

C75 – BUI7

VLAAMS PARLEMENT



Zitting 2000-2001

30 januari 2001

HANDELINGEN

COMMISSIEVERGADERING

COMMISSIE VOOR BUITENLANDSE EN EUROPESE AANGELEGENHEDEN

Vraag om uitleg van de heer Luk Van Nieuwenhuysen tot de heer Johan Sauwens, Vlaams minister van Binnenlandse Aangelegenheden, Ambtenarenzaken en Sport, over een televisieprogramma ter sensibilisering van de Vlaamse bevolking voor het economisch belang van het exportgebeuren

Commissie voor Buitenlandse en Europese Aangelegenheden

Dinsdag 30 januari 2001

VOORZITTER : De heer Luc Van den Brande

– *De vraag om uitleg wordt gehouden om 15.33 uur.*

Vraag om uitleg van de heer Luk Van Nieuwenhuysen tot de heer Johan Sauwens, Vlaams minister van Binnenlandse Aangelegenheden, Ambtenarenzaken en Sport, over een televisieprogramma ter sensibilisering van de Vlaamse bevolking voor het economisch belang van het exportgebeuren

De voorzitter : Aan de orde is de vraag om uitleg van de heer Van Nieuwenhuysen tot de heer Sauwens, Vlaams minister van Binnenlandse Aangelegenheden, Ambtenarenzaken en Sport, over een televisieprogramma ter sensibilisering van de Vlaamse bevolking voor het economisch belang van het exportgebeuren.

De heer Van Nieuwenhuysen heeft het woord.

De heer Luk Van Nieuwenhuysen : Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, tijdens de bespreking van de begroting 2001 is er sprake geweest van initiatieven om de bevolking te sensibiliseren voor de export. Het is juist dat veel mensen zich onvoldoende bewust zijn van het belang van de export voor onze economie en onze tewerkstelling, en van de prestaties van onze Vlaamse bedrijven. Als men dat op een toegankelijke wijze kan overbrengen, zal dit een mobiliserend effect hebben op de bevolking, en de solidariteit en het begrip tussen werknemers en werkgevers in de hand werken. Die initiatieven kunnen ook bedrijven die niet exporteren, ertoe aanzetten om dat alsnog te doen.

Nederland is een exportland waarnaar we opkijken. Het profileert zich zeer goed in het buitenland, want het heeft zijn eigen naam tot echte merknaam gemaakt. Al in 1987 startte de TROS met het programma TROS Actua Export. In 1991 veran-

derde de naam in Aktua en Bedrijf. Het werd tot vorig jaar uitgezonden. Het werd gepresenteerd door de in Nederland vrij bekende Tinneke Verburg en Ed Nijpels, ex-minister en ex-burgemeester. De TROS maakte zelf het programma, en stond ook in voor de inhoud.

In oktober 2000 kondigde de minister aan dat hij van plan was om vanaf dit jaar op de televisie gedurende een kwartier per maand een aantal doodgewone Vlaamse bedrijven in de schijnwerper te zetten. Zo wil de minister brede lagen van de Vlaamse bevolking kennis laten maken met de dagdagelijkse werking van het Vlaamse bedrijfsleven.

Zelf zou ik het wat grootser willen aanpakken. Deze formule lijkt te veel op een lange reclamespot of een lange regeringsmededeling. Het zou de moeite lonen om de TROS-formule van nabij te bekijken en daaruit inspiratie te putten. Kan dat nog ? Ik wil van de minister weten hoe ver zijn plannen gevorderd zijn. Is er al een streefdatum om van wal te steken ? Wil de minister zelf de vorm en de inhoud bepalen, en zelf zendtijd kopen bij de staatszender of een van de commerciële zenders ? Of wil hij de staatszender een opdracht geven, waaraan de zender dan naar eigen inzicht en vermogen vormgeeft ? Wordt het iets zoals het programma Oproep 2020, dat door een tv-zender wordt gemaakt met steun van de betrokken overheid. In dit geval dan waarschijnlijk van Buitenlandse Handel ? Het gaat om financiële, logistieke en intellectuele steun, die in ons geval wellicht door Export Vlaanderen zou worden verstrekt. Ik zou graag wat meer inzicht krijgen in de wijze waarop de minister dit interessante project wil vormgeven.

De voorzitter : De heer Glorieux heeft het woord.

De heer Eloi Glorieux : Ik vraag me af welk nut het heeft om op de VRT exportgerichte bedrijven

Glorieux

te promoten. Het lijkt me logischer om dat op buitenlandse zenders te doen. Promotie van de Vlaamse export moet verder vooral gericht zijn op sectoren die een bijdrage leveren tot duurzame ontwikkeling. Er zijn veel bedrijven in Vlaanderen die dat doen. Ik denk dan bijvoorbeeld aan Turbo-winds, het Vlaamse bedrijf dat windturbines maakt. Dat bedrijf heeft onlangs nog een heel lucratief contract met Costa Rica afgesloten.

Indien Vlaanderen de nadruk wil leggen op het eigen buitenlands potentieel, dient dit ons inziens vooral te gebeuren in de toekomstgerichte sectoren die tevens in eigen land een groot werkgelegenheidspotentieel hebben.

De voorzitter : Minister Sauwens heeft het woord.

Minister Johan Sauwens : Mijnheer de voorzitter, naar aanleiding van de woorden van de heer Glorieux wil ik eerst even een misverstand ophelderen. Het is uiteraard niet de bedoeling om onze producten in het buitenland te promoten. Dit kan men namelijk beter in het buitenland zelf doen.

Weinig Vlaamse bedrijven zetten de stap naar het buitenland. Veel bedrijven verkopen hun producten enkel in het binnenland en laten de buitenlandse verkoop aan buitenlandse, vaak Nederlandse handelsagenten over. De Vlaamse economie is zeer open en bijgevolg zeer kwetsbaar. Het is mijn bedoeling om de bedrijven en de ondernemingen te helpen bij het zetten van hun eerste stappen naar de exportmarkt. Dit voornemen ligt helemaal in de lijn van de beleidsnota en van de internationale afspraken inzake duurzame ontwikkeling.

Export Vlaanderen beschikt momenteel over een hoofdbestuur, over provinciale kantoren en over economische vertegenwoordigers met een tachtigtal standplaatsen in het buitenland. Het dienstenpakket dat deze mensen aanbieden, is bij de eigen bedrijven evenwel onvoldoende bekend. Naar aanleiding van de bespreking van de beleidsbrief heb ik dan ook de idee gelanceerd om hieraan iets te doen. De contacten die ik ondertussen heb gelegd, maken het me mogelijk om te zien wat onze mogelijkheden in dit verband nu precies zijn.

De ideeën die in de Vlaamse bedrijven ontstaan, komen niet steeds van de bedrijfsleiders. Vaak vinden die ideeën hun oorsprong op de werkvloer of bij de verkopers. Het is mijn bedoeling om deze ideeën aan de hand van goede voorbeelden, de zogenaamde 'best practices', aan een groot publiek

voor te stellen. Via de televisie wil ik de ondernemingen helpen om de stap naar het buitenland te zetten.

We hebben tot nu tweemaal met de hoofdredactie van Kanaal Z vergaderd. Kanaal Z heeft ondertussen ook reeds contact opgenomen met een productie-firma die voor het maken van een dergelijk programma in aanmerking komt.

We hebben een aantal redenen om met Kanaal Z samen te werken. Deze zender bereikt het beste de beoogde doelgroep. Kanaal Z heeft dagelijks ongeveer 250.000 trouwe kijkers. 65 percent van deze kijkers zijn kaderleden. Deze mensen behoren tot de actieve bevolking tussen 25 en 54 jaar oud. Een programma op Kanaal Z maakt het mogelijk om de 'decision makers', de mensen die dicht bij de besluitvorming in de bedrijven staan, te bereiken. De keuze voor deze doelgroepen-zender biedt ons bovendien de mogelijkheid om zonder voorafgaande marktraadpleging rechtstreekse contacten te leggen.

Kanaal Z is wellicht de enige zender die een dergelijk programma in prime time kan uitzenden. De strijd om de kijkcijfers kennende, zou een dergelijk programma, dat zeker geen massa's kan mobiliseren, op een andere zender sowieso pas tussen 23 uur en 24 uur worden uitgezonden.

De momenteel voorliggende voorstellen gaan uit van een voorlopig stramien. Ik hoop dit stramien in de loop van volgende week definitief te maken. Op Kanaal Z zou gedurende een aantal maanden telkens een week van de export lopen. Tijdens deze weken zou op elke werkdag op het einde van elk journaal of aansluitend op elk journaal een exportitem worden gebracht. Elk van die weken zou in het teken staan van een bepaalde regio, land of continent, waarrond men een aantal items zou selecteren. Zo zou men een week lang items over de mogelijkheden in Hong Kong en in Zuid-China kunnen uitzenden. Tijdens het weekend zou een montage van de vijf in de loop van die week gebrachte items in de vorm van een kort magazine worden uitgezonden. Het gaat hier tenslotte niet om zeer lange uitzendingen. Om dag na dag een trouw kijkerspubliek te bereiken, lijkt dit de meest interessante formule.

In principe zou Kanaal Z van een volledige redactionele vrijheid en verantwoordelijkheid kunnen genieten. Dit is noodzakelijk om de onafhankelijkheid en de geloofwaardigheid van zowel het programma als de zender te bewaren en om zogenaamde 'uitzendingen door derden' te vermijden.

Sauwens

De keuze van de thema's zou wel in overleg met de Vlaamse overheid gebeuren. De Vlaamse overheid zou bovendien een aantal suggesties doen in verband met de uit te zenden items. In onze zoektocht naar interessante en veelzeggende exportdossiers kunnen we immers onze economische vertegenwoordigers in de geselecteerde landen raadplegen. Men heeft vroeger in Nederland programma's gemaakt die het hele proces van productie tot verkoop in het buitenland in beeld brachten. Dit nieuwe programma zou ook heel deze weg kunnen tonen en zou bovendien een aantal mensen kunnen helpen om nieuwe mogelijkheden te ontdekken.

Er is ook reeds sprake van een bepaalde tegenprestatie. Dit programma zou ons de gelegenheid bieden om een aantal diensten of producten van de Vlaamse overheid, bijvoorbeeld het netwerk van Export Vlaanderen, bij een breder publiek bekend te maken.

In het licht van het voorgaande zullen wij dit programma niet voor de volle 100 % bekostigen. Kanaal Z is geïnteresseerd en zoekt momenteel additionele middelen om het programma te financieren. Indien Kanaal Z snel de nodige financiële middelen kan vinden, zal de overeenkomst tussen de zender en de Vlaamse overheid worden geformaliseerd. In dit geval zullen de uitzendingen dit jaar nog worden opgenomen en uitgezonden. Het productie- en zendschema is tijdens de besprekingen nog niet expliciet aan de orde geweest, maar men moet sowieso rekening houden met een productietijd van een tweetal maanden.

Als we met Kanaal Z geen overeenkomst kunnen afsluiten, zullen we onderzoeken welke mogelijkheden de andere zenders bieden. Het lijkt me in elk geval moeilijker om op die andere zenders een programma in prime time uit te zenden. Tot besluit kan ik zeggen dat we wellicht tegen een relatief

kleine kostprijs een goed resultaat kunnen boeken. Vlaanderen is inzake export de nummer 1 in de wereld. Onze succesverhalen mogen we ook wel eens voor het voetlicht brengen.

De voorzitter : De heer Van Nieuwenhuysen heeft het woord.

De heer Luk Van Nieuwenhuysen : Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, geachte collega's, het gaat om een goed initiatief. Kanaal Z heeft echter slechts een beperkt publiek, dat al in het bedrijfsleven geïnteresseerd is of daarin actief is. Ik had het wat grootser willen aanpakken, en ons willen spiegelen aan de Nederlandse uitzendingen. Die spraken een zeer breed publiek aan, van de leek tot de bedrijfsleider. Het feit dat een populaire zender als de TROS gedurende twaalf jaar uitzendingen aan dat onderwerp heeft gewijd, toont toch aan dat er belangstelling voor is. Men mag zo'n uitzending niet a priori verbannen naar de late uitzenduurtes. Het moet mogelijk zijn om uitzendingen te maken die veel kijkers kunnen aanspreken.

Het kan niet de bedoeling zijn om via die uitzendingen producten te promoten. We moeten het bedrijfsleven de stap helpen zetten naar exportgerichte activiteiten. Ongeveer 60 percent van de actieve bevolking werkt rechtstreeks of onrechtstreeks voor de export. De betrokkenheid van de bevolking bij de export is dus niet enkel nodig, maar ook mogelijk. Het experiment met Kanaal Z zal aantonen wat er precies mogelijk is. Als de mogelijkheid zich voordoet om via kanalen te werken die een breder publiek bereiken, dan zou dat toch moeten worden overwogen.

De voorzitter : Het incident is gesloten.

– *Het incident wordt gesloten om 15.40 uur.*
