



Vlaams
Parlement

vergadering **C1**
zittingsjaar 2017-2018

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

van 28 september 2017

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de mogelijke toekenning van een derde lineair kanaal Ketnet Jr. aan de openbare omroep – 2897 (2016-2017)	3
VRAAG OM UITLEG van Vera Jans aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het gebrek aan digitale vaardigheden bij ouderen – 2825 (2016-2017)	
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de e-inclusie en mediawijsheid van kwetsbare groepen – 2832 (2016-2017)	4
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de bevindingen van het mediacongres Vlaanderen-Nederland: innovatie in de journalistiek – 2875 (2016-2017)	
VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over toekomstgerichte investeringen in media-innovatie – 2958 (2016-2017)	11
VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de potentiële uitholling van het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen, met name wat voetbalwedstrijden betreft – 2879 (2016-2017)	
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het recht op vrije informatiegaring naar aanleiding van de discussie rond de voetbalrechten – 2899 (2016-2017)	18
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de betrokkenheid van de openbare omroep bij de app Spott – 2881 (2016-2017)	23
VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over reclame op sociale media door gezichten van de openbare omroep, in het bijzonder van Ketnet – 2923 (2016-2017)	25

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de mogelijke toekenning van een derde lineair kanaal Ketnet Jr. aan de openbare omroep – 2897 (2016-2017)

Voorzitter: mevrouw Manuela Van Werde

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp-a): Op 22 december 2016 diende de VRT, onze openbare omroep, bij de Vlaamse Regering een aanvraagdossier in voor de opstart van een nieuw lineair kanaal, Ketnet Jr. Aangezien het om een nieuwe dienst gaat, die niet door de beheersovereenkomst wordt gedekt, dient de Vlaamse Regering hiervoor de toestemming te verlenen.

Hiertoe werd, conform het Mediadecreet, het advies van de Vlaamse Regulator voor de Media (VRM) ingewonnen. Op 22 juni 2017 bleek dat de VRM geen eenduidig advies geformuleerd heeft, maar het aan de regering overlaat om te oordelen of het deelthema 'wijzigingen in de bedrijfseconomische situatie in het Vlaamse medialandschap' zwaarder weegt dan het deelthema 'bescherming en de promotie van de Vlaamse cultuur en identiteit'. In het eerste geval zou het advies eerder negatief zijn, in het tweede positief.

De standpunten van de verschillende fracties over het nieuwe lineair kanaal Ketnet Jr. zijn in deze commissie reeds uitvoerig besproken. De laatste keer gebeurde dat op 22 juni 2017. Het leek er even op dat we nog voor het zomerreces ook het standpunt van de minister zouden kennen, want de beslissing over Ketnet Jr. stond oorspronkelijk geagendeerd op de ministerraad van 14 juli 2017.

De Vlaamse Regering mag er dan wel nog steeds niet uit zijn of de commerciële belangen van enkele grote private spelers belangrijker zijn dan de pedagogische ontwikkeling van onze allerkleinste Vlamingen, het lijkt me belangrijk dat de minister eindelijk klaarheid schept over dit dossier.

Minister, wat is uw standpunt inzake het al dan niet toelaten van een derde lineair kanaal, Ketnet Jr., op de openbare omroep? Welke elementen wegen volgens u door bij het nemen van deze beslissing? En dan de hamvraag: wanneer kunnen we eindelijk de officiële beslissing van de Vlaamse Regering verwachten?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Mevrouw Segers, beste collega's, dit zal, in tegenstelling tot mijn gewoonte, een kort antwoord zijn. U kent de voorgeschiedenis. We hebben het advies van de VRM met betrekking tot de vraag van de VRT om een nieuw lineair kanaal te mogen inrichten, ontvangen. We hebben daarover in deze commissie op 22 juni 2017 een goed debat gehad. Ik bevestig dat de Vlaamse Regering tot op heden geen beslissing heeft genomen. Er is wel een uitgebreide gedachtewisseling geweest in de regering. Ik ga, aangezien de besluitvorming binnen de Vlaamse Regering nog lopende is, nu geen standpunt innemen. Het is dan ook evident dat ik mij persoonlijk niet uitlaat welke elementen – die u goed hebt opgesomd – dan wel of niet doorwegen.

Het Mediadecreet en de beheersovereenkomst met de VRT voorzien niet in een timing inzake de beslissing van de Vlaamse Regering. Dat betekent niet dat deze vraag van de VRT naar de Griekse kalenden wordt verwezen. Zeker niet. Er is enkel een termijn inzake het VRM-advies: binnen de zes maanden na de aanvraag. Die termijn is wel degelijk gevolgd.

Ik heb de afgelopen weken enkele bilaterale gesprekken gevoerd met een aantal stakeholders, zoals mij door de Vlaamse Regering werd gevraagd. Die hebben zowel in de

ene kant van het dossier argumenten als bij de andere. Met de bevindingen uit die gesprekken zal ik bij de bespreking met mijn collega's in de ministerraad rekening houden.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp·a): Minister, wat jammer! Ik vraag heel expliciet naar uw standpunt. Ik heb het niet gehoord. U weet dat dit voor de VRT een heel belangrijk dossier is. Voor de Vlaamse kijkertjes zou het een heel goede zaak zijn. Het zou het enige kanaal voor de allerkleinsten zijn dat reclamevrij is. Dat is niet onbelangrijk. Er zijn heel wat opiniestukken met de standpunten van onder meer de Gezinsbond. Iedereen is pro een lineair kanaal Ketnet Jr. Behalve natuurlijk de commerciële zenders, die ervan uitgaan dat dit voor hen een te grote concurrentie zou zijn. Volgens mij zal dat niet zo zijn. Ik denk dat er binnen de meerderheidspartijen overeenstemming bestaat dat dit een goede zaak zou zijn. Ik had gehoopt dat u de moed zou hebben om te zeggen dat u er alles aan zou doen om ervoor te zorgen dat dit lineair kanaal er komt. Ik hoop dat het geen spelletje wordt dat nog een jaar of langer wordt gerekt. Het is echt nodig dat hier knopen worden doorgehakt. U hebt de steun vanuit de oppositie maar ook van de meerderheidspartijen. Ik hoop dat u heel snel de knoop doorhakt, en dat dit een goede beslissing wordt ten bate van de jongste Vlaamse kijkers.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): De discussie werd hier al vaak gevoerd. De argumenten pro en contra zijn een beetje dezelfde. Mevrouw Segers, ik zal niet zeggen dat we van gedacht zijn veranderd. Maar we merken wel dat de VRT al een paar keer van gedachten is veranderd in de opbouw van het dossier. Het dossier ziet er vandaag enigszins anders uit dan bij de aanvang. We zijn benieuwd naar wat het nu uiteindelijk echt is. Is het een extra kost voor de openbare omroep of niet? Komen er extra producties of niet? Zijn er extra rechten nodig of niet? Bij elk van die vragen heb ik in de loop van het dossier andere standpunten gezien en andere antwoorden gehoord.

Wij hebben in elk geval vertrouwen in de minister en in de regering. Dat kan natuurlijk niet anders. Minister, wij denken dat net als bij zoveel andere thema's ook hier een goede beslissing zal vallen. Wij geven u in elk geval tijd, in tegenstelling tot mevrouw Segers, die u natuurlijk door haar jeugdige enthousiasme onder druk zet en wil weten wat u erover denkt. Wij willen helemaal niet weten wat u erover denkt. Wij willen een goede beslissing van de regering en wij wachten daarop.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp·a): Ik herhaal met aandrang dat ik hoop dat er in de schoot van de Vlaamse Regering snel een positieve beslissing wordt genomen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Vera Jans aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het gebrek aan digitale vaardigheden bij ouderen
– 2825 (2016-2017)

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de e-inclusie en mediawijsheden van kwetsbare groepen
– 2832 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Marius Meremans

De voorzitter: Mevrouw Jans heeft het woord.

Vera Jans (CD&V): Minister, digitaal werken en communiceren is stilaan ingeburgerd. Dat is, denk ik, zeer zacht uitgedrukt. Je kunt daar talloze voorbeelden van geven. Het online bankieren is daar maar één voorbeeld van. Maar heel wat Belgen maken zich zorgen omdat ze te veel online bezig zijn, onder andere met de sociale media.

Toch is niet iedereen mee met die digitale revolutie. Uit een bevraging van OKRA en de Gezinsbond bij duizend Belgen blijkt dat maar liefst 22 procent van de ondervraagden zich hulpeloos voelt in de steeds snellere digitale samenleving. Vaak gaat het om ouderen die niet opgegroeid zijn met het internet en die op hun werk nooit met een computer hebben leren werken. Door een gebrek aan kennis en digitale vaardigheden blijven ze hoe langer hoe meer achter in onze samenleving waar steeds meer digitaal wordt georganiseerd, zelfs de meest evidente dingen. Zo moet je tegenwoordig al veel moeite doen om facturen op papier te ontvangen en te betalen. Het maken van een doktersafspraak gaat via de digitale wachtkamer. Ook dienstencheques aanvragen verloopt digitaal, en er zijn ook steeds meer digitale overheidsloketten zoals 'mypension.be' of 'mijnvaph.be' van het Vlaams Agentschap voor Personen met Handicap, of 'Tax-on-web'. Ook veel-er dagelijkse sociale activiteiten, bijvoorbeeld het op de hoogte blijven van activiteiten van verenigingen en lokale overheden of het volgen van de sport- en hobbyclubs van jezelf of van je kinderen, verlopen steeds moeilijker als je niet kunt meespreken in de app- en Facebookgroepen.

Vroeger werd gesteld dat die digitale kloof zich zou ontwikkelen tussen mensen die wel of geen toegang hebben tot computers en smartphones, maar nu weten we dat die digitale kloof over vaardigheden gaat. Het gaat over mensen die het wel in de vingers hebben en zij die het niet in de vingers hebben. Vooral 55-plussers blijken daar vatbaar voor. Misschien zijn ze niet geïnteresseerd, misschien hebben ze niet genoeg vertrouwen of misschien lukt het gewoon niet. Maar die groep groeit snel en dreigt uit de boot te vallen.

Minister, zolang niet iedereen mee is of mee kan met de digitale revolutie, is het belangrijk om in voldoende kansen te voorzien om die vaardigheden aan te leren, en dit op ieders maat en tempo.

Minister, vindt u het zinvol om ouderen en mensen met beperkte digitale vaardigheden te beschouwen als een aparte doelgroep waarvoor specifieke acties kunnen worden opgezet in het kader van mediawijsheid, naar analogie met personen met een handicap?

Welke initiatieven kunt en zult u vanuit uw bevoegdheden nemen om de toegankelijkheid van de nieuwe media voor ouderen te vergroten?

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Bij een op de vijf Belgen, zelfs bijna een op de vier, leidt de groeiende digitalisering tot heel wat stress. 22 procent van de respondenten van een bevraging van de Gezinsbond en gepensioneerdenvoetbeweging OKRA zegt zich vaak hulpeloos en verloren te voelen omdat er in de hedendaagse samenleving zoveel geregeld wordt via het internet. Een derde van de respondenten ziet het regelen van onlinezaken met overheidsinstellingen, banken en nutsbedrijven helemaal niet zitten. Ze geven aan terug te willen overschakelen naar papieren administratie, maar ze vrezen dat ze daar extra voor zullen moeten betalen en ervaren dit als een inbreuk op hun keuzevrijheid. Ze worden gedwongen om dingen te doen waar ze helemaal geen zin in hebben.

In tijden waarin de Vlaamse overheid ook radicaal de kaart van het digitale trekt, zijn de resultaten van deze recentste bevraging rond computervaardigheden en digitale geletterdheid bijzonder ontluisterend. Ze echoën de resultaten die ook vorig jaar door de Gezinsbond werden gepresenteerd. Daaruit een kleine bloemlezing.

Een op de vijf respondenten acht zichzelf niet of weinig in staat om e-mails te ontvangen of te sturen. 32 procent slaagt er niet in om de online dienstregeling van trein of bus te raadplegen. Meer dan de helft zou niet weten hoe zijn/haar persoonlijke gegevens te beveiligen tegen online fraude. In een op de vijf gezinnen is er niemand die overweg kan met pc-banking of het online ontvangen en betalen van facturen. 30 procent van de gezinnen stuit op problemen wanneer formulieren om sociale uitkeringen te verkrijgen, online ingevuld moeten worden.

Deze algemene cijfers verhullen dan nog de discrepanties – naargelang leeftijds-groep, geslacht, sociale achtergrond – die vooral illustreren dat kwetsbare groepen als kansarmen, alleenstaanden en ouderen het risico lopen om in toenemende mate uitgesloten te worden van onze digitale informatiemaatschappij. Bovendien tonen de resultaten van de meest recente bevraging slechts het topje van de ijsberg aangezien deze online is gebeurd.

In uw beleidsnota drukt u de wil uit om er de komende jaren voor te zorgen dat “naarmate de kloof afneemt tussen mensen die wel en geen toegang hebben tot digitale media, ook de kloof gedicht wordt tussen mensen die wel of niet weten hoe ze ermee moeten omgaan”. Ik citeer uit uw beleidsnota Media 2014-2019. U stelt verder: “Concreet betekent dit dat het Kenniscentrum Mediawijsheid de cruciale opdracht krijgt om ervoor te zorgen dat alle Vlaamse burgers over de nodige kennis, inzichten en vaardigheden beschikken om zich mediawijs te bewegen in onze sterk gemediatiseerde samenleving. Specifieke aandacht gaat uit naar kwetsbare doelgroepen zoals kinderen, jongeren, senioren, kansarmen, werkzoekenden en personen met een fysieke of mentale beperking.”

Met een Vlaamse Regering die ernaar streeft om tegen 2020 alle interacties met de burger en ondernemingen digitaal te laten verlopen – ik verwijs naar de Conceptnota Radicaal Digitaal – lijken verhoogde inspanningen op het vlak van e-inclusie en mediawijsheid bij specifieke kwetsbare doelgroepen geen luxe.

Uit het antwoord op mijn schriftelijke vraag, zeer gedetailleerd zoals altijd, blijkt dat er in de beleidsdomeinen Media, Jeugd en Sociaal-cultureel Volwassenenwerk wel diverse initiatieven ontplooid worden op het vlak van e-inclusie, maar tegelijkertijd stel ik vast dat deze vaak bijzonder kleinschalig en eerder versnipperd zijn. Ze leiden ook tot onvoldoende resultaten wanneer we elk jaar opnieuw dezelfde pijnpunten constateren. Ik mis concrete, centraal opgezette en ondersteunde projecten die de digitale geletterdheid van kwetsbare groepen vergroten.

Minister, vanuit die optiek wil ik u een aantal vragen voorleggen.

Hoe interpreteert u de meest recente resultaten van de bevraging van de Gezinsbond en OKRA, meer bepaald het feit dat er ondanks verschillende initiatieven nauwelijks vooruitgang lijkt te worden geboekt op het vlak van digitale geletterdheid?

Acht u het noodzakelijk om binnen de projectwerking van het Kenniscentrum Mediawijsheid nieuwe klemtonen te leggen om specifieke doelgroepen beter te bereiken? Staan er momenteel concrete initiatieven op poten die focussen op deze doelgroepen?

Bent u bereid om via een projectoproep andere organisaties in het veld aan te sporen om bredere acties op te zetten in het kader van digitale geletterdheid?

Kunt u een stand van zaken geven van de werkzaamheden van het Kenniscentrum Mediawijsheid, al dan niet in samenwerking met de e-inclusiesector, in het kader van de opvolging van de beleidsevoluties inzake Radicaal Digitaal en Online Hulpverlening?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Volgens onderzoekers van het IDEALiC-project tonen recente studies aan dat demografische en sociaal-economische factoren niet langer volstaan om digitale uitsluiting te verklaren. De traditionele tweedeling tussen ingesloten en uitgesloten groepen op basis van factoren als rijk versus arm, jong versus oud, man versus vrouw, zijn niet langer lineair geldig. Het sociale netwerk waar iemand al dan niet een beroep op kan doen, bijvoorbeeld kleinkinderen die de apps installeren, speelt minstens zo hard mee. Desondanks blijft leeftijd wel een duidelijk rol spelen in deze thematiek. De Gezinsbond blijft, in samenwerking met OKRA, terecht deze thematiek naar voren schuiven.

Mediawijsheid bevorderen in snel evoluerende tijden blijft een van de belangrijkste uitdagingen in onze diverse samenleving. Niet enkel de toegang tot media maar ook het stimuleren van mediageletterdheid is essentieel, namelijk het leren gebruiken en het leren begrijpen van media. Het Kenniscentrum Mediawijsheid zal zich in zijn mediawijsbeleid blijven focussen op kwetsbare doelgroepen. Ouderen en mensen met beperkte digitale vaardigheden behoren, net als personen met een handicap, tot die doelgroep. We proberen die dus wel degelijk afgebakend en inclusief te bereiken.

Het Kenniscentrum Mediawijsheid heeft stevast oog voor e-inclusie, en ook ouderen krijgen daar een plaats in. Specifiek voor ouderen ontwikkelde het kenniscentrum dit jaar samen met LINC vzw, de Gezinsbond en SeniorNet een workshop voor grootouders om het over de mediaopvoeding van hun kleinkinderen te hebben. Dat moet hen helpen om zekerder in hun schoenen te staan bij die jonge mediagemotiveerden. Bovendien ontwikkelen ze er een gespreksstarter bij, iets waarmee ze zowel tijdens de workshop als met hun kinderen of kleinkinderen aan de slag kunnen om het gesprek over media te openen. Die worden beide op 15 november gelanceerd en vinden hun weerslag op www.medianest.be. Ouders en grootouders kunnen met vragen ook altijd terecht op de website.

Dit is natuurlijk niet het enige initiatief. Op 17 maart 2016, tijdens de studiedag 'Naar e-inclusieve digitaliseringsprocessen' verspreidde het kenniscentrum in samenwerking met Informatie Vlaanderen de white paper 'E-inclusie in Vlaanderen: een toekomstvisie'. Meer dan veertig organisaties die vechten tegen armoede en voor e-inclusie, onderschreven deze.

Het kenniscentrum werkte mee aan het boek 'Allemaal digitaal? 7 bouwblokken voor een duurzaam e-inclusiebeleid', geschreven door Ilse Mariën en Sara Van Damme. In samenwerking met de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG) werd op 28 november 2016 een studiedag georganiseerd om het boek te lanceren.

Sinds 2016 is het kenniscentrum naast Cultuurconnect en LINC een van de drie Vlaamse coördinatoren van de Digitale Week. De Digitale Week was oorspronkelijk een week waarin lokale initiatiefnemers hun zowat achthonderd activiteiten voor e-inclusie en e-skills in de kijker konden zetten. In 2016 was er een uitbreiding met digitale kunst en cultuur.

Van 20 oktober tot en met 5 november 2017 loopt de twaalfde editie van de Digitale Week. Tijdens deze extra lange editie organiseren honderden lokale organisaties in heel Vlaanderen en Brussel meer dan duizend activiteiten waarbij het gebruik van multimedia centraal staat. Het is ook een week waarin lokale initiatiefnemers hun activiteiten voor e-inclusie en e-skills in de kijker kunnen zetten. Het is de rol van het kenniscentrum om de lokale partners te blijven inspireren inzake e-inclusie en mediawijsheid.

Eerder dit jaar werd de subwebsite 'onbeperktmediawijs.be' gelanceerd. Op deze subsite bundelt het Kenniscentrum Mediawijsheid tips, tools en goede praktijken voor mensen met een beperking en hun begeleiders. De site kwam tot stand in een samenwerking tussen Digitaal Talent@Gent, VONX (een vormingsorganisatie voor mensen met een beperking en hun omgeving) en het kenniscentrum in het kader

van de opleiding 'Onbeperkt Mediawijs', een opleiding bedoeld voor duo's bestaande uit een begeleider en iemand met een verstandelijke beperking die een passie heeft voor digitale media. De organisaties, UC Leuven-Limburg, Tonuso, Link in de Kabel en Thomas More-hogeschool, ontwikkelden met de steun van Mediawijs een aantal extra tools gericht op de begeleiders van mensen met een verstandelijke beperking. Deze tools kan men ook terugvinden op onbeperktmediawijs.be.

In het project 'Mediawijze bibs' wil het kenniscentrum, samen met bibliotheken, scholen en ouders activeren om kinderen en jongeren in Vlaanderen te ondersteunen bij hun mediawijze ontwikkeling. Het project leidde tot uitgewerkte en geteste activiteiten voor bibliotheken om in de klas en op school te werken aan mediawijsheid of in de bib met ouders te werken aan mediaopvoeding. Vijf bibliotheken kregen een subsidie voor hun mediawijze projecten. Zo zet de openbare bibliotheek van Geraardsbergen bijvoorbeeld in op e-inclusie en richt zich daarbij ook op maatschappelijk kwetsbare ouders. De ervaringen van de vijf bibliotheken worden door LINC opgeschaald naar Vlaanderen.

Op 18 oktober lanceert het kenniscentrum de website www.e-inclusie.be in De Krook in Gent. Deze site wordt de online plek met informatie over e-inclusie en digitale competenties voor steden en gemeenten, bibliotheken, sociaal-culturele organisaties en begeleiders van openbare computerruimtes. Ook in de toekomst zal het Kenniscentrum Mediawijsheid verder inzetten op e-inclusie. De onderhandelingen voor een nieuwe overeenkomst zijn bezig.

E-inclusie, zeker bij maatschappelijk kwetsbare doelgroepen, kan overigens niet alleen een verantwoordelijkheid zijn van het beleidsdomein Media. Ook Welzijn, bijvoorbeeld via Online Hulpverlening, Armoede, Onderwijs, met het plan Geletterdheid en de eindtermen, Gelijke Kansen, met de integrale toegankelijkheid, Binnenlands Bestuur, met Radicaal Digitaal, en andere beleidsdomeinen hebben hier een rol in te spelen.

De bevraging van de Gezinsbond en OKRA is in dezen waardevol. Deze enquête polst naar wat mensen doen en voelen bij het gebruik van digitale media en waarom. Dat er nog veel werk aan de winkel is, is duidelijk. Dat er altijd werk aan de winkel zal zijn in een steeds evoluerend digitaal tijdperk, is ook duidelijk. Elk jaar ontstaan weer nieuwe technologische mogelijkheden waarvan iemand uitgesloten kan zijn of worden, maar ook omgekeerd, waaraan zo veel mogelijk mensen kunnen deelnemen. Pas wanneer veel mensen een nieuw technisch snufje beginnen te gebruiken, weegt het verschil met de niet-gebruikers op die laatsten door.

Het is ook goed om dit onderzoek naast andere onderzoeken te plaatsen, bijvoorbeeld de jaarlijkse barometer van de informatiesamenleving. Dan zien we bijvoorbeeld dat het aandeel van de Belgische internetgebruikers dat aan internetbankieren doet, steeg van 55,8 procent in 2012 naar 75 procent in 2016. We zien ook dat het gezinsinkomen een discriminerende factor is: de digitale kloof treft een vierde of 25,7 procent van de bevolkingsgroep met een laag gezinsinkomen en nauwelijks 1,8 procent van de bevolkingsgroep met een hoog gezinsinkomen.

De digitale kloof varieert naargelang de leeftijdscategorie: ze is bijna verdwenen, aldus de informatiesamenlevingsbarometer, bij de 16-24-jarigen, waar slechts 1,1 procent niet mee aan boord is, maar treft daarentegen nog een vierde van de oudere personen uit de leeftijdscategorie 55 tot 74 jaar. Wel merken we op dat de digitale kloof bij de 55-74-jarigen met bijna 5 procent is gedicht in twaalf maanden tijd. Daar zien we een trage maar gestage evolutie.

Als men de verschillen man-vrouw nader bekijkt, dan blijkt het grootste verschil zich voor te doen in de leeftijdsklasse 55-74 jaar. Ook het onderwijsniveau is een discriminerende factor: de digitale kloof is bijna onbestaande bij de hoger geschoolde bevolkingsgroep maar is nog aanwezig bij een vierde van de laaggeschoolden. Dit kan natuurlijk variëren bij verschillende leeftijdsgroepen.

Neemt men het verschil man-vrouw specifiek onder de loep, dan blijkt dat laaggeschoolde vrouwen iets meer getroffen worden dan mannen met hetzelfde scholingsniveau.

Als we puur de grafiek bekijken met Belgen die nog nooit het internet hebben gebruikt, dan zien we dat er een duidelijke knik zit in 2011. Vanaf dan daalt de grafiek duidelijk minder steil.

Dus ook al is er wel degelijk nog altijd een positieve evolutie in de cijfers over de digitale inclusie, bij onder andere ouderen blijft een substantieel deel niet deelnemen aan de digitale samenleving. Daarom moeten we blijven inzetten op participatie.

Ik wil het extra inzetten op een projectoproep zeker overwegen, maar ik wil dit eerst verder doorpraten. Concreet kunnen de bijkomende middelen van de laatste begrotingsopmaak ons daarbij helpen. Ik kan vandaag echter nog niet zonder meer ja of neen zeggen. Er bestaat wel een mogelijkheid om daarvoor in extra middelen te voorzien.

Digitale geletterdheid gaat breder dan media en mediawijsheid: het is een horizontale thematiek. Ik zal dit in het kader van de gesprekken over de subsidie-overeenkomst met het kenniscentrum zeker oppikken en verder uitdiepen.

Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt in het kader van het programma Radicaal Digitaal samen met Informatie Vlaanderen. Informatie Vlaanderen voorziet in een bewustmakingscampagne voor ambtenaren en beleidsmakers over de profielen waarmee ze rekening moeten houden bij het ontwerpen van digitale dienstverlening en voorziet ook in aantal tools daarvoor. Wat het Actieplan Online Hulpverlening betreft, werd er tot nu toe een knooppunt Online Hulpverlening opgericht dat eerst als netwerk en nu als onderdeel van het gefusioneerde steunpunt voor de welzijnssector functioneert. Het knooppunt zet vooral in op het gebruik van digitale media voor rapportage, communicatie, adviesverlening en als tool bij begeleiding. Voor een vollediger beeld wendt u zich het best tot de betrokken beleidsdomeinen zelf.

U ziet dat er al veel gebeurt. Ik deel voor een deel de mening van mevrouw Segers dat we ervoor moeten zorgen dat het niet alleen over verspreide projecten gaat. Vandaar dat de vernieuwing van de beheersovereenkomst ook daarover zal gaan. We boeken ook wel winst maar misschien niet genoeg en niet snel genoeg. Daarom lijkt het me zinvol, voor u en voor mezelf, om daar met de collega's van de Vlaamse Regering het debat over aan te gaan. Ik sluit ook niet uit dat we daarvoor een aantal extra middelen zullen kunnen inzetten, maar dan heb ik het alleen over mijn eigen beleidsdomein. We willen zeker op dezelfde nagel blijven kloppen, ook al zullen we nog veel en hard moeten kloppen. Dat besef ik.

– Joris Poschet treedt als voorzitter op.

De voorzitter: Mevrouw Jans heeft het woord.

Vera Jans (CD&V): Minister, ik dank u voor uw antwoord. U weet dat ons standpunt is dat het Kenniscentrum Mediawijsheid veel doet en ook veel goed doet. U bevestigt dat ook met de opsomming die u hebt gegeven, maar u maakt ook de kanttekening dat we niet mogen vervallen in enkel projecten. U noemt in uw antwoord, en wij vinden dat ook belangrijk, vele partners en organisaties. Het is heel belangrijk dat wat in een kenniscentrum gebeurt, geraakt waar het moet zijn. Daar wordt op ingezet en dat is positief.

Tot slot zegt u ook dat die kwetsbare doelgroepen eigenlijk ook een heel wat horizontalere aanpak vergen. Ik wil u geruststellen dat we deze thematiek ook bij uw collega's uit de Vlaamse Regering op tijd en stond ter sprake zullen brengen.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp-a): Minister, u weet dat ik waardeer dat mediawijsheid en zeker e-inclusie echt hoog op uw beleidsagenda staan. De thematiek van e-inclusie is echt een grote ongelijkmaker in onze maatschappij vandaag. Ik waardeer zeker ook de white paper op basis van het doctoraat van Ilse Mariën en het congres dat eraan komt op 18 oktober met de lancering van de subsite. Dat zijn allemaal goede zaken, maar ik ben ook blij dat u erkent dat het tot nu toe om te versnipperede projecten gaat. We doen nog te weinig en het gaat te traag.

Bovendien is er een groep, namelijk laaggeschoolde ouderen, die volledig afwezig is. Ik maak me daar grote zorgen over. Ik ga straks minister Muyters in de commissie Werk ondervragen over het feit dat VDAB heeft aangekondigd te zullen starten met big data. Ze zullen meer bepaald het clickgedrag van werkzoekenden bekijken om na te gaan of ze wel degelijk op zoek zijn naar jobs. Mijn eigen vader zal nooit met de computer werken. Ik ken heel wat laaggeschoolde bouwvakkers, 55-plusser en werkloos geworden, aan wie gevraagd wordt om een cv via e-mail op te sturen. Zij kunnen dat niet, zij kunnen geen cv opmaken met de computer, en zij hebben geen e-mailadres. We zitten daar echt met een zwaar probleem. Wanneer minister Muyters en VDAB deze plannen doorvoeren, dan zal er echt iets moeten gebeuren. Dit wordt niet alleen uw verantwoordelijkheid maar die van de hele Vlaamse Regering. Want op die manier ontnemen we mensen echt kansen en gaan we ze zelfs penaliseren voor zaken waarin ze niet mee zijn.

De voorzitter: Mevrouw Van Werde heeft het woord.

Manuela Van Werde (N-VA): Ik treed de collega's bij in hun vraag om kwetsbare groepen niet achter te laten op een moment dat we steeds verder evolueren naar een digitale hoogtechnologische samenleving.

Voor vele burgers, onder wie ouderen en mensen uit kansengroepen, is dat inderdaad een groot probleem. Ze zijn laaggeletterd, niet ongeletterd. Ik ben blij vast te stellen dat de Vlaamse Regering zich daarvan bewust is. In het derde plan Strategische Geletterdheid, dat de Vlaamse Regering op 15 september heeft goedgekeurd, wordt daar inderdaad rekening mee gehouden. Ik lees daar de volgende strategische doelstelling, specifiek wat betreft de digitale vaardigheden: "We zetten in op het verhogen van de digitale geletterdheid van de jongeren en volwassenen opdat ze mee kunnen in de snel digitaliserende maatschappij." We mogen, zoals uzelf en de collega's al stelden, vooral de oudere mensen niet vergeten. Ik begrijp dat om die doelstellingen te halen er heel wat partners bij moeten worden betrokken. Zoals u zegt, minister, is er nog veel werk aan de winkel. Er zal altijd veel werk aan de winkel zijn. U zult op de nagel blijven kloppen, heb ik begrepen. Ik hoop dat u ook die extra middelen zult vinden en dat de Vlaamse Regering haar plannen doorzet.

De voorzitter: De heer Bajart heeft het woord.

Lionel Bajart (Open Vld): Uiteraard moeten de moeilijkheden die bepaalde doelgroepen kunnen ondervinden bij het gebruiken van digitale toepassingen, een aandachtspunt vormen in het Vlaams mediabeleid. Het Kenniscentrum Mediawijsheid is daarbij vanzelfsprekend de prioritaire partner. Ik wil echter waarschuwen voor het mogelijk overladen van het kenniscentrum met specifieke vragen en acties ten aanzien van diverse doelgroepen. De toenemende digitaliseringsgraad van de huidige samenleving zorgt voor noden bij zowat elke doelgroep en leeftijdsgroep. We moeten er dan ook over waken dat het kenniscentrum slim inzet en blijft inzetten op de prioritaire uitdagingen en dat men door de bomen het bos blijft zien.

Volgens mij is het ook een utopie om de digitale kloof die er is, volledig te laten verdwijnen op korte termijn, dat kan niet. Onderzoekster Sandra Van Eesbeek is daar ook zeer eerlijk over. In een presentatie over digitale vaardigheden bij 65-plussers zegt ze dat de digitale kloof nooit kan worden overbrugd, zowel inzake

toegang als inzake vaardigheden. En sommige oudere mensen zien dan ook het nut niet in van het leren van digitale vaardigheden. Dat is een realiteit. Voor hen moet er dus altijd, weliswaar beperkt, een niet digitaal alternatief zijn. Daarnaast moet het uiteraard ook een blijvend, continu en onophoudend streven zijn om een minimaal niveau van basisvaardigheden na te streven, en niet in afwachting van de toekomst waarin steeds minder mensen digitaal ongeletterd zullen zijn.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de bevindingen van het mediacongres Vlaanderen-Nederland: innovatie in de journalistiek – 2875 (2016-2017)

VRAAG OM UITLEG van Karin Brouwers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over toekomstgerichte investeringen in media-innovatie – 2958 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Joris Poschet

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Begin september 2017 vond het congres 'Innovatie & markante evoluties in de journalistiek' plaats in de Buren, hier in Brussel. Op dit colloquium werd de wijze waarop innovatie in de journalistiek in Vlaanderen wordt beleefd en ondersteund, onder de loep genomen en werd ook een vergelijking gemaakt met het mediabeleid en de mediabeleving in Nederland.

Een van de sprekers was de heer Bardoel. De heer Bardoel presenteerde de eerste bevindingen van een onderzoek dat hij deed waarin hij focuste op drie onderwerpen: de kwaliteit van de journalistieke infrastructuur, een vergelijking van het mediabeleid in beide landen en de mogelijkheden tot samenwerking en kennisdeling tussen Nederland en Vlaanderen.

Een aantal eerste impressies uit het onderzoek waren dat de kwaliteit van de journalistieke infrastructuur moeilijk te doorgronden is door de beslotenheid van de ondernemingen en de beperkte transparantie van de geldstromen bij de openbare omroep.

Ten tweede lijkt de journalistieke kwaliteit redelijk op orde te zijn, maar de meerstemmigheid staat onder druk – dat is hier al meermaals aan bod geweest, onder andere in vragen van mevrouw Segers – alsook de onafhankelijkheid en de betrouwbaarheid van de journalistiek.

Ten derde zijn wat het mediabeleid betreft, de verschillen tussen Nederland en Vlaanderen groot. Met betrekking tot de mogelijkheden tot kennisdeling en samenwerking zouden we de mogelijkheden meer moeten aangrijpen. We kennen die mogelijkheden: we hebben eenzelfde taalgebied en we hebben dezelfde uitdagingen waar we voor staan.

Uiteindelijk deed de heer Bardoel ook een vijftal concrete voorstellen om stappen voorwaarts te zetten.

Ten eerste is een goede monitoring van de journalistieke infrastructuur en media-ecologie een voorwaarde om bestaand beleid te evalueren en effectief nieuw beleid te ontwikkelen. Ten tweede is het gericht stimuleren van journalistieke inhoud en innovatie noodzakelijk. Ten derde is meer samenwerking binnen en tussen nationale en regionale media in onze landen nodig, om te beginnen in grensgebieden. Ten vierde is afstemming tussen mediasector, overheid en onderzoek en onderwijs

noodzakelijk voor een goede en innovatieve infrastructuur. Ten vijfde zouden initiatieven tot kennisdeling en samenwerking tussen Vlaanderen en Nederland minder ad hoc en afhankelijk van personen moeten zijn. De overheid zou actiever dan vandaag voorwaarden moeten scheppen voor meer stelselmatige samenwerking.

Minister, hoe evalueert u de bevindingen van de verschillende sprekers op het colloquium? Wat is uw reactie op de vrij concrete stellingen van de heer Bardoel?

In hoeverre bent u het eens met de stelling dat Nederland in journalistiek investeert, en Vlaanderen en bij uitbreiding België, in mediabedrijven? Op welke manier kan Vlaanderen journalistiek en innovatie nog meer rechtstreeks stimuleren? We weten dat er een aantal stimulansen zijn maar denkt u dat daar nog een tandje bij kan worden gestoken?

In hoeverre bent u gewonnen voor een meer structurele samenwerking tussen Vlaanderen en Nederland op het vlak van media en journalistiek? Ik denk dan aan monitoring, het beleid op elkaar afstemmen enzovoort.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Het mediacongres van deBuren op 5 september over innovatie in de journalistiek in Vlaanderen en Nederland was heel interessant. Het onderzoek van de heer Bardoel, waar de heer Vandaele naar verwijst, moeten we zeker nog eens verder bekijken. Volgens wat ik verneem, is dat een tussentijds verslag van dat onderzoek en moet dat nog worden gefinaliseerd. We moeten daar verder aandacht voor hebben en daar zeker nog op terugkomen.

Ik wil het eigenlijk hebben over de slotspreker op dat congres, de heer Ysebaert, CEO van Mediahuis. Hij heeft daar een aantal concrete beleidsvoorstellen gedaan over innovatie in de mediasector.

Hij had een zeer uitgesproken mening – ik zal hem een paar keren citeren – over de huidige stand van innovatie in de media. Zo zei hij: “Wil media in Vlaanderen en Nederland een kans maken, dan zal de politiek kleur moeten bekennen. En dat gaat niet met een paar honderduizend euro’s.”

Ten eerste ziet hij dat Nederland vooruitloopt als het gaat over innovatieve media-projecten omdat er vooral in Amsterdam vele start-ups zijn die ruimte nemen maar ook krijgen om nieuwe toepassingen te bedenken. Gesteund door onder andere het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek investeert Nederland vanuit de overheid in deze innovatieve ondernemers. Ysebaert erkent dat er nu ook in Vlaanderen een beweging zichtbaar is om een start-upklimaat te ontwikkelen, gevoed door de grotere mediaorganisaties. Het is dan ook het moment om daar verder op in te gaan.

Nog volgens Ysebaert komt de werkelijke stimulans van media-innovatie evenwel niet alleen uit Vlaanderen of Amsterdam maar misschien jammer genoeg wel van Facebook en Google. Vooral Google is fors bezig met investeringen in media, ongeveer 150 miljoen euro in Europa, door zich vooral te richten op de wens van de gebruiker. We kennen ook het hele privacyverhaal dat daarrond hangt. Maar die gebruiker heeft veel meer behoefte aan ‘just-in-time’-nieuws, toegespitst op individuele behoefte. Dat is vergelijkbaar met een platform zoals Spotify, waar je je eigen muziekkeuze maakt. Hier gaat het dan over nieuwsberichten aangepast aan persoonlijke interesses. Op zich is dat goed en niet goed, daarover kunnen we discussiëren. Wanneer mensen enkel nog nieuws uit een heel eng perspectief krijgen, is dat ook niet echt ideaal.

Facebook en Google creëren daarnaast, en dat is ook belangrijk voor het hele kostenplaatje, ook een zeer aantrekkelijke omgeving voor adverteerders. Volgens Ysebaert komt daarmee het toch al onder druk staande businessmodel bij de huidige

mediaorganisaties nog verder in een neerwaartse beweging: "Als er een daling is van 5 procent aan adverteerders praat je bij een groot concern zoals Mediahuis toch gauw over enkele miljoenen." Ter vergelijking: volgens een onderzoek van Harvard University uit 2015 is de advertentiemarkt in de VS al voor ongeveer 85 procent in handen van Facebook en Google. "Juist Google, de grootste disrupter binnen de media, stimuleert innovaties binnen media. Het is een schande!", concludeert de CEO Mediahuis, wat ironisch bedoeld was.

Gert Ysebaert is duidelijk: onafhankelijk nieuws zal enkel aangeboden kunnen blijven worden door een krachtenbundeling, want het hele ecosysteem binnen de media draait om de pot met geld, en die is nu eenmaal beperkt. Ysebaert roept de overheden van Vlaanderen en Nederland dan ook op om de bureaucratische werkwijze bij de aanvraag om financiële ondersteuning voor innovatieve projecten eens tegen het licht te houden, en de methode van Google, waarbij je in een aantal simpele stappen door het aanvraagtraject heen gaat, als voorbeeld te nemen.

Hij zegt verder: "De consument heeft recht op goed en degelijk gebracht nieuws. Daarvoor blijven wij geloven in redacties, wij zien de kracht van non-lineaire beleving, wij zien het effect in onze dagelijkse upload van wel 50 video's verspreid over de diverse mediakanalen." Krachten bundelen is ook het genereren van platforms waarop de consument afgestemd op zijn of haar behoefte onafhankelijk nieuws ontvangt, zoals het Nederlandse platform Topics.nl.

Kortom, het gaat om gezond verstand. Alle overheden zouden moeten inzien dat het behoud van een goede nieuwsvoorziening niet opgelost gaat worden met een paar honderdduizend euro. Ik denk dat hij daar toch een stukje de nagel op de kop slaat.

Er werden tijdens het Mediacongres trouwens enkele interessante en succesvolle voorbeelden besproken van innovatieve mediaprojecten in Nederland, zoals de Verhalenmarkt, de Coöperatieve, LocalFocus, Follow The Money, enzovoort. Het in Nederland gevoerde beleid inzake media-innovatie werpt dus vruchten af.

Sinds het begin van deze legislatuur heb ik u maar ook vooral minister Muyters en zelfs een keertje minister-president Bourgeois meermaals vragen gesteld over het beleid van de regering inzake media-innovatie. Sinds de opheffing van het MiX is er van een coherent media-innovatiebeleid immers weinig te merken terwijl de sector ons permanent wijst op de noodzaak hiervan, zoals tijdens het Mediacongres.

Minister, ik klink misschien een beetje pessimistisch. Ik heb vooral nogal pittige citaten gebruikt van de CEO van Mediahuis. Maar we leven wel op hoop, zeker na de Septemберverklaring, waarin innovatie en digitalisering een prominente plaats kregen. Maar de vraag was ingediend vóór de Septemберverklaring. Ik hoop dat u er wat meer over kunt vertellen.

Minister, wat is de concrete stand van zaken van het innovatiebeleid in de mediasector? Het Gamedia-event van eind juni bleek uiteindelijk vooral voor de gamesector concrete aanbevelingen op te leveren. In antwoord op mijn vraag om uitleg hierover kondigde u toen aan dat u samen met minister Muyters zou onderzoeken welke verdere gezamenlijke acties u op het getouw zou kunnen zetten. Ik neem aan dat daar stilaan meer zicht op komt.

Tijdens de zomervakantie lanceerde u een nieuwe oproep voor projecten inzake innovatieve journalistiek. In welke zin werd er bij deze projectoproep rekening gehouden met de ervaringen van de vorige oproep? Wat is de reactie op het standpunt van Gert Ysebaert dat er meer nodig zal zijn dan enkele honderdduizenden euro – zoals hij dat zo plastisch zegt – voor innovatieprojecten?

Naast de noodzaak aan technologische innovatie is er in de mediasector ook nood aan andere vormen van innovatie, bijvoorbeeld inzake het concept van een

mediabedrijf, businessmodellen, enzovoort, om de grote transitie waar deze sector zich in bevindt, te ondersteunen. Hoe en op welke manier zult u aan deze behoefte een antwoord bieden en bent u bereid om naar Nederlands model of in samenwerking met Nederland een innovatiefonds en een stimuleringsfonds op te richten?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Mevrouw Brouwers, wat het Gamedia-sectorevent betreft, vond er deze maand een opvolg- en evaluatievergadering plaats. De partners die het event mee mogelijk maakten, evalueerden het event en bespraken de insteeken. De conclusies daarvan zullen binnenkort ook gedeeld worden met de deelnemers. Ik zal op basis daarvan bekijken met minister Muyters op welke manier de samenwerking tussen de game- en mediasector kan worden gestimuleerd. Ik kan u alvast meegeven dat het onze bedoeling is om in elk geval Gamedia in 2018 opnieuw te organiseren.

Zoals u allicht hebt vernomen, vond vorige week de kick-off van 'Smart Media Meetups' plaats in De Krook in Gent. Dit is een initiatief van imec en MediaNet Vlaanderen om de mediasector bij elkaar te brengen. Via deze meet-ups willen de partners de samenwerking en de innovatie in de mediasector stimuleren. Ik heb vernomen dat de aanwezigen, met grote en kleinere mediaspelers, tevreden waren, en dat men dit voor herhaling vatbaar achtte. Het is ook zeer positief dat imec en MediaNet de handen steeds meer in elkaar slaan. Dat was ook de bedoeling. We bekijken samen met hen hoe dit verder kan evolueren. Deze items zullen de komende weken zeker aan bod komen in mijn beleidsbrief voor het komende politieke jaar.

Het zal u ook niet ontgaan zijn dat ik tijdens de begrotingsbesprekingen van vorige vrijdag erin geslaagd ben om specifiek voor het Gamefonds, dat zeker niet los staat van deze thematiek en deze vraag, 1 miljoen euro bijkomende middelen vrij te maken. Dat zal de zaak op een of andere manier toch vooruithelpen.

Mevrouw Brouwers, bij de oproep voor projecten inzake innovatieve journalistiek, die we opnieuw lanceren, gaat er bijkomende aandacht uit naar innoverende journalistieke projecten die zich specifiek richten op jongeren of een andere kwetsbare doelgroep binnen de samenleving, zowel wat betreft mediamakers als mediagebruikers. We gaan dus van een brede, open oproep naar een iets meer gerichte aflijning. De indieners kunnen dus een keuze maken uit twee types projecten: een project gericht op een breed publiek of een project specifiek gericht op jongeren of een andere kwetsbare doelgroep in de samenleving. Het kan gaan om projecten die bijvoorbeeld betrekking hebben op vernieuwende journalistieke productiewijzen, storytelling, datajournalistiek, nieuwe al dan niet digitale verdienmodellen en ondernemerschap in de nieuwsmedia, crowdsourcing, planontwikkeling voor starters of het inzetten van het publiek in de journalistiek. Met deze oproep wil ik dus innoverende journalistieke projecten binnen de sector ondersteunen en samenwerkingen tussen middenveldorganisaties en mediapartners stimuleren. Binnen de mediabegroting wordt daarvoor dit jaar in 300.000 euro voorzien. Dat is 100.000 euro extra ten opzichte van vorig jaar. Daarnaast wordt via Mediacademie en Nieuws in de Klas ook aandacht besteed aan innovatie in de media.

Er zijn niet alleen de initiatieven die vanuit de media worden genomen. De Vlaamse overheid beschikt over een gamma van steunkanalen voor onderzoek en economische ontwikkeling voor bedrijven, ook mediabedrijven. Er zijn bijkomende stappen gezet om innovatie binnen de brede mediasector verder te stimuleren en vooral een betere toeleiding te verzorgen naar die steunkanalen. Ik verwijs daarvoor naar mijn antwoord op de vorige vraag.

Mevrouw Brouwers, dan is er uw vraag over het innovatiefonds en het stimuleringsfonds. Bestaat de noodzaak om ons te richten naar het Nederlandse model? Projecten rond verdienmodellen en ondernemerschap komen eveneens in aanmerking

met de oproep die deze zomer werd gelanceerd. Ik sluit niet uit dat Vlaanderen en Nederland elkaar kunnen inspireren met de ervaring die er bestaat wat betreft steun aan de pers. Het Nederlandse model is wat anders ingericht. Het fonds verzamelt een aantal doelstellingen rond onderzoek, kennisdeling, opleidingen, samenwerking en innovatie via diverse steunregelingen. Het focust ook op doelgroepen zoals studenten, journalisten en starters. Heel wat van de facetten die het fonds als doelstelling heeft, zijn terug te vinden in de Vlaamse initiatieven, al dan niet zelf door de overheid ingericht. Ik heb het dan over Mediacademie, Nieuws in de Klas, de steun aan de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) en het Fonds Pascal Decroos voor Bijzondere Journalistiek, de projectenoproep, het Elektronisch Nieuwsarchief, enzovoort. Deze zaken zijn in deze commissie al aan bod gekomen.

– *Bart Caron treedt als voorzitter op.*

Mijnheer Vandaele, u vraagt hoe ik het colloquium evalueer dat aanleiding heeft gegeven tot deze vraag. Ik citeer graag professor Bardeel: "Fondsen kunnen als breekijzer dienen om de innovatie in de hele sector te versterken, voor grote en kleine partijen, juist ook omdat innovatie veelal van buiten komt of van kleine spelers." Het is ook van belang de steunverlening en de verantwoordelijkheid van de bedrijven tegenover elkaar af te wegen en te kijken naar de mogelijkheden. Dit is geen of-ofverhaal, ik zie het als een aanvulling. Het onderzoek van professor Bardeel maakt deel uit van een groter geheel. De resultaten zijn pas aan het einde van het jaar volledig beschikbaar. Ik wacht dan ook liever de volledige en definitieve resultaten af van de studie alvorens uitspraken of voorafnames te doen. Ik kijk er in ieder geval naar uit die te kennen en waar mogelijk met het beleid erop in te spelen of samen met onze noorderburen uit te kijken naar inspiratie tot samenwerking.

Mijnheer Vandaele, u vraagt hoe ik reageer op de stelling die op het colloquium aan bod is gekomen, dat Nederland investeert in journalistiek en Vlaanderen in mediabedrijven. Deze stelling moet genuanceerd worden. Men had het daar vooral over de onrechtstreekse staatssteun – ik denk dat we het wel zo kunnen en mogen benoemen – met de krantenbedeling en het abonnement van de federale Post. Dat is inderdaad al een aantal keer in deze commissie aan bod gekomen. Ik ben van oordeel dat, vanuit ons perspectief, steun aan de pers zich moet focussen op steun aan de journalistiek. Als Vlaams minister van Media streef ik dit ook na. U kent het Fonds Pascal Decroos, de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) met het Journalistenloket, de Raad voor de Journalistiek, waarmee we regelmatig contact hebben, het opleidingsproject Mediacademie, Nieuws in de Klas, de projectenoproep die ik daarnet nog even verduidelijkte, en natuurlijk ook de openbare omroep, met een aantal bijzondere doelstellingen rond journalistiek en nieuwsberichtgeving in de beheersovereenkomst. Op die manier wil ik het belang van een pluriforme pers onderstrepen en ondersteunen.

Mijnheer Vandaele, u vroeg naar de verdere samenwerking. Ik vond het meer dan zinvol om dat tweede colloquium te hebben. Ik kan de Buren alleen maar feliciteren dat ze dit tot stand hebben gebracht. Mijn administratie en het kabinet hebben daar mee aan voorbereid. Ik ben zeker bereid om verder samen te werken. Maar ik wil nu afsluiten met enkele vragen van politieke aard.

We mogen ons niet miskijken op het groene gras boven de Moerdijk. De middelen van het fonds ter ondersteuning van innovatie in de journalistiek bedragen 2,2 miljoen euro. U mag aan mij en aan elke minister vragen om evenveel te investeren als in Nederland. Maar wij zijn met een derde van de Nederlanders, de budgetten zijn navenant. Men moet toch een beetje bij de realiteit blijven, tenzij men in bepaalde domeinen heel specifieke beleidskeuzes zou maken. Zelfs met onze minimale projectenpot zitten wij in die richting. Maar als wij onze Mediacademie en Nieuws in de Klas daarbij tellen, zitten we er al over of zitten we in elk geval op

gelijke hoogte. De Nederlanders liggen inhoudelijk voor waar zij al geconsolideerd hebben in een beleidsvisie op iets langere termijn waar wij met de projectenpot en de bijsturing van de innovatieve projecten nog aan het zoeken zijn. Daarom is het samenwerken met hen interessant, om op termijn onze ondersteuningsinitiatieven die we allemaal kennen iets meer op elkaar af te stemmen. Mijnheer Vandaele, dat zal op het einde van deze of in het begin van de volgende legislatuur zijn. Of dat in een fonds moet of niet, is een open vraag. Dat is uiteindelijk maar een techniek. Dat wilde ik toch nuanceren. Inhoudelijk kunnen wij nog iets leren, maar wij doen al veel zelf. Vergeet ook nooit de financiële verhouding.

In die zin wil ik benadrukken dat ik de opmerkingen van de heer Ysebaert nogal onnozel vind. Jaja, de mediaminister zegt aan een van de grotere mediabazen van dit land – en ik zal het hem ook zelf zeggen – dat dit gratis is! Dit is dezelfde uitspraak als wanneer men zegt “mevrouw Crevits heeft geen visie op onderwijs en moet meer steken in onderwijs” of “mijnheer Weyts kan niet volgen met zijn fietspaden en moet dus meer investeren”. Dit soort dialoog lijkt niet echt tot constructieve dingen. Ik kan als liberaal niet leven met mensen die ondernemen en die dus hun businessmodel overeind willen houden, en als het fout gaat naar de overheid kijken. Dit is niet de manier waarop deze samenleving werkt. Wij kunnen wel investeren in kwalitatieve innovatie voor journalistiek, en ik probeer dat ook te doen. Daarin wil ik de heer Ysebaert wel tegemoetkomen: als we meer kunnen doen, moeten we het ook doen. Maar zeggen dat het wel zal lukken als we er enkele miljoenen tegenaan gooien... Ofwel heeft men een business ofwel niet, laat dat heel duidelijk zijn. Ik zal het hem ook zeggen. Ik vind dat soort uitspraken zeer gemakkelijk. Daar doe ik niet aan mee.

Waar hij wel een punt heeft, is dat we kunnen proberen om bepaalde procedures te vereenvoudigen. Maar mijnheer Ysebaert en ook anderen moeten beseffen dat een privébedrijf zoals Facebook of Google niet gebonden is aan het gelijkheidsbeginsel en aan aanbestedingen en wat weet ik allemaal. Die kunnen geld rondstrooien naar believen. Ze hebben dat geld, en ze kunnen het ook geven aan wie zij willen. Zij moeten zich niet verantwoorden in hun keuzes. De overheid moet dat wel doen. We zullen daarover deze namiddag nog een uitgebreid debat hebben in een dossier dat daar een beetje op lijkt.

Ja, ik strek de hand uit naar de media. Ja, ik vond het een zeer goed congres in zijn potentie. Ja, ik wil zeker de verspreide initiatieven nog meer bundelen en centraliseren – ook al sluiten ze al goed bij elkaar aan. En ja, meer middelen zijn daarbij nooit een taboe. Maar laten we het debat op niveau houden – daar wil ik toch voor pleiten.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, het is goed dat u de kanttekening maakt dat we wat betreft de ondersteuning met een groot deel zitten dat ontsnapt aan het Vlaamse niveau omdat het op het federale niveau zit in de vorm van ondersteuning van de krantenbedeling. Dat is toch een aanzienlijke steun aan de sector, maar het bevindt zich buiten onze invloedssfeer.

U hebt het over projecten. Wat u zegt, is een blijvende zorg – en daar is een uitleg voor, die u net hebt gegeven. De overheid kan nu eenmaal minder soepel met dat soort dingen aan de slag dan de privésector. Onze procedures om projecten toe te kennen, zijn inderdaad vaak wat log en tijdrovend, en de betrokkenen hikken daar vaak tegenaan. Dat heeft Vlaanderen wel wat meer in de hand dan de federale ondersteuning. Daar moeten we blijvend zorg aan besteden.

Het is interessant dat u het over het verschil in de budgetvolumes hebt tussen Nederland en Vlaanderen. Zij zijn iets groter dan wij. En ze hebben gas. Maar als je daar ergens een platformpje of een fondsje zou kunnen maken waar je die beide innovatieve sectoren bij elkaar zou kunnen brengen en op die manier de

slagkracht zou kunnen verhogen en de kennisdeling vergemakkelijken, zou dit iets heel leuks, actueels, bruikbaar en prikkelends kunnen zijn. Het lijkt mij een goed idee dat u daarmee verder aan de slag gaat.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Minister, Vlaanderen geeft relatief gezien niet echt minder geld uit aan de sector. Ik kan u daarin volgen. Ik weet niet waar de professor die enkele honderdduizenden haalt. Gaat het over die 300.000 euro voor innovatieve journalistiek? Het maakt misschien niet zoveel uit. Het punt dat wij hier al een paar jaar maken is dat de sector blijkbaar bij de traditionele, administratieve, VLAIO-achtige dingen niet goed terecht kan. De instrumenten voor innovatie van het departement van minister Muyters zijn niet zo geschikt voor de mediasector. Dat is geïnspireerd door universitaire onderzoeksgroepen, enzovoort. Op mijn vraag antwoordde minister Muyters dat er wel een aantal mediaprojecten waren. Maar toch onvoldoende. Daarom steunen wij enorm de samenwerking tussen imec en MediaNet. Misschien kan daar een nieuw instrument uit voortkomen.

Aan de andere kant zie ik in Nederland één grond fonds voor de stimulering, waarin ook onderzoek wordt gedaan en meer kennis wordt gedeeld. Het gaat niet alleen over het uitdelen van zoveel honderdduizenden euro, het gaat ook om het delen van kennis. We hebben het Steunpunt Media niet meer. We zitten daar in een iet of wat versnipperd geheel. Moeten we er niet over nadenken om de zaken toch wat meer bij elkaar te brengen, om op die manier opnieuw wat meer kennis op te bouwen en deze te delen in de sector, en dan subsidies uit te delen aan wie daar recht op heeft en met een goed project komt? Maar het systeem zoals het nu is, vlot niet. Dat wou ik hier toch nog eens zeggen, ook omdat het op dat mediacongres aan bod is gekomen.

Als het hele rapport-Bardoel klaar is, voorzitter, moeten we dat met deze commissie maar eens verder uitdiepen.

De voorzitter: Dat bespreken we bij een regeling van de werkzaamheden.

Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Ik vind dit een ongemeen boeiend debat over deze belangrijke vragen. De uitdagingen zijn immens. Het gaat over kwalitatieve journalistiek, pluriformiteit en hoe om te gaan met internationale spelers. Ik wil gewoon herhalen dat de heer Caron en ikzelf een resolutie hebben gemaakt over de onafhankelijke journalistiek. Ze zit nu nog bij de meerderheidspartijen. Ik denk dat we het eens zijn om iets te doen. Ik roep op om de koppen nog eens bij elkaar te steken om te bekijken of we die resolutie kamerbreed kunnen steunen.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Ik onderscheid in de discussie drie blokken die ik graag aan elkaar wil koppelen.

Er is ten eerste de steun voor de innovatieve journalistiek, dus de inhoud van de journalistiek, onze projecten. Daar is het zinvol om na de tweede projectenronde – het is nog maar de tweede keer dat we het zullen doen – eens te bekijken welk soort projecten daarop afkomen. Is dat de richting die we verder willen gaan? Kunnen we de projectenpot verhogen? Of moeten we die projecten inderdaad niet meer afstemmen op onze andere subsidielijnen rond media-innovatie? Dat moet tegen het einde van de legislatuur zijn beslag krijgen. Ik spreek er mij niet over uit of dat in een fonds moet. Het tweetal jaren dat de Nederlanders inhoudelijk qua stroomlijning voorop liggen, moeten we een beetje sneller kunnen dichtrijden. Daartoe wil ik mij wel engageren.

Ik was ook wel verrast door de vier projecten die uit de eerste innovatieve oproep kwamen. We zullen nu zien welke er uit de volgende oproep komen. Dat zal ons een beeld geven van waar we nu aanbodgestuurd naartoe willen. Terwijl projecten altijd vraaggestuurd zijn, zelfs met onze specificering. Laten we dat engagement dus opnemen.

Mevrouw Brouwers, wat betreft de koppeling van heel dit vraagstuk aan media-innovatie, maar dan eerder vanuit economisch oogpunt, wil ik vanuit de bevindingen en het eerste deel van mijn antwoord bekijken hoe we daar bijkomende en betere toeleidingskanalen kunnen organiseren. Ik stel voor dat we daarop terugkomen in de beleidsbrief. Het is in elk geval niet slecht dat een aantal partners elkaar daar gemakkelijker hebben gevonden. Dat zou de zaken moeten vergemakkelijken. Ik weet dat dit voor u op dit ogenblik misschien niet voldoende is, maar ik merk daar een gunstige evolutie. Daar moeten we verder op kunnen inzetten.

Het derde pakket is het brede internationale pakket. Of het nu over de samenwerking tussen Nederland en Vlaanderen gaat, die ik zinvol vind omdat de vraagstukken zeer vergelijkbaar zijn – ik wil de voortzetting van de gesprekken met de noorderburen stimuleren –, of over het heel brede verhaal van de advertentiemarkt en dergelijke meer. Daar begrijp ik de heer Ysebaert wél. Ik begrijp het ongenoegen en de frustratie daar wél. Dat is een ander debat, dat ik graag met u wil voeren. U weet dat er gesprekken zijn over die advertentiemarkt en over het betrekken van topspelers zoals Netflix in de stimuleringsverplichting die we nu al aan bedrijven opleggen. Dat is het bredere debat. Ik veronderstel dat we daarop – beleidsbrief of niet – de komende weken zeker zullen terugkomen. Daar wil ik de mediabedrijven wel een eind tegemoet treden. Laten we het proberen af te bakenen en op elkaar te laten aansluiten. Dat is mijn pleidooi.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, ik ben akkoord met uw laatste woorden. Deze discussie gaat heel breed. Als we ons zouden kunnen focussen op wat er mogelijk is aan samenwerking en uitwisseling op het gebied van innovatie tussen Nederland en Vlaanderen, dan zou dat al een mooi thema zijn om eens mee te beginnen.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Ik ben akkoord om de samenwerking met Nederland verder te exploreren. Minister, ik zie dat het toch al een beetje de goede richting uitgaat. Ik begrijp dat u daar nog een klein beetje tijd nodig hebt. We zullen daar bij de bespreking van de beleidsbrief zeker op terugkomen. Dan hoop ik dat we dat belangrijke rapport nog eens kunnen bespreken binnen een half jaar of wanneer het af is. Dan kunnen we op dit belangrijke thema ingaan.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Katia Segers aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de potentiële uitholling van het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen, met name wat voetbalwedstrijden betreft
– 2879 (2016-2017)

VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over het recht op vrije informatiegaring naar aanleiding van de discussie rond de voetbalrechten
– 2899 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp-a): In mei van dit jaar veroorzaakte de toekenning van de uitzendrechten voor de Jupiler Pro League al opschudding: Telenet verwierf de exclusieve rechten op de samenvattingen en schoof deze via een sublicentie prompt door naar VIER, de zender van mediagroep SBS Belgium, die voor de helft in handen is van Telenet. Terecht werd toen de vraag opgeworpen in welke mate de 'Chinese walls' tussen beide bedrijven nog standhouden.

Nu het voetbalseizoen volop aan de gang is en de voetballiefhebbers graag voor de buis kruipen voor samenvattingen en analyses van de wedstrijden flakkert deze discussie opnieuw op. Zo berichtte De Standaard dat VTM op 10 september een uitzending van Stadion schrapte na een dispuut met rechtenhouder Telenet over beelden van de Belgische en de Engelse voetbalcompetitie. Daarbij wordt opgeworpen dat Telenet VIER zou bevoordelen. Dat het programma Sports Late Night op VIER, als bevoorrechte partner van Telenet, de beelden als eerste mag uitzenden, zou een uitholling van het recht op vrije nieuwsgaring impliceren. Zo stelt alleszins Medialaan. Telenet blijft er echter bij dat het zijn wettelijke verplichtingen nakomt, en liet dit op 12 september noteren in De Standaard.

Ik ben zelf geen jurist, en dit is – denk ik – voer voor juristen. Het Mediadecreet stelt in paragraaf 1 van artikel 124 inderdaad: "In geval van overname van het signaal en/of van de opnamen van de exclusiviteitshouders mag de secundaire lineaire omroeporganisatie de korte nieuwsverslagen brengen zodra de exclusiviteitshouders het evenement geheel of gedeeltelijk, en al dan niet rechtstreeks, een eerste keer hebben uitgezonden."

De vragen die zich opdringen, kunnen als volgt samengevat worden. Kan een sublicentiehouders, in dit geval SBS/VIER, beschouwd worden als de exclusiviteitshouder, waarvan sprake is in het Mediadecreet? Of kunnen secundaire lineaire omroeporganisaties volgens het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen aanspraak maken op de beelden zodra zij uitgezonden werden door het mediabedrijf dat de uitzendrechten verwierf, in dit geval Telenet?

Ik denk dat we, los daarvan, zullen moeten bekijken of we het Mediadecreet moeten aanpassen opdat de rol en rechten van sublicentiehouders duidelijk worden gedefinieerd. We zien dat er nu onduidelijkheid heerst. Daarnaast lijkt het me niet overbodig om in die aanpassingen ook vast te leggen dat exclusiviteitshouders slechts een beperkt aantal sublicenties mogen uitvaardigen.

Minister, is het naar een ander mediabedrijf doorschuiven van al dan niet exclusieve sportrechten via een sublicentie volgens u al dan niet in strijd met het Mediadecreet?

Zo niet, verwerft de sublicentiehouders dan tevens de rechten die in het Mediadecreet toegeschreven worden aan de exclusiviteitshouder?

Acht u het mogelijk dat in bovenvermelde casus het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen is aangetast? Zo ja, welke maatregelen plant u om dit te remediëren?

Bent u het ermee eens dat er nood is aan verdere verduidelijking in het Mediadecreet, met name met betrekking tot de rol en de rechten van sublicentiehouders? Zo ja, welke aanpassingen stelt u voor? Bent u bereid om exclusiviteitshouders een beperking op te leggen wat betreft het aantal sublicenties dat ze mogen toekennen?

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Recent was er een discussie tussen Telenet en Medialaan over de voetbalrechten, waardoor VTM de laatavonduitzending van Stadion schrapte. Er kwam geen officiële mededeling van Medialaan over het schrappen

van de uitzending, maar volgens de media zou er stevig geruzied zijn tussen beide partijen over de beelden die Stadion zou mogen of niet zou mogen gebruiken.

Op het eerste gezicht gaat het hier om een aangelegenheid tussen twee commerciële actoren, die overeenkomsten moeten sluiten en die er maar voor moeten zorgen dat ze het eens geraken. Als overheid hebben wij daar geen rol te spelen, ware het niet dat er het 'recht op vrije informatievergaring en korte nieuwsverslagen' is om Stadion, ondanks het verlies van de exclusieve uitzendrechten voor samenvattingen, toch nog te kunnen uitzenden. Dit recht op vrije informatievergaring en korte nieuwsverslagen werd decretaal verankerd in het Vlaamse Mediadecreet, zoals mevrouw Segers het al uitlegde. Aan de grondslag lag de bezorgdheid om de informatievrijheid te vrijwaren, meer bepaald het recht op informatie van het brede publiek.

Naar aanleiding van de discussie over de beelden van de Belgische competitie zou stevig gebakkeleid zijn tussen beide actoren over wat 'vrije nieuwsgaring' nu is en inhoudt.

Mevrouw Segers stelde een aantal technische vragen. Ik stel een paar algemene vragen.

Mediaaan zou laten onderzoeken of Telenet de wettelijke verplichtingen nakomt. Zij vrezen oneerlijke concurrentie, gelet op de bijzondere relatie tussen Telenet en VIER.

Minister, hoe beoordeelt u deze discussie in het kader van het decretaal verankerde principe van 'vrije nieuwsgaring'?

Hebt u naar aanleiding van deze discussie contact opgenomen met beide actoren? Hebt u nagekeken of men hier wel degelijk beantwoordt aan wat het decreet vraagt?

Bent u van mening dat het decreet zoals het vandaag is, voldoende helder en verfijnd is, of hebt u de indruk, mede naar aanleiding van deze recente discussie, dat we het moeten verfijnen en aanpassen?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Waar u naar vraagt, is een interpretatie van het decreet, en zoals u weet, is dit een bevoegdheid die de toezichthouder op het Mediadecreet toekomt, namelijk de VRM. Omwille van de rolverdeling die decretaal is vastgelegd, zal ik in mijn antwoord enige voorzichtigheid aan de dag leggen.

Ik heb uiteraard kennisgenomen van de standpunten. Het hoeft u niet te verwonderen dat de twee partijen niet op dezelfde lijn liggen. Na de discussie is men wel tot een vergelijk gekomen. Het toezicht op de naleving van het Mediadecreet komt de regulator toe. Een uitspraak daarover zal ik dus niet doen.

Ik wil u wel even herinneren aan de bestaande regelgeving. Het Mediadecreet regelt in de artikelen 118 tot en met 126 het recht op vrije informatievergaring en korte nieuwsverslagen. Het recht op vrije informatievergaring houdt het volgende in: vrije toegang tot evenementen waarop exclusieve uitzendrechten zijn verleend; het recht om opnamen te maken; het recht op korte nieuwsverslagen. Deze drie aspecten van het recht op vrije informatievergaring worden verder uitgewerkt in de artikelen 119 tot en met 126. Het recht op vrije informatievergaring kan worden uitgeoefend door elke secundaire lineaire omroeporganisatie, dat zijn de lineaire omroeporganisaties die de exclusieve uitzendrechten niet bezitten.

Wat zegt nu artikel 124 van het Mediadecreet in het bijzonder? Dit artikel regelt het tijdstip voor de uitzending van een kort nieuwsverslag. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen zelfgemaakte en overgenomen beelden. In het eerste geval kiezen

de lineaire omroeporganisaties het tijdstip van uitzending zelf. In het tweede geval mogen zij de beelden uitzenden zodra de exclusiviteitshouder ze heeft uitgezonden. Artikel 124, paragraaf 1, bepaalt: "In geval van overname van het signaal en/of van de opnamen van de exclusiviteitshouders mag de secundaire lineaire omroeporganisatie de korte nieuwsverslagen brengen zodra de exclusiviteitshouders het evenement geheel of gedeeltelijk, en al dan niet rechtstreeks, een eerste keer hebben uitgezonden." De secundaire lineaire omroeporganisatie mag de korte nieuwsverslagen dus brengen zodra de exclusiviteitshouder het evenement geheel of gedeeltelijk, en al dan niet rechtstreeks, een eerste keer uitgezonden heeft. Al de rest is interpretatie en toepassing van het decreet in de praktijk.

Dat deze interpretatie aanleiding geeft tot verschillende standpunten is een gegeven feit, gelet op de discussie in de media. Of de uitoefening van het recht op vrije informatiegeving zou worden aangetast door een overeenkomst tussen de houder van de exclusieve uitzendrechten en een sublicentiehouder, daar moet in fine de VRM optreden. Ik wil in ieder geval – en dat is belangrijk, want iedereen heeft zijn rol in een democratie – het oordeel van de VRM afwachten alvorens een uitspraak te doen; indien de partijen al zouden oordelen dit aan de VRM te moeten voorleggen, al kan de VRM steeds zelf optreden.

In het verleden heb ik al laten weten dat ik geen voorstander ben van microregulering. Ik wil dit ook vandaag niet doen, temeer daar er zelfs nog geen sprake is van een oordeel van de regulator in deze zaak. Uiteraard heb ik de discussie wel van dichtbij gevolgd.

De korte berichtgeving is ook ingeschreven in de Audiovisuele Mediadienst Richtlijn die – zoals jullie weten – momenteel op Europees niveau wordt herzien. Het lijkt me dan ook aangewezen deze problematiek mee te nemen bij de bespreking van de omzetting van de aangepaste richtlijn op Vlaams niveau, eenmaal de richtlijn definitief is.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp·a): Minister, u verwijst terecht naar de rol van de VRM. Maar de vraag is of er een klacht is ingediend. Zoals het decreet nu is, is er nog te veel ruimte voor interpretatie, waardoor je dit soort toestanden krijgt. Het concept 'sublicentie' is niet gedefinieerd. Wij zouden als volksvertegenwoordigers ook de vraag moeten kunnen stellen bij de VRM of het Mediadecreet al dan niet correct is toegepast. Is er ondertussen een klacht ingediend bij de VRM? Dat is mijn bijkomende vraag.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, u hebt uiteraard gelijk als u zegt dat de VRM erop moet toezien hoe het decreet wordt uitgevoerd. Het is inderdaad interessant om te zien of men nu nog verder werk maakt van dit concrete dossier. Maar, minister, u bent natuurlijk het aanspreekpunt voor de spelers op het terrein. Als zij het gevoel hebben dat het decreet niet helemaal is wat het zou moeten zijn, kan ik mij voorstellen dat zij bij u langskomen en zeggen: "Mijnheer de minister, kunt u het parlement alstublieft vragen om dit decreet wat bij te stellen zodanig dat het beter werkt?" Vandaar dat ook wij, zoals de spelers op het veld, u als aanspreekpunt nemen. Los van het feit dat wij weten – en u wordt daar alom om geroemd – dat u een groot bemiddelaar bent. Het had gekund dat u met beide spelers intussen een praatje had gemaakt. Dat zat in mijn vraag, maar u hebt daar niet op geantwoord. Ik neem dus aan dat het in dit geval niet is gebeurd.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Dat decreet op de vrije nieuwsgaring dateert al van enige tijd geleden. Toen was er in de sector nog geen sprake van sublicenties en

dergelijke. Daarom moet het zeker worden bekeken. Maar dat is ook onze rol. Net zoals de minister en de VRM een rol hebben, hebben wij ook een rol. Als er voorstellen van decreet moeten worden ingediend, moeten wij dat maar eens bekijken. Dat lijkt mij de logische rolverdeling in de politiek.

Bart Caron (Groen): Ik vind deze vragen zeer pertinent. Maar het punt is dat we hier met een interpretatieruimte zitten en dat wij blijkbaar met vragen geen rechtstreekse toegang hebben tot de VRM, waardoor je als wetgever over je eigen regelgeving in dubio blijft.

Deze praktijken doen mij een beetje denken aan de ketenradio's. Daar verkoopt men vergunningen en licenties door, waardoor je op termijn in een landschap uitkomt dat de decreetgever niet heeft bedoeld. Hoever kan dit gaan? Collega's, als er geen klacht komt van de spelers, moeten wij daar maar eens over nadenken.

Minister, ik ben ook geen voorstander van microregulering. Het probleem is niet nieuw. Ik herinner mij dat lang geleden, toen VTM ten koste van de VRT de voetbalrechten verwierf, de VRT ook hemel en aarde heeft bewogen om korte samenvattingen te kunnen blijven uitzenden in Sportweekend. Er waren toen geen sublicenties. Maar er was ook een interpretatiediscussie over de bepalingen in het Mediadecreet. Misschien moeten we eens de notificaties daarvan opzoeken om te weten wat toen de interpretaties waren.

Ik ben, zeker wat betreft de sublicenties, vragende partij. Dat is nog iets anders dan de discussie over de deontologie, of het nu kan dat Telenet, dat voor de helft eigenaar is van Vier en Vijf, dat aan Vier geeft. Misschien moeten we daar eens over nadenken.

De voorzitter: De heer Wynants heeft het woord.

Herman Wynants (N-VA): Ik wil een klein voorbeeld geven wat de regionale zenders betreft. In onze regio heeft de regionale zender RTV de match van de maandag. Als zij die 3 minuten willen uitzenden – vroeger was de vrije nieuwsgaring minimaal 3 minuten – dan mogen zij dat doen, maar dan moeten zij die wel kopen bij de houder die zulke hoge prijzen hanteert dat ze dat niet meer kunnen doen.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Mevrouw Segers, bij mijn weten is er momenteel geen klacht ingediend. Verder is het ook zo dat de VRM ambtshalve kan optreden of op basis van een klacht, maar dan moet er toch een zeker belang zijn. Het gaat dan over de betrokken partijen.

De VRM die zijn werkzaamheden onafhankelijk moet uitoefenen, ook ten aanzien van de politiek in het algemeen, heeft daar een bepaalde reden voor.

Mijnheer Vandaele, het is inderdaad zo dat beide partijen waar contact mee is geweest zelf een vergelijk hebben gevonden op dit moment. Zij hebben daar dus geen bijkomende middelen voor nodig gehad.

Ik beseft dat het debat daarmee niet gesloten is, maar dit is de stand van zaken.

De voorzitter: Mevrouw Segers heeft het woord.

Katia Segers (sp.a): Minister, ik heb deze vraag ingediend omdat ik ongerust ben over twee zaken. Voor mij gaf dit incident aan dat er barsten komen in de Chinese walls waarvan Telenet beweert dat ze overeind blijven tussen Telenet en VIER en VIJF. Dit lijkt me een voorbeeld daarvan.

Mijn tweede bezorgdheid als volksvertegenwoordiger is het garanderen van de bescherming van het recht op informatie van de burger. Mevrouw Brouwers wees

erop dat dit decreet inderdaad tot stand is gekomen vanuit dat perspectief. Tijdens de parlementaire bespreking is toen duidelijk gezegd dat het recht op informatie van de burger te allen tijde beschermd moet blijven. Dat was ook het uitgangspunt waar de Raad van State op heeft gewezen, en dat moet voor ons als volksvertegenwoordigers het uitgangspunt blijven. Als nu blijkt dat het Mediadecreet zodanig wordt uitgehold dat men daar inderdaad met een probleem zou worden geconfronteerd, dan is het aan ons om daar een initiatief in te nemen.

We zeggen nu dat we het Mediadecreet opnieuw zullen moeten bekijken. We hebben de voorbije jaren al een hele lijst opgesomd van opnieuw te bekijken zaken, maar we hebben altijd gezegd dat we dat zouden doen in het licht van de komst van de Europese richtlijn: we moeten daar wel eens mee beginnen.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Dat er aandachtspunten zijn en punten die ons zorgen kunnen baren wat de samenwerking betreft tussen een distributeur en een omroep, Telenet en VIER in dit geval, hebben we vroeger al besproken. Ik denk dat dit een terechte bezorgdheid is. Maar als ik dan dit verhaal bekijk, dan denk ik op het eerste gezicht dat wanneer partij A rechten verwerft, zij die kan verkopen of weggeven aan partij B, maar misschien vergis ik me. Ik denk dat dit een andere discussie is waar men eigenlijk heel weinig over kan zeggen. Dat is iets tussen private, commerciële spelers. Maar dat we ervoor moeten zorgen dat bepaalde zaken daardoor niet worden scheefgetrokken in het medialandschap, daar gaan wij uiteraard mee akkoord. Wij zijn altijd bezorgd over de evenwichten binnen dat broze landschap.

De voorzitter: De vragen om uitleg zijn afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over de betrokkenheid van de openbare omroep bij de app Spott – 2881 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, in het voorjaar van 2016 stelde ik u een aantal vragen over de betrokkenheid van de openbare omroep bij de nieuwe app Spott. U antwoordde toen dat de medewerking van de VRT aan het uittesten van de Spott-app paste binnen de contouren van de beheersovereenkomst en dat het naar uw mening hier veeleer ging om elektronische handel dan wel om commerciële communicatie waardoor een en ander buiten het toepassingsgebied van de Vlaamse mediaregelgeving valt. Verder zei u toen dat het gebruik van Spott in een testfase zat van 18 maanden en dat er daarom ook geen sprake was van een verdienmodel voor de openbare omroepen.

Het staat buiten kijf dat het ontzettend waardevol is dat Vlaamse start-ups innovatief en creatief nadenken over producten waarmee het Vlaamse media-ecosysteem versterkt kan worden. Als er dan een succesvol product ontwikkeld kan worden dat erin zou kunnen slagen om een deel van de reclamebudgetten die momenteel naar de internationale giganten zoals Facebook en YouTube vloeien, terug naar Vlaanderen te halen, dan is dat een goede zaak en zelfs toe te juichen. Een andere vraag die kan worden gesteld, is of een openbare omroep, zelfs in zijn marktversterkende rol – die rol hebben we aan de openbare omroep gegeven, we hebben dat nog eens bevestigd in de beheersovereenkomst – een rol moet spelen in producten die in essentie een nieuwe vorm van tv-reclame zijn. Dat zijn bezorgdheden die ook binnen deze commissie gedeeld werden toen ik u de vraag hier een poos geleden stelde.

In het recente imec-magazine van september 2017 wordt ingezoomd op de Spott-app. Letterlijk lees ik het volgende: "De start-up Spott brengt een oplossing op de markt die productplacement naar het volgende niveau tilt." En nog: "Het is een reclamevorm die het ijzer smeedt wanneer het heet is en de kijker moeiteloos op sleeptouw neemt van inspiratie naar aankoop." In het imec-magazine staat dat het de missie is van Spott om binnen België de referentie te worden voor interactieve video. Daarom is men momenteel druk bezig om het media-aanbod uit te breiden en de samenwerking met het Vlaamse medialandschap te versterken. Op de Vlaamse televisie wordt momenteel dagelijks ongeveer 4,5 uur video aangeboden die Spott onder handen heeft genomen.

Minister, de Spott-app bevond zich in een testfase en zou eind augustus 2016 een eerste keer samen met de openbare omroep geëvalueerd worden. Vond deze evaluatie daadwerkelijk plaats? Zo ja, wat waren de tussentijdse bevindingen van de openbare omroep met betrekking tot de Spott-app?

Heeft de openbare omroep naar aanleiding van de tussentijdse evaluatie zijn engagement, in termen van het ter beschikking stellen van programma's, constant gehouden, vermeerderd dan wel gereduceerd?

Is de test- of pilootfase van de Spott-app nog altijd lopende? Zo ja, is het nog altijd zo dat er momenteel geen verdienmodel aan vasthangt voor de openbare omroep? Zo nee, hoe luidt de eindevaluatie van de testfase door de openbare omroep?

Heeft de openbare omroep de intentie om te blijven deelnemen of samen te werken met de Spott-app? Zo ja, kan de openbare omroep dit motiveren en welk engagement en verdienmodel hangen hieraan vast?

Indien er momenteel sprake is van een verdienmodel, hoe verhouden de inkomsten hieruit zich dan ten opzichte van het opgelegde reclameplafond, gelet op het feit dat u van oordeel was dat het hier niet zou gaan om productplacement?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: De VRT evalueerde de samenwerking met Appiness over de Spott-app een eerste keer in december 2016. Bij de evaluatie van het testproject werd vastgesteld dat de impact op het ecosysteem positief is en dat de impact op de maatschappelijke opdracht eerder neutraal is. Er werd toen besloten dat de testperiode kon worden voortgezet tot juni 2017. Daarbij moest worden bekeken in welke zin de Spott-app van Appiness een meerwaarde kan betekenen voor de VRT en de Vlaamse Audiovisuele Raad (VAR) en welk inkomstenmodel daarvoor het best wordt gehanteerd.

Na deze voortgezette testperiode evalueerde de VRT de samenwerking met Appiness over de Spott-app een tweede keer deze maand. De VRT besloot te stoppen met de samenwerking wat betreft het 'koop wat je ziet'-aspect op Spott, dit gezien de niet-overtuigende businesscase enerzijds en de problemen met betrekking tot het portretrecht anderzijds. De VRT wil de Spott-technologie wel verder onderzoeken in een traject van VRT Sandbox. Daarbij zal de focus liggen op de technologie en de verdieping die kan worden gecreëerd bij een programma. De VAR van zijn kant zal voorlopig blijven experimenteren met interactieve sponsoring.

De samenwerking met Appiness rond de Spott-app wordt op een beperkte manier voortgezet. Daarbij zal de VRT de evoluties van de Spott-app verder opvolgen. De samenwerking over het 'koop wat je ziet'-principe wordt voorlopig stopgezet, maar de technologie wordt wel verder uitgetest dit najaar, zoals gezegd, eerder inzake verdieping dan inzake commerciële toepassingen.

Dat betekent ook dat door de VRT een mogelijk verdienmodel voor de Spott-app momenteel niet verder onderzocht wordt aangezien er momenteel geen sprake is van een verdienmodel.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Minister, uw antwoord is helder, hoewel misschien niet helemaal: ze zijn gestopt, maar ze doen toch nog een beetje verder. Dat moeten we verder in de gaten blijven houden. Toen u begon, dacht ik dat het een bijzonder helder antwoord was, maar dan ineens werd het toch iets minder helder.

Begrijp me vooral niet verkeerd: wij zijn er natuurlijk voorstander van, en dat staat ook zo in de beheersovereenkomst, dat de openbare omroep volop meedoet aan alle mogelijke innovatie en nieuwe initiatieven en daar ook een ondersteunende rol speelt, maar hier zitten we op een beetje een glibberig terrein wanneer het gaat over reclame en alles wat daarbij komt, vandaar mijn vraag. Maar ik denk dat we dit inderdaad kunnen opvolgen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Wilfried Vandaele aan Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, over reclame op sociale media door gezichten van de openbare omroep, in het bijzonder van Ketnet – 2923 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Bart Caron

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Het was de krant De Morgen die de kat de bel aanbond en de vraag stelde of een Ketnet-wrapster wel het gezicht mag zijn van reclame op sociale media. In een eerste reactie gaf de openbare omroep zelf aan er geen graten in te zien. Experts vonden dat wat kort door de bocht en hadden daar toch wel wat bedenkingen bij.

Waar gaat het om? Blijkbaar zouden er regelmatig foto's van Ketnet-gezichten verschijnen op sociale media – Instagram – waarbij reclame wordt gemaakt voor merken of producenten. Op zich is dat geen nieuw verschijnsel. Vele bekende gezichten verdienen er hun brood mee. Waarom dan toch enige verontwaardiging? Wel, omdat het in dit geval om een Ketnet-gezicht gaat, en Ketnet er prat op gaat om reclamevrij te zijn. Dat onderscheidt hen van de anderen, en daarom willen zij volop ondersteund worden, ook voor hun Ketnet Jr.

Ketnet gaat er dus prat op reclamevrij te zijn, maar toch merken we hier dat Ketnet-gezichten reclame maken op sociale media. Ook bij de Ketnet Zomertour, waarvan ik een trouw bezoeker ben – als voorbereiding op kleinkinderen, hoewel dat voorlopig niet aan de orde is – merken we dat er heel wat commerciële spelers aanwezig waren, zoals Playmobil, Libelle en C&A. Vraag is wat er finaal dan overblijft van dat reclamevrije verhaal van Ketnet.

De VRT ziet dus geen probleem. Men verwijst naar de tien geboden voor sociale media waarin het onder meer over reclame gaat. Volgens de openbare omroep is de heisa overbodig, want wat er gebeurt, is conform de richtlijnen.

Experts twifelen of dergelijke richtlijnen voldoende zijn als met de reclame op kinderen wordt gemikt. Liselot Hudders, assistent-professor aan het departement Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent, geeft aan dat een dergelijk geïntegreerde vorm van reclame voor kinderen heel moeilijk herkenbaar is. Via een hashtag alleen is de kans heel klein dat kinderen dit zullen begrijpen.

Ook kijken kinderen nu eenmaal op naar die gezichten die zij kennen van televisie, en op die manier krijgt men toch een vreemde situatie. Ik vraag me dan af of we de bepalingen en de regels die we daarrond hebben, niet moeten verfijnen.

Ook het Kinderrechtencommissariaat plaatste daar een aantal vraagtekens bij.

Minister, in hoeverre rijst hier volgens u – u bent minister van Media én Jeugd – een probleem? Acht u de huidige tien geboden van de openbare omroep, waarin mijns inziens niets staat over reclame, voldoende om een antwoord te bieden op het vraagstuk dat ik net schetste? In welke mate neemt u de voorstellen om regels te maken rond dergelijke vormen van reclame, naar analogie van de regels die bestaan voor televisie, in overweging? Op welke manier wordt er, in het kader van het beleid inzake mediawijsheid, ook ingezet op aspecten van reclamewijsheid?

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Bedankt voor uw vragen. Ik begrijp uiteraard de bezorgdheden en ik besef ook dat jongeren en kinderen gevoelig zijn voor reclame via sociale media. In de tien geboden voor sociale media binnen de VRT wordt impliciet wel verwezen naar reclame. Het tweede gebod stelt immers: "Spreek nooit een structurele voorkeur of afkeer uit voor één politieke partij of voor één politicus. Ook nooit voor een merk of een bedrijf als je journalist bent of meewerkt aan een consumentenprogramma. Ben je de stem of het gezicht van een ander soort programma, dan noem je nooit merken in berichten die op welke manier dan ook (in tekst of beeld) naar de VRT, je net of je programma verwijzen. De netten kunnen autonoom beslissen om deze regel strenger te maken."

De VRT-gezichten die op de sociale media reclame maken voor bepaalde merken, handelen volgens die afgesproken VRT-richtlijnen. Dat is zowel het geval voor de eigen medewerkers als voor de externe medewerkers, zoals freelancers en interimkrachten. Medewerkers vragen voor een externe opdracht toestemming aan hun dienst- of nethoofd. Dat is ook zo als ze freelancer zijn, zoals bijvoorbeeld de wrappers van Ketnet dat zijn. De Ketnet-wrapster waarvan sprake, die bijvoorbeeld recent op haar Instagram-account reclame maakte voor Coca-Cola, heeft daarvoor toestemming gevraagd, laat de VRT me weten. Die toestemming kreeg ze omdat ze in die specifieke berichten op geen enkele manier verwijst naar de VRT of haar netten. Daarnaast richt ze zich met haar account niet op de doelgroep van Ketnet, kinderen tot en met 12 jaar. Kinderen en jongeren kunnen bovendien op de meeste socialemediaplatformen, zoals Facebook en Instagram, maar actief zijn vanaf de leeftijd van 13 jaar. Tot zover de feedback die ik daarover van de openbare omroep krijg.

De openbare omroep is dus op dit ogenblik van mening dat, indien een persoon zich aan deze regels houdt, er dan ook niet hoeft te worden opgetreden. De leiding van Ketnet is evenwel bereid om het gesprek te voeren met deskundigen ter zake, alsook met haar schermgezichten, en dit om te bepalen of de regel uit de tien geboden voor sociale media voor Ketnet strenger moet worden gemaakt.

Ik geef zelden mijn persoonlijke mening, want dat leidt meestal maar tot grote problemen, maar laten we hierin duidelijk zijn: ik verwelkom het initiatief van de VRT om het gesprek met de schermgezichten en de deskundigen te voeren en wacht de resultaten van dat gesprek af. Men voelt hier wel aan dat men op zeer glad ijs zit. Ik wacht dus nog even die gesprekken af, en dan bekijken we verder wat er daarvan komt.

Reclame op sociale media valt buiten het toepassingsgebied van het Mediadecreet. Ik begeef me dan niet langer binnen mijn bevoegdheid, want het gaat over consumentenbescherming. Er was op een gegeven moment – en ik wil dat helemaal niet partijpolitiek uitspelen – een beetje een pingpongspel tussen de heer

Peeters en mezelf: 'dit is een zaak van de VRT' en 'het is wel degelijk consumentenbescherming'. Ik wil daar eventueel ook met hem over in gesprek treden om dat juridisch uit te klaren. Maar laten we eerst en vooral kijken wat de VRT hiermee doet. Ik sluit niet uit dat er daarna nog welke regelgeving dan ook moet of kan worden aangepast.

Dan was er uw bredere vraag rond mediawijsheid en reclamewijsheid bij kinderen. Het Kenniscentrum Mediawijsheid werkt al enkele jaren samen met het onderzoeksproject AdLit over de reclamewijsheid bij minderjarigen. Er bestaat een lessenspakket over reclame, dat het kenniscentrum verspreidt. Adlit is ook een spreker op de mediacoachopleiding. Op MediaNest, onze centrale website rond mediaopvoeding, vindt men ook artikels en klik-en-printsplletjes voor ouders over reclamewijsheid. Binnenkort komt er ook een video, die een en ander nog aanschouwelijker maakt. In de komende weken wordt ook een Mediawegwijzer voor leerkrachten over reclame gelanceerd. Het kenniscentrum neemt de aspecten van reclamewijsheid dus ter harte.

De VRT doet dat in het algemeen ook. De Ketnet-app bevat het spel Botsauto's. Daarbij moeten kinderen reclame proberen te herkennen. Het is eveneens een onderdeel van het project AdLit. U ziet dat we hier in een vreemdsoortige situatie zitten.

Onder het motto 'geloof niet alles wat je tegenkomt op het internet' werd er ook een extra 'Vet op het net'-video gemaakt die op ketnet.be is terug te vinden. Dat is een goede zaak. Ketnet.be/kijken/vet-op-het-net/online-verrassingen: allen daarheen zo meteen. Tot slot namen ook verschillende Ketnet-medewerkers deel aan een studiedag van AdLit over reclamewijsheid. U ziet dat er aan de Reyerslaan nog wel enige discussie zal worden gevoerd, maar ik ben wel benieuwd naar de uitkomst ervan.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Bedankt, minister. De afspraak en de regelgeving zeggen dat medewerkers die optreden buiten de omroep, niet mogen verwijzen naar de VRT. Maar wat hier gebeurt, is natuurlijk iets anders. Het is eigenlijk de omgekeerde beweging, waarbij je als medewerker een geloofwaardigheid opbouwt doordat je voor die openbare omroep werkt, in dit geval Ketnet, en dan eigenlijk die geloofwaardigheid gebruikt – ik kon ook 'misbruikt' zeggen, maar goed – om commerciële producten aan te kaarten of aan te prijzen buiten die openbare omroep, via andere bezigheden.

Het is een heel complexe materie. Het is ook moeilijk om grenzen te trekken. Het is een praktijk die al heel lang voorkomt, en de discussies zijn ook al uittrenturen gevoerd, over journalisten die politieke debatten modereren of die ergens optreden waar ze volgens sommigen beter niet zouden optreden. Het is een discussie die al jaren meegaat en die telkens in andere vormen weer de kop opsteekt.

Hier zit het specifieke precies in het feit dat het gaat om dat jongerenpubliek, om die kwetsbare groep die wij, ten koste van veel, toch ook willen beschermen en begeleiden enzovoort: mediawijsheid, opvoeding, hoe ga je om met media? Dat maakt dit aspect, namelijk het optreden van Ketnet-mensen in een commerciële sfeer, eigenlijk wel een debat waard. Ik ben blij dat u dat debat niet uit de weg wilt gaan, minister.

De voorzitter: Mevrouw Brouwers heeft het woord.

Karin Brouwers (CD&V): Ik wil de vraag van collega Vandaele ondersteunen. Wij zijn ook van oordeel dat men extra voorzichtig moet zijn als het om kinderen gaat. Ketnet-gezichten moeten dus eigenlijk nog voorzichtiger zijn dan andere schermgezichten van de VRT als het over dit soort zaken gaat.

Er wordt mij net nog gemeld dat zelfs volwassenen het al moeilijk hebben om bijvoorbeeld fictie en realiteit uit elkaar te houden, dat er bij de VRT blijkbaar zelfs condoleanceberichten toekomen als er iemand sterft in 'Thuis'. Om maar te zeggen: voor kinderen is het dan nog tien keer moeilijker om reclame te onderscheiden. Dat is trouwens een van de grote argumenten in het Ketnet-dossier, die hele reclamevrije omgeving, net omdat kinderen geen onderscheid maken tussen reclame en het programma dat bezig is. We kunnen u hier alleen maar gelijk geven, collega Vandaele, dat daar misschien toch duidelijke richtlijnen mogen komen en dat men daar extra voorzichtig in moet zijn.

Bart Caron (Groen): Ik wil namens mijn fractie ook even aansluiten bij de vraagstellers. Mijn indruk is dat de VRT in dit dossier haar eigen mensen goed in bescherming neemt. Ik ga mijn standpunt over die argumentatie van de VRT gewoon heel duidelijk formuleren. Dat kinderen beneden de dertien jaar niet op Facebook zitten... U begrijpt mij wel hé.

Collega's, in de geest van het decreet denk ik dat wat we altijd gezegd hebben over reclame op de VRT voor kinderen, ook absoluut geldig moet zijn voor de sociale media en voor het optreden van schermgezichten van Ketnet op sociale media. Ik vind dat een kwestie van ethiek en deontologie. Ik vind zelfs dat de VRT dat zelf intern moet reguleren. Het is eigenlijk jammer dat wij hier vragen over moeten stellen. Ik ga ervan uit dat de VRT hier haar verantwoordelijkheid opneemt en dat ook duidelijk intern stelt. Ik vind dit er echt over. Het spijt mij zeer.

De voorzitter: Minister Gatz heeft het woord.

Minister Sven Gatz: Laten we het hierop houden: ik zal de bekommernis van de commissie, en de mijne eraan toegevoegd, nog eens uitdrukkelijk aan de VRT overmaken.

De voorzitter: De heer Vandaele heeft het woord.

Wilfried Vandaele (N-VA): Ik ben blij dat we het eens zijn, zelfs met meerderheid en oppositie – althans de aanwezigen. Dat doet mij in elk geval plezier.

U zegt dat de VRT het zelf zou moeten regelen, collega Caron. Dat is natuurlijk wel zo. Dat geldt ook voor heel wat andere zaken waar de VRT het volgens ons zelf zou kunnen regelen, zodat wij er hier geen vragen over moeten stellen.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.