

Wie denkt dat een reclamevrije omroep een goed idee is, moet dit eerst even lezen.

De coalitie is bezig met een plan voor een reclamevrije publieke omroep. Op het eerste gezicht klinkt dit als een sympathiek idee, maar dat is het allerminst. Concreet komt het erop neer dat de overheid zomaar 100 miljoen euro van de rijksbegroting weggooit. Geld dat vervolgens in de zakken verdwijnt van buitenlandse partijen als RTL, Facebook en YouTube die wel reclame maken. Dank u wel, overheid. Financieel is het dus een enorme aderlating. Maar ook cultureel gezien is het zelfmoord. Onze omroepen zijn onze cultuurdragers, belangrijke kanalen die ons als Nederlanders verbinden. Zo wil de overheid stoppen met NPO 3 als jongeren-zender en ook online alle reclame afschaffen. De coalitie vindt namelijk al het geld dat naar de publieke omroep gaat verkwisting. Zoals dat ook geldt voor kunst, theater en film. En dus zal ze proberen de pijn voor de burger te verzachten door te stellen dat het allemaal wel wat minder kan. Dat betekent dat er zenders zullen verdwijnen en het aanbod zal verschrompelen. We gaan dus meer betalen voor minder kwalitatieve programma's en minder goede journalistiek. Sommigen trekken dit in twijfel door te wijzen naar de BBC. Maar ze vergeten daarbij te zeggen dat die mooie BBC-programma's alleen maar gemaakt kunnen worden door de opbrengsten uit buitenlandse

verkoop. Dat is met een piepklein taalgebied als het Nederlands natuurlijk onmogelijk. Met dit plan zakt Nederland cultureel gezien nog verder weg en jagen we de kijkers naar buitenlandse partijen als Netflix, Disney, Sky en Amazon (om er een paar te noemen) die wel begrijpen hoe je geld kunt verdienen met cultuur. Ook voor het Nederlandse bedrijfsleven is het een klap. Zij raakt een belangrijk advertentiemedium kwijt. Als de omroepen stoppen met reclame, zijn er grote groepen Nederlanders die zij niet meer kunnen bereiken. Dat betekent kort gezegd omzet- en banenverlies. Hetzelfde geldt overigens ook voor de non-profit sector. Een reclamevrije omroep is een plan met alleen maar verliezers. En dit alles, om in de woorden van onze minister-president te spreken, om "jongere mensen te beschermen tegen reclame". Ook dit is een denkfout.

In de huidige wereld moeten jongeren juist leren om met reclame om te gaan, of de overheid moet besluiten in één klap alle reclame af te schaffen, dus ook abri's, radio, sportevenementen en dan ook maar meteen alle buitenlandse zenders en het hele internet. Kortom, het idee van een reclamevrije publieke omroep klinkt sympathiek, maar wie vertelt waarheid? Dat de gewone Nederlander er straks de prijs voor betaalt!

