



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Zeg eens A

Carasso, L.

Citation

Carasso, L. (1992). Zeg eens A. *Bestuurskundige Berichten*, 7(1), 16-18. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1887.1/item:3233517>

Version: Publisher's Version

License: [Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Downloaded from: <http://hdl.handle.net/1887.1/item:3233517>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Zeg eens A

Lucella Carasso

In medialand is het de afgelopen tijd onrustig. Steeds meer omroepen zijn bezig commercieel te worden, de toekomst van het publiek omroep bestel is voorlopig een groot zwart gat. Twee omroepen besloten het zekere voor het onzekere te nemen; de EO en de VPRO gingen op weg naar de A-status, die zij uiteindelijk via een geheel eigen campagne ook behaalden. Interviews met campagneleider A. Mons van de EO en met de liever niet als campagneleider betitelde F. de Smit van de VPRO werpen een licht op de strijd om het bestaan van hun organisatie.

Een omroep verwerft de A-status als zij meer dan 450.000 leden telt. Daaronder is zij een B-omroep. Het ministerie van WVC stelt elk jaar vast hoeveel zendtijd er gevuld mag worden en verstrekt aan de omroepen een uurbedrag. Het commissariaat voor de media verdeelt vervolgens de zendtijd via de verdeelsleutel A staat tot B als vijf staat tot drie. Bij de herindeling van met name de tv-zendtijd per 1 oktober 1992 dreigden de enige twee B-omroepen, EO en VPRO, hun vaste avond kwijt te raken en versnipperd te worden. Voor deze organisaties de directe aanleiding om voor 1 december van 1991 de aanvraag voor A-status in te dienen.

De VPRO dacht een jaar geleden al aan de A-status, maar dit idee kreeg toen geen interne meerderheid. Vervolgens probeerde de omroep iets anders, aldus De Smit, scheidend directeur Algemene zaken, om in Hilversum toch het hoofd boven water te houden, namelijk samen met de NOS en de VARA een NRC-achtig kwaliteitsnet te maken. In de loop van juni trokken de NOS en de VARA zich echter terug en vanaf dat moment begon het A-gevoel dus weer te leven.

Bij de EO werd de grond pas iets later heet onder de voeten. Pas op 23 september 1991 werd besloten een wervingscampagne te starten. Mons, hoofd Public Relations, kreeg zo slechts een week voorbereidingstijd. Er werd binnen de EO een projectgroep opgericht, waarin van elke afdeling de eindverantwoordelijke zat, samen met de programmaleiding. Zelf vond Mons de projectmatige aanpak erg

leuk, de hiërarchie viel zonder problemen weg en veel dingen liepen soepeler. Het invoeren van electronic mail bijvoorbeeld ging opeens in drie dagen, terwijl men er al veel langer mee aan het aanmodderen was. In oorlog doet men uitvindingen, stelt Mons. De EO begon 1 oktober met 337.000 leden, nu zijn het er ruim 500.000. Hoe kan dat in zo'n korte tijd? Het kan niet, aldus Mons. En vervolgens, hoe het dan toch kon:

"De aanpak, helder en eerlijk, het juiste tijdstip, men heeft door de pulp die Nederland vandaag de dag over zich heen krijgt kennelijk nu behoefte aan een kwaliteitsomroep, en daarnaast de zege van God deden deze campagne slagen." Welke middelen werden bij de campagne ingezet? Om te beginnen wilden zij geen leden werven met een videoband of een muzikale fruitmand, de mensen moesten bewust lid worden. Er werden naar viereneenhalf miljoen a-select gekozen adressen in Nederland twee brieven gestuurd, de achterban werd in werking en de christelijke wereld op zijn kop gezet, aldus Mons. Hij heeft bewust geen bekende christenen willen exploiteren, zegt hij. Toch zal niemand ontkennen dat de openlijke bekering van de actrice Jip Wijngaarden in het programma "Overall en nergens" heel wat EO-leden heeft opgeleverd. Opvallend vond Mons dat veel (tienduizenden) rooms-katholieken uit het zuiden lid waren geworden. Waarschijnlijk omdat die zich op deze manier keren tegen de teloorgang van normen en waarden. Heeft Mons ooit gevreesd dat de A-status niet behaald zou

worden? Hij wil niet arrogant klinken, maar: nee, hij heeft nooit angst gehad. Hij zou er niet aan begonnen zijn als hij er niet in zou geloven, ook niet als HJ er niet in zou geloven overigens. "Als we er even niet meer uitkwamen gingen we met het team bidden, en waar zie je dat nog" aldus Mons, die heel blij was dat hij in zo'n goede sfeer kon werken. Als campagneleider heeft hij vooral geleerd dat relationeel management de sleutel voor succes is, je moet flexibel zijn en de sociale vaardigheden volkomen beheersen. Veel delegeren, geen bureau hebben, meer het "walking around". De vrouwelijke kant van het management ontwikkelen is belangrijk, het relationeel denken. En dat is iets wat ernstig wordt onderbelicht in deze prestatie-maatschappij. Hoe denkt de EO haar nieuwe leden vast te gaan houden in de toekomst? Allereerst zal de EO een soort wij-gevoel moeten creëren, vier keer per jaar een blaadje uitbrengen voor de tientjesleden, een band opbouwen. De extra zendtijd willen zij met bijvoorbeeld een dramaproductie opvullen, of iets voor ouderen, en meer aandacht aan het evangelie, en als de EO het niet met kwaliteit denkt te kunnen opvullen geeft zij haar zendtijd terug. Immers niet pulp met pulp bestrij-

De EO heeft 't maar Godsallemachtig makkelijk om A-omroep te worden. De VPRO moet 't met u doen.

Gireer of telefoneer een tientje naar de VPRO.

Als dank daarvoor krijgt u HET UUR cadeau, een unieke videoband met van de VPRO met werk van o.a. Kees van Kooten, Wim de Bie, Adriaan van Dis en Wim T. Schippers, wanneer u nu lid wordt. Echt een geschenk uit de hemel.

**HET UUR
VAN DE VPRO**

STOP DE VERLOEDERING. STEM VPRO.
Word lid. f. 10,-. Giro 250 000. Of bel 035-21 27 00 (9.00-24.00 uur)

den, zegt Mons. De echte Aalsmeerganger weet echter dat in de studio's van Joop van den Ende de EO op het moment bezig is met de opnames van het spelletjesprogramma Blackout. Toch zal de EO niet zo snel commercieel worden, in ieder geval nooit om er geld aan te verdienen, besluit Mons.

De VPRO begon op 1 oktober 1991 met 340.000 leden aan de campagne. Deze was in tegenstelling tot de EO zeer opvallend: de slogan "stop de verloedering" drong door tot elke uithoek van Nederland. Half augustus begon een klein team met De Smit als leider, de directeur Radio, de directeur Televisie, de directeur van de VPRO-gids en een art-director van buitenaf als kern aan de voorbereidingen. In september keurde de ledenraad hun plannen goed. Van te voren was al onderzoek gedaan naar de te benaderen doelgroepen. De VPRO koos voor een recht-voor-zijn-raap-aanpak, om zo te appeleren aan het ongenoegen van de achterban en om de verloedering van het publieke omroepbestel tegen te gaan. Begonnen werd met een mailing onder 330.000 gekochte VPRO-vriendelijke adressen.

Vervolgens schakelden zij de leden in en elk nieuw tientjeslid kreeg een videoband als premie. De gouden greep bleek echter, idee van Paans, directeur van de VPRO-gids, de actie "Beste Wervers": als je tien mensen lid maakte kwam je pasfoto in de Volkskrant, met vijftig kwam je op de radio en bij het aandragen van honderd nieuwe leden kreeg je twee minuten zendtijd op de televisie. Zo ontstond er vooral onder de studenten een ware wedloop. De 24-uurs marathon op het eind van de campagne zorgde nog voor een mooie eindsprint. Vanuit de VPRO zelf waren soms kritische geluiden te horen over de campagne, onder andere van Van Kooten en De Bie, was dat niet hinderlijk? Volgens De Smit heeft iedereen zich ingezet en was er geen interne verdeeldheid. Anders kan men zo'n campagne nooit beginnen, en om Van Kooten en De Bie moet je natuurlijk juist lachen! Of er ooit angst was dat het niet zou

lukken? Ja, die was er toch wel, vooral in het begin was het heel spannend; doordat men zich aanvankelijk niet telefonisch kon aanmelden maar per acceptgiro waren er na vijf dagen slechts twee nieuwe leden. Na twee weken werd echter duidelijk dat de kans op slagen groot was.

Concurrentie met de EO is er niet geweest, aldus De Smit, en naar het commissariaat voor de media toe hebben ze collegiaal samengewerkt. De toekomst van de VPRO? De A-status valt toevallig samen met de reorganisatie van de vereniging, deze wordt van drie delen één bedrijf. Er zal een aparte afdeling communicatie komen, die wordt belast met het vasthouden van de nieuwe leden. Hoe het nieuwe VPRO-lid er uit ziet? Vooral veel scholieren en studenten, maar verder wordt dat nog onderzocht. Wat de zendtijd betreft weet de VPRO nog niet precies wat ze daarmee gaat doen. We willen graag samen met de NOS op een net, aldus Smit. Het karakter van de programma's zal echter niet veranderen. De omroep zal ook niet commercieel worden,

dat past niet in de cultuur van het bedrijf.

Als leider van zo'n grootse campagne heeft De Smit ervaren dat je eigenlijk binnen het bedrijf niets anders aan je hoofd moet hebben dan in dit geval de campagne. Alles gaat heel erg snel, knopen moeten snel doorgehakt worden en er moet een persoon zijn die over alle kleine dingen na moet kunnen denken. Gewoon een uur achter je bureau zitten nadenken.

Opvallend is dat de beide omroepen in zo'n korte tijd een grootscheepse actie tot een succesvol einde hebben gebracht, zonder hulp van een bureau van buitenaf. Geheel op eigen kracht en met behulp van de Nederlanders die op traditionale wijze opkwamen voor de omroepen in nood. Volgens Mons was een dergelijke actie waar het hele bedrijf bij betrokken was verfrissend voor de organisatie en voor de mensen zelf. Misschien is het een tip voor ingeslapen organisaties ook eens naar een A-niveau te streven? BB

Democratie als hartstocht

Een boek van Ed van Thijn

Jantien van 't Hof

In november van het afgelopen jaar is het boek "Democratie als hartstocht" van Ed van Thijn, burgemeester van Amsterdam, verschenen. Het bevat dertien artikelen die Van Thijn in zijn loopbaan als politicus heeft geschreven. Van Kooten en De Bie staken nogal de draak met het boek en met de auteur. Van Thijn is natuurlijk een dankbaar persoon om te imiteren, maar in hoeverre moeten we hem nu serieus nemen?

Democratie

Een belangrijk thema in het boek is de vorm van onze democratie. Volgens Van Thijn is democratie op zichzelf niet achterhaald, alleen de vorm die wij eraan hebben gegeven is aan vervanging toe. Hij geeft hier een aantal redenen voor. Ten eerste is het principe van de democratie niet consequent doorgevoerd: de burgemeester en Commissaris der Koningin

worden benoemd en ook de minister-president is niet rechtstreeks gekozen. Dit manco tast de werking van het algemeen kiesrecht aan, waardoor kiezers te weinig beïnvloedingsmogelijkheden hebben.

Ten tweede moet de overheid in deze tijd veel medewerking van de burgers vragen, vanwege bezuinigingen en milieubeleid. Als de burger het idee heeft geen invloed te hebben

op de beleidsvoering zijn dergelijke maatregelen voor hem moeilijk te accepteren.

Ten derde is het handhavingsbeleid van de overheid niet effectief. Dit tast het rechtvaardigheidsgevoel van mensen aan en dat leidt tot meer normloosheid en criminaliteit.

Om deze problemen op te lossen is het volgens Van Thijn noodzakelijk de kiezer meer directe invloed te geven. Op landelijk niveau betekent dit dat men invloed moet kunnen uitoefenen op de vorming van de regering. Daarvoor zijn een aantal mogelijkheden. Zoals het systeem dat door Daudt is voorgesteld. Bij de verkiezingen krijgt men twee keuzemogelijkheden, één voor een partij en één voor een minister-president. Voor de laatste categorie kunnen zich twee mensen kandidaat stellen, afkomstig uit de twee grootste partijen. Een ander mogelijk systeem is dat van de gekozen kabinetsformateur, die als hij er in slaagt een kabinet te vormen, daarvan zelf de minister-president wordt. Dit systeem is samen met een gematigd districtenstelsel door onder andere Van Thijn in de Tweede Kamer voorgesteld in 1972, maar het werd toen verworpen.

Op lokaal niveau zou directe invloed van de kiezer een gekozen burgemeester en Commissaris der Koningin betekenen. Doordat deze personen nu nog benoemd worden, is hun ambt langzamerhand uitgehold. Wat voor taken heeft een Commissaris der Koningin nu nog? Het burgemeestersambt is ook aan erosie onderhevig (behalve in Amsterdam natuurlijk). Hierdoor worden bestuurlijke kwaliteiten verspild. Een gekozen burgemeester krijgt door zijn legitimiteit vanzelfsprekend ook meer macht.

Na het debat in 1972 over de gekozen formateur was het onderwerp "zo dood als een pier", aldus Van Thijn. Vanaf toen gold het *adagium* dat je geen oude koeien uit de sloot moet halen. De opspraak is afgekocht met een beetje inspraak; door de indruk te wekken positief te staan tegenover meer inspraak, maar toch enig voorbehoud te maken, wist men te voorkomen dat er echt fundamentele wijzigingen doorgevoerd werden. Het is

daarom niet verwonderlijk dat het onderwerp ook nu weer in de belangstelling is komen te staan.

Politiek

Van Thijn wijdt in zijn boek twee artikelen aan het kabinet-Den Uyl. Eén van die artikelen is een evaluatie van de kabinetsperiode. Van Thijn gaat in op een aantal vraaggesprekken die met ministers uit die periode zijn gehouden. Een deel van het artikel is gewijd aan de bureaucratie waarmee de ministers te maken kregen en is voor ons bestuurskundigen interessant. Uit de gesprekken bleek, dat niemand te klagen had over de loyaliteit van de ambtenaren. Het was wel moeilijk om ze "mee" te krijgen met het nieuwe beleid. Minister Pronk: "Men zal ons niet boycotten, maar echt bijdragen tot beleidsvernieuwing, nee."

Opzienbarend is dat men klaagt over een gebrek aan mankracht om de grote beleidsveranderingen die het kabinet in het hoofd had, voor te bereiden. Van Dam: "We hebben het uiterste gevraagd, ook van de mensen op het departement. Het was werkelijk op het randje af. We merkten het, de mensen knapten af, werden ziek..." Om met dit probleem te kunnen omgaan, pleit Van Thijn voor een doelmatiger departementale indeling, waarbij het aantal adviesinstanties zal moeten worden verminderd en gedemocratiseerd. Belangrijk is ook dat de ministers greep hebben op het tempo van de beleidsuitvoering.

Het kabinet heeft veel plannen niet kunnen realiseren vanwege tijdnood. Veel ministers klaagden over een gebrek aan planmatigheid. Dit werd echter ook veroorzaakt door een lange reeks incidenten die het kabinet achtervolgde.

Over de samenwerking met het CDA worden ook interessante uitspraken gedaan. Duisenberg: "Kijk, het CDA is een partij die steeds weer zegt, als het op functionele veranderingen aankomt: ho, tot hier en niet verder, dan breken we met je." En Den Uyl: "Het CDA probeerde de suggestie te wekken een hervormingsgezinde partij te zijn. Een feit is, dat