



# JAEGER MIKT...

**WIMAR JAEGER**

(@WimarD66 / #mediastad) is mediawethouder in de gemeente Hilversum.

## Delen is het nieuwe hebben

Neerploffen op de bank en kijken wat er op tv is. Het gebeurt mij zelden meer. Politicus ben je 24/7 en in de schaarse tijd wil ik zien wat me echt interesseert of ontspant. Dus kies ik voor mijn favoriete programma via Uitzending Gemist of RTL XL en 's avonds in bed is het Netflix.

Net thuis om te eten voordat ik weer weg moet, kijk ik samen met mijn zoon van 14 naar filmpjes op YouTube. Op een spaarzame avond dat ik wel thuis ben, kan het *Acht Uur Journaal* ook later beginnen. De televisie wacht wel. 'Wilt u dit programma vanaf het begin kijken?' Ja, dat wil ik wel.

Dat alles gezegd hebbende – en ik schaar mij als bijna vijftiger niet bij de trendsetters – behoort de tijd dat je naar programma's kijkt op het moment dat ze worden uitgezonden tot het verleden. Lineair kijken is passé, zo 2014. Is het niet wonderlijk dat laatst bij een bijeenkomst over regionale omroepen één van de stellingen luidde: 'Regionale omroepen moeten een venster krijgen op de nationale televisie'?

Een live stream, een digitaal kanaal, YouTube of andere platforms zijn veel meer voor de hand liggende mogelijkheden voor de regionale omroepen. De manier waarop radiozenders als Q-music en 538 aan de weg timmeren, zo zouden ook RTV Noord-Holland en RTV Oost zich in de kijker kunnen spelen. Journalistiek en amusement zijn steeds minder relevant omwille van hun tijdstip, het gaat steeds meer om hun content. Dat is zorgelijk en bevrijdend tegelijk. Er is steeds minder controle op wat we collectief zien, maar tegelijkertijd wordt de kijker baas over het eigen scherm. En steeds vaker is de inhoud platformonafhankelijk.

Grote spelers zouden het voorbeeld van de kleintjes kunnen volgen. Ze mogen zich harder achter de oren krabben over hoe ze hun content *sharen*. Daar draait

het namelijk om. Delen, delen en nog eens delen. 'Is jouw filmpje al viraal gegaan?' Daar zullen sommige omroepen het antwoord op schuldig moeten blijven. Wordt 'De TV Draait Door' vaker om half acht bekeken of op YouTube? Bang als ze zijn voor het feit dat een platform er op een goed moment met de content vandoor gaat, worden hele programma's afgeschermd en strak in eigen huis gehouden. Is het angst dat anderen een verdienmodel op jouw unieke content loslaten? Hoe erg is dat? De toekomst is immers een kwestie van delen. En delen betekent geven en nemen. De angst dat iedereen



*Journalistiek en amusement zijn steeds minder relevant omwille van hun tijdstip*



met je content aan de haal gaat, is misschien wel terecht, maar tegelijkertijd houd je het niet tegen. Het is een onontkoombaar fenomeen. Daarom zou ik tegen elke programmamaker willen zeggen: 'Share it, man!' Ga onbevangen met je content om en zet het op elk platform waar je kijkers en luisteraars vindt die jouw content leuk vinden en 'liken'. De omroepwereld is niet anders dan de echte wereld. Er zijn altijd weer nieuwe ontwikkelingen gaande. Er komen nieuwe zenders bij, andere verliezen hun publiek. Het gaat erom met elkaar voor te zorgen dat de traditionele omroepen ook een opgaande lijn hebben in het aantal platforms waar ze te zien zijn. Laten we voorkomen dat omroepen in cirkels om elkaar heen blijven draaien en na jaren tot de slotsom komen, dat ze weliswaar goede programma's maken maar dat die niet meer op de platforms te vinden zijn waar de massa zit. Dat wil je niet en dat kan ook niet. Het is in die zin aan de omroepen zelf om meer te gaan delen zodat ze ook meer krijgen. Kwestie van doen én kwestie van lef, want delen is het nieuwe hebben.

