

De machtigste 25 m/v in de Nederlandse media

Als Covid-19 iets duidelijk heeft gemaakt, dan is het wel hoe relatief het begrip ‘macht’ kan zijn. Het is dat Corona niet van vlees en bloed is, anders hadden we niet lang hoeven nadenken over de nummer 1 in deze volstrekt subjectieve jaarlijkse top 25 die BM voor de achttiende keer in successie publiceert. Neemt niet weg dat de pandemie indirect toch een groot stempel drukt op de samenstelling van deze traditionele lijst, die maar liefst dertien andere namen telt in vergelijking met vorig jaar.

Mark Rutte, Hugo de Jonge, Diederik Gommers, Marion Koopmans, Ab Osterhaus, Ernst Kuipers, Jaap van Dissel, ze bepalen stuk voor stuk ons dagelijks (media)leven en zouden dus ook in bijgaande opsomming niet hebben mistaan. Maar als vakmedium kijken we liever toch wat verder dan de ‘viruswaanin’ van 2020/2021, hoe ingrijpend en ontwrichtend ook. De uiteindelijke selectie kwam tot stand na ongekend lang wikken en wegen. Met net zulke logische argumenten had deze mediamachtige top 25 minstens tien andere namen kunnen bevatten. Waar vorig jaar de influencers en bepalende gezichten op en achter de schermen de toon zetten, daar maken nu toch weer vooral de boardrooms van de bekende grote media-partijen de dienst uit. Dat heeft onder andere te maken met de blijvende invloed van

het ‘nieuwe normaal’, bijvoorbeeld op het fenomeen thuiswerken. Die keuze heeft wel tot gevolg dat het aantal vrouwen in de lijst ditmaal helaas op de vingers van één hand is te tellen.

Twijfelgevallen

Die even veelzeggende als betreurenswaardige constatering wordt ook niet gecompenseerd door de blik op de namen die ditmaal net buiten de boot vallen. Marijn Poeschmann (YouTube, country manager Benelux) en Sigrid van Aken (Novamedia) of Imme Rog (Postcodeloterij) als grote programmasponsors hadden de balans weliswaar iets vrouwelijker kunnen doen doorslaan, maar de overige twijfelgevallen (Arie Slob, Joop van den Ende, Peter R. de Vries, Giel de Winter, Wilfred Genee, Akwasi) zijn ook allemaal van het mannelijk geslacht.

We benadrukken het nog maar een keer: macht kent vele definities. Het kan de mate zijn waarin iemand zijn of haar zin weet te krijgen, eigen ideeën doordrukt, of het vermogen iets voor elkaar te krijgen wat (omroep)breed impact heeft. Dat kan in financiële zin zijn, maar net zo goed op basis van kijk- en/of luistercijfers of qua innovatie. Er kan sprake zijn van ‘papieren’ macht, puur op basis van positie, maar ook van indirecte of gevoelsmatige macht, bijvoorbeeld door de aandacht op je te vestigen of de discussie te bepalen.

Wie zijn of haar naam hier node mist: volgend jaar beter dan maar. En tips over gemiste kansen of vergeten toppers zijn altijd welkom bij jeroen@fcklap.nl

(Met dank aan Oane Born, Daniëlle Hartemink, Rob Klap en Jip Mendes)

DE VOORGAANDE NUMMERS 1

- 2003 Fons van Westerloo
- 2004 John de Mol
- 2005 John de Mol
- 2006 Fons van Westerloo
- 2007 Harm Bruins Slot
- 2008 John de Mol
- 2009 John de Mol
- 2010 John de Mol
- 2011 John de Mol
- 2012 Sander Dekker
- 2013 Bert Habets
- 2014 Sander Dekker
- 2015 Erland Galjaard
- 2016 Erland Galjaard
- 2017 John de Mol
- 2018 John de Mol
- 2019 John de Mol



Frans Klein

NPO, DIRECTEUR VIDEO

De Omroepman van het Jaar 2020 slaagt er voor het eerst in ook hier de koppositie te pakken. De enorme impact én verantwoordelijkheid van de NPO, zowel lineair, online als on demand, kan juist in deze ontwrichtende coronatijden niet genoeg worden benadrukt. En die is bij deze even loyale als ervaren evenwichtskunstenaar in kundige handen. Vooral dankzij Klein blijft de publieke omroep niet alleen relevant en vernieuwend, maar ook schijnbaar moeiteloos marktleider met miljoenenscores.

Lina Brouneus

NETFLIX, DIRECTOR OF CO-PRODUCTION & ACQUISITION

Netflix CEO Reed Hastings stond jarenlang hoog genoteerd; in 2016 zelfs op de tweede plaats, als enige buitenlander. Nu evenaart de vanuit het Amsterdamse hoofdkantoor opererende Zweedse Lina Brouneus die notering als het gezicht van het razend populaire streaming platform. Het is ook de beloning voor de imposante hoeveelheid lockdown-troost die Netflix te bieden heeft, steeds meer van Nederlandse makelij ook. En dat aanbod van eigen bodem blijft maar winnen aan populariteit.



John de Mol

MEDIA-ONDERNEMER/OPRICHTER TALPA NETWORK

Dat is even wennen voor de enige echte Nederlandse mediamagnaat: in deze lijst eindigde hij negen van de achttien keer op nummer 1, de laatste driemaal op rij zelfs. Maar ook De Mol was machteloos tegen Covid-19, dat Talpa Network een gevoelige tik gaf en (voorlopig?) de rem zette op het ambitieniveau. Het mes ging stevig in de organisatie, maar nu met name de tv-operatie zich langzaam maar zeker herstelt en De Mol altijd vol verrassingen zit, sluiten we een nieuwe machtsgreep niet uit.



Sven Sauvé
RTL NEDERLAND, CEO

Alweer vier jaar geleden debuteerde hij in deze toplijst, als opvolger van Bert Habets. Het ging telkens met minisprongetjes omhoog, maar nu zakt Sauvé licht. Hij is op grond van zijn positie natuurlijk wel stevast top 5-materiaal. Ondanks de enorme impact van Covid-19 op de advertentiemarkt slaagde RTL er dankzij snel handelen en kritisch kijken naar de kosten toch in een positief bedrijfsresultaat te melden over het eerste half jaar van 2020, mede dankzij het groeiende en bloeiende Videoland.



Marco de Ruiter
THE WALT DISNEY COMPANY,
COUNTRY MANAGER &
HEAD OF MEDIA BENELUX

Mooie sprong omhoog de top 5 in voor Marco de Ruiter, in Nederland verantwoordelijk voor een keur van lineaire en digitale kanalen, waarvan ESPN (voorheen FOX Sports) en Disney+ hem de meeste macht bezorgen. Dat laatste VOD-platform, waarmee Nederland vorig jaar de (gratis) primeur kreeg, maakt internationaal een stormachtige groei door en mengt zich steeds nadrukkelijker in de 'streaming war'. Voetbal en blockbusters, De Ruiter is ongetwijfeld een gewild gesprekspartner.



Julian Monaghan
AMAZON PRIME VIDEO
CHANNELS EU, DIRECTEUR

Volgens de Consumentenbond is de streamingdienst van Amazon 'een aantrekkelijke aanvulling op Netflix. Het aanbod is kleiner, maar de dienst heeft series die Netflix niet heeft'. En dat voor slechts   2,99 per maand. Het Amerikaanse moederbedrijf heeft dermate veel slagkracht dat de impact hier steeds groter zal worden. Amazon is inmiddels ook begonnen met de eerste extra betaalde (on demand) tv-programma's en films, maar denkt ook aan live uitzendingen en lokale content...



Eric Yuan
ZOOM, CEO

Zoom heeft door corona ook de praktijk op de (media) werkvloer definitief en permanent veranderd. Voor 2020 rekt de videobediens op een omzet van maximaal 2,58 miljard dollar, wat een toename van 314% ten opzichte van 2019 zou betekenen. Er zijn inmiddels bijna 434.000 bedrijven met minimaal tien werknemers die betalen voor Zoom. Topman Yuan, die het bedrijf in 2011 oprichtte, denkt zelfs dat dankzij AI een 'fysiek aspect' kan worden toegevoegd aan virtuele ontmoetingen.

Satya Nadella
MICROSOFT (TEAMS), CEO

Naast Zoom is ook Teams aan een onstuitbare opmars bezig: Microsoft rapporteert dat het 115 miljoen dagelijks actieve gebruikers heeft. Vooral de videoconferentie-optie blijkt enorm populair. "Covid-19 heeft invloed op ieder aspect van ons leven en daardoor zien we dat we nu binnen twee maanden een digitale transformatie doorgaan waar we normaal gesproken twee jaar over zouden doen", sprak Nadella begin vorig jaar. De topman heeft allerlei nieuwe mogelijkheden aangekondigd.



Jeroen Hoencamp
VODAFONEZIGGO, CEO

In 2017 debuteerde Robin Kroes als Executive Director Strategie & Integratie in deze lijst, maar nu gaan we 'gewoon' voor de CEO van Vodafone-Ziggo. Deze voormalig officier in het Korps Mariniers is de belichaming van een van onze favoriete slogans: *Content is King but Distribution is Queen and She Wears the Pants*. We hebben het hier over de grootste mediadistributeur van Nederland, met bovendien een eigen on demand service en niet te vergeten Ziggo Sport met Max Verstappen.

Joost Farwerck
KPN, BESTUURSVOORZITTER

Zonder netwerken als die van KPN zou het onmogelijk zijn geweest vanuit thuishantoren te blijven doorwerken. Joost Farwerck, topman sinds oktober 2019 en nummer 106 in de Volkskrant-top 200 invloedrijkste Nederlanders, wil het bedrijf dit jaar laten groeien in de 'massamarkt' en de daling in breedbandaansluitingen stoppen door snellere uitbreiding van het glasvezelnetwerk. In 2025 wil KPN 65% van de Nederlandse huishoudens glasvezel bieden – een verdubbeling ten opzichte van nu.



11
NIEUW**Shula Rijxman**

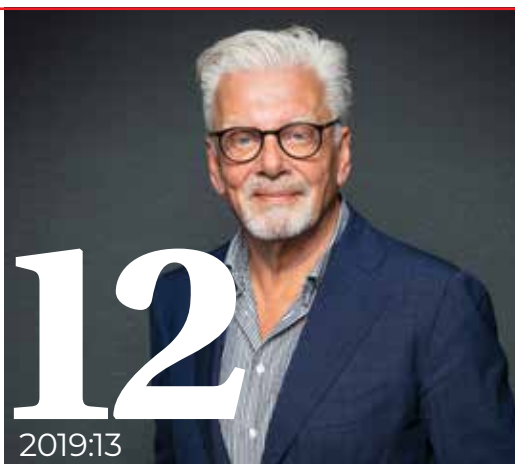
NPO, VOORZITTER RAAD VAN BESTUUR

Omdat Frans Klein de eer van de publieke omroep hier letterlijk en figuurlijk hoog hield en deze lijst ook weleens vernieuwd en verjongd mocht worden, lieten we Rijxman vorig jaar sneuvelen. Maar de hoogste NPO-baas keert op basis van haar machtspositie en onvermoeibare inzet voor de publieke zaak keihard terug. De meningen over in hoeverre de belangrijke (financiële) relatie tussen Hilversum en politiek Den Haag nu dankzij of ondanks haar bemoeienis is zoals die is, lopen wel sterk uiteen...

Jan Slagter

OMROEP MAX, DIRECTEUR/VOORZITTER

'De verpersoonlijking van de machtige, onvermijdelijke 'grijze golf' die het Nederlandse medialandschap blijft overspoelen', typeerden we hem vorig jaar. De programmering van MAX kent geen flops en vormt een stevig fundament onder het succes van NPO 1, terwijl de omroep als enige maar blijft groeien. Een week nadat de betaalde oplage van MAX Magazine de 200.000 was gepasseerd, mocht de club van Slagter zijn 400.000ste lid verwelkomen; een razend knappe prestatie.

12
2019:1313
2019:12**Paul Römer**

TALPA NETWORK, MANAGING DIRECTOR RADIO EN TV

'Als iemand Talpa toekomstklaar kan maken, dan is het deze ervaren rot wel', noteerden we hier vorig jaar. Corona maakte dat er allemaal niet makkelijker op, om het eufemistisch te stellen. Maar waar tal van managementfuncties sneuvelden, daar bleef Römer op zijn hoge post om de integratie tussen en de verhuizing van het tv- en radiobedrijf te leiden. Er valt nog veel (herstel)werk te verrichten, maar de eerste lichtpunten in de Talpa-tunnel zijn zichtbaar en leiden mogelijk naar een hogere klassering.

Peter van der Vorst

RTL NEDERLAND, PROGRAMMADIRECTEUR

Niet Eva, Chantal of Beau, de RTL-paradepaardjes die vorig jaar in deze toplijst waren opgenomen, maar Peter van der Vorst verdient ditmaal een mooie notering. Hij weet als programmachef steeds beter zijn draai te vinden en heeft nieuw talent een kans gegeven, een (uit nood geboren) stap die met name in het geval van Ruben Nicolai uitstekend heeft uitgepakt. Welk programma hij ook doet, de presentator blijkt een onvervalst kijkcijferkanon en zou hier eigenlijk evenmin hebben misstaan.

14
NIEUW15
NIEUW**Peter Lubbers**

BANIJAY BENELUX, CEO

De macht van een producent is beperkt, want immers altijd afhankelijk van de opdrachtgever/zender. Maar voor Peter Lubbers maken we een uitzondering, als hoogst verantwoordelijke voor EndemolShine Nederland, Simpel-Zodiak, NL Film, TVBV, Totem Media en Zodiak Belgium en merken als *Big Brother*, *Expeditie Robinson*, *Op1*, *Miljoenenjacht*, *Temptation Island*, *GTST* en *All You Need is Love*. Zijn bedrijf is bovendien verantwoordelijk voor de voetbalkanalen van ESPN en de Eredivisie.

18
2019:616
NIEUW**Janey van Ierland**

NETFLIX, MANAGER ACQUISITIONS & COPRODUCTIONS BENELUX

In 2008 richtte Janey van Ierland haar eigen agentschap op, Nummer 19, waarmee ze grote namen als Gijs Naber, Marwan Kenzari, Carice van Houten, Bracha van Doesburgh, Halina Reijn, Katja Herbers en Paula van der Oest in binnen- en buitenland vertegenwoordigt. En sinds augustus vorig jaar heeft Netflix haar aangesteld om unieke content voor de Benelux aan te kopen en te coproduceren. Dat maakt Janey van Ierland (1977) een factor van grote betekenis in het Nederlandse medialandschap.

Rien van Beemen

MEDIAHUIS NEDERLAND, CEO

Over 2017 hadden we op nummer 15 en 16 plaats ingeruimd voor Marc Vangeel en Christian van Thillo, respectievelijk bestuursvoorzitter TMG en CEO De Persgroep. Ditmaal kiezen we voor Rien van Beemen, sinds augustus 2019 de hoogste baas van Mediahuis Nederland. Niet alleen dankzij het nog altijd ijzersterke Telegraaf-merk - al is de online videostrategie nauwelijks van de grond gekomen - maar vooral ook vanwege Dumpert, dat alleen al 2,4 miljoen volgers op Instagram heeft.

17
NIEUW**Arjen Lubach**

VPRO, PRESENTATOR/PROGRAMMAMAKER

Hij zou eigenlijk stoppen, maar er komt nog een speciaal seizoen van acht afleveringen rond de Tweede Kamerverkiezingen in maart. Gelukkig maar, want 'na Keek op de Week van Koot en Bie (1988 - 1993) heeft geen enkel satirisch nieuwsprogramma zo'n beetje deze staat van onsterfelijkheid bereikt', schreef Trouw over *Zondag met Lubach*. 'Satire met bloedserieuze invloed', aldus de Volkskrant en zo is het maar net. Ook op YouTube is deze 'stoorzender' een influencer van formaat.

Nikkie de Jager

INFLUENCER

Ze kreeg haar eigen documentaireserie op YouTube (*NikkieTutorials: Layers of Me*), lanceerde de meest bekeken Nederlandse YouTubevideo van 2020 (haar coming out als transgender na een mislukte chantagepoging), was te gast bij Ellen DeGeneres en won tussendoor ook nog even *Wie is de Mol?* Jong en oud lopen weg met deze even onverschrokken als invloedrijke beautyvlogger, die op moment van schrijven 13,7 miljoen YouTube-abonnees heeft en 14,6 miljoen volgers op Instagram.



19
2019:16



20
2019:14

Tim Hofman

BNNVARA, PRESENTATOR/
PROGRAMMAMAKER

De macht van een programmamaker is vaak beperkt, maar ook Tim Hofman vormt nadrukkelijk een uitzondering op die regel. Niet voor niets won hij tijdens het laatste Televisier-Ring Gala de ster voor beste presentator, de ster voor de beste online videoserie (#BOOS) en natuurlijk de Gouden Televisier-Ring voor *Over mijn Lijk*. Na vier jaar, 214 afleveringen, 483.000 abonnees, vele prijzen, een burgerinitiatief en talloze Kamervragen blijft hij gelukkig onveranderd boos en activistisch.

Gerard Timmer

NOS, DIRECTEUR

Zijn voorganger Jan de Jong stond hier vijf jaar terug in de top 10, als beloning voor een sterk (sport)jaar, met EK's en Olympische Spelen. 'Zijn NOS is vaak mikpunt van kritiek en spot, maar Nederland mag zich gelukkig prijzen met zo'n gedegen, professionele en ook experimenterende nieuwsorganisatie'. Daar is nog steeds niets aan gelogen. Timmer zou wat dat betreft best wat steviger van zich af mogen bijten in deze bizarre tijden van fake news en zorgwekkende bedreigingen.



21
NIEUW



22
NIEUW

Dave Minneboo

QMUSIC, PROGRAMMADIRECTEUR

Voor Qmusic kon 2020 niet beter. Het ene na het andere record werd verbroken, met als kers op de taart het marktleiderschap in de doelgroep 10+: 11,8% marktaandeel en een weekbereik van 2,9 miljoen luisteraars, ten opzichte van 2,4 miljoen voor NPO Radio 2. Nooit eerder bereikte Q zo veel mensen. In de doelgroep 20-49 jaar oversteeg het marktaandeel zelfs de magische grens van 20%, wat al twintig jaar geen radiozender was gelukt. Minneboo is "elke maand opnieuw verbijsterd."

Jurre Bosman

NPO, DIRECTEUR RADIO

'Met name dankzij Radio 2 en het sterk oprukkende fenomeen podcast gaat Bosman hier vast wel weer wat plaatsen stijgen', schreven we hier vorig jaar over de hekkensluis. Dat is inderdaad gebeurd, maar gelet op zijn machtige positie in het audiolandschap kan de grote sprong voorwaarts nog komen. De lancering van het nieuwe audioplatform NPO Luister, waar alle publieke podcasts en radiozenders gratis te beluisteren zijn via één app, is daarvoor wellicht de ideale springplank.



23
2019:25



24
2019:5

Matthijs van Nieuwkerk

BNNVARA, PRESENTATOR/PROGRAMMAMAKER

Bij de NPO hielden ze hun hart vast: wat gaat Matthijs doen? Nou, die nam zoals verwacht (noodgedwongen ingetogen) afscheid van *De Wereld Draait Door*, maar bleef wel de publieke omroep trouw. En daar mag hij groots en meeslepend dromen, zoals het even eigennuttige als veelbelovende Matthijs gaat door bewijst. Dan heb je over programmamacht natuurlijk niet te klagen en hoor je hier thuis. Als de voortekenen niet bedriegen, staat hij hoger genoteerd.

Martien Meiland

TALPA NETWORK, MEDIAFENOMEEN

Zappen was zinloos bij deze onvermijdelijke hystericus. Om een klein gedeelte uit de Volkskrant te citeren, waar hij op plek 21 belandde in de top 40 beeldbepalers: 'Martien in *Ranking the Stars*. Martien in de reclame. Martien in iets met bingoballetjes. Martien in iets *Tussen kunst en kitsch*-erigs, Martien maakt ruzie (...). Martien wint Loden Leeuw. Martien in Lapland. Martien eet frikandel (...) Martien in *Wie van de drie?* Martien in nieuw huis. Martien krijgt biografie (...) Et cetera, et cetera.



25
NIEUW