemt dat we er ook afgelopen jaar in geslaagd zijn ons platform zodanig te verbeteren dat het fijn bruikbaar is. We zijn nog lang niet tevreden, maar toch.”

**Personalisatie. Wat moet beter?**

“We hebben af en toe nog last van storingsen, het zoeken en vinden van programma's kan beter, evenals de personalisatie. Dat laatste vergt veel aan de data- en vooral de metadata-kant. Dat was vroeger eigenlijk alleen de informatie in de tv-gids, maar is tegenwoordig essentieel om je content te kunnen terugvinden en mensen op maat te bedienen. We moeten onze programma's dus door en door kennen en dat is veel complexer dan voor de meeste

andere partijen in de markt.”

“Netflix bijvoorbeeld heeft series, films en documentaires, maar wij bieden elke dag nieuwe programma's waarin inhoudelijk veel meer gebeurt; eenmalige programma's, dagelijkse actualiteiten, series, maar ook losse items die we willen laten zien. Als je de discussie over de Nashville-verklaring interessant vindt, wil je Jinek niet helemaal hoeven terugkijken, maar gelijk bij het debat tussen Van der Staaij en minister Van Engelshoven terechtkomen. En we willen je naar aanleiding daarvan meteen programma's en losse items kunnen adviseren die hiermee te maken hebben. Op dat vlak zijn onze ambities het hoogst. En niet alleen voor video, maar ook aan de audio-kant zijn we daarmee bezig. We beginnen dit voorjaar met het met testen van onze audio on demand app, een combinatie van podcast en radio. Ook daar proberen we een persoonlijke dienst van te maken, met playlists op basis van je eigen voorkeuren.”

**Wanneer is 2019 geslaagd voor Martijn van Dam?**

“Ach, ik denk nooit zo in kalenderjaren. Feit is dat minister Slob heeft aangekondigd met een visie op de toekomst van het bestel te komen en er staan Provinciale Statenverkiezingen voor de deur, die bepalend zijn voor de Eerste Kamer, dus het is afwachten waar dat allemaal toe leidt. 2019 gaat in elk geval bepalend worden voor de komende vijf jaar. Want wat we ook zeker weten, is dat er aan-

“Je kunt niet om Google en Facebook heen, maar je hoeft je ook niet afhankelijk te maken”

bieders bij gaan komen die met veel geweld de Nederlandse markt zullen betreden waardoor het voor ons alleen maar moeilijker wordt dezelfde impact te blijven houden.”

**Stap vooruit**

“Ik hoop dan ook echt dat de politiek een stap vooruit wil zetten, zodat we sneller en flexibeler kunnen opereren. We hebben een prachtig pluriform bestel, maar dat maakt de publieke omroep ook minder wendbaar dan we graag zouden willen. Ook daarin hoop ik op een stap vooruit vanuit Den Haag, dat we niet teruggaan naar de tijd van het 'avondje AVRO'... We hebben 17 miljoen Nederlanders die we moeten bedienen, ons aanbod moet aansluiten bij al hun wensen en behoeften.”

“Als je ziet hoe goed we het nu doen, hoe tevreden het Nederlands publiek eigenlijk is over wat de NPO te bieden heeft, dan hoop ik dat we Den Haag ervan kunnen overtuigen dat het maatschappelijk belang van de publieke omroep in deze tijd misschien nog wel groter is dan voorheen. Er zijn allerlei nieuwe partijen bij gekomen, maar er komen nog veel meer nieuwe spelers aan, met name Amerikaanse. De CEO van de BBC zei: 'Als je het niet erg vindt dat je kinderen worden opgevoed vanuit de Amerikaanse cultuur, moet je vooral niks doen'. Maar als wij het van belang vinden dat we onze eigen cultuur onderhouden, dat onze democratie goed functioneert, dat iedereen alle verhalen te horen krijgt, dan heb je daar gewoon een sterke publieke omroep voor nodig.” ●