



Vlaams
Parlement

stuk **925** (2010-2011) – Nr. 9
ingediend op 28 maart 2011 (2010-2011)

Hoorzitting

over gebruikers en media,
ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst
tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap

Verslag

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door de heer Bart Caron

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Philippe De Coene.

Vaste leden:

de heren Carl Decaluwe, Paul Delva, Johan Verstreken, Veli Yüksel;
de heren Erik Arckens, Johan Deckmyn, Wim Wienen;
de heren Jean-Jacques De Gucht, Herman Schueremans;
de heren Philippe De Coene, Chokri Mahassine;
de heer Lieven Dehandschutter, mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck;
de heer Jurgen Verstrepen;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

de heer Ludwig Caluwé, de dames Martine Fournier, Vera Jans, Tinne Rombouts;
de heer Chris Janssens, mevrouw Katleen Martens, de heer Wim Van Dijck;
de heren Peter Gysbrechts, Bart Tommelein;
mevrouw Yamila Idrissi, de heer Patrick Janssens;
de heren Wilfried Vandaele, Kris Van Dijck;
mevrouw Ulla Werbrouck;
de heer Luckas Van Der Taelen.

Stukken in het dossier:

925 (2010-2011) – Nr. 1 t.e.m. 8: Verslagen over hoorzitting

INHOUD

I.	Uiteenzetting van mevrouw Anne-Mie Drieskens	4
1.	Inleidende uiteenzetting.....	4
2.	Vragen van leden	5
3.	Antwoorden van mevrouw Anne-Mie Drieskens, met reacties van leden	6
II.	Uiteenzetting van de heren Jo De Clercq en Daniël Gybels.....	8
1.	Inleidende uiteenzettingen	8
2.	Vragen van leden	10
3.	Antwoorden van de heren Jo De Clercq en Daniël Gybels, met reacties van leden	11
III.	Uiteenzetting van mevrouw Iris Van Riet en mevrouw Katrien Crispeyn....	12
1.	Presentatie van mevrouw Iris Van Riet	12
2.	Presentatie van mevrouw Katrien Crispeyn	14
3.	Vragen van leden	15
4.	Antwoorden van mevrouw Iris Van Riet en mevrouw Katrien Crispeyn	16
	Gebruikte afkortingen	19

Ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap, organiseerde de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media op 4 maart 2011 een hoorzitting over gebruikers en media.

I. UITEENZETTING VAN MEVROUW ANNE-MIE DRIESKENS

1. Inleidende uiteenzetting

Mevrouw *Anne-Mie Drieskens*, gezinspolitiek secretaris van de Gezinsbond, zegt dat de Gezinsbond vandaag de krachten heeft gebundeld met het OIVO. De Gezinsbond is al jaren actief rond het thema media en neemt het daarbij op voor de belangen van de gebruikers en meer specifiek van kinderen.

Kinderen hebben recht op programma's van hoge kwaliteit die speciaal voor hen gemaakt zijn en hen niet exploiteren. De openbare omroep heeft een belangrijke functie in het creëren van een kwaliteitsvol aanbod voor kinderen en jongeren. Deze programma's mogen niet enkel gericht zijn op passief amusement, maar ze moeten ook kinderen en jongeren actief betrekken en hen aanzetten tot nadenken en zelf dingen doen. Ontspanning en educatie gaan dus samen in een kwaliteitsvol aanbod.

Kinderen en jongeren moeten niet alleen kunnen genieten van goede kinder- en jeugdprogramma's, het is ook belangrijk om jong creatief talent een kans te geven. De openbare omroep moet kinderen en jongeren actief betrekken in zijn aanbod en programma's maken voor en door kinderen. Met het project 'De overname' is er een eerste verdienstelijke poging geweest, die weliswaar nog voor verbetering vatbaar was, vooral wat de participatie betreft van kinderen en jongeren tijdens het hele proces.

Deze insteek van de Gezinsbond werd letterlijk overgenomen in het advies van de sectorraad, met een belangrijke wijziging weliswaar: de bekommernis voor een kwaliteitsvol aanbod werd beperkt tot kinderen van twaalf jaar. De Gezinsbond kan het daar niet mee eens zijn en kant zich samen met het OIVO tegen een dergelijke beperking. Ook de jongeren hebben immers recht op een kwaliteitsvol tv-aanbod in een reclamevrije omgeving, naast het uitgebreide digitale aanbod.

De Gezinsbond is samen met het OIVO voorstander van een apart tv-kanaal voor kinderen en jongeren. Niet zozeer omdat ze kinderen en jongeren de ganse dag door televisie willen laten kijken, maar wel omdat de VRT zo garant kan staan voor een kwaliteitsvol aanbod voor het jonge publiek. Een aanbod dat niet doordrongen is van reclame en sponsoring en respect heeft voor de privacy van kinderen en jongeren. Een aanbod ook van kinderen en jongeren zelf, dat aansluit bij de leefwereld van jongeren. De Gezinsbond en het OIVO vragen ook dat de VRT werk maakt van een aanbod voor jongeren dat daadwerkelijk kwaliteitsvol is en dus niet louter programma's herneemt.

Er is ook nood aan een betaalbaar digitaal aanbod voor kinderen. Wanneer ouders een beroep doen op het aanbod op aanvraag moeten zij telkens opnieuw voorbij de kassa. Het digitale aanbod zou voor ieder kind toegankelijk moeten zijn. De VRT kan op dat terrein een voorbeeldfunctie vervullen door de kinderprogramma's van eigen bodem gratis digitaal aan te bieden.

Uiteraard moeten kinderen en jongeren ook binnen het hele aanbod van de VRT meer in beeld komen. Hun mening is belangrijk. De berichtgeving over jongeren heeft nu al te vaak een negatieve bijklank, men focust immers steevast op de probleemjongeren. Het behoort tot de opdracht van de openbare omroep om mee te werken aan een positievere beeldvorming over jongeren, via een berichtgeving die aansluit bij de realiteit en hun leefwereld.

De aandacht van de minister voor het bevorderen van mediawijsheid en e-inclusie is positief. De Gezinsbond en het OIVO vragen dat de overheid ondersteuning blijft geven aan projecten inzake mediaopvoeding, onder meer via het sociaal-cultureel werk en de school. Dat is uiteraard niet alleen in het kader van de beheersovereenkomst belangrijk. Beide organisaties dringen er dan ook op aan dat snel werk wordt gemaakt van de oprichting van het Kenniscentrum Mediawijsheid, waar ook kinderen en jongeren actief in betrokken moeten worden. Afgaande op de, al dan niet al definitieve, agenda van de Staten-Generaal van de Media, wil men daar naar een verenging van de mediagebruiker als leverancier van mediacontent. Hoewel dit een belangrijk aspect is, pleit de Gezinsbond voor een ruimere benadering van mediawijsheid.

De minister wil ook het archief van de VRT ontsluiten. Dat archief is echter niet alleen interessant voor het onderwijs, maar ook voor de gezinnen. Ouders en kinderen zouden ook toegang moeten hebben tot het daar aanwezige materiaal, op voorwaarde dat consultatie toegankelijk en betaalbaar is.

Mevrouw Drieskens zegt dat zij tot slot nog de aandacht wil vestigen op enkele andere aanbevelingen inzake kinderen en media. De Gezinsbond blijft samen met het OIVO voorstander van een volledig verbod op reclame rond kinderprogramma's, inclusief productplaatsing in de programma's. Kinderprogramma's moeten vrij blijven van nieuwe reclametechnieken. Volgens het huidige Mediadecreet is productplaatsing in en sponsoring van kinderprogramma's van de openbare omroep verboden. Ook reclame voor goederen en diensten die gratis worden geleverd, zoals een prijs, zijn verboden in de kinderprogramma's van de VRT. De Gezinsbond rekent erop dat de VRT kwalitatieve kinderprogramma's blijft maken zonder reclametechnieken te hanteren.

De Gezinsbond pleit ook al enige tijd voor de invoering van een uniform en algemeen classificatiesysteem van media-inhouden. Dit is in België een complexe materie, gezien de spreiding van de bevoegdheden rond dit thema. Toch zou de VRT een voorbeeldrol kunnen spelen, door een classificatiesysteem zoals het Nederlandse systeem Kijkwijzer toe te passen op haar eigen aanbod.

2. Vragen van leden

De heer *Bart Caron* vraagt of de Gezinsbond pleit voor een systeem als Kijkwijzer op Ketnet en op een eventueel derde net. Net zoals in de vorige regeerperiode pleit de Gezinsbond ook nu voor een verdere decretale beperking van de sponsoring zodat die ook geldt voor de commerciële zenders. De spreekster heeft weliswaar niets gezegd over de radio, maar vindt zij dat de openbare omroep zenders als MNM moet hebben?

De heer *Bart Tommelein* is geen voorstander van de oprichting van een derde net, om budgettaire redenen, maar ook omdat hij meent dat dit voorstel vooral is bedoeld om te verhinderen dat de commerciële zenders verder kunnen groeien. Hij begrijpt dat de Gezinsbond streeft naar een reclamevrije omroep voor kinderen en jongeren, maar beklemtoont dat een onderscheid moet worden gemaakt tussen de verschillende leeftijdscategorieën. Een reclamevrije omgeving voor jongeren vindt hij utopisch. Men kan jongeren immers niet opvoeden in een reclamevrije wereld. Het is ook nogal utopisch om te pleiten voor een volledig reclamevrije televisie terwijl andere media, bijvoorbeeld internet en YouTube, helemaal niet reclamevrij zijn. Een jongerenzender als MNM mag trouwens wel reclame uitzenden en bestaat eigenlijk alleen maar omdat deze zender reclame-inkomsten oplevert voor de VRT.

Wat is de mening van de spreekster over het aanbod op de commerciële zenders? De heer Tommelein heeft niet de indruk dat de kinderprogramma's van de commerciële zenders van een mindere kwaliteit zijn dan die van de openbare omroep. Met zijn pleidooi voor een derde net om een kwaliteitsvol aanbod te kunnen verzekeren voor de kinderen, gaat

de Gezinsbond er blijkbaar van uit dat de openbare omroep per definitie meer kwaliteit levert dan de commerciële omroepen. Die premisse getuigt van een zekere vooringenomenheid. De VRT is op dit ogenblik al de onbetwiste marktleider, ook zonder een derde net. Moet de markt voor de kinderen dan volledig in handen zijn van de openbare omroep? Is het niet verkieslijker dat een aanbod wordt gecreëerd, zodat de ouders zelf de keuze kunnen maken? Als de Gezinsbond pleit voor een volledig reclamevrije VRT, dan ontstaat er ook voor de commerciële zenders een ander businessmodel dan bij een gemengde financiering.

De heer *Wim Wienen* meent dat de essentiële vraag is of de VRT op dit ogenblik voldoende haar openbare opdracht vervult. Als dat het geval is, dan moet er geen derde zender komen, temeer omdat de VRT vooral het argument hanteert dat het marktaandeel van Ketnet onder druk staat.

In principe is de heer Wienen het ermee eens dat VRT-programma's gratis moeten zijn, in de eerste plaats omdat ze al met belastinggeld betaald zijn. Hij vraagt zich echter af of het businessmodel van de digitale televisie niet onder druk dreigt te komen als uitgesteld kijken bij de VRT gratis is. Zal het voor de commerciële omroepen daardoor niet veel moeilijker worden om nog geld uit de markt te halen?

De heer *Philippe De Coene* vraagt of kinderen en jongeren volgens de Gezinsbond op elk moment van de dag de keuze(vrijheid) moeten hebben tussen een publieke en een private omroep. Uit de publieksbevraging over de toekomstige taak van de VRT blijkt dat het publiek zich erover verheugt dat er ook televisiezenders bestaan zonder reclame. Hoe reageert de Gezinsbond daarop?

3. Antwoorden van mevrouw Anne-Mie Drieskens, met reacties van leden

Mevrouw *Anne-Mie Drieskens* zegt dat de Gezinsbond pleit voor het Nederlandse model van de Kijkwijzer waarbij de pictogrammen niet alleen de leeftijd maar ook het soort van programma aangeven. Die pictogrammen zouden niet alleen op de zenders zichtbaar moeten zijn, maar ook in de tv-gidsen moeten worden gebruikt. Dat moet ouders, en ook kinderen, helpen om wegwijs te raken in het aanbod.

Over het radiodossier heeft de Gezinsbond geen standpunt ingenomen. Het is wel verbazend dat het reclameverbod goed wordt nageleefd, terwijl op de radio of de websites anders wordt omgesprongen met dezelfde regelgeving. In het verleden heeft de Gezinsbond ook een standpunt ingenomen over kinderen en internet, waarbij werd gepleit voor een betere regulering inzake commerciële boodschappen op het internet.

De heer *Bart Caron* tekent hierbij aan dat het inderdaad opmerkelijk is dat op MNM, uiteindelijk toch een jongerenzender, net het meeste reclame wordt uitgezonden. Het doelpubliek van deze zender bestaat weliswaar uit jongeren en niet uit kinderen.

Mevrouw *Anne-Mie Drieskens* beaamt dat uit de publieksbevraging gebleken is dat de mensen een reclamevrije televisiezender waarderen, omdat de uitzendingen dan niet voortdurend onderbroken worden.

De Gezinsbond en het OIVO zijn zoals al gezegd voorstander van een apart reclamevrij kanaal voor kinderen en jongeren. Op dit ogenblik stopt het aanbod van Ketnet om 20 uur. Op dat moment is er echter nog een grote groep jongeren die een kwaliteitsvol aanbod verlangt en nu vaak zijn weg niet vindt in het andere aanbod. Dat de VRT garant moet staan voor een kwaliteitsvol aanbod binnen haar zendtijd, betekent niet dat de commerciële omroepen geen kwaliteitsvol aanbod brengen. Van de VRT verlangt de Gezinsbond echter de garantie dat er kwaliteit wordt geleverd en een kwaliteitsvol aanbod is voor de Gezinsbond een reclamevrij aanbod. De Gezinsbond heeft zich in vroegere discussies al

bereid getoond om inzake reclame een onderscheid te maken tussen kinderen (tot twaalf jaar) en jongeren. Jongeren worden bestookt door reclame, omdat ze worden gezien als de consumenten bij uitstek, maar ze krijgen vaak niet de kans om hun mening te geven over andere zaken die hen aanbelangen.

Kinderen kunnen niet volledig worden afgeschermd van reclame, en dat is ook niet de bedoeling. De Gezinsbond en het OIVO willen de jongeren niet betuttelen, maar ze mediawijs maken. De verantwoordelijkheid dienaangaande mag echter niet enkel worden afgeschoven op ouders. Daarom pleiten beide organisaties voor de oprichting van een Kenniscentrum Mediawijsheid en voor een reclamevrij aanbod dat aansluit bij hun leefwereld. Kinderen en jongeren moeten ook een actieve rol kunnen spelen binnen het aanbod. Dat is bij Ketnet tot nog toe te weinig het geval. Een derde kanaal van de VRT zou die mogelijkheid kunnen bieden.

Voor de televisie is het soms moeilijk om de jongeren te bereiken en wellicht zullen daar extra inspanningen voor moeten worden gedaan. Het is niet de ambitie van de Gezinsbond om de jongeren de hele dag voor het scherm te laten zitten. Jongeren hebben een uitgebreid digitaal aanbod, maar ze moeten ook op de televisie een aanbod kunnen vinden indien ze dat wensen. Dat is ook een reden om te pleiten voor een apart kanaal voor kinderen en jongeren. Als men dat kanaal verder invult, zal men aan de jongeren ook inspraak moeten geven.

Hier werd niet gepleit voor een volledig gratis digitaal aanbod, wel voor het gratis ter beschikking stellen van de kwaliteitsvolle jeugdprogramma's die door de VRT zelf gemaakt zijn en nu in de lade blijven liggen. Ook heel wat ouders zullen daar trouwens blij mee zijn. Daarmee kan de VRT een voorbeeldfunctie vervullen. Voor de rest pleit de bond voor een betaalbaar en toegankelijk digitaal aanbod, een wens die ook bleek uit de publieksbevraging.

Het is al gezegd: het is niet de bedoeling om kinderen en jongeren de hele dag aan het scherm te kluisteren. Als het mooi weer is, moeten kinderen buiten kunnen spelen en daar moet voldoende ruimte voor zijn. Kinderen moeten echter ook op televisie aan hun trekken kunnen komen.

In de besluiten van de publieksbevraging wordt volgens de Gezinsbond en het OIVO terecht onderstreept dat het publiek blij is dat de VRT-televisie op dit ogenblik nog reclamevrij is. De VRT moet reclamevrij blijven, niet om in een utopische wereld terecht te komen, maar om aan de kijkers een zekere rust te gunnen. Jongeren hunkeren ernaar te kunnen tonen wat ze in hun mars hebben. Men moet hun die kans geven en hen niet alleen benaderen als consumenten, zoals de reclamesector doet.

De heer *Bart Tommelein* vraagt zich af waar de jongeren zijn waarover mevrouw Drieskens het had. Jongeren van twaalf tot zeventien jaar kijken volgens hem samen met hun ouders naar programma's als 'De Pappenheimers', 'De Slimste Mens' of 'Van Vlees en Bloed', of naar feuilletons op VT4 en vragen zijns inziens niet naar een afzonderlijke zender. Hij is het er helemaal niet mee eens dat jongeren moeten worden afgeschermd van reclame. Met een reclamevrije openbare omroep heeft hij op zich geen probleem, maar jongeren komen, via het internet en YouTube bijvoorbeeld, onvermijdelijk in contact met reclame. Door ze af te schermen van reclame kan men de mediawijsheid niet realiseren. Leren omgaan met reclame is een stap naar volwassenheid. Iets anders is als het gaat om kinderen jonger dan twaalf jaar, maar die moeten na acht uur 's avonds niet meer naar televisie kijken en daarvoor is dus geen afzonderlijk net nodig. De heer Tommelein begrijpt de nobele bedoelingen van de spreker, maar meent dat ze voorbijgaat aan de realiteit in de samenleving.

Mevrouw *Anne-Mie Drieskens* benadrukt dat ze niet gezegd heeft dat de Gezinsbond de kinderen wil afschermen of betuttelen. Jongeren mogen uiteraard mee kijken naar programma's als 'De Pappenheimers', maar als ze programma's willen zien die meer aansluiten bij hun leefwereld, waar kunnen ze dan terecht? Nu zijn ze, als gevolg van een bewuste strategie bij de commerciële omroepen trouwens, verplicht om naar ontspanningsprogramma's te kijken die eigenlijk voor volwassenen zijn gemaakt.

De heer *Bart Tommelein* blijft erbij dat de Gezinsbond een derde net wil voor een groep jongeren die vandaag niet bestaat. Tegelijkertijd zegt de openbare omroep dat MNM, een jongerenzender met reclame, een noodzaak is.

De heer *Bart Caron* meent dat in de conceptnota van minister Lieten niet wordt gepleit voor een derde net dat ook na acht uur 's avonds uitzendt voor kinderen en jongeren. Het idee van een derde net heeft te maken met kinder- en jongerenuitzendingen tijdens de dag, die niet door sport worden onderbroken. Het is naar zijn mening de bedoeling dat het derde net 's avonds de sportprogramma's kan opvangen, zodat Canvas dan volwaardig kan uitzenden.

II. UITEENZETTING VAN DE HEREN JO DE CLERCQ EN DANIEL GYBELS

1. Inleidende uiteenzettingen

De heer *Jo De Clercq*, voorzitter van Vlaamse Podiumartiesten (Vlapo) zegt dat de vzw Vlapo in 2008 werd opgericht als aanspreekpunt voor de verdediging en het behoud van het Vlaamse lied in al zijn genres. De vereniging ijvert ervoor dat elk muziekgenre aan bod komt in de media en dat alle publieksgroepen weerspiegeld worden in het muzikaanbod. Vlapo moet echter vaststellen dat de muziekprogrammering op de openbare omroep ingegeven wordt door genrekeuze en dat ze geen getrouwe afspiegeling is van de smaak van een breed luisterpubliek. Na tussenkomsten van de Vlaamse volksvertegenwoordigers Johan Verstreken en Margriet Hermans werd deze problematiek voorzichtig op de politieke agenda geplaatst en werden aarzelende stappen gezet om meer Vlaamse muziek te programmeren op de openbare omroep.

Men kan voor of tegen Vlaamse muziek zijn, maar een omroep betaald met belastinggeld moet een breed publiek dienen en mag zich niet laten leiden door eigen genrevoorkeuren. Nu komt een grote groep muzikliefhebbers niet aan zijn trekken bij de openbare omroep. Vlapo heeft een manifest opgesteld waarin de argumentatie van de VRT inzake muziek op een onderbouwde wijze wordt weerlegd en waarin aanbevelingen zijn opgenomen voor de nieuwe beheersovereenkomst van de openbare omroep.

De heer *Daniël Gybels* licht het manifest toe. De onderbouwde visie in het manifest en de beleidsvoorstellen zijn het resultaat van drie jaar geduldig onderzoek. Het was echter erg moeilijk om aan de nodige informatie te raken. De podiumartiesten werden weliswaar door de VRT ontvangen, maar kregen geen toegang tot de marktstudies waarop de openbare omroep zich zou baseren om aan smaak- en genreprogrammering te doen met zijn vijf radiozenders. Dat is zogenaamd de interne keuken van de VRT. Nochtans beroept men zich precies op diezelfde studies om te beweren dat het de markt is, dus het publiek, die bepaalt wat er op de zenders wordt uitgezonden. Ook de heer Kris Peeters, de toenmalige minister bevoegd voor de media, is er niet in geslaagd die studie in zijn bezit te krijgen. Het is dan ook de vraag of die studie überhaupt wel bestaat.

Vlapo is voorstander van het weerspiegelingscriterium voor de uitzendingen van televisie en vooral van radio. Het is immers de burger die de belastingen betaalt waarmee de openbare omroep werkt. Dat criterium zou echter ook ingang moeten vinden in de wetgeving en in de daaruit voortvloeiende beheersovereenkomsten.

Met het oog op de beheersovereenkomst moet er volgens Vlapo een onderzoek gebeuren rond de smaak van de luisteraars. Het is bijzonder moeilijk om smaken meetbaar in kaart te brengen, maar niet onmogelijk. Er moeten wetenschappelijk verantwoorde vragen worden gesteld. Het kan echter niet dat de programmasamenstellers hun eigen smaak laten prevaleren.

Vlapo staat sinds zijn oprichting open voor alle artistieke podiumgenres, van heavy metal, over pop en rock tot kleinkunst, schlager en levenslied. Vlapo vertegenwoordigt dus niet alleen het schlagergenre, maar dat genre dringt er wel het meest op aan om een aantal bepalingen op te nemen in de beheersovereenkomst.

In 2008 heeft Vlapo een algemene weerspiegelingsvaststelling laten doen door een gerechtsdeurwaarder. Die heeft de opdracht gekregen om gedurende 24 uur vast te stellen wat er gedraaid werd op Radio 2 en de resultaten daarvan waren zeer verrassend. Er was niet eens één percent Vlaamse schlagermuziek aanwezig in heel dat aanbod. Er was wel rekening gehouden met de taalnormen, maar er was geen weerspiegeling. De programmamakers bleken duidelijk gewoon hun eigen smaak te volgen. Bij Radio 2 komen veel mensen terecht die eigenlijk gevormd zijn door Studio Brussel. Op zich is dat uiteraard geen probleem, maar die mensen mogen niet alleen programmeren wat ze zelf graag horen: ze moeten respect betonen voor de luisteraars.

Vlapo heeft zich steeds constructief opgesteld. Gedurende drie jaar heeft het geen enkel sectoraal gesprek met de VRT overgeslagen. Toch wacht het al drie jaar op een concrete invulling van het criterium kwaliteit waarmee vragen stevast worden afgewimpeld. Ook kleinkunstartiesten worden met dat argument trouwens vaak wandelen gestuurd. Vlapo meent dat de openbare omroep er met zijn vijf zenders moet in slagen om iedereen gelukkig te maken. Alleen al aan de hand van de toeschouwersaantallen van festivals kan Vlapo aantonen dat de muziekprogrammatie van de VRT de smaak van het publiek niet weerspiegelt. Schlagerfestivals lokken momenteel samen immers even veel toeschouwers als bijvoorbeeld Rock Werchter. Men moet leren aanvaarden dat er verschillende smaken zijn en dat die op de openbare zenders allemaal aan bod moeten kunnen komen. De jongste beleidsnota van de VRT over muziek droeg trouwens de titel 'Muziek voor iedereen'.

De heer *Jo De Clercq* geeft nog enkele voorbeelden van schlagerfestivals. Ethias Waregem verwacht 3000 mensen, de Polonaise in Antwerpen 10.000 en de Ethiasarena zat vier dagen vol. Hierbij gaat het telkens om een gevarieerd publiek. Vlapo pleit dus niet voor een seniorenzender, integendeel.

Voorbeelden van artiesten die op de VRT meer aan bod zouden moeten kunnen komen zijn Christoff, Lindsay, Bart Kaël, Willy Sommers, Jo Vally, Dana Winner, Bart Herman, Luc Steeno, Laura Lynn en Will Tura. Het is dus een breed aanbod. Uiteraard moet men ook binnen dat genre aandacht besteden aan kwaliteit. Radio 2 zou volgens de huidige beheersovereenkomst Vlaams gekleurd moeten zijn, maar in de praktijk is dat absoluut niet het geval. Tussen tien uur 's avonds en vier uur 's morgens worden er wel meer schlagers gedraaid om de quota te halen. Uit de presentatie van de programmering van Radio 2 voor het komende jaar bleek dat er wel een aanzet is om aan de verzuchtingen van Vlapo tegemoet te komen. Radio 2 zal nu de Vlaamse Top Tien uitzenden op zondagmiddag van twee tot half drie in plaats van op acht minuten zoals de vorige jaren. Bij het Muziekcafé op vrijdagavond van zes tot acht zal er een ruim aanbod zijn van Vlaamse populaire muziek. Er beweegt dus toch wel iets. Het probleem is dat, zoals de heer Gybels al aangaf, de muziekredactie van Radio 2 uit een andere cultuur komt en niet van schlagermuziek houdt. Er wordt veeleer een gedoogbeleid gevoerd. Ook op economisch vlak is dat voor de Vlaamse muziekindustrie geen goede zaak: heel wat geld vertrekt nu via Sabam naar het buitenland. De spreker is persoonlijk niet enthousiast over de idee van quota, maar in Frankrijk werkt dat systeem wel.

De heer *Daniël Gybels* belicht nog een juridische kant van de zaak. De manier waarop de belastinggelden worden verdeeld over de verschillende muziekgenres is zijns inziens in strijd met het gelijkheidsbeginsel in de Grondwet. Een toetsing door een rechtscollege kan dan ook leiden tot een vernietiging van de wetgeving of van de uitvoering ervan. Als een kleine groep mensen een hele zender krijgt en een veel grotere groep in de kou blijft staan, is er een beleidsprobleem.

2. Vragen van leden

De heer *Bart Tommelein* betreurt dat de openbare omroep, die marktleider is inzake radio en daarmee de markt voor een stuk ontregelt, er niet in slaagt om met vijf zenders de Vlaamse content te brengen die voor de televisie zo belangrijk is. Hij vraagt zich af of sommige muziekgenres niet voor een stuk gebracht kunnen worden via de digitale commerciële zenders. De Vlaamse hitzender Anne bijvoorbeeld is een gigantisch succes. Dan zal de openbare omroep wellicht moeten volgen, zoals ook bij de televisie is gebeurd.

De heer *Bart Caron* is het ermee eens dat de VRT veel belang moet hechten aan de diversiteit inzake muziekgenres. Hij stelt voor dat de commissie de marktstudie opvraagt die Vlapo blijkbaar niet kan bemachtigen. Dat zal de helderheid van de discussie ongetwijfeld ten goede komen.

Wat de heer Gybels zei over de schlagers op Radio 2 zou men ook kunnen zeggen over de popmuziek en Radio 1. Ook daar zijn er verschuivingen omdat er muzieksamenstellers zijn gekomen die een andere persoonlijke smaak hebben dan het publiek dat ze moeten bedienen. Zou Vlapo het zinvol vinden om in de beheersovereenkomst de op te nemen muziekgenres beter te omschrijven? Heeft men bij Vlapo de indruk dat bepaalde grote platenlabels een te grote invloed hebben op de muziekkeuze van de VRT-radio?

De heer Caron meent dat het mogelijk moet zijn om op de markt commerciële kanalen te vinden voor schlagermuziek, op voorwaarde natuurlijk dat ze golflengte krijgen op de FM-band. Een groot deel van het schlagerpubliek is immers niet zo vaardig op de pc. Daarom mag men zich niet beperken tot digitale zenders.

Kunnen de sprekers, afgezien van de smaak, nog een goed argument noemen voor de schlagermuziek? Veel mensen vinden die muziek immers minderwaardig. Misschien is diversiteit het belangrijkste argument, en niet kwaliteit. Of zijn er binnen dat genre ook kwaliteitsstandaarden waar een niet-kenner van het genre geen weet van heeft?

De heer *Wim Wienen* is het quasi volledig eens met het pleidooi van Vlapo. Het is altijd al de privésector geweest die inspanningen heeft gedaan om het Nederlandstalige lied te steunen, niet de VRT. Bij de opstart van de vtm was er 'Tien om te zien', nu zijn er de hitzender Anne en MENT TV van Telenet. De VRT van haar kant heeft weinig gedaan voor het Nederlandstalige lied en het schlagergenre. De normen van de beheersovereenkomst worden eigenlijk niet gehaald. Radio 2 wordt immers door het publiek niet ervaren als een Nederlandstalige zender. Nederlandstalige liedjes worden nog altijd vaak 's nachts gedraaid.

Hoe kan daar volgens Vlapo iets aan worden gedaan via de beheersovereenkomst? Quota inschrijven volstaat blijkbaar niet, er zouden dan ook bepalingen moeten worden opgenomen die verhinderen dat de Vlaamse muziek voornamelijk 's nachts wordt uitgezonden. Daarnaast is er ook het probleem van het genre. De VRT heeft nu nogal eens de neiging om vooral Marco Borsato en Rob De Nijs te spelen, terwijl de Vlaamse artiesten te weinig worden gepromoot.

Is het in het digitale tijdperk zelfs voor de openbare omroep niet mogelijk om een zender op te zetten met uitsluitend Nederlandstalige muziek? Wat is de visie van Vlapo dienaangaande?

De heer *Philippe De Coene* zegt dat de kwestie van de al dan niet bestaande marktstudie hoe dan ook moet worden opgehelderd. Hij zal namens de commissie de openbare omroep dan ook vragen om die studie te mogen inkijken.

Als er inderdaad een behoefte blijkt te bestaan, is de vraag wat de openbare omroep ervan weerhoudt om een kwalitatief schlageraanbod te brengen, eventueel op een digitaal kanaal. Aangezien het Mediadecreet en de beheersovereenkomst bepalen dat de openbare omroep zoveel mogelijk mensen moet bereiken, is dat ook vanuit marketingoogpunt aangewezen, want zo kan men zich verzekeren van een trouw publiek.

Uit onderzoek naar de nieuwe generatie, de zogenaamde M-generatie, blijkt dat jongeren tegenwoordig het beste willen uit zeer diverse werelden. Dat geldt niet alleen op algemeen maatschappelijk vlak, maar ook op muzikaal gebied. Er bestaat dus ook voor de schlagermuziek misschien een doelgroep die men niet onmiddellijk zou verwachten. De vraag is dan of dit aanbod moet worden gebracht op een apart of een bestaand kanaal.

Of een en ander ongrondwettelijk is, laat de heer De Coene in het midden. Het is volgens hem veeleer een kwestie van respect voor de behoeften van belangrijke componenten van de samenleving. De openbare omroep moet nagaan hoe met die behoeften rekening kan worden gehouden. Hoe men dit technisch moet oplossen is een andere vraag. Steeds meer mensen kunnen trouwens overweg met de digitale media.

Wat de economische impact betreft: de overheid is voortdurend op zoek naar mogelijkheden om economische middelen te genereren binnen Vlaanderen. Het zou dan ook onverstandig zijn om dat aspect onbenut te laten.

3. Antwoorden van de heren Jo De Clercq en Daniël Gybels, met reacties van leden

De heer *Jo De Clercq* benadrukt dat het financiële aspect heel belangrijk is: Sabam verstuigt jaarlijks miljarden euro's aan muziekrechten naar het buitenland. Dat geld is weg en keert niet terug naar de muziekbusiness hier. Schlagerzangers hebben het intussen in ons land moeilijk om een cd opgenomen te krijgen. Om kwaliteit te bieden moet men beschikken over goede studio's en goede muzikanten.

Het publiek is een goede rechter en bepaalt genadeloos wat al dan niet kwaliteit is. Het belangrijkste publiek voor schlagermuziek is het gewone volk, al bestaat er ook een studentikoze groep die het heeft over 'foute muziek'. De radio- en televisiemakers laten zich echter leiden door marketing. Daar zijn geen mensen bij die deze muziek kennen en graag horen. In het buitenland trekt een Vlaamse schlagerzanger als Christoff volle zalen, maar in eigen land bestaat daarvoor geen kanaal. Zoals al gezegd, is uit de presentatie van de Radio 2-programmering voor het komende jaar gebleken dat men nu toch iets meer wil gaan doen voor dit genre. Er is in huis echter geen kennis en geen organisatie om dat aan te pakken. Wachten op initiatieven van de commerciële zenders lijkt niet de juiste aanpak, de openbare omroep moet hierin een belangrijke rol spelen.

De heer *Bart Tommelein* repliceert dat die strijd al jaren aan de gang is, zonder veel resultaat. Men gaat er steeds van uit dat de openbare omroep staat voor meer Vlaams aanbod en meer kwaliteit, maar in werkelijkheid is veeleer het tegenovergestelde het geval. De openbare omroep moet blijkbaar eerst concurrentie krijgen eer hij in actie komt.

De heer *Jo De Clercq* verwijst naar 'FC De Kampioenen'. Hoewel dat een zeer populair programma is, is iedereen het erover eens dat het ook een goed product is. In het schlagergenre laat men die kansen echter liggen.

De heer *Bart Tommelein* stelt dat er nergens in Europa zoveel tv-content van eigen bodem is als in Vlaanderen. Dat is te danken aan de commerciële zenders die streven naar

Vlaamse content. Op de radio is dat echter niet het geval. De dominantie van de VRT inzake radio heeft voor gevolg dat de VRT zelf beslist wat ze brengt en wat niet.

De heer *Daniël Gybels* heeft begrip voor de argumentatie om de VRT via concurrentie uit te dagen, maar vindt het geen goed idee om een digitale nichezender te maken. Heel wat schlagerliefhebbers, met name de senioren, zijn immers nog niet vertrouwd met de computer. Daar staat wel tegenover dat er de laatste jaren zeer veel jongeren aanwezig zijn op de schlagerfestivals. De gemiddelde leeftijd van het schlagerpubliek is vermoedelijk ongeveer veertig jaar.

De heer *Jo De Clercq* zegt dat Klara en Studio Brussel een vrij duidelijk profiel hebben. Voor de andere VRT-zenders is dat de laatste jaren echter niet meer het geval. Radio 2 is opgeschoven in de richting van het vroegere Donna en MNM in de richting van Studio Brussel. Het gevolg is dat MNM geen identiteit meer heeft en wordt weggeblazen door de concurrentie van Q-music. Nochtans moet men durven kiezen voor bepaalde genres.

De heer *Daniël Gybels* gaat nog in op de vraag van de heer Caron hoe dit in de beheersovereenkomst kan worden opgenomen. Daarvoor is er nood aan een gedegen socio-demografische studie over de smaakgenres in onze gemeenschap, met medewerking van wetenschappers en vakmensen. Enige tijd geleden heeft Vlapo daarnaar gevraagd op het kabinet van minister Lieten en zij bleek daar niet afkerig tegenover te staan. Vlapo is bereid mee te werken aan dergelijke studie, onder meer door te helpen om de juiste vragen te stellen en uit te zoeken waar die vragen moeten worden gesteld. Met een degelijke marktstudie zouden de problemen al grotendeels opgelost zijn. Vlapo heeft daar echter het geld niet voor, want zo'n studie is een dure zaak.

III. UITEENZETTING VAN MEVROUW IRIS VAN RIET EN MEVROUW KATRIEN CRISPEYN

1. Presentatie van mevrouw Iris Van Riet

Mevrouw Iris Van Riet, secretaris van de Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (SARC), verduidelijkt dat de SARC verschillende onderdelen bevat: de Vlaamse Sportraad, de Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk, de Sectorraad Kunsten en Erfgoed, de Sectorraad Media, een algemene raad en een vast bureau. Het advies van de Sectorraad Media is al uitvoerig aan bod gekomen in deze commissie. Daarom zal ze het nu hebben over drie andere adviezen over de VRT-beheersovereenkomst, namelijk die van de Sectorraad Kunsten en Erfgoed, de Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk en de Vlaamse Sportraad, gecoördineerd door de algemene raad. Aldus gaat het eigenlijk over vier adviezen.

Deze raden stellen dat cultuur en sport kerntaken zijn voor een openbare omroep. Als cultuur en sport aan bod komen op de VRT, dan leidt dat tot een win-winsituatie voor de Vlaamse overheid. De overheid investeert in cultuur en sport. Ze gaat er immers van uit dat de samenleving baat heeft bij cultuur en sport en ze wil dat de mensen hieraan participeren. Aandacht op radio of televisie geeft een boost aan sport en cultuur. Als in de beheersovereenkomst zou worden opgenomen dat sport en cultuur kerntaken zijn voor de VRT, dan zullen de investeringen van de overheid in cultuur en sport ook beter renderen en zal het draagvlak daarvoor breder worden.

Over welke soort cultuur gaat het en hoe kan cultuur het best aan bod komen op de VRT? De Sectorraad Sociaal-Cultureel Werk en de Sectorraad Kunsten en Erfgoed zijn over het algemeen tevreden over de wijze waarop de VRT cultuur brengt. Ze menen dat cultuur op de VRT moet worden geconsolideerd, in die zin dat het aanbod zowel breed, diep als divers moet zijn. Het beleid waarbij cultuur deel uitmaakt van programma's waarin ook andere items aan bod komen, heeft zijn vruchten afgeworpen. Een goed voorbeeld is het VRT-nieuws dat volgens een recente studie de laatste tijd meer aandacht besteedt aan cul-

tuur. Het is een goede zaak dat er aparte zenders zijn voor cultuur, namelijk Klara voor de radio en Cobra voor de televisie. Cultuur mag echter niet beperkt blijven tot een aanbod achter de rode knop. Op de VRT moet er aandacht zijn voor alle deelsectoren van de kunsten, maar ook voor het roerende, het onroerende en het immateriële erfgoed. Er moet ook aandacht zijn voor sociaal-cultureel werk, vorming, jeugdwerk en voor participatie aan de warme samenleving. Ook een transversale benadering zou aan bod moeten komen. Een programma als 'De Flandriens' is bijvoorbeeld een combinatie van sport en Vlaams cultureel erfgoed.

De Vlaamse Sportraad pleit voor een bredere visie inzake sport op de VRT. De VRT stelt dat er een gevarieerd sportaanbod is, maar de Sportraad is het daar niet mee eens. Het gemeenschapsgeld voor sport op televisie moet niet gaan naar fabelachtig hoge uitzendrechten. Men zou bijvoorbeeld de belangrijkste Vlaamse kampioenschappen van diverse sporten rechtstreeks kunnen uitzenden op televisie en radio. Men zou ook de minder mediagenieke sporten positief in beeld kunnen brengen. De Vlaamse Sportraad meent dat een programma als 'Vlaanderen Sportland' hernomen zou moeten worden. De VRT moet de mensen ook bewust maken van het belang van een gezonde sportbeoefening. Sporza is een goed initiatief, maar die zender is er nu niet voor alle sporten. Bij de VRT is er geen enkel team dat zozeer de commerciële toer opgaat als de sportredactie. Uit de publieksbevraging die in voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst is gebeurd, is gebleken dat er uitgesproken voor- en tegenstanders zijn van sport op de televisie. De Sportraad vraagt zich af of het relatief grote aantal tegenstanders niet te wijten is aan het te eenzijdige aanbod van commercieel voetbal en wielrennen.

De VRT moet ook sterk en kwalitatief blijven. De Vlaamse openbare omroep mag sterk zijn, ook in vergelijking met andere publieke omroepen in het buitenland. Voor een sterke en kwalitatieve VRT zijn er natuurlijk middelen nodig. De sectorraden en de algemene raad pleiten daarbij echter niet voor een verdere commercialisering van de omroep en verwijzen in dat verband naar de uitzendrechten.

Men mag zich niet blindstaren op kijkcijfers. Cobra TV haalt weliswaar slechts 60.000 kijkers, maar binnen het thema cultuur is dat niet onaardig. De VRT mag niet vervallen in populisme, maar mag ook geen elitaire omroep zijn. De openbare omroep is er voor iedereen. Een specifieke benadering van bepaalde doelgroepen, bijvoorbeeld jongeren, kan noodzakelijk zijn. Geen van de sectorraden heeft in dat verband overigens gepleit voor een derde net.

De sectorraden zijn van oordeel dat een verplichting tot samenwerking met cultuur en sport niet kan worden uitgesloten. Om de diversiteit te waarborgen, kan het nodig zijn dat de VRT verplicht wordt om bepaalde zaken uit te zenden en om samenwerkingsverbanden op punt te stellen. Het is natuurlijk niet de opdracht van de sectoren cultuur en sport om de programma's te maken. In de adviezen wordt gepleit voor een actief partnerschap, want samenwerking ontstaat niet vanzelf. Daar is goede wil, tijd en soms ook geld voor nodig.

Er wordt voorts ook gepleit voor de bewaring en ontsluiting van het multimediale aanbod van radio en televisie. Daarbij wordt gedacht aan het aanbod van zowel openbare als commerciële zenders. Het gaat daar uiteindelijk om erfgoed dat niet verloren mag gaan. Daarvoor zijn extra middelen nodig. De huidige beheersovereenkomst vermeldt het digitaal VRT-archief (DIVA). De sectorraden pleiten ervoor om de archivering buiten de beheersovereenkomst van de VRT te houden, maar een extra inspanning te doen om een samenwerkingsverband op te zetten tussen alle televisie- en radiozenders die content aanbieden. De Vlaamse Sportraad meent dat het Bloso of de Vlaamse Sportfederatie de opdracht zouden moeten krijgen om in samenwerking met de openbare omroep promotie en marketing van sport te verzorgen. In de cultuursector wordt gesuggereerd een systeem te ontwikkelen waarbij programma's na hun uitzending verder ontsloten worden door culturele

instellingen of via websites van steden en gemeenten. Uiteraard moeten er daarbij goede afspraken worden gemaakt over het financiële aspect en over de rechten.

2. Presentatie van mevrouw Katrien Crispeyn

Mevrouw *Katrien Crispeyn*, stafmedewerker Communicatie van de Vlaamse Jeugdraad, deelt mee dat haar standpunt nauw zal aansluiten bij dat van de Gezinsbond en van het OIVO. Aan de Vlaamse Jeugdraad werd in het najaar van 2010 gevraagd om een advies uit te brengen in het kader van de nieuwe beheersovereenkomst. Dit advies werd goedgekeurd op 1 december.

De Vlaamse Jeugdraad is best tevreden met het aanbod van Ketnet voor kinderen tot twaalf jaar, niet alleen via televisie, maar ook via het multimediale platform Ketnet.be. Het is wel jammer dat Ketnet uit de ether gaat als het ‘grote mensentijd’ wordt en dat het al te vaak moet wijken voor specifieke sportuitzendingen. In het kader van de nieuwe beheersovereenkomst pleit de Vlaamse Jeugdraad dan ook voor behoud en waar mogelijk uitbreiding van dit sterke aanbod.

Het idee van minister Lieten om Ketnet en Canvas te ontkoppelen is op zich een interessante piste die verkend kan worden in het licht van het streven naar een volwaardig jongerenaanbod. Op dit vlak knelt immers het schoentje: Ketnet mikt op kinderen tot twaalf jaar en de doelgroep van dertien tot achttien jaar valt uit de boot. Er zijn natuurlijk de radiozenders Studio Brussel en MNM, maar dat is onvoldoende om de jongeren te boeien. Zeker inzake het televisieaanbod is er nog werk aan de winkel. Daarom vraagt de Jeugdraad dat een nieuw sterk jongerenmerk zou worden ontwikkeld, naar analogie met Ketnet.

Een dergelijk jongerenmerk zou zeker een nieuwsplatform voor jongeren moeten uitwerken. Kinderen tot twaalf jaar hebben een eigen journaal, Karrewiet. Er is echter geen nieuwsaanbod op maat van tieners. Het nieuwsaanbod voor volwassenen is volledig op grote mensenmaat, de stem van kinderen en jongeren komt er zelden aan bod. De openbare omroep hoeft hierbij niet van nul te beginnen. Bestaande jongerenmedia als Stamp-Media, Maks!, Javi.tv, het REC Radiocentrum, JeugdWerkNet, opleidingen journalistiek kunnen worden betrokken bij het uitwerken van een dergelijk nieuwsplatform voor jongeren. Binnen de VRT zijn er daarover al gesprekken geweest. Op dit ogenblik bestaat er trouwens binnen de VRT een Jongerenburo.

Om het kinder- en jongerenaanbod succesvol te maken en te houden moeten bepaalde voorwaarden vervuld zijn. Een ervan is, zoals ook de Gezinsbond al stelde, dat men kinderen en jongeren actief zou betrekken in het proces achter de schermen. De Jeugdraad denkt daarvoor onder meer aan de jeugdorganisaties. Ook op het scherm kunnen kinderen en jongeren het bestaande VRT-aanbod alleen maar verrijken. Dat geldt eigenlijk niet alleen voor de kinder- en jongerenprogramma's, maar voor de hele programmatie, op alle netten van de VRT.

Een derde aandachtspunt is het rolmodel dat de VRT is inzake diversiteit en toegankelijkheid. De openbare omroep moet komaf maken met bestaande stereotypes inzake gender, afkomst, seksualiteit en handicap. Kinderen met een handicap komen bijvoorbeeld zeer weinig aan bod binnen de huidige programmatie van Ketnet. Inzake toegankelijkheid is het belangrijk dat de VRT blijft investeren in eenvoudig taalgebruik, de mogelijke pistes inzake gebarentaal verkent, en dat alle websites en subsites van de openbare omroep toegankelijk blijven voor alle gebruikers.

Als de openbare omroep werk maakt van deze aandachtspunten kan hij helpen om een correct en genuanceerd beeld te schetsen van Vlaamse kinderen en jongeren. Op dit ogen-

blik komen kinderen en jongeren vooral aan bod als ze een probleem hebben of zijn. Dat is zeker niet het geval voor alle kinderen en jongeren.

Wat tot slot de mediawijsheid betreft, is het positief dat in de visietekst een afzonderlijk hoofdstuk wordt besteed aan mediawijsheid voor alle Vlaamse burgers. Voor kinderen en jongeren wordt er expliciet verwezen naar de rol die zij kunnen spelen bij de creatie van inhoud. Dat is een interessante piste, want zo kunnen jongeren leren om kritisch te staan tegenover mediaproducties. In de visienota wordt echter nergens verwezen naar Urban Radio. Dat kan nochtans interessant zijn wanneer het gaat om mediawijsheid, want het biedt kansen tot het ontdekken van jonge talenten. In dat verband kan de openbare omroep misschien een samenwerkingsverband aangaan.

3. Vragen van leden

De heer *Bart Tommelein* stelt vast dat de VRT zeer recent een diversiteitsverantwoordelijke heeft aangesteld. Hij juicht dat toe, want zo kan de openbare omroep ervoor zorgen dat er in de praktijk werk wordt gemaakt van diversiteit. Persoonlijk is hij een grote tegenstander van quota in dat verband, maar wat is de visie van de sprekers dienaangaande?

Door mevrouw Van Riet werd terecht geponeerd dat er wellicht geen enkele afdeling van de openbare omroep zo gecommercialiseerd is als de sportredactie. Met uitzondering van tennis wordt de vrouwensport zeer stiefmoederlijk behandeld. Zo wordt bijvoorbeeld alleen aandacht besteed aan mannenvolleybal, hoewel volleybal bij uitstek een vrouwensport is. Ook inzake basketbal komt de vrouwencompetitie zeer weinig aan bod. Aan sport voor gehandicapten wordt evenmin veel aandacht besteed, hoewel de Paralympics, een belangrijk evenement inzake gehandicaptensport, ieder jaar in België doorgaan. Doelgroependifferentiatie is niet louter een mogelijkheid, maar een noodzaak en een opdracht van de openbare omroep.

Er gaan stemmen op om het archief van de VRT, dat toch openbaar bezit is, te commercialiseren. Mevrouw Van Riet stelde een publiek-private samenwerking voor waarbij ook de archieven van de commerciële omroepen betrokken zijn. Zo zouden ook de commerciële omroepen bijdragen tot een vorm van dienstverlening aan de maatschappij en doet de publieke omroep wat hij moet doen. Met dat samenwerkingsmodel worden de businessplannen van de commerciële omroepen niet in het gedrang gebracht. Is dat inderdaad wat wordt voorgesteld? En zo ja, dan lijkt dat meer dan het onderzoeken waard.

De heer Tommelein zegt voorts dat hij problemen heeft met de stellingen van mevrouw Crispeyn over het belang van een derde net voor jongeren en inzonderheid de nood van de jongeren aan een afzonderlijk nieuws. Naar zijn mening is dat ‘gepamper’ van formaat. Het televisienieuws is immers best wel begrijpelijk voor een jongere van veertien of vijftien jaar. Hij kan akkoord gaan met de opmerking dat er specifieke content moet worden gevonden, maar betwijfelt ten eerste of daarvoor een derde net nodig is. Daar zijn andere media voor. Kan de VRT voor die doelgroep geen extra inspanning leveren via haar digitaal platform? Zou een dergelijk initiatief niet meer slaagkansen hebben dan een apart televisienet? Zonder dat meteen met cijfers te kunnen staven, bestaat toch de indruk dat het aandeel van het internetgebruik en van de nieuwe media bij de jongeren sterk toeneemt, terwijl het aandeel van de televisie vermindert. Ketnet doet het inderdaad heel goed, ook inzake kijkcijfers. Soms moet Ketnet inderdaad wijken voor sport, maar het is de VRT die daarvoor kiest. Sportprogramma's kunnen op zondagnamiddag ook op Eén worden uitgezonden, maar dat gebeurt niet omdat de VRT geen kijkers wil verliezen aan andere zenders. Het zijn altijd de kinderen die moeten wijken en dat kan eigenlijk niet. Het pleidooi voor de oprichting van een derde net is eigenlijk geen pleidooi voor een afzonderlijk kindernet, maar voor een afzonderlijk sportnet, met vooral wielrennen.

De heer *Bart Caron* is het grotendeels eens met de adviezen van de SARC. Deze adviezen zijn evenwichtig samengesteld, wat bij het advies van de Mediaraad niet het geval was.

Hij stelt vast dat er een grote consensus is over Ketnet en over het feit dat het niet kan dat Ketnet stevast moet wijken voor de uitzending van een of ander sportevenement. Is de Jeugdraad ervan overtuigd dat de jongeren zelf aangeven dat ze nood hebben aan een afzonderlijk aanbod? Is daar een bevraging rond gebeurd? Zou men niet beter meer geld besteden aan het verwerven van de nodige mediawijsheid, bijvoorbeeld op school?

Het woord consolideren dat door mevrouw Van Riet wordt gebruikt, wijst meestal op een conservatief beleid. Gebruikt ze dat begrip omdat ze schrik heeft dat de huidige verworvenheden ook weer verloren kunnen gaan? Of verwacht ze dat de VRT nog een tandje zal bijsteken? Uit het onderzoek dat door mevrouw Van Riet werd geciteerd, is ook gebleken dat er de laatste tien jaar een sterke stijging is geweest van het cultuuraanbod, maar dat het sinds halverwege 2009 meer dan gehalveerd is, zowel op de openbare als op de commerciële omroep.

De heer *Philippe De Coene* sluit zich aan bij de vraag van de heer Caron over de wijze waarop het advies van de Jeugdraad in dit specifieke geval tot stand gekomen is. Kan mevrouw Crispeyn de garantie geven dat dit specifieke standpunt echt aansluit bij wat er leeft bij jongeren in Vlaanderen?

Hij stelt voorts dat hij er begrip voor heeft dat de SARC in zijn algemeenheid eraan hield om zijn advies te formuleren, naast het advies dat al gepresenteerd was door de Mediaraad. De Mediaraad is in zijn huidige samenstelling immers niet in staat om een eenduidig advies te geven over cruciale zaken in een bepaald dossier. De vraag naar de impact van de activiteiten van de openbare omroep op de private omroepen is overigens terecht. Binnen de Vlaamse Gemeenschap bestaat er een brede consensus rond het belang van het samengaan van goede private televisie en goede publieke televisie. Het is nodig het stadium van de vermeende effecten te overstijgen en daarom moet men kunnen beschikken over exacte data. In dat opzicht is het jammer dat een besteld onderzoek niet doorging omdat het blijkbaar niet voldoet aan de verwachtingen en dat de parlementsleden dit bovendien ter zitting hebben moeten vernemen.

4. Antwoorden van mevrouw Iris Van Riet en mevrouw Katrien Crispeyn

Op de vraag van de heer Tommelein over quota, antwoordt mevrouw *Iris Van Riet* dat de SARC vooral voorstander is van een ruim aanbod van sport en cultuur op de televisie. Dat aanbod mag zich voor de sport niet beperken tot wielrennen en voetbal, voor cultuur niet tot opera of schlagermuziek. Quota werden daar niet op geplakt, maar het zou wel nuttig zijn als de VRT met de cultuur- en de sportsector overleg zou plegen over de content. De wijze waarop dat wordt gebracht, is uiteraard de zaak van de televisie- en radiomakers. Voor de cultuursector is dat al gebeurd naar aanleiding van de vorige beheersovereenkomst, maar dit zou ook voor de sportsector kunnen gebeuren.

Doelgroependifferentiatie moet inderdaad. Het woord ‘kunnen’ in de presentatie vloeide voort uit de stelling dat de openbare omroep er voor iedereen is. Als men succes wil hebben met bepaalde programma's is inderdaad doelgroependifferentiatie nodig.

In het advies van de Sectorraad Kunsten en Erfgoed wordt gepleit voor een Vlaams instituut voor de archivering en de ontsluiting van het audiovisueel erfgoed. Dat model, dat al op theoretische basis is uitgewerkt, is ter sprake gekomen in het kader van de onderhandelingen over de Waalse Krook. De Sectorraad Kunsten en Erfgoed kan desgewenst worden gevraagd de achtergronden van dat model nader toe te lichten.

Het woord consolideren werd niet gebruikt door de Sectorraad Kunsten en Erfgoed zelf. Zijzelf nam dat woord in de mond omdat deze sectorraad, in tegenstelling tot de Vlaamse Sportraad, zijn tevredenheid uitsprak over de prestaties van de VRT. Consolideren dus in de zin van behouden wat er al is, maar dat betekent niet dat geen verbetering mogelijk is.

Wat de samenstelling betreft van de Sectorraad Media, is het zo dat de Mediaraad al sinds zijn oprichting is samengesteld uit alle actoren. Het is dan ook logisch dat er over bepaalde zaken geen eensgezindheid kan worden gevonden. De Mediaraad is een forum waar tegenstanders met elkaar overleg plegen. Als er een akkoord kan worden gevonden, wat niet altijd het geval is, dan is dat een meerwaarde voor de politiek.

De heer *Philippe De Coene* preciseert zijn vraag. Hij vindt het zeer goed dat er in Vlaanderen een dergelijk platform bestaat waar mensen van verschillende opvattingen elkaar kunnen ontmoeten. Voor bepaalde pertinente vraagstukken mag men echter niet verwachten dat dit een duidelijk en bruikbaar advies oplevert. Zo werd over een derde VRT-net en over het knipperlichtenmodel slechts een heel algemene uitspraak gedaan, waarmee men voor de beheersovereenkomst niet veel opschiet. Soms is het dan ook beter om zich te baseren op de stakeholdersbevraging.

Mevrouw *Iris Van Riet* betreurt dat niet kon worden ingegaan op de vraag van de commissie om het onderzoek al te mogen inkijken. De Sectorraad Media kon die onderzoeksgegevens echter niet vrijgeven omdat voor dat onderzoek, bij gebrek aan de nodige eigen middelen, werd samengewerkt met het departement. Het onderzoek was wel afgerond, maar de gehanteerde methodiek was, door een gebrek aan middelen en aan tijd, onvoldoende om conclusies te kunnen trekken. De sectorraad heeft dan beslist om dat onderzoek niet mee te nemen in zijn advies. De heer *Philippe De Coene* vermeldt dat sommige commissieleden daarover vragen hebben gesteld. Er werd ook gedebatteerd met de minister over de vraag of het opportuun is om op een andere manier om te gaan met middelen en termijnen.

Mevrouw *Katrien Crispeyn* benadrukt dat de Vlaamse Jeugdraad positief staat tegenover de aanstelling van een diversiteitsverantwoordelijke binnen de VRT. De diversiteitscel bestond al langer maar heeft niet zoveel resultaten geboekt. De Jeugdraad hoopt dan ook dat er nu vooruitgang zal worden geboekt, want er is nog heel wat werk aan de winkel op dat vlak, zeker in vergelijking met Nederland. De Vlaamse Jeugdraad heeft zich in het verleden nooit echt positief uitgesproken over quota. Nu heeft de VRT blijkbaar beslist om zichzelf quota op te leggen. De heer *Bart Tommelein* preciseert dat minister Lieten quota wil en niet de VRT zelf. De openbare omroep wil zorgen voor meer diversiteit, dat is duidelijk wat anders.

Mevrouw *Katrien Crispeyn* verduidelijkt hoe het advies over het derde net tot stand gekomen is. De resultaten van een aantal gesprekken met jongeren werden naast het materiaal van het Jongerenburo van de VRT gelegd. Dat is een groepje mensen binnen de VRT die proberen voeling te houden met wat er leeft bij kinderen en jongeren. Ook binnen het project 'De overname' werd op vrij grote schaal aan jongeren gevraagd wat zij aan het VRT-aanbod zouden veranderen als ze daartoe de kans kregen. De bevindingen waren het uitgangspunt voor een ontwerpadvies dat werd voorgelegd aan Kathy Lindekens van het Jongerenburo en een medewerker van Klasse en het Minderhedenforum. Blijkbaar blijven jongeren toch op hun honger zitten, niet zozeer omdat het bestaande aanbod onvoldoende laagdrempelig is, wel omdat ze andere interesses hebben en op zoek zijn naar andere programma's. Daarom pleit de Vlaamse Jeugdraad niet resoluut voor een apart kanaal, maar wel voor meer aandacht voor kinderen en jongeren, over de netten en de programma's heen, zowel op de tv als op de radio. Het idee van een derde net is zeker interessant om verder te verkennen, maar de jongeren moeten ook als er een bijkomend kanaal komt, aan bod komen in de volledige programmering.

De Vlaamse Jeugdraad is ook voorstander van het multimediale platform waar de heer Tommelein naar verwees. Jongeren zijn veel bezig met digitale media. Daar moet verder in geïnvesteerd worden en daarbij moet ‘out of the box’ worden gedacht. Het hoeft niet te gaan om een statische website, er moet gebruik worden gemaakt van de verschillende al bestaande platforms. De Vlaamse Jeugdraad zelf maakt ook meer en meer gebruik van Twitter en Facebook omdat men daarmee de jongeren kan bereiken en interactie kan realiseren.

De Jeugdraad wil ook verder gaan met dit advies. In het parlement is al gevraagd naar de cijfers van het CIM om zo een duidelijker zicht te krijgen op het kijkgedrag van jongeren. Dat zal samen met minister Lieten verder worden opgevolgd.

Philippe DE COENE,
voorzitter

Bart CARON,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

Bloso	Agentschap voor de Bevordering van de Lichamelijke Ontwikkeling, de Sport en de Openluchtrecreatie
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
DIVA	Digitaal VRT-Archief
FM	frequentiemodulatie
OIVO	Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties
Sabam	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteursmaatschappij
SARC	Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
Vlpo	Vlaamse Podiumartiesten vzw
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
vtm	Vlaamse Televisiemaatschappij
vzw	vereniging zonder winstoogmerk