



Hilversum heeft inderdaad te veel managers en te veel omroepen, maar vooral steeds minder kijkers

Posted on 8 april 2025 by Calvin Schukkink

Nog nooit werd er – vooral op de televisie – zoveel gepraat over televisie: over gedoe met presentatoren, omroepen en BN'ers. Waar Hilversum het ook druk mee heeft: minder budget en minder managers. Maar het echte Hilversumse probleem: steeds minder mensen kijken tv en de NPO-zenders zijn daarop geen uitzondering.

Afgaand op de vele druktemakerij zou je anders denken, maar lineair tv-kijken is al geruime tijd bezig uit de mode te raken. De gemiddelde kijktijd wordt met het jaar korter. Zo keek de Nederlander volgens het Nationaal Media Onderzoek (NMO) in 2024 gemiddeld nog maar 130 minuten per dag naar televisiezenders. Tien jaar daarvoor lag de gemiddelde kijktijd per dag op 200 minuten.

Een derde minder

Streamingdiensten als Netflix en Videoland groeien juist, maar het live kijken naar

televisiezoekers is dus tussen 2019 en 2024 met ongeveer een derde afgenomen. Het Commissariaat voor de Media waarschuwt dat vooral jongeren steeds vaker naar streamingdiensten kijken dan naar de programma's van de publieke omroepen. Ze zouden daardoor minder goed op de hoogte zijn van het nieuws. Via online wegen worden Nederlanders meer dan voorheen bereikt door digitale nieuwsmedia, maar ook via sociale mediaplatforms zoals X, YouTube, Instagram en TikTok consumeren steeds meer mensen - en in het bijzonder jongeren - nieuws en entertainment.

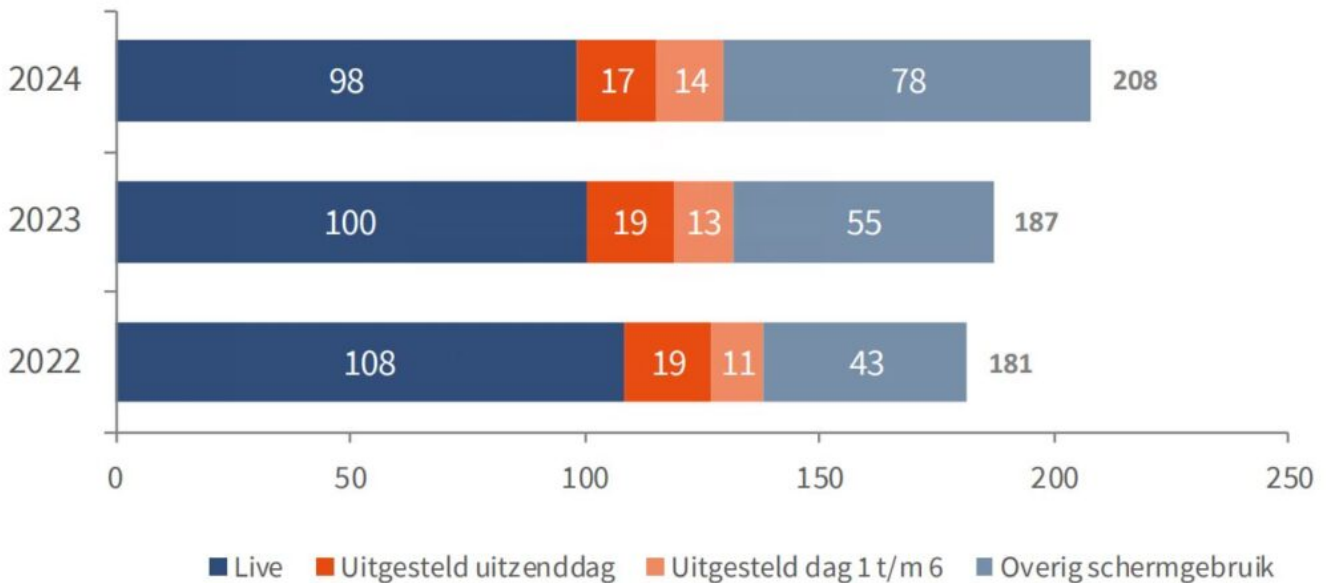
Volgens data van het NMO stonden in de top tien van meest bekeken programma's van 2024 slechts twee tv-momenten (exclusief sport) die gemiddeld méér dan drie miljoen kijkers trokken. Dat waren de aftrap van *Wie is de Mol* en de halve finale van het Eurovisie Songfestival. Vergelijken we dezelfde top tien qua kijkcijfers met bijvoorbeeld 2014, dan zien we dat er dat jaar negen momenten waren die gemiddeld meer dan 3 miljoen kijkers opleverden. Uitzendingen van *Boer zoekt vrouw*, *The Passion*, *All You Need is Love* en *Wie is de Mol* tikten vaker over de drie, en zelfs vier of vijf miljoen kijkers aan.

Praatprogramma's minder bekeken

Wie ook de top tien lijst van meest bekeken programma's (exclusief sport) van 2014 met de top tien van 2024 vergelijkt, ziet dat in 2014 het meest bekeken programma de finale van het Eurovisie Songfestival was, met gemiddeld 5,1 miljoen kijkers. In 2024 was het meest bekeken programma *Wie is de Mol*, met gemiddeld 3,7 miljoen kijkers.

Een soortgelijke tendens is er bij de vele praatprogramma's. De meest populaire talkshows zijn *Vandaag Inside* (SBS), *Eva* (AvroTros) en *RTL Boulevard*, die in 2024 gemiddeld tussen de 1,1 en 1,5 miljoen kijkers trokken. Praatprogramma's zoals *Bar Laet* van BNNVARA en *Dit is Tijs* van de EO boeien gemiddeld genomen nog geen 500.000 kijkers.

GRAFIEK 1: KIJKTIJD NAAR KIJKMOMENT, GEHELE DAG (02-26 UUR), 6 JAAR EN OUDER



Kijktijd. Onder 'overig schermgebruik' valt dvd kijken, apps, radio luisteren, uitgesteld kijken na een week en het gebruik van video on demand. (Bron: NMO)

Toch wordt er nog altijd veel geschreven en nog meer gepraat over de televisie en de tv-wereld, misschien wel meer dan ooit. Wat er op tv is gebeurd (of gaat gebeuren), welke BN'er wát gaat doen, en wat zich heeft afgespeeld voor en/of achter de schermen bij een van de vele talkshows.

Veel NPO-praatprogramma's gaan over zichzelf en over elkaar, maar daarnaast heeft de NPO ook nog een programma dat pretendeert helemaal over tv te gaan (*Van Roosmalen en Groenteman* van BNNVARA).

Maar ook andere media hebben het druk met tv. Neem Angela de Jong. Ze werkt bij het AD als tv-criticus en columnist, maar ze is zelf ook tv-BN'er geworden door veelvuldige optredens in programma's als *Eva*, *Beau*, *RTL Boulevard* en *Vandaag Inside*. Vrijwel alle kranten hebben redacteurs in huis die volledig zijn toegewijd aan televisie. 'Kijkcijferspecialist' Tina Nijkamp zit nu niet alleen bij *De Telegraaf*, maar is ook frequent bij praatprogramma's te zien om à la Angela de Jong haar visie op tv te geven. De groei van de aandacht voor tv staat in schril contrast met de dalende trend van de kijkcijfers.

Minister Eppo Bruins, verantwoordelijk voor media in het algemeen en de publieke

omroep in het bijzonder, heeft nu [een herinrichting bedacht](#). Van de dertien omroeporganisaties moeten er in 2029 vier à vijf overblijven (naast de NOS) en ook hoopt hij dat de publieke omroep 'meer openstaat voor geluiden uit de samenleving'.

Hoezo diversiteit?

In de talkshows is van meer diversiteit vooralsnog weinig te merken: altijd weer dezelfde gezichten met dezelfde meningen, veelal alwetende tv-figuren, acteurs en cabaretiers met pretenties op het vlak van oorlog en vrede, migratie en klimaat.

Minister Bruins moet hoe dan ook opschieten. Als de belangstelling in het huidige tempo blijft dalen, wordt er in 2029 wéér een kwart minder tv gekeken en daalt het marktaandeel van de publieke zenders nóg verder. Hilversum lijkt een rijk in verval.

[Calvin Schukkink](#) is verslaggever van Wynia's Week en masterstudent staats- en bestuursrecht aan de Universiteit Utrecht.

Wynia's Week verschijnt drie keer per week, **156 keer per jaar**, met even onafhankelijke als broodnodige artikelen en columns, video's en podcasts. U maakt dat samen met de andere donateurs mogelijk. Doet u weer mee, **ook in 2025?** Kijk [HIER](#). Hartelijk dank!