



Joop van den Ende

Major donor Van den Ende in de bres voor omroepbestel en journalistieke waarden

Paginagrote krantenadvertenties ter bescherming van de Nederlandse media

Door: Redactie WvF

09-10-2025

(Social) impact Nieuws

De ervaren Nederlandse mediamagnaat Joop van den Ende hield deze week een vurig pleidooi voor de bescherming van het vrije woord, een campagne die hem tonnen kostte. Teneur: kom in actie tegen de sloop van het omroepbestel en de journalistieke waarden.

Van den Ende (83) windt er geen doekjes om. In zijn krantenadvertenties lezen we: ‘Politiek Den Haag wordt wakker. Bescherm onze taal, onze kunst en cultuur, onze vrije meningsuiting. Stop met populistische kletspraat en werk aan een toekomstvisie waarmee Nederland weerstand kan bieden aan de overmacht van mediabedrijven uit Amerika én China.’

Volgens Van den Ende is de publieke omroep noodzakelijk – met Amerika als afschrikwekkend voorbeeld van hoe het niet moet. Hij wijst fintjes op een Amerikaanse president die mediabedrijven onder druk zet. Door te dreigen om vergunningen en fusiedeals te blokkeren. Met als gevolg censuur.

Sloop

De mediamagnaat herinnert zich het verkiezingsprogramma van de PVV waarin staat dat de publieke omroep dient te worden opgeheven. Ook wordt gefantaseerd over de sloop van studio's op het Mediapark. Van den Ende: 'Wat is hieraan anders dan wat in Amerika gebeurt? Niets! Iedereen die het vrije woord serieus neemt, moet zich vol vuur tegen dergelijke plannen verzetten.'

Net als elke krant heeft ook het medialandschap volgens Van den Ende een mix van serieuze inhoud en vermaak nodig om aantrekkelijk te blijven. Eens stond hij aan de wieg van de commerciële televisie in Nederland en het is naar eigen zeggen nooit zijn bedoeling geweest de publieke omroep af te schaffen.

Reclame-inkomsten

Integendeel: 'We zijn gezegend met een meerstemmig bestel, met omroepen die allerlei stromingen in het land – van jong tot oud, van religieus tot vrijzinnig, van progressief tot liberaal – een stem geven.' In dat bestel is volgens Van den Ende ook ruimte voor reclame, al is het zijn voorstel om de reclame-inkomsten van de NPO tot een maximum te beperken.

Dat maximum moet volgens hem door de overheid worden aangevuld met extra middelen: 'Daarover moeten duidelijke afspraken worden gemaakt zodat geld beschikbaar blijft voor onderzoeksjournalistiek en innovatie.'

Slagkracht

De commerciële zenders verdienen volgens Van den Ende eveneens meer slagkracht. 'De fusie van DPG en RTL duurde door politiek getreuzel bijna twee jaar. Daarvóór liep al anderhalf jaar een vergeefse poging om SBS en RTL samen te voegen.' Hij merkt op dat intussen de Amerikanen en Chinezen doorstoomden. Zij konden hun voorsprong op het gebied van AI en sociale media verder vergroten, terwijl we in Europa 'hopeloos achterlopen'.

In februari 2025 plaatste Van den Ende ook advertenties in kranten om aandacht te vragen voor het belang van de publieke omroep, de commerciële omroepen én de fusie tussen de mediabedrijven RTL Nederland en DPG Nederland. Tegelijk waarschuwde hij toen voor de gevaren van Amerikaanse sociale mediabedrijven die circa 85% van de digitale advertentie-inkomsten wegsluizen naar hun thuisland.

Journalistieke onafhankelijkheid

Met als gevolg druk op de redacties in Nederland – wat de journalistieke onafhankelijkheid in gevaar brengt. Ook pleitte hij tegen verdere bezuinigingen op de publieke omroep. Van den Ende heeft ook zelf kritiek op het huidige functioneren van de NPO. 'Dat mag alleen nooit een reden zijn om het bestel af te schaffen.'

Van den Ende besluit met de constatering dat het niet zijn bedoeling is om van dit soort advertentiecampagnes een gewoonte te maken: 'Maar het onderwerp – een sterke omroep, alle ruimte voor het vrije woord en bescherming van onze cultuur en van journalistieke waarden – is te belangrijk om erover te zwijgen. Afwachten is, zeker voor de politiek, geen optie meer. Het is tijd voor actie.'