

De media in november 1987

Voor diegene die zich de grootte van mijn archief proberen voor te stellen, kan ik adviseren nooit een poging te nemen een duik in dit archief te nemen, daar een gemakkelijke weg terug voor de niet kenner van dit archief praktisch onmogelijk is. Wij verbazen ons echter in Huize Knot keer op keer hoe desondanks in ettelijke minuten iets is terug te vinden. Zo was er een externe vraag betreffende de pogingen die de TROS ooit wilde doen om uit het publieke bestel te stappen om op de commerciële toer te gaan. Was het niet zo dat deze omroep in 1965 een zendtijdaanvraag had gedaan, nadat de directie van de Reclame Exploitatie Maatschappij, verantwoordelijk voor de radio- en televisie-uitzendingen van RTV Noordzee, in eerdere instantie had besloten dat de 'trossen los werden gegooid' en men kijkers en luisteraars wensten warm te maken voor een lidmaatschap van een potentiële omroeporganisatie.

Terugkeer naar een eventuele commerciële status is voor de TROS diverse malen genoemd maar ik herinnerde me dat het even ter sprake kwam toen een nieuwe directeur bij de TROS werd benoemd in het najaar van 1987. Het was de toen 47-jarige Cees Wolzak die - zoals een persbericht in november 1987 meldde, per 1 januari 1988 in dienst zou treden als de nieuwe algemene directeur van de TROS. Reden voor mij even te duiken naar berichtgeving hieromtrent in mijn krantenarchief. En dus vond ik in een knipsel uit 'Het Parool' van 23 november 1987 de aankondiging van zijn aanstelling.

Zelf wilde Wolzak nog op de achtergrond blijven en hij verklaarde dat hij zich verheugde op zijn nieuwe baan, waarbij hij eraan toevoegde verder niets kwijt te willen over de toekomst. Vanuit de TROS burelen was uitgelekt dat de benoeming van Wolzak wel had te maken met de eventuele plannen van de TROS commercieel te willen gaan. Toch wist een journalist van de voornoemde krant een reactie van hem los te weken: "Als het mogelijk is en als de voorwaarden acceptabel zijn, dan is het zeker belangrijk om daar serieus over na

te denken." Maar omdat hij zich nog verder niet verdiept had in de materie, wilde hij het bij deze uitspraak laten om niet onnodig voor zijn beurt te spreken.

Wolzak was tot 1 januari 1988 trouwens directeur van wat toen de 'Nieuwe Media' werd genoemd, waarin databanken, beeldplaten en dergelijke binnen de VNU werden ontwikkeld. Wolzak had de nodige ervaring met het commerciële deel binnen de televisiewereld want via de VNU was hij ondermeer verantwoordelijke voor Abonnee Televisie Nederland/Filmnet, waar VNU zich medio 1986 uit terug trok. Wel dient vermeld te worden dat het concern na terugtrekking een slordige 30 miljoen gulden had verloren aan dit project.

Op de dag dat de benoeming van Wolzak openbaar werd gemaakt was het ook de NCRV die in de kolommen van de diverse kranten volop aanwezig was. Steeds meer wensten de toenmalige omroepbazen op een vrolijke opvallende manier de kijkers en luisteraars bereiken. Bij Veronica kon je jong en wild (t) tegelijk zijn, Ron Brandsteder liep bij herhaling dat je het beste lid kon worden van de TROS en zo had elke omroep zijn eigen manier gevonden.

Ook de NCRV wilde meedoen en huurde een reclamebureau in om met idee en uitvoering te komen voor een nieuw gezicht voor deze omroep. Zo liet men nieuwe ledenwerfspotjes maken waarin een moderne vader, met kind op de rug, spontaan met iemand anders begon te praten over de Bill Cosby Show. De persoon waar tegen gepraat werd was trouwens niet in beeld. Terwijl de jonge vader zijn verhaal deed werd hij plotseling onderbroken door een voice-over die zei: "De Cosby Show is wel NCRV!" Uiteraard verbaasde de vader zich over deze opmerking en kreeg vervolgens nog eens te horen dat het van deze omroep afkomstig was: "NCRV, daar kijk je van op."

Het was slechts een voorbeeld uit een serie van tien promotiespotjes die er werden gemaakt waarbij verschillende zaken binnen de NCRV werden uitgelicht. Zo waren er twee ledenwerfspots gemaakt rond 'Paperclip' de jongerenafdeling die ook een eigen radioprogramma had en de NCRV gids. Andere televisieprogramma's werden ook belicht in

de ledenwerfspots, zoals de ziekenhuisserie 'St Elsewhere', waarbij werd gesteld dat er in onze ziekenhuizen niet zulke leuke dokters waren als in de serie'. Wat dit een reden dat ik destijds absoluut fan ben geworden van deze serie? Verder waren er spotjes gemaakt rondom het actualiteitenprogramma 'Hier en nu', 'Weg van de Snelweg', 'de Frank en Vrijshow' en 'Rondom Tien'. Allemaal stevige en goedbedoelde ledenwerfspots.

Alleen is het triest te weten dat twee van de hoofdrolspelers uit de spotjes bijna dertig jaar later op negatieve wijze in de publiciteit staan. Immers is Bill Cosby vele malen beschuldigd van machtsmisbruik en seksuele intimidatie en -misbruik en is de man van het programma 'Frank en vrij' geheel niet meer vrij, daar het om Frank Masmeijer gaat, die anno 2015 in een Antwerpse gevangenis zit opgesloten.

Willem Hekhuis was destijds waarnemend hoofd van de Persafdeling van de NCRV en hij wist te melden dat het oude gezicht van de NCRV niet direct stoffig was te noemen maar dat het niet meer echt swingend en dus aan verfrissing toe was. Men had gekozen om programma's uit te lichten omdat de meeste mensen niet wisten welke omroepen bij welke populaire programma's hoorden, wat uit de toen nieuwe ledenwerfspots volgens Hekhuis wel duidelijk werd.

Hij stelde tevens dat bij onderzoeken de NCRV altijd naar voren kwam als uitermate eerlijk, betrouwbaar met de daarbij behorende aspecten als 'stoffig, saai, grijs en ouderwets'. Reden genoeg destijds voor de vernieuwing, die niet alleen zichtbaar en hoorbaar was op televisie en radio maar ook via de vernieuwde NCRV gids, waarbij ook ondersteuning werd verleend vanuit een reclamebureau.

Peter Mendelts was destijds verantwoordelijk voor de ledenwerfspots en volgens hem wilde de NCRV zich vooral richten op de zogenaamde 'randkerkelijken', voor hen duidelijk een nieuwe doelgroep. Daarmee werd bedoeld de mensen tussen 25 en 55 jaar die wel een Christelijke opvoeding hadden beleefd maar niet of nauwelijks nog naar de kerk gingen. Desondanks voelde het merendeel

van deze 'randkerkelijken' zich wel nog een beetje verbonden aan de NCRV. Het was de taak de belangrijkheid van de NCRV aangaande informatieve, spannende als wel educatieve programma's in de spots uit te lichten.

Met die uitlichting betekende het trouwens niet dat de vooral bij ouderen populaire programma's als 'Meditatief Moment' 'Te Deum Laudamus' en 'Kerkepad' verdwenen. Als vanouds bleef men ook de ouderendoelgroep trouw.

Het jaar 1987 was eigenlijk ook het eerste jaar dat het aanbod van programma's groter werd met de komst van verschillende buitenlandse satelliet televisiestations, die via de diverse kabelnetten werden aangeboden. Dat ging dan wel stapsgewijs maar de grotere aanbieders, die de meeste abonnees in de grote steden hadden, waren er rap bij het programmapakket uit te breiden. Dit betekende automatisch, met opgroeiende kinderen in huis, dat de vraag naar muziekprogramma's te mogen kijken, ook groeide.

Overheersend, als het ging om de popmuziek, was natuurlijk MTV, dat 24 uur per etmaal te zien en te horen was. Maar ook Sky Channel en Super Channel hadden het nodige in aanbod: Young free and single, Heartline, Eurochart Top 50 Show, Power Hour, First Run, Off the Wall, Super Sonic en veel meer. Toch bleef een groot aantal jongeren in Nederland kijken naar de popprogramma's van de publieke omroep. Top Pop bestond nog steeds, destijds in presentatie van jongeling Bas Westerweel. Het programma, dat iedere maandag om zes uur werd uitgezonden, haalde een kijkdichtheid van 10 procent, terwijl het met 6,7 werd gewaardeerd.

Een andere jongeling presenteerde Popformule. Martijn Krabbé trok in die tijd rond de 1,3 miljoen kijkers, ondanks het gegeven dat het programma rond etenstijd werd uitgezonden. Bij de VOO had men Adam Curry laten opvolgen door Simone Walraven, die garant stond voor een kijkdichtheid van 13% met het programma Countdown, dat iedere woensdagavond vanaf 7 uur te zien was. Het programma werd

trouwens ook tot 1 december van dat jaar iedere zaterdag op Super Channel uitgezonden.



Een nieuw contract bracht het programma in 1988 naar Sky Channel, dat de internationale uitzendrechten had verworven. Trouwens een programma dat niet echt in de categorie 'popprogramma's' viel was DJ Katshow, dat weer enorm populair was bij de jongere kijker en de opstap naar grote populariteit was voor Linda de Mol. Het was trouwens een programma dat werd gemaakt door de toenmalige productiemaatschappij van John de Mol jr. Let wel: alles bijna dertig jaar geleden.

